

Mediale Einmischung

2015 ist wieder ein Jahr, in dem das Global Media Monitoring Project – die umfangreichste Erhebung zu Frauen und Geschlecht in den Medien – überprüft, wie es mit der Präsenz von Frauen in Medien weltweit aussieht. Der aus der Studie hervorgehende Report, der noch aussteht, trägt den Titel „Who makes the news?“ und zeigt die Unsichtbarkeit von Frauen in der Berichterstattung auf. Das Resümee spiegelt Machtverhältnisse wider – zwischen 1995 und 2010 waren rund 20 Prozent der Personen, die in den Nachrichten vorkommen, Frauen. Die Zahlen aus 2010 zeigen gegenüber dem Report von 2005 und den Jahren davor nur marginale Veränderungen. Spannend wird es sein, ob sich dieses Jahr etwas geändert hat. Mit dem „Europäischen Jahr für Entwicklung“ widmet sich die Europäische Union 2015 erstmals den Außenbeziehungen und der Rolle Europas in der Welt. Die Europäischen Jahre sollen innerhalb der Europäischen Union für bestimmte Themen sensibilisieren und zum Weiterdenken anhalten.

Das „Europäische Jahr für Entwicklung“ hat keinen Schwerpunktmonat zu Medien. Frauen als Entscheidungsträgerinnen und Informationsgestalterinnen in Medien sind für das Empowerment von Frauen unverzichtbar. Medien sind mächtige Instrumente, die unterschiedliche Realitäten darstellen und so Wirklichkeiten produzieren, sei es über das Internet oder über klassische Kanäle wie das Radio, das in manchen Teilen der Welt weiterhin eine große Reichweite hat.

Blogs zum Beispiel bieten einen schnellen Zugriff auf Informationen. Frauen können dadurch zu aktiven Erstellerinnen von Wissen werden: Sie generieren, bearbeiten und tauschen dieses untereinander aus. Weltweit nutzen Frauen Informations- und Kommunikationstechnologien (ICTs), um ihre Rechte einzufordern. ICTs werden für soziale, politische und ökonomische Partizipation verwendet. Aber inwieweit Frauen weltweit auch Zugang zu Internet und allen modernen Technologien haben und an diesen partizipieren, ist eine andere Frage.

Durch die ständige Weiterentwicklung der Kommunikationstechnologien, durch die immer einfacher werdenden technischen Möglichkeiten und die neuen Räume, die das Internet eröffnet, verändern sich Strategien. Offen bleibt, ob durch die immer zahlreicher werdenden technischen Möglichkeiten sich neue Räume eröffnen oder Ausschlüsse größer werden.

In dieser Ausgabe bekommen Sie einen Einblick, wie z. B. Frauen aus der arabischen Welt Facebook nützen oder wie eine Handy- und Internetkampagne Jugendliche in Afrika motiviert, sich für die Post-2015-Agenda zu interessieren. Auch in Ländern mit einer starken medialen Zensur verwenden Frauen soziale Medien und das Internet, um sich für Frauen- und Menschenrechte einzusetzen. Das kann in den Artikeln zu den Feminist Five in China und den Erfahrungen einer Aktivistin aus dem Iran nachgelesen werden.