

WIE FRAUEN MEDIEN MACHEN

"Ohne Diäten und anderen Quatsch"

31. Jänner 2012 18:45



Foto: Screenshot

Das Linzer Onlinemagazin "migrazine.at" wird von Migrantinnen produziert, um ihren Anliegen eine Stimme zu verleihen.

Stimmen in der medialen Öffentlichkeit hörbar machen und gegen die klischeehafte Darstellung von Migrantinnen auftreten". Dabei geht es etwa um die neue "postmigrantische" Generation und ihr Selbstverständnis jenseits traditioneller ethnisch-nationaler Identitätswürfe oder auch um die Sprache als Schlüsselwerkzeug für gesellschaftliche Veränderung.

Wie bei vielen innovativen Medienprodukten stehen hinter "migrazine.at" Frauen, die ihre Interessen in den gängigen Massenmedien nicht repräsentiert sehen. "Seit den 1990er-Jahren nutzen immer mehr von ihnen neue, kostengünstige Medien wie elektronische Magazine, sogenannte Zines, oder Blogs, um Themen zu lancieren und ihre Meinungen unzensuriert zu veröffentlichen", erklärt die Kommunikationswissenschaftlerin Elke Zobl. In ihrer vom Wissenschaftsfonds FWF geförderten Studie dokumentiert und analysiert sie mit ihrem Team an der Universität Salzburg das weite Feld der unabhängigen feministischen Medien in Europa. Ein ebenso spannendes wie unübersichtliches Terrain, um das selbst die feministische Forschung bislang einen Bogen machte.

Ständig neue Produkte

"In unserer Erhebung haben wir 425 feministische Medienprodukte aus 30 europäischen Ländern erfasst", berichtet Elke Zobl. "150 davon sind Printmedien, 140 Blogs, 70 elektronische Magazine, 35 Radiosendungen, fünf Community-TV-Sendungen, und beim Rest handelt es sich um Archive und Datenbanken."

Da ständig neue Produkte dazukommen und andere nach kurzer Zeit wieder von der Bildfläche verschwinden, kann diese "virtuelle Ethnografie" natürlich keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben. Dennoch - die Fülle der erfassten Medien in weiblicher Hand sagt einiges über Ziele und Selbstverständnis eines nicht mehr übersehbaren Teils der jungen Frauen in Europa aus.

Was also treibt diese neuen Medienmacherinnen an? "Aus unseren Interviews wissen wir", sagt Zobl, "dass es fast allen nicht zuletzt um das Aufdecken und Verringern von Diskriminierungen geht. Sie nutzen alternative Mikromedien als Mittel, in die Gesellschaft einzugreifen und die unterschiedlichen Lebensrealitäten von Frauen sichtbar zu machen." Oft soll mithilfe von Do-it-yourself-Medien wie elektronischen Magazinen zudem eine Art alternativer Ökonomie praktiziert werden, indem die Rolle von Produzentin und Konsumentin grundsätzlich austauschbar wird.

Wie Frauen Medien machen, kommunikationswissenschaftlich untersucht: Antrieb ist das Aufdecken und Verringern von Diskriminierungen geht

Wird ihnen mediale Aufmerksamkeit zuteil, treten Migrantinnen meist als triste, unterdrückte Randfiguren der Gesellschaft in Erscheinung. Als Produzentinnen des Linzer Onlinemagazins "migrazine.at" spielen sie als selbstbewusste, kritische Frauen eine noch ungewohnte Rolle.

In dem von der autonomen Migrantinnen-Selbstorganisation maiz herausgegebenen Medium wollen sie "kritische migrantische

"Partizipation ist ein Grundprinzip alternativer Medien", erläutert die Wissenschaftlerin. "Jeder Leserin sollen alle Aufgabenbereiche der Medienproduktion offenstehen." Vielen dieser Zines geht es demnach auch weniger um kommerziellen Erfolg als um die mehr oder weniger öffentliche Diskussion bestimmter Themen. Diese umfassen wie in konventionellen Medien ein breites Spektrum von Kultur über Politik bis zu Gesellschaft, allerdings aus einer feministischen Perspektive.

"Für junge Frauen", sagt Elke Zobl, "ist die Beteiligung an solchen Medien oft der erste Schritt, um persönliche Erfahrungen mit kritischer Selbstreflexion und politischer Arbeit zu verbinden." Auf diese Weise gelingt es den sehr unterschiedlichen feministischen Medienprodukten auch, eines ihrer wichtigsten Ziele zu erreichen, nämlich über die oft sehr persönlichen Identifikationsangebote gesellschaftliche Prozesse auf einer Mikroebene in Gang zu setzen.

Selbstverständlich werden neben den neuen Do-it-yourself-Medien auch zahlreiche hochprofessionelle feministische Medien produziert wie etwa die traditionsreichen Magazine "Emma" oder "an.schläge" sowie das jüngere "Missy Magazin" aus Deutschland, das laut Selbstbeschreibung "über Popkultur, Politik und Style berichtet. Mit dem gegebenen Humor und einer feministischen Einstellung. Ohne Diäten und anderen Quatsch." Dass sich sogar feministische Zines in der österreichischen Medienlandschaft eine zwar verborgene, aber dauerhafte Existenz aufbauen können, beweist unter anderem das digital und gedruckt erhältliche "fiber. werkstoff für feminismus & popkultur", das heuer immerhin seinen zehnten Geburtstag feiert. (Doris Griesser/DER STANDARD, Print-Ausgabe, 1.2.2012)

Link

Sämtliche im Projekt erfassten Medien sowie die Interviews können eingesehen werden auf www.grassrootsfeminism.net.

SITELINK



AMERIKA MIT LUFTHANSA AB 499€

Grenzenlose Freiheit zum günstigen Preis, z
New York ab 499 €*,
Hongkong ab 649 €*
oder Los Angeles ab 699 €*.

Bis 14. Februar buchbar auf lufthansa.com

© derStandard.at GmbH 2012 -

Alle Rechte vorbehalten. Nutzung ausschließlich für den privaten Eigenbedarf.
Eine Weiterverwendung und Reproduktion über den persönlichen Gebrauch hinaus ist nicht gestattet.