



„Big changes start small“ Geschichten von Menschen, die etwas bewegen

Ein Wirkungsbericht

„Big changes start small“

Geschichten von Menschen, die etwas bewegen

Ein Wirkungsbericht

Gefördert durch



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

Impressum

HERAUSGEBER

Deutsche Welle
53110 Bonn
Germany

VERANTWORTLICH

Carsten von Nahmen

REDAKTION

Petra Aldenrath
Jan Lublinski
Laura Moore
Roja Zaitoonie

GESTALTUNG

Jorge Loureiro

TITELFOTO

Khalil Samrawi

ÜBERSETZUNGEN

Jana Duman

ERSCHEINUNGSDATUM

März 2020

© DW Akademie

Das Papier für diese Publikation wurde aus Holz erstellt, das aus verantwortungsvoller, nachhaltiger, europäischer
Waldwirtschaft stammt. Es wird auf Düngemittel und Pestizide verzichtet und der Bestand wird wieder aufgeforstet.

Inhalt

Editorial	6
Einleitung	8
Aggregierte Wirkungen – was es damit auf sich hat	10
AFRIKA	
Burkina Faso, Mali, Niger: Mit Medien gegen Gewalt – Konfliktsensitiver Journalismus	12
Namibia: MiLLi* ist Kult! Ein Medienprojekt für Jugendliche made in Namibia wird zum Erfolgsschlager	18
Uganda: Raus aus dem Klassenzimmer, rein in die Nachrichtenredaktion	24
ASIEN	
Mongolei I: Eine Brücke zwischen Medien und Bevölkerung	30
Mongolei II: Wenn Daten sagen, was Politiker verschweigen – Investigativer Journalismus bringt die junge mongolische Demokratie voran	36
Myanmar: Community-Radios bringen Vielfalt in Myanmars Medienlandschaft	42
Pakistan: Die Angst als ständiger Begleiter – Das Traumazentrum in Qetta	50
EUROPA	
Georgien: Wenn Berge versetzt werden	58
Westbalkan: Ganz wie die Profis – Wie die Jugend auf dem Westbalkan die mediale Zukunft gestaltet	64
LATEINAMERIKA	
Bolivien: Eine Ausbildung fürs Leben – Die duale Journalistenausbildung	68
Guatemala: Radio Sónica – Ein Radio, das Hoffnung sendet	74
NAHOST/NORDAFRIKA	
Libanon: Wissen, was wirklich passiert – Wie Medienprojekte das Leben in Flüchtlingscamps verändern	78
Tunesien: Eine Umweltplattform für eine saubere Zukunft	84
Westjordanland, Gaza-Streifen, Ost-Jerusalem: Ein positiver Virus – Medienkompetenz macht Schule	88
Unsere Autorinnen und Autoren	94

Editorial



Mit kleinen Schritten beginnen – Big changes start small

In Pakistan ist Angst ein ständiger Begleiter vieler Journalistinnen und Journalisten. Sie sind traumatisiert von Terror, Gewalt und Einschüchterungsversuchen. Von ihren Arbeitgebern erhalten sie meist nur wenig Rückhalt, werden schlecht bezahlt und oft geringschätzig behandelt. Dass sich hier etwas ändern muss, hat Gulmina Bilal Ahmad, die Direktorin der pakistanischen Nichtregierungsorganisation „Individual Land“, erkannt. Sie hat ein Traumazentrum eröffnet, in dem Medienschaffenden, die unter psychischen Problemen leiden, geholfen wird. Und sie geht gezielt auf die Chefetagen der Medienhäuser zu – damit diese ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht nur mit Schutzwesten ausstatten, sondern sie auch vor psychischen Gefahren und emotionalem Leid schützen. Gulmina Bilal Ahmad weiß, dass viel Überzeugungsarbeit zu leisten ist. Aber sie bleibt optimistisch: „Big changes start small!“ – große Veränderungen beginnen oft mit kleinen Schritten.

Die DW Akademie unterstützt Nichtregierungsorganisationen wie „Individual Land“, denn das ist unsere Aufgabe. Wir arbeiten mit Menschen, Organisationen und Gemeinschaften, die einen konstruktiven Dialog wollen und die zu einer aktiven und informierten Zivilgesellschaft beitragen. Dadurch stärken wir Meinungsfreiheit und befähigen Menschen weltweit, auf Basis unabhängiger Informationen und verlässlicher Fakten freie Entscheidungen zu treffen. Das ist in einem Zeitalter, in dem Qualitätsmedien zunehmend infrage gestellt werden, besonders wichtig.

Unser Auftrag – Medien zu entwickeln – ist heute komplexer geworden, aber wichtiger denn je. Die digitale Revolution hat die Medienlandschaften dauerhaft verändert. Sie hat aber nicht nur dazu geführt, dass Wahlen über Soziale Medien manipuliert werden, Populisten digitale Räume attackieren und Menschen darin angegriffen werden. Sie hat auch dazu geführt, dass Menschen, die früher keine mediale Stimme hatten, diese

jetzt erheben können. Sie hat der Medienentwicklung neue Chancen eröffnet. Im Zentrum unserer Arbeit steht nach wie vor Artikel 19 des UN-Zivilpakts, in dem das Menschenrecht auf freie Meinungsäußerung und Zugang zu Information verankert ist – denn dieses Recht ist, auch in einer digitalen Welt, die Voraussetzung dafür, dass Menschen verlässliche Informationen nutzen und sich mit anderen austauschen können.

Mit Projekten in rund 50 Entwicklungs- und Schwellenländern stärkt die DW Akademie das Recht auf Meinungsfreiheit. Erfolgreiche Medienentwicklung kann nur dann gelingen, wenn wir auf veränderte Situationen reagieren und gemeinsam mit unseren Projektpartnern vor Ort individuelle, innovative, zukunftsweisende und langfristig gedachte Lösungsansätze finden. Diese sind von Land zu Land, von Region zu Region und von Projekt zu Projekt unterschiedlich. So engagieren wir uns für die Verbesserung politischer und rechtlicher Rahmenbedingungen, beraten Regierungsstellen und Nichtregierungsorganisationen, fördern die Entwicklung nachhaltiger Geschäftsmodelle und technischer Innovationen und unterstützen Presseräte und Medienorganisationen. Wir entwickeln digitale Medienformate in Serbien und Montenegro und fördern eine duale Journalistenausbildung in Bolivien. Wir unterstützen Medienangebote für Geflüchtete im Libanon und stärken Medienschaffende in Burkina Faso.

Wie aber sieht es in diesen Projekten aus? Wer sind die Leute, die sie voranbringen? Was haben die Menschen in den einzelnen Ländern davon? Die vorliegende Publikation spürt genau diesen Fragen nach. Sie stellt einige unserer weltweiten Projekte in Form von journalistischen Reportagen vor und beschreibt dabei auch die Wirkungen dieses Engagements. Wir berichten über Menschen, die große Herausforderungen in kleinen Schritten angehen und über das, was sie bislang erreicht haben.



Carsten von Nahmen, Leiter DW Akademie

Einleitung



Menschen, die etwas bewegen

Soziale Medien, das Internet, Zeitungen, Magazine, Fernsehen und Radio – mit Ausnahme weniger abgelegener Gebiete stehen den Menschen heute weltweit Informationen in vorher nie dagewesener Fülle zur Verfügung. Egal ob in Aserbaidschan die Erde bebt, in Indien Hetzjagden auf Grund von Falschmeldungen stattfinden, sich in der arabischen Welt Rebellionen und Revolutionen ereignen oder Äthiopien und Eritrea Frieden schließen – was am einen Ende der Welt passiert, lässt sich am anderen Ende zeitgleich verfolgen. Dass den Menschen heute eine Informationsfülle zur Verfügung steht, sind erst einmal gute Nachrichten – aber es gibt auch eine Kehrseite.

So rasant schnell sich das Informationsangebot erweitert, so rasant schnell wird es immer wieder auch eingeschränkt. Das Recht auf Meinungs- und Informationsfreiheit wird oft systematisch verletzt. In Ungarn werden unabhängige Medien von regierungsnahen Unternehmen schlichtweg aufgekauft. In Ländern wie Irak, Venezuela, Simbabwe, Kamerun oder Indien wird das Internet immer wieder abgeschaltet und die Nutzung der Sozialen Medien eingeschränkt. In Bangladesch oder Kirgisistan haben Frauen nahezu keine Stimme in den Medien. Weltweit werden Journalistinnen und Journalisten wegen ihrer Berichte bedroht, eingesperrt und sogar ermordet.

Meinungsfreiheit und den Zugang zu verlässlichen Informationen zu stärken, ist Aufgabe der DW Akademie. Sie setzt dabei konkret bei Menschen und Organisationen an, die etwas bewegen – manchmal in kleinen Schritten, manchmal in großen. In Guatemala fährt Radio Sónica mit einem mobilen Radiostudio zu Jugendlichen in Problemvierteln und gibt ihnen und ihren Anliegen eine Stimme. In Tunesien ist eine Internet-Plattform, auf der Umweltsünden gemeldet werden können, online gegangen. Und in Pakistan sind Traumazentren entstanden, die Medienschaffenden, die durch Terror, Gewalt, prekäre Arbeitsverhältnisse und andere Extremsituationen traumatisiert wurden, dabei helfen, ihr Leben wieder in den Griff zu kriegen.

Damit die Menschen genau die Unterstützung bekommen, die sie brauchen, werden die weltweiten Medienprojekte der DW Akademie in Zusammenarbeit mit lokalen Partnerorganisationen konzipiert. Wird in Bolivien eher eine praktisch-orientierte Ausbildung für Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten gebraucht, geht es in der Mongolei um die Selbstregulierung der Medien. Die Projekte richten sich an benachteiligte Jugendliche, an Geflüchtete und indigene Minderheiten, an Journalistinnen und Journalisten oder auch an das Management großer Medienhäuser.

Petra Aldenrath, DW Akademie

Die DW Akademie sammelt und dokumentiert die Wirkungen ihrer Projekte auf verschiedenen Ebenen, mit verschiedenen Methoden. Dazu zählen zunächst drei Wege, die heute Standard in der Entwicklungszusammenarbeit sind: erstens angewandte Studien, die neues Wissen über Wirkungen ermöglichen, zweitens das sogenannte wirkungsorientierte Monitoring, das im Verlauf der Projektarbeit mit den Partnerorganisationen vor Ort durchgeführt wird, und drittens Evaluationen, die von externen Gutachterinnen und Gutachtern erstellt werden.

Der vorliegende Band konzentriert sich auf zusätzliche Methoden, um Wirkungen darzustellen: auf Reportagen aus 13 verschiedenen Ländern und auf quantitative Daten, die sogenannten aggregierten Wirkungsdaten, die regelmäßig gesammelt und gebündelt werden. Die aggregierten Wirkungszahlen geben einen numerischen Überblick der Menschen, die durch die Arbeit der DW Akademie erreicht wurden. Hierzu fragt die DW Akademie jedes Jahr bei ihren Partnerorganisationen vor Ort nach. So wurden beispielsweise im Jahr 2018 mit Unterstützung der DW Akademie 9,6 Mio. Menschen in ländlichen Gebieten mit für sie relevanten Informationen versorgt. 26,6 Mio. Menschen haben von den Umstrukturierungen ihrer Staatssender profitiert und erhalten eine vielfältigere und attraktivere Berichterstattung.

In dieser Publikation lernen Sie einige Menschen kennen, die hinter den Zahlen der aggregierten Wirkungen stecken. Ihre Geschichten sind nicht repräsentativ für die Gesamtheit der unterstützten Zielgruppen. Sie zeigen aber, welche Ansätze und Lösungswege für einzelne Menschen funktioniert haben und warum.

Sie lernen Thu Thu aus Myanmar kennen, die nachmittags die Regler ihres Mikrofons aufdreht und die umliegenden Gemeinden über das erste Community-Radio des Landes mit Nachrichten und Aktuellem aus der Region versorgt. Sie besuchen mit uns Burkina Faso und erfahren, wie Medienschaffende versuchen, etwas gegen die dort zunehmende Gewalt zu tun. Und Sie lernen César kennen, der sich einst kaum traute eine Bewerbung für eine Journalistenausbildung abzuschicken und heute sowohl ein angesehener Journalist als auch ein gefragter Trainer in Sachen Onlinejournalismus ist.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Kennenlernen dieser Menschen, die in ihren Ländern viel bewegen.

Aggregierte Wirkungen



Was es damit auf sich hat

Wie viele Bürgerjournalistinnen und -journalisten bildet die DW Akademie im Rahmen ihrer Projekte, in denen Community-Medien gefördert wurden, aus? Wie viele Medienorganisationen werden weltweit darin unterstützt, konfliktsensitiv und differenzierter über die Situation in ihrem Land zu berichten? Und wie viele Menschen können mit diesen Programmen erreicht werden? Um solche oder ähnliche Fragen beantworten zu können, werden bei der DW Akademie aggregierte Wirkungsdaten erhoben.

- Aggregierte Wirkungen beziffern anhand von quantitativen Erhebungen, was Projekte in einem Jahr in ausgewählten Themenbereichen wie beispielsweise Ausbildung von Medienschaffenden, Digitale Rechte oder Angebote für Jugendliche bewirkt haben.
- Aggregierte Wirkungen werden jährlich berechnet. Grundlage für die aggregierten Daten 2018, die in dieser Broschüre dargestellt werden, sind 42 Projekte der DW Akademie – davon 28 finanziert vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, die übrigen von der Europäischen Union und dem Auswärtigen Amt.
- Auf Grundlage der globalen Wirkungsdaten lassen sich Kernbotschaften formulieren, die der Öffentlichkeit, Auftraggebern, Partnern und auch Mitarbeitenden zur Verfügung gestellt werden, zum Beispiel, dass Medienorganisationen dabei unterstützt werden, konfliktsensitiver und differenzierter über die Situation in ihrem Land zu berichten, und damit ein wichtiger Beitrag zur aktiven Friedensförderung in den entsprechenden Regionen geleistet wird.
- Anhand von Wirkungsdaten können Bedeutung und Möglichkeiten von Medienprojekten veranschaulicht werden. Ein Beispiel sind Projekte, die Jugendliche im verantwortungsvollen Umgang mit digitalen Medien stärken. Die Vermittlung von Medienkompetenz innerhalb und außerhalb des schulischen Lehrplans ist eine wichtige Voraussetzung dafür, dass junge Menschen die Möglichkeiten der Kommunikation in Sozialen Medien wahrnehmen, aber gleichzeitig ihre Risiken kennen. Nicht nur, aber auch im Globalen Süden.
- Zur Wirkungsmessung in ausgewählten Kategorien – wie z.B. Medien für Geflüchtete oder Angebote für Jugendliche – werden sogenannte Indikatoren definiert. Diese ausgewählten Messgrößen müssen sich ohne allzu großen Aufwand erheben lassen, oder sie müssen aus bereits vorhandenen Datensammlungen entnommen werden. Jeder einzelne Indikator wird in allen Projekten mit denselben Methoden und für denselben Zeitraum erfasst.
- Da die Ermittlung von aggregierten Wirkungen sich nicht auf einen Zielwert bezieht, ist kein Vorher-Nachher-Vergleich möglich. Somit lassen sich keine Rückschlüsse auf Entwicklungen im Zeitverlauf ziehen.

Die Geschichten dieser Publikation schlagen eine Brücke zwischen den projektübergreifenden Daten (die bei jedem Artikel in Infoboxen zu finden sind) und den Menschen, die hinter diesen aggregierten Wirkungsdaten stehen.

Anja Weber, DW Akademie



Moderator und Trainer Abdoulaye Quattara unterrichtet, wie man mit dem Handy qualitativ hochwertige und ausgewogene Berichte macht.

© DW/C. Noblet

BURKINA FASO, MALI, NIGER

Mit Medien gegen Gewalt Konfliktsensitiver Journalismus

Autorinnen **Charlotte Noblet** und **Petra Aldenrath**

FÜR EILIGE

Um seinen Landsleuten das Misstrauen zu nehmen, geht der Radiojournalist Jean-Carem Kabóre am liebsten ohne Mikrophon auf Recherche. Burkina Faso galt lange als stabilstes Land der Sahelzone. Doch Anschläge militanter Gruppen und lokale Konflikte zwischen verschiedenen Ethnien haben in den vergangenen Jahren zugenommen. Um dem etwas entgegenzusetzen, engagiert sich Kabóre mit dem Réseau d'Initiatives de Journalistes (RIJ) für ausgewogene und konfliktsensitive Berichterstattung. Das Netzwerk von und für Journalistinnen und Journalisten setzt sich für qualitativ hochwertige Berichte ein und stellt sich dadurch der zunehmenden Gewalt im Land mutig entgegen.

Burkina Faso war lange bekannt für das friedliche Nebeneinander verschiedener Religionen und Ethnien. Doch davon kann inzwischen keine Rede mehr sein. Gewaltsame Konflikte greifen mehr und mehr um sich. Eine Gruppe engagierter Journalistinnen und Journalisten stellt sich diesem Trend entgegen und hat gemeinsam mit Kolleginnen und Kollegen aus Nachbarländern die Plattform PaxSahel aufgebaut.

„Wenn ich recherchiere, gehe ich am besten ohne Mikrofon los – auf den Markt oder in Straßencafés.“ Der 35-jährige Radiojournalist Jean-Carem Kaboré kennt das Misstrauen seiner Landsleute gegenüber der Presse. Zuhören und Vertrauen aufbauen sind wichtig bei seiner Arbeit. Mikrofon, Stift und Papier trägt Kaboré trotzdem immer bei sich, aber am liebsten im Rucksack verstaut. Die Reportage – das ist sein Ding, sagt er. „Als Journalist musst du vor Ort sein. So bekommst du unterschiedliche Informationen aus erster Hand.“ Seine Gäste empfängt der Journalist aber nicht draußen, sondern an seinem Arbeitsplatz in den Redaktionsräumen von „Radio rurale du Burkina“, einem Radiosender im westafrikanischen Burkina Faso. Als Willkommensgruß verschenkt er eine kleine Plastikflasche mit Wasser und ist sofort per du.

„Radio rurale du Burkina“ gehört zur nationalen Hörfunk- und Fernsehanstalt von Burkina Faso: Radiodiffusion-Télévision de Burkina (RTB). Sie hat ihren Sitz mitten in der Hauptstadt, der Zwei-Millionen-Metropole Ouagadougou, in einem typischen 70er-Jahre-Bau: quadratisch und funktional. So zweckmäßig wie die Architektur des Gebäudes sind auch die Wände in einem sandfarbenen Gelbton gestrichen, der schon lange nicht mehr aufgefrischt wurde. Mehrere Hundert Menschen arbeiten bei RTB, 55 von ihnen bei „Radio rurale du Burkina“. An diesem Nachmittag bleiben die Studios leer, von redaktioneller Hektik keine Spur. Einige Journalistinnen und Journalisten

recherchieren in den Redaktionsräumen am Computer, andere lassen sich den Wind der Ventilatoren ins Gesicht wehen, trinken Instantkaffee und diskutieren über die neue Gesetzgebung vom 21. Juni 2019, die es ihnen verbietet über Terroraktionen zu berichten, bevor die Regierung eine offizielle Pressemitteilung herausgegeben hat.

Berichte aus einem Konfliktgebiet

Burkina Faso ist eines der ärmsten Länder der Welt, 40 Prozent der Bevölkerung leben unterhalb der Armutsgrenze. Dazu leidet das Land stark unter den Folgen des Klimawandels. Dort, wo früher nutzbare Ackerflächen waren, finden sich heute oft nur noch verdorrte Felder. Immer mehr Menschen verlieren ihre Einkommensquellen und verlassen ihre Dörfer, doch passende Arbeitsplätze sind auch in den Städten rar.

Lange Zeit galt Burkina Faso als stabilstes Land der Sahelzone. Doch die Zahl der Anschläge militanter Gruppen hat zugenommen, genauso wie lokale Konflikte zwischen ethnischen Bevölkerungsgruppen. Entsprechend schwieriger wird auch die Lage für Journalistinnen und Journalisten. Das westafrikanische Land hat zwar eine vielfältige und pluralistische Medienlandschaft und zählt in puncto Pressefreiheit laut Reporter ohne Grenzen zu den Erfolgen des afrikanischen Kontinents.



Radioreporter Jean-Carem Kaboré fokussiert in seinen Berichten Lösungen statt Probleme.

© DW/C. Noblet



In Burkina Faso streiten sich Hirten und Bauern oft wegen der abnehmenden Ackerflächen.

© DW/C. Noblet

WIRKUNGS DATEN

Konfliktsensitive Berichterstattung: Die DW Akademie hat im Jahr 2018 163 Medienorganisationen darin unterstützt, konfliktsensitiver und differenzierter über die Situation in ihrem Land zu berichten. Ca. 3,5 Mio. Menschen in 11 Ländern empfangen so ausgewogenere Informationen über Konflikte und Krisen. Medien leisten hier einen wichtigen Beitrag zur aktiven Friedensförderung.

Länder: Bolivien, Burkina Faso, Burundi, Ecuador, Guatemala, Kirgisistan, Kolumbien, Libanon, Libyen, Myanmar, Tunesien

Doch die zunehmend angespannte Sicherheitslage – vor allem im Norden des Landes – macht den Reporterinnen und Reportern ihre Arbeit schwer bis unmöglich. Um nicht selbst zur Zielscheibe zu werden, halten sich manche von ihnen mit Beiträgen über Konflikte komplett zurück oder zensieren sich selbst. Wieder andere beginnen einseitig zu berichten, greifen auf Klischees zurück und tragen so zur Eskalation bei.

Um diesem Trend etwas entgegenzusetzen, engagiert sich das Réseau d'Initiatives de Journalistes (RIJ), ein Netzwerk von und für Journalistinnen und Journalisten, für ausgewogene und konflikt-sensitive Berichterstattung. Die Reporterinnen und Reporter setzen sich für qualitativ gute Berichte ein und stellen sich dadurch der zunehmenden Gewalt im Land mutig entgegen.

gen. Der Reporter Kaboré ist einer von ihnen. Seit 2017 moderiert er eine Sendung, in der regelmäßig über schwelende Konflikte berichtet wird – am häufigsten über die zwischen Hirten und Bauern. „Es gibt bei uns immer weniger Ackerfläche“, sagt er, macht eine kurze Pause und starrt ins Leere. Dann lächelt er und erzählt weiter. „Aus Auseinandersetzungen zwischen einzelnen Personen entstehen immer wieder Streits zwischen ganzen Gemeinden“, bedauert Kaboré. Seiner Stimme ist anzumerken, wie sehr ihm die angespannte Lage in seiner Heimat zu schaffen macht. Früher war Burkina Faso für sein tolerantes Nebeneinander verschiedener Ethnien und Religionen bekannt, heute schaukeln sich Konflikte leichter hoch.

So kam es in Yirgou im Norden des Landes Anfang Januar 2019 zu einem Massaker, bei dem laut offiziellen Angaben 49 Menschen starben. Lokale Quellen allerdings sprachen von 200 Toten. Anlass waren sechs ungeklärte Morde, darunter ein Dorfvorsteher. Die Bewohnerinnen und Bewohner des Dorfes, von denen die meisten zu den Mossi gehören – der größten Ethnie in Burkina Faso – verdächtigten Viehzüchter der Peulh, einer anderen Ethnie. Aus angeblichen Sicherheitsgründen übte die Selbstverteidigungsmiliz Koglweogo Vergeltung, woraufhin 6.000 Menschen in Panik flohen. Yirgou ist in Burkina Faso zum Trauma geworden. Nach dem Massaker demonstrieren Mossi und Peulh und rund 60 andere Ethnien gemeinsam gegen Hass und für Toleranz. Es ist ein komplexes Thema, das Kaboré mit systematischen Recherchen und sorgfältiger Wortwahl behandelt.

Ein Völkermord wie in Ruanda darf nie wieder passieren

Der Völkermord von Ruanda hat auch in Burkina Faso tiefe Spuren hinterlassen. Im Jahr 1994 wurden dort, angestachelt von einem Radiosender, 75 Prozent der ethnischen Minderheit der Tutsi ermordet. Insgesamt starben laut Schätzungen zwischen 800.000 und 1 Mio. Menschen. Im Jahr 2000 startete der Deutsche Entwicklungsdienst (DED) in Burkina Faso eine Initiative zur Qualifizierung von Journalistinnen und Journalisten, um einen solchen Völkermord in Zukunft zu verhindern. Medienschaffende sollten sich ihrer Verantwortung bewusst sein. Sie sollten wissen, dass sie die Macht haben mit ihren Berichten die öffentliche Meinung zu beeinflussen, Stimmungen anzuheizen, aber auch zu deeskalieren. Sieben Jahre später stellten Mitglieder der Initiative ihre eigene Organisation auf die Beine: das Réseau d'Initiatives de Journalistes (RIJ). Das Journalismusnetzwerk ist heute Projektpartner der DW Akademie. Das Ziel: die Qualität der Berichterstattung und die Medienangebote zu verbessern.

Mittlerweile hat das RIJ 300 ehrenamtlich engagierte Mitglieder aus Radio, Fernsehen, Print- und Onlinemedien. Eine von ihnen ist Romaine Raissa Zidouemba, jahrelang Radiojournalistin bei RTB und seit Januar 2019 Koordinatorin beim RIJ. „Mit Unterstützung der DW Akademie haben wir einen Trainerpool aufgebaut. Wir bieten Fortbildungen zu konfliktsensitivem Journalismus an und zu ‚Mobile Reporting‘, der Berichterstattung mit dem Handy. Außerdem bilden wir Trainerinnen und Trainer aus.“

Radioreporter Kaboré ist heute für die Kommunikation des RIJ zuständig. Er kennt die Ziele des Verbandes sehr gut. 2017 war das noch anders. Damals reichte er dort eine seiner Reportagen für den „PaxSahel-Preis“ ein, einen Wettbewerb für konfliktsensitiven Journalismus, der vom RIJ mit Unterstützung der DW Akademie ins Leben gerufen wurde. „Ich habe den Preis gewonnen, obwohl ich nicht mal wusste, was konfliktsensitiver Journalismus eigentlich bedeutet!“

Für Kaboré war es schon immer wichtig, bei seinen Recherchen verschiedene Betroffene zu befragen, Quellen zu prüfen und

STECKBRIEF

Burkina Faso, Mali, Niger

Wer setzt Projekte um?

- Réseau d'Initiatives de Journalistes (RIJ) (Burkina Faso), Réseau des journalistes sensibles aux conflits (Niger) und Réseau SKBo (Mali, Côte d'Ivoire und Burkina Faso) sind drei Journalisten-Netzwerke in der Sahelzone, die sich auf konfliktsensitiven Journalismus spezialisiert haben.

Wie funktioniert das Projekt?

- Seit 2014 lernen Journalistinnen und Journalisten, die für führende Medien und ausgewählte Community-Radios arbeiten, mit dem Handy Berichte zu erstellen und konfliktsensitiv zu berichten. Sie setzen so der zunehmenden Gewalt in ihren Heimatländern Burkina Faso, Mali und Niger etwas entgegen.
- Die besten Teilnehmenden der Fortbildungen werden zu Trainerinnen und Trainern ausgebildet.
- Der Projektträger Réseau d'Initiatives de Journalistes entwickelt die Webseite paxsahel.com, auf der gründlich recherchierte, ausgewogene und konflikt-sensitive Beiträge online zur Verfügung gestellt werden.

Welche Schwierigkeiten bestehen?

- Burkina Faso, Mali und Niger werden zunehmend von islamistisch motiviertem Terrorismus bedroht. In den nördlichen Provinzen von Burkina Faso gibt es fast täglich Angriffe, besonders gegen Schulen und andere staatliche Einrichtungen.

- In den vergangenen drei Jahren haben drei große Anschläge in der Hauptstadt Ouagadougou das friedliche Zusammenleben der Menschen in Burkina Faso nachhaltig erschüttert.
- In allen drei Staaten werden zunehmend größere Teile des Landes zu Sperrgebieten erklärt, in denen eine Arbeit der DW Akademie kaum noch möglich ist.

Was hat das Medienprojekt bewirkt?

- Das Réseau d'Initiatives de Journalistes ist in Burkina Faso der bislang einzige Verband, der konflikt-sensitive Beiträge von Journalistinnen und Journalisten unterstützt und diese online zur Verfügung stellt. Dank einer zunehmend professionellen Berichterstattung wird die Öffentlichkeit unabhängig und ausgewogen informiert. Dies leistet einen wichtigen Beitrag zur konstruktiven Konfliktbewältigung.

Welche Highlights gibt es?

- Seit 2016 verleiht das Réseau d'Initiatives de Journalistes den „Pax Sahel“-Preis für konfliktsensitiven Journalismus. Über die Preisverleihung im November 2019 haben alle wichtigen burkinischen Medien berichtet. Staatsminister Siméon Sawadogo stand Pate für den Abend und hat die Arbeit der Journalistinnen und Journalisten als wichtigen Beitrag zur Deeskalation der Konflikte gewürdigt.
- Ein Trainerpool für konflikt-sensitive Berichterstattung ist entstanden. Die Trainerinnen und Trainer der Netzwerke werden von lokalen und internationalen Organisationen eingesetzt.

➔ rij-burkina.org

anschließend unabhängig zu berichten. „Früher habe ich aber eher nach Bauchgefühl berichtet“, sagt er. Seit der Preisverleihung hat Kaboré an zwei Ausbildungen zu konfliktsensitivem Journalismus teilgenommen – mit nachhaltigem Erfolg. Heute schreibt er seine Reportagen noch bewusster und achtet bei seinen Radiomoderationen auf jedes Wort. „Der Fokus meiner Berichterstattung sind nun nicht mehr die Probleme, sondern mögliche Lösungen“, fügt er hinzu, „und ich vermeide beleidigende Ausdrücke und Vorurteile.“

Konfliktsensitiver Journalismus ist eine gewaltige Aufgabe

Im Westen des Landes, in Bobo Dioulasso, der zweitgrößten Stadt Burkina Fasos, arbeitet Kaborés Kollege Abdoulaye Quattara. Er ist dort Korrespondent bei dem Radiosender „Ouaga FM“ und inzwischen auch ein erfahrener Trainer der DW Akademie. Quattara ist diesmal für die Fortbildung „Mobiler Journalismus für Fortgeschrittene“ in die Hauptstadt gefahren und hat dafür eine fünfstündige Autofahrt über holprige

Pisten auf sich genommen. Wenn er unterwegs anhält, um sich die Beine zu vertreten, wird der Journalist von den Menschen am Straßenrand erkannt. Handys werden gezückt und Selfies geschossen. Die Leute wollen ein Foto mit Quattara. Denn er moderiert nicht nur im Radio, er ist auch Mitorganisator eines im Land beliebten Märchenfestivals und wird regelmäßig in TV-Talkshows eingeladen. „Wenn du nach dem Volksaufstand 2014 von neutraler Berichterstattung und von Frieden gesprochen hättest, wärst du verdächtigt worden, die Regierung zu unterstützen“, erklärt er. Heutzutage verstehe die Bevölkerung besser, dass die Presse eine unabhängige Rolle haben und weder für noch gegen die Regierung eingestellt sein soll, freut er sich über die Entwicklung.

Das RIJ ist bislang der einzige Verband in Burkina Faso, der konflikt-sensitive Beiträge von Journalistinnen und Journalisten unterstützt und online zur Verfügung stellt. Jedes Jahr werden um die 36 Journalistinnen und Journalisten kontinuierlich geschult. Artikel für Artikel wird besprochen, analysiert und korrigiert. Erst dann wird veröffentlicht. „Wenn man sich die ersten Berichte anschaut und sie mit denen vergleicht, die





Romaine Raissa Zidouemba koordiniert das Journalistennetzwerk RIJ.

ein Jahr später geschrieben werden, ist das ein großer Unterschied“, sagt RIJ-Koordinatorin Romaine Raissa Zidouemba. „Nach einer Weile achten die Journalistinnen und Journalisten von ganz alleine darauf, keine beleidigenden oder diskriminierenden Worte zu benutzen und befragen eben auch nicht nur Regierungsmitglieder oder Dorfvorstehende, sondern auch Leute auf der Straße“, fährt sie fort.

„Medienschaffende sollten sich ihrer Verantwortung bewusst sein. Sie sollten wissen, dass sie die Macht haben mit ihren Berichten die öffentliche Meinung zu beeinflussen, Stimmungen anzuheizen, aber auch zu deeskalieren.“

Die Trainings für konfliktsensitive Berichterstattung sind auch in den Nachbarländern Mali und Niger beliebt. Alle drei Länder haben ähnliche Probleme – Terrorismus, krisenbedingte Migration und gesellschaftliche Spannungen, erklärt Romaine Raissa Zidouemba. Damit sich Journalistinnen und Journalisten vernetzen können, startete das RIJ im Jahr 2015 die Webseite paxsahel.com, ein grenzüberschreitendes Projekt zur Förderung des friedlichen Umgangs mit Konflikten. Journalistinnen und Journalisten aus der Sahelzone können hier Informationen teilen, Erfahrungen austauschen, gemeinsam Artikel verfassen und dann online stellen. Zurzeit wird die Webseite professionalisiert. Zu finden sind in Zukunft auch aktuelle Informationen rund um die Sahelzone und die Lage der Presse, Expertenanalysen sowie Tutorials und Dokumentationen – natürlich alles in konfliktsensitiver Sprache.

„Berichterstattung zu Konflikten ist eine langwierige Arbeit“, weiß RIJ-Vorstandsfrau Romaine Raissa Zidouemba. Bisher konzentrierte sich die Arbeit des RIJ darauf, mehrere Community-Radios im Norden des Landes durch eine Qualifizierung und Professionalisierung der festen und freien Mitarbeitenden zu unterstützen. Außerdem bauten die Journalistinnen und Journalisten die Website auf. Mit dem immensen Aufschwung der Sozialen Medien steht dem RIJ nun aber eine neue Aufgabe bevor.

„Die Bevölkerung in Burkina Faso möchte Situationen verstehen. Sie sucht nach Informationen, nicht nur in den großen nationalen Medien, sondern auch in den Sozialen Medien“, sagt Boureima Salouka, der lokale Koordinator der DW Akademie. Im Vorfeld der Präsidentschaftswahlen 2020 hat er eine große Aufgabe: Salouka koordiniert eine Ausbildungsreihe zum Faktencheck. „Unsere Community, das sind Journalistinnen und Journalisten, sowie bekannte Bloggerinnen und Blogger. Wir wollen Informationen systematisch auf ihren Wahrheitsgehalt prüfen und entwickeln eine digitale Plattform, wo wir verifizierte Artikel und Statements von öffentlichen Personen publizieren werden. Durch diese Verifizierung hoffen wir auf eine qualitativ bessere Wahlberichterstattung.“

Es ist eine gewaltige Herausforderung, vor der die engagierten Journalistinnen und Journalisten in Burkina Faso stehen. Das wichtigste ist: sie haben sie angenommen.



Vanecia Cooper und Susarah Fleermuys erhoffen sich durch MiLLi* Trainings bessere Jobchancen.

© D. Wittek

NAMIBIA

MiLLi* ist Kult!

Ein Medienprojekt für Jugendliche made in Namibia wird zum Erfolgsschlager

Autorin **Dagmar Wittek**

FÜR EILIGE

Opeyemi Toriola, auch Tangi genannt, hat als Student viel Geld verloren, weil er einer fiktiven Internetschönheit auf den Leim gegangen ist. Heute würde ihm das nicht mehr passieren. Tangi ist mittlerweile Trainer bei MiLLi*, einem namibischen Netzwerk, in dem engagierte junge Menschen einen reflektierten Umgang mit Medien fördern. Die MiLLi*-Jugendlichen können Betrug, Falschnachrichten und Hassrede erkennen. Sie produzieren eigene Berichte, können ihr Wissen weitergeben und selbstbewusst präsentieren.

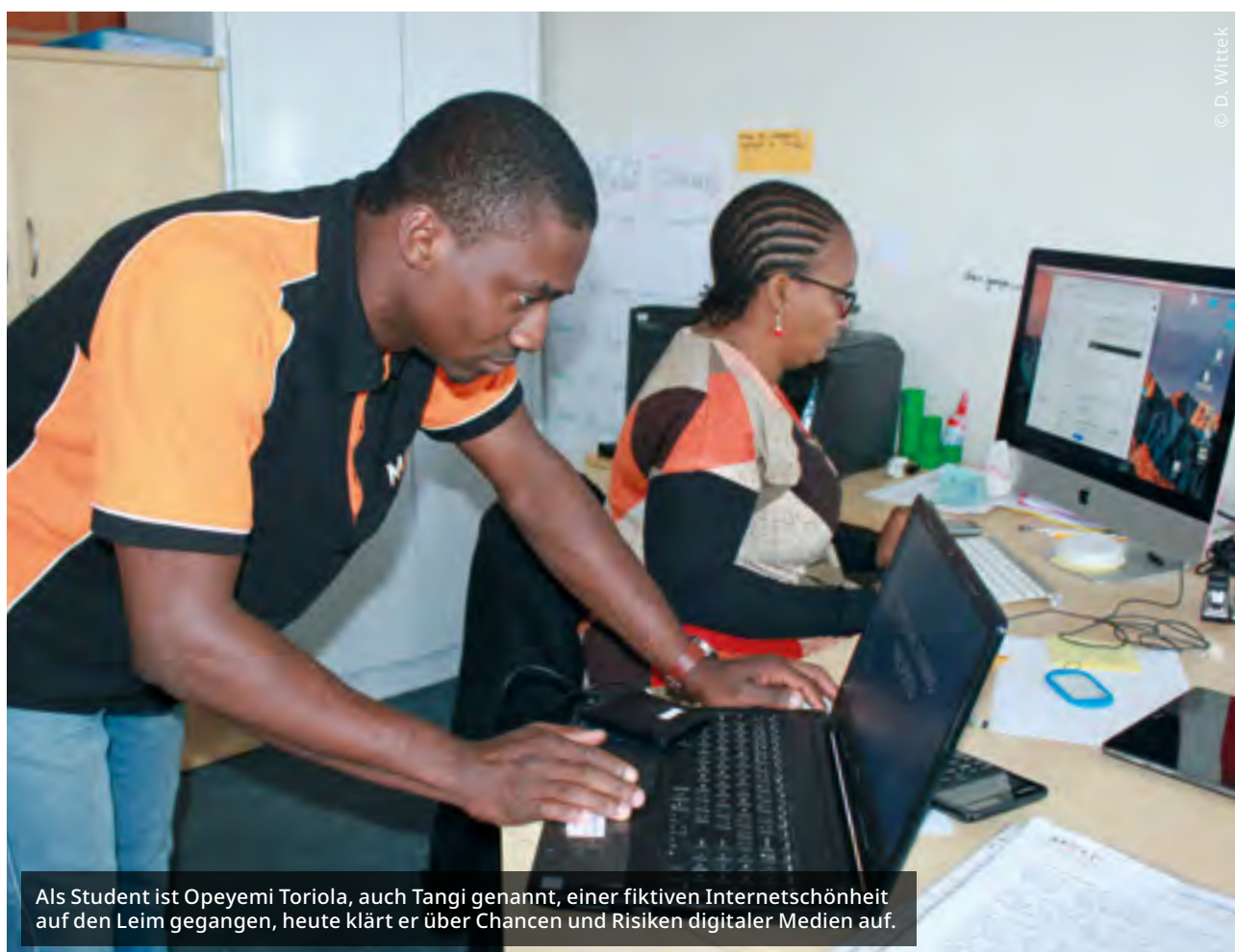
Die namibische Initiative MiLLi* hat Medienkompetenz ins Rollen gebracht. Durch ein Schneeballprinzip haben in nur drei Jahren fast 1.000 Jugendliche in allen Regionen Namibias gelernt, Medien kritisch und reflektiert zu nutzen. Inzwischen zieht das Projekt noch größere Kreise und begeistert auch außerhalb der Landesgrenzen. In fünf weiteren afrikanischen Ländern hat MiLLi* bereits Interesse geweckt und arbeitet an Kooperationen.

Tangi hat seinen unbedarften Umgang mit WhatsApp teuer bezahlt. 2015 kam der Nigerianer, der mit vollständigem Namen Opeyemi Toriola heißt, zum Studieren nach Namibia. Freunde hatte der aufgeschlossene, immer fröhlich wirkende Tangi schnell gefunden. Ruckzuck war er in diversen Sozialen Medien und Gruppen vernetzt. Per WhatsApp bandelte er mit einem Mädchen aus dem Norden des Landes an. Monatelang flirteten sie. Die von ihr geschickten Bilder waren verführerisch. Das Mädchen forderte Tangi wiederholt auf, ihr Geld zu schicken, damit sie ihr Handy-Guthaben aufladen, ihm weiterhin Nachrichten schicken und ihn in Namibias Hauptstadt Windhuk besuchen kann. „Naiv wie ich war, habe ich das gemacht“, erzählt der 25-jährige Tangi heute etwas ver-

schämt. „Ich habe schlicht alles für bare Münze genommen, was ich in den Sozialen Medien gesehen habe“, sagt er. Doch das Mädchen hat es nie gegeben. Tangis Geld war weg. Er war Opfer von sogenanntem „Catfishing“ geworden. Er war einer fiktiven Internetidentität auf den Leim gegangen.

Der Umgang mit Medien will gelernt sein

Heute würde ihm das nicht mehr passieren, sagt er lachend, während er durch sein Handbuch für MiLLi*-Medientrainings blättert. MiLLi*, das steht für „Media and Information Literacy Learning Initiative“, eine Kooperation des College of the Arts



Als Student ist Opeyemi Toriola, auch Tangi genannt, einer fiktiven Internetschönheit auf den Leim gegangen, heute klärt er über Chancen und Risiken digitaler Medien auf.



MiLLi*-Gründer Joost van de Port freut sich, dass eine wahre MIL Gemeinde in Namibia entstanden ist.

(COTA) in Windhuk mit der DW Akademie. Durch MiLLi* lernen junge Menschen, verantwortungsbewusst und kritisch mit Medien umzugehen. Denn genau das ist das Ziel von Medienkompetenz beziehungsweise Media and Information Literacy (MIL). Tangi ist seit der Gründung 2016 mit Herz und Seele dabei, vor allem, weil er nicht will, dass andere ähnlich schlechte Erfahrungen machen wie er: „Ich hatte so die Nase voll von der digitalen Welt, aber dann kam MiLLi*.“

Nachdem er beim örtlichen Jugendverband in Okahandja einen Flyer für die MiLLi*-Summer School gesehen hatte, war er einer der ersten, der über den nationalen Jugendverband National Youth Network in die MiLLi*-Summer School geschickt und dort in einem zehntägigen Intensivkurs zum Medientrainer für Jugendgruppen ausgebildet wurde. Heute ist er einer der erfahrensten Trainer. Landesweit bringt er anderen Jugendlichen in dreitägigen Workshops spielerisch und praktisch mit Hilfe der eigens für MiLLi* entwickelten Lehr- und Trainingsbücher bei, wie sie falsche von wahren Nachrichten unterscheiden können, welche Regeln beim posten, chatten und diskutieren in Foren helfen und wie sie selbst Beiträge produzieren. Trainingsmodule gibt es zu Fotografie, Radio, Video und Musik sowie Sozialen Medien.

MiLLi*-Trainer Tangi studiert mittlerweile Film am College of the Arts in Windhuk. Bei seinen Kommilitoninnen und Kommilitonen gilt er als derjenige, der immer alles kritisch hinterfragt, als jemand mit enormer Medienkompetenz. Viele wollen es ihm gleichtun und würden auch gerne bei MiLLi* mitmachen. Darauf ist Tangi stolz, denn: „Wenn wir Namibia, Afrika und letzt-

lich die Welt lebenswerter machen wollen, dann müssen wir von der Basis heraus, in kleinen Schritten dazu beisteuern, eine besser funktionierende, verantwortungsvollere Gesellschaft zu schaffen.“

„Das Sternchen (*) hinter dem MiLLi ist kein Hinweis auf eine Fußnote, sondern steht für Exzellenz.“

Häufig sind die Jugendlichen nach Tangis Workshops so begeistert, dass sie sich bei der Summer School für einen Trainerlehrgang bewerben, um später anderen Jugendlichen einen kompetenten Umgang mit Medien beizubringen. Für die Summer School werden aber nur die Besten ausgewählt – auf jeden Platz kommen mehr als drei Bewerberinnen und Bewerber. Ein wichtiges Auswahlkriterium ist, ob sich die jungen Menschen bereits in der Jugendarbeit in ihren Gemeinden, in lokalen Medien oder auch Kirchengemeinden engagieren. In drei Jahren wurden so bereits rund 90 Trainerinnen und Trainer ausgebildet. Etwa 1.000 Jugendliche in ganz Namibia haben ihre Medienkompetenz verbessert. MiLLi* sei zur richtigen Zeit gekommen, sagt Pecka Semba, Regionalbeauftragter beim namibischen Bildungsministerium. „Wir leben in einer Ära der Medien-, Informations- und Technologieexplosion. Täglich sehen und teilen wir Themen in den Sozialen Medien, für die wir uns schämen sollten: Hassrede, Cyber-Bullying und so weiter.“

Durch MiLLi* ist ein weit verzweigtes Netzwerk junger Menschen entstanden, das sich auch auf die kleinen Dörfer

erstreckt. MiLLi*-Schulungen gelten nicht als öde Lehrinheit, sondern sind inzwischen Kult. Sie machen Spaß, sind lebensnah und praktisch. Denn anders als im üblichen Frontalunterricht in überfüllten Klassenräumen sind die Gruppen, mit bis zu 12 Teilnehmenden, überschaubar und setzen auf einen Dialog zwischen den Jugendlichen. Die Trainerinnen und Trainer tragen ihre orange-schwarzen MiLLi*-Poloshirts mit Stolz. MiLLi*s wissen natürlich: das Sternchen (*) hinter dem MiLLi ist kein Hinweis auf eine Fußnote, sondern steht für Exzellenz. Es gibt sogar eine MiLLi*-Hymne. Alle kennen sie, alle schwingen im Rhythmus mit.

Die Begeisterung der Jugendlichen aus allen Ecken des Landes hat es ermöglicht, eine der größten Herausforderungen Namibias zu meistern: die große Kluft zwischen den Städten und den ländlichen Regionen zu überbrücken. MiLLi*-Gründer Joost van de Port, ein hemdsärmeliger und von der Sonne gebräunter Niederländer, einst Leiter des Instituts für Medienstudien am College of the Arts in Windhuk, freut sich. Genau so war es gedacht, dass „Jugendliche auch fernab der Städte die Chancen und Risiken der Medien, wie Radio, TV und Internet, erkennen und für sich nutzen lernen.“

MiLLi* erhöht die Jobchancen

270 Kilometer südlich von Windhuk, entlang des Highways liegt Mariental, ein 12.000-Seelen-Städtchen. Durch die Straßen fegt der Wind der Kalahari. Ein Supermarkt, ein Bekleidungsgeschäft, mehrere Getränkemärkte und viele Läden für Autozubehör und landwirtschaftliche Maschinen. Der Ort bietet Jugendlichen nur wenige Freizeitmöglichkeiten. Dabei machen die unter 35-Jährigen mehr als 70 Prozent der Bevölkerung aus. In unmittelbarer Nähe des Bahnhofs, an dem nur selten Züge halten und Grashalme wild zwischen den Gleisen wuchern, liegt die öffentliche Bibliothek. Sie ist in einem einstöckigen, quadratischen Bau untergebracht. Das unscheinbare Gebäude ist bei jungen Einheimischen beliebt. Hier tummeln sich Dutzende Kinder und Jugendliche in Schuluniform. Die meisten tippen eifrig auf ihren Handys. Die knapp ein Dutzend öffentlichen Computerplätze sind alle belegt.

Auch Susarah Fleermuys ist regelmäßig hier. „Ich bin ein Social Media Freak“, sagt sie über sich selbst. Google, YouTube, Facebook, WhatsApp – sie verbringe die meiste Zeit des Tages an ihrem Smartphone, hier in der Bibliothek, dem einzigen Ort in Mariental mit kostenlosem Internetzugang. Seit Jahren ist sie

STECKBRIEF

Namibia

Wer setzt Projekte um?

- MiLLi* ist die Media and Information Literacy Learning Initiative, die die Medienkompetenz von Jugendlichen fördert.

Wie funktioniert das Projekt?

- Seit dem Jahr 2016 lernen Jugendliche in praxisnahen Workshops, Medien bewusst, kritisch und analytisch zu nutzen, sowie das Wissen über Medienkompetenz (auf Englisch: Media and Information Literacy, kurz MIL) an andere Jugendliche weiterzugeben.
- Die Workshops werden von MiLLi*, einem namibischen Verein, der von Partnerorganisationen und früheren Teilnehmenden betrieben wird, organisiert.

Welche Schwierigkeiten bestehen?

- Medienkompetenz erhält derzeit wenig Aufmerksamkeit und hat kaum Priorität im namibischen Bildungswesen.

Was hat das Projekt bewirkt?

- In nur drei Jahren hat MiLLi* etwa 1.000 Jugendliche in ganz Namibia erreicht und rund 90 junge Trainerinnen und Trainer ausgebildet. Die Jugendlichen gehen reflektiert mit Medien um und erkennen Falschnachrichten und Hassrede. Sie produzieren selbst Beiträge

und können ihr Wissen weitergeben und selbstbewusst präsentieren.

- Die Mitarbeit bei MiLLi* wird als Chance gesehen, sich persönlich und beruflich weiterzuentwickeln und gilt als Pluspunkt bei der Jobsuche.
- Interessensgruppen und Nichtregierungsorganisationen engagieren sich zunehmend auf politischer Ebene für Medienkompetenz und setzen sich für eine Verankerung im Bildungssystem ein.

Welche Highlights gibt es?

- MiLLi* leistet mit seinem Modell echte Pionierarbeit. Die Vermittlung von Medienkompetenz durch praktisches Peer-to-Peer-Learning außerhalb der Schule, das Entstehen einer MIL-Community und der hohe Grad an Selbstorganisation sind bislang einmalig in Afrika.
- Die Jugendlichen sind stolz, MiLLi*-T-Shirts zu tragen und zur MiLLi*-Familie – der FaMiLLi* – zu gehören. Das Konzept ist so erfolgreich, dass eine landesweite MIL-Community entstanden ist, die nun sogar über die Landesgrenzen hinweg expandiert.
- MiLLi* dient als Modell und Pilot für andere afrikanische Länder – 2019 setzte MiLLi* Kooperationsprojekte in Burkina Faso, der Elfenbeinküste, Uganda, Ghana und Lesotho um.

➔ facebook.com/millinamibia



MiLLi*-Trainer Simon Paulus

WIRKUNGS DATEN

Medienkompetenz: Im Jahr 2018 haben 520 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren junger Menschen in 12 Ländern Medienkompetenz (auf Englisch: Media Information Literacy, kurz MIL) vermittelt. Ca. 7.400 Jugendliche können infolge dieser Trainings nun verantwortungsvoller mit Medien umgehen. Sie analysieren Inhalte gezielter, treffen fundierte Entscheidungen und können Gerüchte und Propaganda von objektiven Nachrichten unterscheiden. Sie haben die Chance, ihr Recht auf Meinungsfreiheit und Zugang zu Information besser wahrzunehmen. Im formalen Bildungssystem haben zudem ca. 172.000 Schülerinnen und Schüler im Rahmen ihres Lehrplans an MIL-Klassen teilgenommen.

Länder: Burundi, Guatemala, Jordanien, Kambodscha, Kirgisistan, Libanon, Moldawien, Namibia, Palästinensische Gebiete, Serbien, Tunesien, Ukraine

auf Jobsuche. Susarah Fleermuys lebt – so wie nahezu alle in ihrer Familie – von der Hand in den Mund. Die meisten ihrer Verwandten sind arbeitslos oder schlagen sich mit Gelegenheitsjobs auf den umliegenden Schaf- und Rinderfarmen durch. Bei einer Arbeitslosenquote von mehr als 33 Prozent geht es darum, irgendwie einen Job zu ergattern. Eine Bekannte hatte Susarah Fleermuys erzählt, dass sie durch MiLLi* ihre Jobchancen erhöhen kann. Susarah Fleermuys meldet sich daraufhin bei einem Workshop an. Sie möchte sich nicht nur einen kritischen Umgang mit Sozialen Medien aneignen, sondern auch lernen, selbstbewusster aufzutreten und ihre Stärken besser zu präsentieren. MiLLi* betrachtet sie als Chance für ein besseres Leben.

Heute geht die 29-jährige mit ihrer Freundin zu einem Workshop mit MiLLi*-Trainer Simon Paulus. Die neue Teilnehmerin lernt dort Grundlagen über Bildkomposition und Perspektivität – welche Botschaft soll das Bild aussenden, wie wirkt es? Es geht um Fragen und Techniken, die den kritischen Umgang mit Bildern, das Reflektieren und Analysieren schulen. Simon leitet die Workshops nebenberuflich. Sein Haupteinkommen verdient er als Sozialarbeiter bei einer Telefon-Hotline. „MiLLi* hat mich völlig verändert“, erklärt der 33-Jährige. Bevor er etwas poste, denke er immer erst darüber nach, was er damit bezwecke, was der Post für eine Wirkung auf andere habe und ob er wirklich in dem Umfeld, in dem er ihn veröffentlicht, relevant und angemessen sei. „Früher habe ich mich mit Bierflasche in Partylaune auf Facebook gezeigt.“ Das komme jetzt nicht mehr vor, seit ihm klar sei, dass potentielle Arbeitgeber ihn im Internet suchen könnten.

MiLLi* goes Africa

Olivia Ebas (30), Mitglied im Vorstand von MiLLi* und passionierte Trainerin, erzählt, dass in Namibia Soziale Medien häufig zum Schaden anderer genutzt würden, und zeigt auf ihrem Handy eine lange Liste an Tweets und WhatsApp-Botschaften, die exemplarisch sind für Hassrede, Rassismus und Fake News in Namibia: „Das spaltet eine demokratische Gesellschaft und ist ein Nährboden für Streit.“ MiLLi* sei für sie die einzige Organisation im Land, die etwas dagegen tue, die aufkläre und die Grundlagen für ein informiertes Handeln lege.

Dass sich junge Menschen sowohl in den Städten als auch auf dem Land dafür interessieren, Medienkompetenz zu stärken und sie dann als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren an andere weiterzugeben, diesen Domino-Effekt wünscht sich Juliet Amoah auch für ihr Heimatland Ghana. Sie konnte mehrere Trainingseinheiten und Workshops beim College of the Arts in Windhuk miterleben und ist absolut überzeugt: „Ghana braucht MiLLi*. Wir müssen handeln und zwar jetzt.“

Juliet ist eine wortgewandte und resolute Frau, die sich für gute Regierungsführung und einen konstruktiven Umgang mit neuen Technologien engagiert. Sie leitet die ghanaische Nichtregierungsorganisation Penplusbytes. Ihre Erfahrung ist, dass junge Ghanaer unkritisch mit Medien umgehen und Falschmeldungen sowie manipulierten Informationen leicht auf den Leim gehen. „Dass MIL als fester Bestandteil in das Programm am College of the Arts in Windhuk integriert wurde, ist vorbildlich und clever eingefädelt“, urteilt sie. Ihr langfristiges Ziel für Ghana: MIL im nationalen Schulcurriculum zu verankern. Auch Expertinnen und Experten aus Uganda, Burkina Faso, Côte d'Ivoire und Lesotho, Länder in denen die DW Akademie ebenfalls tätig ist, haben sich das namibische Projekt angesehen und begonnen, ähnliche Modelle mit MiLLi* umzusetzen.

Zurück zu Trainer Tangi, der einst Opfer einer fiktiven Internet-identität wurde. Um zu demonstrieren, wie leicht Bilder zu manipulieren sind, zieht er bei Workshops gerne eine Karte aus seinem Werkzeugkasten. Sie zeigt ein Bild, das nicht nur in Namibia, sondern auch in vielen anderen afrikanischen Ländern für enorme Aufregung gesorgt hätte: ein einst auf WhatsApp kursierendes Foto eines angeblich für rituelle Zwecke gekidnappten Kindes. Viele kommentierten das Bild und teilten es. Was nicht ohne Recherche zu sehen war: Das Bild war aus dem Kontext gerissen – es war ein manipulierter Teilausschnitt eines anderen Fotos.

Tangi konnte die weitere Verbreitung auf WhatsApp in seinen Gruppen stoppen, indem er die wahre Geschichte darstellte und Freunde diese vielfach teilten. Das freut ihn noch heute.





Der Weg ins Rampenlicht war für den Waisenjungen Paul Kayonga nicht leicht.

UGANDA

Raus aus dem Klassenzimmer, rein in die Nachrichtenredaktion

Autor **Ole Tangen Jr**

FÜR EILIGE

Paul Kayonga bewarb sich nach seinem Studium der Massenkommunikation bei der Media Challenge, einem Journalistenwettbewerb nach dem Vorbild einer TV-Castingshow. Er gewann, wurde sofort von einem Medienhaus übernommen – und ist heute ein beliebter Fernsehmoderator. Der Wettbewerb wird von der Media Challenge Initiative (MCI) organisiert. Sie hebt sich mit einer Kombination aus praktisch orientierten Fortbildungen und journalistischen Wettbewerben von den traditionellen Weiterbildungsangeboten im Mediensektor Ugandas ab.

Nach einer praktischen Medienausbildung machte Paul Kayonga Karriere. Aus dem unsicher in die Zukunft blickenden Studenten wurde ein beliebter Fernsehmoderator. Der einflussreiche Journalist arbeitet heute bei einem führenden Fernsehsender in Uganda. Stets auf der Suche nach Wahrheit, navigiert er sein Publikum durch die schwierige politische Situation des Landes.

Paul Kayonga arbeitet beim Nile Broadcasting Service (NBS), einem beliebten lokalen Fernsehsender in der ugandischen Hauptstadt Kampala, einer staubigen 1,6-Millionen-Einwohner-Metropole am Ufer des Viktoriasees. Kurz nachdem er in seiner Nachrichtenredaktion im vierten Stock eines Hochhauses ankommt, erhält er eine WhatsApp-Nachricht. Laut seinem Informanten hat ein kleines Reihenhaus Feuer gefangen, Nachbarn haben die Wand durchbrochen, um die Bewohnerinnen und Bewohner zu retten. Die Feuerwehr hat zwar den Brand gelöscht, bevor er sich auf die benachbarten Häuser ausbreitete, aber drei Personen, darunter ein Kleinkind, sind mit schweren Verletzungen in ein örtliches Krankenhaus gebracht worden. Für den jungen Fernsehreporter Kayonga ist diese Nachricht einen Bericht wert. „Für unser Luganda-sprachiges Publikum ist das eine wichtige Geschichte“, sagt er, während er aus der Redaktion eilt, um auf einem Motorradtaxi – einem Boda-Boda – quer durch die Stadt zum Brandort zu fahren.

Zwar ist Englisch die offizielle Landessprache Ugandas, aber von den insgesamt 42 Mio. Einwohnerinnen und Einwohnern, sprechen rund 6 Mio. Luganda – vor allem in der Region um Kampala. Seit knapp zwei Jahren arbeitet Kayonga als Reporter und Fernsehmoderator bei NBS. Da er sowohl Englisch als auch Luganda spricht, liefert er seine Geschichten in beiden Sprachen ab. In nur kurzer Zeit ist der 25-Jährige zu einem Star der nationalen Medienlandschaft geworden. Sein Themenspektrum bei dem erfolgreichen Lokalsender umfasst Korruption und politische Skandale. Aber er berichtet auch von Eilmeldungen, wie dem Häuserbrand heute. Um ein großes und möglichst junges Publikum zu erreichen, werden seine Beiträge auf Facebook und YouTube geteilt und oft auch als Online-Artikel veröffentlicht.

Einen regulären Arbeitstag, der um 9 Uhr morgens beginnt und um 17 Uhr endet, kennen die Menschen in Uganda genauso wenig wie ein festes Angestelltenverhältnis. Dazu ist es nicht einfach, Jobs zu finden. Die mühsame Suche nach Arbeit, um das Überleben zu sichern, wird „Hustling“ genannt. Es ist die bittere Realität für die Jugend des Landes – und mehr als 77 Prozent der Bevölkerung ist jünger als 30 Jahre. Das sogenannte „Hustling“ betrifft auch junge Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten. Sie jagen nicht nur ständig Jobs hinterher, sondern auch aktuellen Geschichten, die Ugandas Machthaber zur Rechenschaft ziehen, und müssen dabei journalistische Standards wahren. Diesen schwierigen Balanceakt muss Kayonga tagtäglich bewältigen.

Zu den Aufgaben der Medien gehöre es, Korruption und politische Ausbeutung aufzudecken. Doch dafür brauche Uganda mehr gutausgebildete, professionelle Reporterinnen und Reporter, die sowohl den Mut als auch das Wissen haben, politische Missstände zu recherchieren, glaubt Kayonga. „Als Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten müssen wir uns ranhalten, um gute Geschichten zu liefern. Wenn wir das richtig machen, dann schaffen wir es, dass junge Menschen ihre Vorurteile überwinden und sich mehr ins politische Gespräch einbringen.“

Der holprige Weg zum Journalismus

Der Weg ins Rampenlicht war nicht leicht für Kayonga. Seine Eltern starben als er noch ein kleiner Junge war und nicht mal in die Schule ging. Paul wurde zu Verwandten nach Mpigi gebracht, einem Handelsplatz, umgeben von kleinen landwirtschaftlichen Betrieben, etwa 30 Kilometer westlich von Kampala. Wie die meisten ländlichen Gebiete Ugandas ist Mpigi eine arme Region, gute Schulen und Ausbildungsplätze sind rar. Die meisten Erwachsenen arbeiten in der Landwirtschaft oder halten sich mit Gelegenheitsjobs über Wasser.

Der kleine neugierige Junge hatte Glück. Jane Nabatanzi wurde auf ihn aufmerksam. Sie ist Direktorin der St. Catherine Sekundarschule. Hier werden Kinder unterrichtet, die kein Schulgeld bezahlen können. „Dieser kleine Junge mit diesen großen Augen. Wie bei einem Chihuahua. Klein, aber auch klug und zäh“, beschreibt Jane Nabatanzi den Jungen. „Er war zwar nicht der beste Schüler, aber ich beschloss, ihm eine Chance zu

WIRKUNGSDATEN

Ausbildung zu Medienprofis: In 14 Ländern hat im Jahr 2018 die DW Akademie 67 praxisorientierte, zeitgemäße Ausbildungsprogramme für Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten unterstützt. 1.150 Studierende an Partnerinstitutionen haben Abschlüsse erworben. Damit ist eine wichtige Grundlage für professionelle und vielfältige Berichterstattung gelegt.

Länder: Bangladesch, Bolivien, Georgien, Ghana, Guatemala, Libanon, Libyen, Mongolei, Myanmar, Namibia, Palästinensische Gebiete, Serbien, Uganda, Ukraine

geben.“ Kayonga bekam ein Stipendium und einen Schlafplatz im Internat. Die Schuldirektorin wurde für ihn zum Mutterersatz und ihr großes Engagement zahlte sich schließlich aus: Kayonga wurde der beste Schüler seines Jahrgangs und erhielt einen Studienplatz an einer renommierten Universität.

Nachdem Kayonga seinen Stiefbruder bei einem lokalen Radiosender moderieren hörte, wollte er Journalist werden. Nach dem Abitur schrieb er sich an der St. Lawrence Universität in Kampala ein und studierte dort Massenkommunikation. So wie viele seiner Mitstudierenden hatte auch Kayonga kurz vor seinem Bachelorabschluss noch keine Ahnung, wie es danach weitergehen sollte, denn die Aussichten, nach dem Studium einen guten Job im Journalismus zu finden, sind gering.

Viel Theorie, wenig Praxis

Uganda hat weitaus mehr Hochschulabgängerinnen und -abgänger als es Beschäftigungsmöglichkeiten für sie gibt. Der Wettbewerb um offene Stellen ist daher hart. Die größte

Hürde für angehende Journalistinnen und Journalisten sind jedoch die fehlenden Möglichkeiten durch ein Praktikum oder eine Hospitanz Berufserfahrung sammeln zu können. Die Studierenden verlassen die Universität zwar mit viel theoretischem Wissen, es mangelt ihnen aber an praktischen Fertigkeiten, die wichtig sind in dem schnelllebigen und sich ständig verändernden Medienumfeld.

Es ist eine paradoxe Situation: Die Absolventinnen und Absolventen bekommen keine Chance, Praxiserfahrungen auf dem Arbeitsmarkt zu sammeln, und genau aus diesem Grund zögern Medienhäuser, sie einzustellen. Abaas Mpindi, Medientrainer und Chef der Media Challenge Initiative (MCI) – einer von der DW Akademie unterstützten jugendorientierten Nichtregierungsorganisation – arbeitet daran, diese Lücke zu schließen.

„Die Mission der Media Challenge Initiative ist, durch Trainings, Beratung und einen Erfahrungsaustausch unter Gleichgesinnten die nächste Journalistengeneration Afrikas aufzubauen. Die Initiative basiert auf dem Wunsch, jungen Journalistinnen und Journalisten eine Plattform bereitzustellen, die ihnen den



Misstände aufdecken: Uganda braucht gut ausgebildete und mutige Journalistinnen und Journalisten.

Zugang zu Stellenangeboten und Praktika ermöglicht“, sagt Abaas Mpindi. Die Media Challenge Initiative bietet an den meisten Universitäten und Journalistenschulen Ugandas praktische Schulungen mit dem Fokus auf Videoproduktion, dem Schreiben von Texten und On-Air-Präsentationen an. Das Ziel dabei ist, auf das theoretische Wissen, das an den Hochschulen gelehrt wird, etwa Ethik, Schreibgrundwissen und Recherchemethoden, aufzubauen. Darüber hinaus hat die Media Challenge Initiative ein Netzwerk geschaffen, das seinen Teilnehmenden die Möglichkeit bietet, sich mit Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern zu verlinken. „Die jungen Menschen können noch so begeistert und engagiert sein, aber sie verfügen einfach nicht über die richtigen Kontakte, die notwendig sind, um den ersten Job zu finden“, fügt Mpindi hinzu.

Von der Bühne auf die Leinwand

Während seines letzten Studienjahres fiel Kayonga ein Flyer mit dem Trainingsangebot der Media Challenge Initiative auf. Er zögerte nicht und meldete sich an. Mit einer Kombination aus

Fortbildungen und journalistischen Wettbewerben hebt sich die Media Challenge Initiative von den traditionellen Weiterbildungsangeboten im Mediensektor Ugandas ab. „Es ist genau diese Kombination, die den Austausch zwischen Lehrenden, Studierenden und Medienhäusern fördern kann“, glaubt Dr. Fred Kakooza, Professor für Journalismus an der Makerere Universität, eine der Partneruniversitäten der Media Challenge Initiative. „Die Makerere Universität arbeitet hart an einer guten Ausbildung der Studierenden, aber unsere Möglichkeiten sind personell und finanziell begrenzt“, sagt Kakooza. Viele unserer Studierenden haben an Fortbildungen der Media Challenge Initiative teilgenommen. Sie waren sowohl in den Schulungen als auch bei der Suche nach einem Arbeitsplatz erfolgreich.“

Um sein berufliches Profil zu schärfen, nahm Kayonga an der „Inter-University Media Challenge“ teil, einem ebenfalls von der Media Challenge Initiative organisierten Journalistenwettbewerb, an dem sich Studierende aus 21 Universitäten Ugandas beteiligten. Jedes Jahr werden 1.000 Studierende in Ugandas Universitäten für den Medienmarkt ausgebildet. Die besten von ihnen werden nach ihrem Abschluss eingeladen, ihre

STECKBRIEF

Uganda

Wer setzt Projekte um?

- Die Media Challenge Initiative (MCI) ist eine Nichtregierungsorganisation, die Fortbildungen und Trainings für angehende Journalistinnen und Journalisten anbietet.

Wie funktioniert das Projekt?

- Seit 2016 nehmen Studierende und Absolventinnen und Absolventen im Bereich Journalismus und Kommunikation an journalistischen Trainings teil. Die Besten werden zu dem jährlich stattfindenden „Media Challenge“-Wettbewerb eingeladen und können ihre Arbeit dort live vor Medienakteuren und einem interessierten Publikum präsentieren. Eine Jury entscheidet über den Sieg.
- Die Teilnehmenden der journalistischen Trainings lernen für den Berufsalltag wichtige praktische Fertigkeiten, wie eigene Beiträge zu verfassen oder technisches Equipment zu bedienen.
- Außerdem werden sie Teil eines Netzwerks, das ihnen Kontakte zu potentiellen Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern ermöglicht.

Welche Schwierigkeiten bestehen?

- Lokale Medienunternehmen nutzen die Trainingsprogramme der Media Challenge Initiative zwar auf der Suche nach geeigneten Arbeitnehmerinnen und

Arbeitnehmern, umgekehrt erhält die Media Challenge Initiative von der Medienindustrie jedoch wenig Unterstützung und ist auf Förderung durch andere Geldgeber angewiesen.

Was hat das Projekt bewirkt?

- Die Teilnahme an den MCI-Trainings hat dazu geführt, dass die Teilnehmenden gut ausgebildet ins Berufsleben starten konnten. In den Trainings haben sie ihr theoretisches Wissen aus der Universität mit praktischen Erfahrungen angereichert.
- Etliche Kandidatinnen und Kandidaten des „Media Challenge“-Wettbewerbs wurden bereits bei Medienunternehmen angestellt.

Welche Highlights gibt es?

- Die Abschlussgala des jährlich stattfindenden „Media Challenge“-Wettbewerbs ist zu einem Highlight des Projekts geworden. Nach dem Vorbild einer TV-Castingshow werden bei der Gala journalistische Beiträge im Scheinwerferlicht auf einer Bühne präsentiert – vor laufenden Kameras und einem Publikum, in dem sich die Stars und Sternchen der ugandischen Medienszene versammeln.

➔ mciug.org

neu erworbenen Fähigkeiten im Rahmen der „Inter-University Media Challenge“ zu testen. Nach speziell auf die Challenge zugeschnittenen Trainings wird in Vorentscheiden ausgesiebt. Nur die zwölf besten Absolventinnen und Absolventen schaffen es in die Endauswahl und dürfen ihre Abschlussberichte auf der Bühne präsentieren – ganz nach dem Vorbild einer TV-Castingshow: mit einer Jury, Fernsehkameras und einem jubelnden Publikum.

Kayongas Bericht über die Herausforderungen für Frauen in der Medienbranche, dem Thema des damaligen Wettbewerbs, begeisterte alle. Nachdem die Jury sich zur Beratung zurückgezogen hatte, wurde Kayonga, der seinen besten Anzug und seine schönste Krawatte trug, auf die Bühne gebeten und als „bester politischer Reporter“ ausgezeichnet. „Die Media Challenge Initiative hat mir ein tolles Fortbildungsprogramm ermöglicht, das mich an mein Ziel gebracht hat. Es hat mich aus dem Klassenzimmer in den Newsroom katapultiert“, sagt er.

„Die Mission der Media Challenge Initiative ist, durch Trainings, Beratung und einen Erfahrungsaustausch unter Gleichgesinnten die nächste Journalistengeneration Afrikas aufzubauen.“

Bei der Preisverleihung waren auch Mitarbeitende des Nile Broadcasting Service (NBS) anwesend. Als sie Kayonga sahen, wurde ihr Interesse an dem energiegeladenen Studenten geweckt. Er konnte nicht nur professionell Nachrichten präsentieren, sondern dabei – trotz Wettbewerbsstress – auch noch

ruhig bleiben. Sie boten ihm sofort ein dreimonatiges Praktikum an. Danach bekam er ein Angebot für eine Vollzeitstelle.

Kayongas Leistungen bei dem Nachrichtensender überzeugten Joseph Kigozi, den Chefstrategen der Muttergesellschaft von NBS, von Anfang an. „Ich habe miterlebt, wie er Geschichten geschrieben hat, die normalerweise von zehn Jahre älteren Journalistinnen und Journalisten gemacht werden. Er hat keine Angst davor, er nimmt die Herausforderungen an“, sagt Kigozi.

Uganda braucht gut ausgebildete Journalistinnen und Journalisten

Politik war immer schon eine Leidenschaft von Kayonga, der sich regelmäßig Reportagen im Radio anhört, sowie Zeitungen und Geschichtsbücher liest. Aber in Uganda über Politik zu berichten, kann gefährlich sein. Vor allem unter der Herrschaft von Präsident Yoweri Museveni, dessen Partei seit 33 Jahren an der Macht ist. Da demokratische Kontrollinstanzen so gut wie nicht vorhanden sind, ist es die Aufgabe der Medienschaffenden und auch der Zivilgesellschaft, von der Regierung Rechenschaft einzufordern.

Anfang des Jahres 2019 wurden Kayongas Kollege Solomon Serwanja und ein drei-köpfiges BBC-Team von Sicherheitsbeamten angegriffen und festgenommen. Der Grund waren Recherchen über den Diebstahl verschreibungspflichtiger Medikamente durch Regierungsbeamte. Die vier wurden später freigelassen und durften ihre Untersuchungen fortsetzen.



Abaas Mpindis Mission: professionellen Journalismus fördern.



Der schnellste Weg: mit dem Boda Boda, einem Motorradtaxi zum Interview.

Als Resultat veröffentlichte NBS gemeinsam mit der Investigativabteilung „Africa Eye“ von BBC den bahnbrechenden Artikel „Von den Kranken stehlen“ – ein entlarvender Bericht über die Gier korrupter Regierungsmitglieder. Ihre Enthüllungen führten zu einem öffentlichen Aufruhr infolgedessen die Polizei und die betroffenen Regierungsbehörden letztendlich handelten. Es kam zu Entlassungen und Verhaftungen beteiligter Beamter.

„Zu den Aufgaben der Medien gehöre es, Korruption und politische Ausbeutung aufzudecken. Doch dafür brauche Uganda mehr gutausgebildete, professionelle Reporterinnen und Reporter.“

„Wir müssen objektiv berichten und alle Parteien zu Wort kommen lassen, aber am allerwichtigsten ist die Wahrheit. Niemand in der Regierung kann sich über eine Geschichte beschweren, in der wir nichts anderes machen, als Fakten darzulegen“, sagt Kayonga. Er ist immer noch geschockt, wenn er daran denkt, wie brutal sein Kollege Solomon Serwanja von Sicherheitsbeamten in Zivil eingeschüchtert wurde. Kayonga selbst war zwar nicht an den Enthüllungen des Medikamentenskandals beteiligt, aber auch er wurde bereits wegen seiner Berichte von Sicherheitsbeamten besucht.

Kayonga arbeitet in einer Branche, die sich ständig verändert. Er hofft, dass er sein journalistisches Know-How und seine Kenntnisse über Politik und Geschichte noch weiter ausbauen kann. Sein Ziel ist es, noch einen Masterabschluss zu machen. Das gelingt nur wenigen der bereits arbeitenden Journalistin-

nen und Journalisten in Uganda. Außerdem möchte er andere Länder bereisen und so seinen Horizont erweitern: „Uganda ist nur ein kleines Land in einer großen Welt“.

Kayonga ist ehrgeizig und arbeitet hart daran, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln. Jeden Tag beginnt er seine journalistische Arbeit mit jugendlichem Elan.

Nachdem er Zeugen des Hausbrandes befragt hat, springt er zurück auf sein wartendes Motorradtaxi und fährt schnurstracks zu einer Pressekonferenz in der Interpol-Zentrale. Gleich danach folgt ein Interview mit einem politischen Analysten. Dann geht es zurück in die Redaktion. Das Manuskript muss geschrieben und der Bericht fertig gestellt werden, bevor Kayonga sich wieder auf den Weg macht – der nächsten Story auf der Spur.



Gunjidmaa Gongor, kurz Gunjee, nimmt als Presserätin Beschwerden gegen Medienberichte entgegen.

© DW/P. Aldenrath

MONGOLEI

Eine Brücke zwischen Medien und Bevölkerung

Autorin **Petra Aldenrath**

FÜR EILIGE

Zitieren Medien falsch, machen unethische, diskriminierende oder gar falsche Aussagen, kann sich die mongolische Bevölkerung seit 2015 an den mongolischen Medienrat wenden. Presserätin Gunjidmaa Gongor nimmt dort Beschwerden an und bittet die Medien um Stellungnahme. Anfangs bekam sie Anrufe wütender Medienmogule, die sich gegen jegliche Einmischung zur Wehr setzten. Heute ist der Medienrat eine anerkannte Institution. Er hat einen Pressekodex mit ethisch-journalistischen Grundsätzen verabschiedet, stärkt damit den Zugang zu verlässlichen Informationen und dient als Brücke zwischen Medien und Bevölkerung.

Als Direktorin des mongolischen Medienrats setzt sich Gunjidmaa Gongor für eine objektive, unabhängige und verantwortungsvolle Berichterstattung ein. Die noch junge Institution bearbeitet Beschwerden gegen Medienbeiträge, setzt journalistische Standards und trägt so dazu bei, dass die Bevölkerung ausgewogen und verlässlich informiert wird. Keine leichte Aufgabe in einem Land, in dem die Medien von Interessen Dritter geprägt sind.

Erstmal das Fenster auf und die Vorhänge zur Seite. Gunjidmaa Gongor liebt frische Luft und Tageslicht. Sie klappt ihre Akten tasche auf, holt das Notebook raus, schaltet das Handy auf lautlos und legt Papier und Stift auf den Tisch. Gunjidmaa Gongor, auch Gunjee genannt, ist geschäftsführende Direktorin des mongolischen Medienrats. Sie teilt sich ein Ein-Zimmer-Büro mit drei Mitarbeiterinnen und weicht daher für Besprechungen gerne in das Nebenzimmer einer Teestube aus, die fünf Minuten entfernt liegt. 1,5 Mio. Einwohnerinnen und Einwohner leben in der mongolischen Hauptstadt Ulaanbaatar. Der eigentliche Stadtkern ist vergleichsweise klein. Auf dem Weg zur Teestube überquert Gunjee die Friedensallee mit den vielen Straßenständen, die alles verkaufen, angefangen von Plastikspielzeug über Töpfe und Nüsse bis hin zu gegrilltem Hammelfleisch. Dann geht es quer über den Sukbataar-Platz, am Parlamentsgebäude vorbei und noch einmal um die Ecke. Die Bedienung grüßt und stellt Schwarztee und Instantkaffee auf den Tisch.

Gunjee nimmt einen Schluck Tee und erzählt. 2015 wurde der mongolische Medienrat, der Media Council of Mongolia (MCM), gegründet. Sie war von Anfang an dabei. Seit 2018 ist sie die

geschäftsführende Direktorin des Medienrats, dessen Aufgabe es ist, Beschwerden gegen Medienberichte entgegenzunehmen, denen vorgeworfen wird, falsch, unethisch oder diskriminierend zu sein. Mit ihrer Arbeit setzt Gunjee journalistische Standards. Keine leichte Aufgabe in einem Land, in dem die Medienberichterstattung von Interessen Dritter geprägt ist, in dem Politiker Druck auf Medien ausüben und viele Journalistinnen und Journalisten sich kaufen lassen – entweder damit sie schweigen oder umgekehrt für gezielte Medienkampagnen gegen politische Gegner. All das führt dazu, dass es dem Journalismus in der Mongolei an Unabhängigkeit, Objektivität und ethischer Verantwortung mangelt.

„Bevor es uns gab, haben die Medien in ihrer eigenen Blase gearbeitet. Die Journalistinnen und Journalisten sind Gerüchten und Verschwörungstheorien hinterhergelaufen und haben keine Fakten geprüft. Die Medien haben alles publiziert, was sie publizieren wollten“, sagt Gunjee. „Seitdem es den Medienrat gibt, wissen sie, dass beobachtet wird, was sie veröffentlichen, und dass eine unethische Berichterstattung von der Bevölkerung wahrgenommen und uns gemeldet wird.“



Die moderne Skyline von Ulaanbaatar, der Hauptstadt der Mongolei.

© DW/P. Aldenrath



Gunjidmaa Gongor ist nicht nur im Presserat sattelfest.



Sattelfest im Medienrat

Ein kurzer Blick aufs Handy. Es ist vier Uhr nachmittags. Zwei Besprechungen stehen noch an. Gunjee freut sich auf den Feierabend und auf ihre drei Jungs, wie sie sagt: ihren Mann, der selbst Journalist ist, und die beiden Söhne. Der Große ist zwölf, der Kleine zwei Jahre alt. „In den vergangenen Jahren habe ich zwei Babys gehabt: den Medienrat und meinen Jüngsten“, sagt sie lachend und streift sich eine widerspenstige Haarsträhne hinters Ohr. Der Pagenschnitt sitzt wieder.

Gunjee ist ein echtes Steppenkind. Geboren in der Jurte, dem traditionellen Rundzelt der Mongolen, wuchs sie in den nomadischen Gebieten des Landes auf. Ihre Eltern besitzen Kühe, Hammel, Ziegen, Schafe, Kamele und Pferde. Das Vieh zu hüten und zu melken, gehörte zu ihrer Kindheit. Mit drei Jahren war Gunjee bereits sattelfest. Wenn die Temperaturen im Winter unter 30 Grad minus fielen und der Schulbus nicht fuhr, schnappte sich Gunjee ein Kamel und ritt damit zum Unterricht. „Es ist wärmer auf einem Kamel zu sitzen als auf einem Pferd. Sie sind zwar langsamer, aber sie haben ein mollig-dickes Fell und strahlen Wärme aus“, erzählt sie.

Nach dem Abitur wollte sie aber erstmal raus aus der Steppe. 1997 zog sie nach Ulaanbaatar und studierte Soziologie und Verwaltungswissenschaft. Eine Kombination, mit der sie nach dem Studium beim Press Institute of Mongolia (PIM) eine Anstellung fand. Nach einigen Jahren wurde sie Leiterin der Forschungsabteilung und schließlich geschäftsführende Direktorin. Ihre Arbeit beim Press Institute of Mongolia war die ideale Voraussetzung für ihre heutige Stelle beim mongolischen Medienrat.

WIRKUNGS DATEN

Presseräte: Im Jahr 2018 wurden in 3 Ländern mit Hilfe der DW Akademie Medien- oder Presseräte in ihrer Arbeit unterstützt. Sie prüfen Beschwerden gegen Medienberichte und kontrollieren, ob sich Medienschaffende an den Pressekodex halten. Ca. 12.300 Journalistinnen und Journalisten erkennen diese Medien- und Presseräte an. Ca. 65 Mio. Menschen können sich formal über die Medienberichterstattung in ihrem Land beschweren. Innerhalb des Jahres 2018 haben die Medien- und Presseräte 635 Beschwerden bearbeitet. Zusammenarbeit mit den Distriktverwaltungen verbessert.

Länder: Mongolei, Myanmar, Serbien

Mediengesetzgebung und Verwaltung: In 3 Ländern konnten mit Unterstützung der DW Akademie Gesetzes- und Verwaltungsänderungen im Jahr 2018 zu Gunsten von Informations- und Medienfreiheit erwirkt werden. In der Mongolei wurde die Reform des ‚Konfliktrechts‘ (Gesetz über Verwaltungsdelikte) umgesetzt und in Ecuador das Kommunikationsrecht (Ley Orgánica de Comunicación) reformiert. In Ghana wurde für ca. 650.000 Menschen der Zugang zu öffentlichen Informationen durch eine engere Zusammenarbeit mit den Distriktverwaltungen verbessert.

Länder: Ecuador, Ghana, Mongolei

„Das alles war so wertvoll für mich. Ich habe dort viel über Pressefreiheit und unabhängigen Journalismus gelernt und wie wichtig es ist, beides zu unterstützen.“

Widerstände gegen den Medienrat

Es ist Zeit. Der Laptop verschwindet wieder in der Aktentasche. Gunjee streicht ihren Rock glatt. Vor ihrem nächsten Termin muss sie nochmal ins Büro. Die Gründung des mongolischen Medienrats war keine leichte Sache. Seit dem Zusammenbruch des Kommunismus Ende der 90er Jahre entwickelte sich der mongolische Medienmarkt sehr schnell. Mit knapp 3 Mio. Einwohnerinnen und Einwohnern auf einer Fläche, die mehr als vier Mal so groß ist wie Deutschland, ist die Mongolei das Land mit der geringsten Bevölkerungsdichte der Welt. Dennoch gibt es eine Fülle an Medienangeboten: 2016 waren es 485 an der

Zahl – darunter mehr als 130 Fernsehsender und rund 100 Zeitungen und Magazine. Verschiedene Versuche, eine Organisation zur Beobachtung des mongolischen Medienmarktes zu gründen, scheiterten. „Sogar etliche Journalistinnen und Journalisten waren zunächst strikt gegen einen Medienrat“, berichtet Gunjee. „Sie sagten: ‚Wir regulieren uns selbst. Wir brauchen keinen Aufpasser.‘“

Mit Unterstützung der Friedrich-Ebert-Stiftung und der DW Akademie setzte sich eine Gruppe engagierter Medienvertreterinnen und -vertreter, zu denen auch Gunjee gehörte, solange für die Schaffung des Medienrats ein, bis dieser am 28. Januar 2015 doch noch ins Leben gerufen wurde. „Das war ein historisches Ereignis für die mongolische Medienlandschaft“, sagt Batbaatar Sodnomdarjaa. Damals arbeitete er bei der mongolischen Tageszeitung Zasgiin Gazriin Medee, heute leitet er die Kommunikationsabteilung im mongolischen

STECKBRIEF

Mongolei

Wer setzt Projekte um?

- Der Mongolische Medienrat, auf Englisch: Media Council of Mongolia (MCM), prüft Beschwerden gegen mongolische Medienberichte.

Wie funktioniert das Projekt?

- Der mongolische Medienrat wurde 2015 gegründet. Seitdem nimmt er als unabhängiges Expertengremium Beschwerden über Medienberichte entgegen, die möglicherweise gegen den Ethikkodex, den der mongolische Medienrat selbst erarbeitet hat, verstoßen.
- Bei Ethikverstößen verlangt der mongolische Medienrat Korrekturen, ggf. auch Entschuldigungen von den betroffenen Medien und erklärt seine Entscheidung öffentlich. Rechtliche Sanktionen kann er allerdings nicht ergreifen.
- Ziel ist es, dass der Medienmarkt sich selbst reguliert und etisch-journalistische Standards schützt. Dadurch wird die Berichterstattung verlässlicher und ausgewogener.

Welche Schwierigkeiten bestehen?

- In der Mongolei existiert ein Überangebot an Medien. Im Jahr 2016 gab es 485 verschiedene Medienangebote, darunter 131 Fernsehsender, obwohl dort gerade mal rund drei Mio. Einwohnerinnen und Einwohnern leben.
- Politik, Wirtschaft und Medien sind eng miteinander verflochten. Politiker und Oligarchen bezahlen Medienschaffende oder kaufen sich ganze Sender oder Verlagshäuser, um ihre eigene Agenda zu verfolgen.
- Da der Medienrat keine Sanktionen erheben darf, ist er auf die Akzeptanz und Kooperation der mongolischen Medien angewiesen. Tatsächlich ignorieren nach wie

vor einige Medienhäuser Beschwerden des Medienrats gegen ihre Berichterstattung.

- Kritische Journalistinnen und Journalisten werden wegen ihrer Berichte häufig mit Ordnungswidrigkeitsverfahren überzogen, die sie finanziell ruinieren können. Das Ergebnis ist in vielen Fällen Selbstzensur.

Was hat das Medienprojekt bewirkt?

- Der mongolische Medienrat hat bisher mehr als 200 Beschwerden gegen Medienberichte entgegengenommen und entschieden – mit steigender Tendenz. Er ist damit zu einer nationalen Autorität in Fragen der Medienethik geworden.
- 45 mongolische Journalistinnen und Journalisten, Verlegerinnen und Verleger sowie Medienexpertinnen und -experten arbeiten ehrenamtlich für den mongolischen Medienrat und konnten damit bis heute eine staatliche Kontrolle des Journalismus in der Mongolei verhindern.

Welche Highlights gibt es?

- Als der mongolische Medienrat im Jahr 2015 gegründet wurde, verbesserte sich die Mongolei auf der Rangliste der Pressefreiheit von Reporter ohne Grenzen von Platz 88 auf Platz 54.
- Der Pressekodex des mongolischen Medienrats und die ihn stützenden Prinzipien gelten heute als akzeptierte Richtlinien für die Berufsethik von Nachrichtenredaktionen und Journalistinnen und Journalisten in der Mongolei.

➔ mediacouncil.mn



In der Mongolei gibt es über 400 Medienangebote für gerade mal 3 Mio. Menschen.

© DW/P. Aldenrath

Parlament. Insgesamt 45 Personen sind seither im Medienrat tätig. Dieser besteht aus einem 15-köpfigen Vorstand und zwei Ethikausschüssen – einer für Fernseh- und Radioangebote, der andere für den Print- und Onlinebereich. Gunjee und ihre drei Bürokräfte sind die einzigen bezahlten Mitarbeiterinnen des mongolischen Medienrats.

„Bevor es uns gab, haben die Medien in ihrer eigenen Blase gearbeitet. Die Journalistinnen und Journalisten sind Gerüchten und Verschwörungstheorien hinterhergelaufen und haben keine Fakten geprüft.“

Um die junge Organisation gut für die Zukunft zu rüsten, wurde der Medienrat von Anfang an nicht nur im Hinblick auf finanzielle, organisatorische und personelle Angelegenheiten beraten, sondern vor allem auch hinsichtlich Verfahrensfragen wie der Erstellung eines Ethikkodexes und dessen Anwendung, bei der Durchführung von Beschwerdeverfahren und der Umsetzung von Öffentlichkeitsarbeit. „Nicht nur wir mussten ja alles neu lernen, sondern auch die Bevölkerung. Sie sollte ja mitbekommen, wer wir sind und was wir machen“, erzählt Gunjee. „Bevor es uns gab, existierte diese Form der Selbstregulierung gar nicht, bei der die Bürgerinnen und Bürger Verstöße in der Berichterstattung melden können.“

Heute ist das anders. Der Medienrat ist zu einer Brücke zwischen den Medien und der Bevölkerung geworden. Seit 2015 hat er über 200 Beschwerden entgegengenommen – mit steigender Tendenz. Meist geht es um eine falsche Darstellung von

Tatsachen oder um nicht korrekte Zitate. Das Hauptproblem liegt auch hier am schlechten Handwerk vieler Journalistinnen und Journalisten, die Meldungen einfach ungeprüft abschreiben, ohne zu recherchieren, ob sie wahr oder falsch sind. Aber auch diskriminierende oder beleidigende Äußerungen werden gemeldet. Der Medienrat nimmt die Beschwerden entgegen, schreibt daraufhin die Medienhäuser an, bittet sie um eine schriftliche Stellungnahme und, falls diese nicht erfolgt, um ein Gespräch.

„Am Anfang haben uns die Medienbosse angerufen und gefragt: ‚Wer seid ihr? Es herrscht Pressefreiheit. Wir schreiben, was wir wollen!‘“, erzählt Gunjee. Der Medienrat macht Verfehlungen öffentlich und verurteilt sie. Er darf aber keine Zwangsmittel einsetzen und Strafen verhängen. Bei ihrer Überzeugungsarbeit helfen Gunjee daher nur gute Argumente: „Wir erklären und erklären. Wir sagen, dass es um Demokratie geht, um Qualitätsjournalismus.“ Das sind neue Ansprüche in einem Land, das von den beiden autoritären Großstaaten Russland und China umgeben ist und eine Sonderrolle in Zentralasien einnimmt: Seit der Revolution 1989 und dem Zusammenbruch des Kommunismus hat das Land einen demokratischen Weg eingeschlagen.

Die Mongolei geht in die richtige Richtung

Die Ampel ist rot. Gunjee wartet auf grün und geht dann mit schnellen Schritten in Richtung Büro. Anrufe wütender Medienmogule erhält der Medienrat heute nicht mehr. Viele Medien ignorieren aber nach wie vor seine Aufforderung

Stellungnahmen abzugeben und drücken sich um eine Erklärung. Deswegen steht die Aufklärung der Bevölkerung nach wie vor ganz oben auf der Prioritätenliste. „Viele Menschen in der Mongolei denken: ‚Medien sind Medien.‘ Sie wissen nicht, dass sie unterschiedlichen Leuten mit unterschiedlichen Interessen gehören, und sie können auch nicht immer zwischen Gerüchten und Nachrichten unterscheiden.“ Vor allem in den ländlichen Gebieten sei dieses Wissen nicht vorhanden, so die Bilanz von Gunjee. Dennoch kann Gunjee mit der Arbeit des Medienrats zufrieden sein. Viel Anerkennung gab es für den Pressekodex, mit seinen ethisch-journalistischen Prinzipien: „Dieser Pressekodex ist nicht nur ein schriftliches Bekenntnis, sondern er hat die Berufsethik von Nachrichtenredaktionen und von Journalistinnen und Journalisten verbessert“, sagt Narantuya Dangsaasuren, Vizedirektorin des mongolischen Nachrichtenportals news.mn mit lobenden Worten.

„Der Medienrat ist zu einer Brücke zwischen den Medien und der Bevölkerung geworden. Seit 2015 hat er über 200 Beschwerden entgegen genommen – mit steigender Tendenz.“

Gunjees Büro liegt in einem Hochhaus, gleich gegenüber des Blue Sky Towers, einem dunkel verglasten, halbrunden Hotelgebäude, das als modernes Wahrzeichen der Hauptstadt gilt. Mit dem Aufzug fährt Gunjee in den elften Stock. An ihrem Schreibtisch fährt sie rasch den Computer hoch und liest sich in ein aktuelles Thema ein: Online-Medien ohne Kontaktadres-

sen. „Ein großes Problem“, erzählt sie. „Jeder kann heute eine Seite eröffnen und Nachrichten posten. Viele registrieren sich aber gar nicht. Die Betreiber von anonymen Webseiten können wir bei Ethikverstößen gar nicht erreichen.“

Im Jahr 2015 kletterte die Mongolei auf der Rangliste der Pressefreiheit von Reporter ohne Grenzen um 34 Plätze nach oben, von Platz 88 auf Platz 54. Gunjee ist sich sicher, dass der Grund für die bessere Einstufung die Gründung des Medienrats war. Entspannt zurücklehnen kann sie sich aber trotzdem noch lange nicht. Bereits im Jahr 2018 rutschte die Mongolei auf Platz 71 zurück, 2019 landete sie auf Platz 70. „Ich gehe davon aus, dass der Hauptgrund für die schlechte Einstufung die häufigen Ordnungsstrafen sind, die die Polizei gegen Journalistinnen und Journalisten verhängt“, berichtet sie. 2018 wurden 46 Journalistinnen und Journalisten mit Geldstrafen von mehr als 6.500 Euro belegt. „Diese Verfahren schüchtern Medienschaffende ein und führen zu Selbstzensur.“

Gunjee schaut wieder auf ihre Uhr. Sie muss los. Am späten Nachmittag ist meist Stau in Ulaanbaatar. Wenn Gunjee das nächste Mal ihre Eltern besucht, wird sie ihnen helfen, das Vieh zu versorgen. Und sie wird die Ruhe genießen: „Auch wenn ich in der Großstadt lebe, mein Herz schlägt immer noch für die Steppe.“ Zurück in der Hauptstadt quillt ihr E-Mail-Fach über und neue Arbeit wartet. „Wir sind ein kleines Team mit einer großen Mission, aber wir bewegen uns Schritt für Schritt in die richtige Richtung.“



Objektiv, unabhängig, ethisch und fair: der mongolische Medienrat setzt mit seiner Arbeit journalistische Standards.

© DW/P. Aldenrath



Das Team des Mongolian Center for Investigative Reporters (MCIR): zwei Frauen, zwei Männer – eine Vision.

© DW/P. Aldenrath

MONGOLEI

Wenn Daten sagen, was Politiker verschweigen

Investigativer Journalismus bringt die junge mongolische Demokratie voran

Autorin **Petra Aldenrath**

FÜR EILIGE

Suvda, Amra, Tamir und Chimedee wollen die mongolische Berichterstattung verändern. Sie soll kein Sprachrohr mehr sein für Parteien oder Werbefläche für Unternehmen, sondern kritisch und investigativ über relevante Themen informieren. Das Team des Mongolian Center for Investigative Reporters (MCIR) berät Medienschaffende dabei, Daten und Fakten zu checken und unabhängig zu berichten, damit Korruption, Amtsmissbrauch oder Verschwendung öffentlicher Gelder aufgedeckt werden.

Eine Gruppe junger mongolischer Journalistinnen und Journalisten hat sich zusammengesetzt, um etwas zu verändern in ihrem Land, das geprägt ist von der engen Verflechtung politischer, wirtschaftlicher und medialer Interessen. Gemeinsam engagieren sie sich für eine Berichterstattung, die investigativ und unabhängig von den Interessen Dritter ist – und bringen so die noch junge mongolische Demokratie voran.

Ein Parkplatz! Suvda hat Glück. Sie manövriert ihren Kleinwagen in die enge Lücke, schnappt ihre Tasche vom Rücksitz und geht mit schnellen Schritten in Richtung Büro. Eine halbe Stunde hat sie für ein paar Kilometer gebraucht. Der Stau ist Alltag in der mongolischen Hauptstadt Ulaanbaatar. Die Bevölkerung der Stadt ist in den letzten drei Jahrzehnten um das Dreifache gewachsen. Viele Menschen verlassen die nomadisch geprägten ländlichen Gebiete, weil sie hier keine Zukunft mehr für sich sehen. Fast die Hälfte der ca. 3 Mio. Menschen in der Mongolei lebt heute in der Metropole im Tuule-Flusstal.

Suvda geht die verstopfte Straße entlang, vorbei an Straßenständen, an denen gebrannte Nüsse, zuckrige Getränke und Plastikspielzeug angeboten werden. Die Sonne strahlt aus einem tiefblauen Himmel. Die gläsernen Hochhausfassaden der Innenstadt glitzern und die kargen Berge, die die Stadt umgeben, sind in ein sattes und samtiges orange-gelbes Licht getaucht.

Von ihrem Schreibtisch im elften Stock eines Hochhauses kann Suvda auf die Berge blicken. Die 33-jährige arbeitet seit einem Jahr bei der mongolischen Nichtregierungsorganisation Mongolian Center for Investigative Reporters (MCIR). Suvda teilt sich das Ein-Zimmer-Büro mit Amraa, Tamir und Chimedee: Zwei Frauen, zwei Männer, eine Vision. Gemeinsam wollen sie

die mongolische Berichterstattung verändern. Kritisch soll sie sein, investigativ, informativ – und kein Sprachrohr für Parteien oder gar Werbefläche für Unternehmen.

Von 500 Medien sind nur zehn unabhängig

„Die fehlende Unabhängigkeit ist das Hauptproblem der mongolischen Medien. Wenn du eine Zeitung aufschlägst, das Radio oder das Fernsehen anschaltest oder im Internet Artikel liest, weißt du oft gar nicht, was Werbung ist, was Propaganda und was davon ein unabhängiger Bericht“, sagt Chimedee. Mit seinen 48 Jahren ist er der Senior im Team. „Die Medienhäuser gehören oft sogar noch Regierungsmitgliedern, die dann direkt oder indirekt Einfluss nehmen“, erzählt er weiter und krempelt die Ärmel seines Hemdes hoch.

Chimedee war ein junger Mann, als die Zeit des Kommunismus 1990 nach einer friedlichen Revolution endete und die Mongolei sich zu einer Demokratie entwickelte – mit einem Mehrparteiensystem, freien Wahlen und einer explodierenden Medienlandschaft. „Alles in allem“, so Chimedee, „haben wir über 400 Medien – für ein Volk von gerade mal 3 Mio. Menschen.“ Für das Jahr 2016 listet das Press Institute of Mongolia (PIM) 131 Fernseh- und 98 Radiosender, 101 Zeitungen, 86 Magazine



Im Winter wird mit Kohle geheizt. Ulaanbaatars Luft ist eine der weltweit schmutzigsten.

© DW/P. Aldemrath

und 98 Nachrichtenwebseiten auf. Besonders frustrierend für Chimedee ist, dass davon „nur etwa zehn mongolische Medien unabhängig arbeiten.“ Die anderen werden von Leuten bezahlt und kontrolliert, die sich ihre eigenen Medien leisten können.

” Die fehlende Unabhängigkeit ist das Hauptproblem der mongolischen Medien.

Viele Jahre arbeitete Chimedee als Reporter – erst für den Hörfunk, dann für eine Zeitung – und publizierte schließlich vier eigene Monats- und Wochenblätter. Er weiß, wie es ist, täglich mehrere Artikel abliefern zu müssen und trotzdem nicht genügend für den Lebensunterhalt zu verdienen. Dass Journalistinnen und Journalisten wegen der schlechten Bezahlung verleitet werden, sich für etwas mehr Geld kaufen zu lassen und parteiische Artikel zu schreiben oder umgekehrt Tatsachen zu verschweigen, wundert ihn nicht. „Dazu kommt noch, dass es dem Journalismus hier an Qualität mangelt.“ Chimedee wollte nicht tatenlos zusehen. Er begann als Trainer beim Press Institute of Mongolia Investigativjournalismus zu unterricht-

ten. Dort lernte er Tamir kennen. Gemeinsam entwickelten sie die Idee, eine Organisation zu gründen, die sich für eine investigative und vor allem qualitativ hochwertige Berichterstattung einsetzt.

2017 wurde das Mongolian Center for Investigative Journalism gegründet. Der erste unternehmerisch arbeitende Zusammenschluss von Investigativjournalistinnen und -journalisten in der Mongolei. Zwei Jahre später wurde es in Mongolian Center for Investigative Reporters (MCIR) umgetauft. Die junge Nichtregierungsorganisation hat das Ziel, durch die Förderung von investigativem und qualitativ hochwertigem Journalismus die Demokratie des Landes zu stärken. Suvda, Amraa und Chimedee sind ausgebildete Journalistinnen und Journalisten, Tamir ist Experte für Kommunikation und hat sich zum Faktenchecker weitergebildet. Mit seiner geballten Expertise will das Team der Vetternwirtschaft im Land und auch der Einflussnahme Dritter auf die Berichterstattung die Stirn bieten. Um das zu erreichen, berät MCIR mongolische Medien, wie sie mit gut recherchierten, unabhängigen Berichten Quote, Klicks und Verkaufszahlen steigern können. Darüber hinaus bietet



© DW/P. Aldenrath

Suvda Tsagaanbaatar's Kamera klickt: Unterwegs auf Fotoreportage.

STECKBRIEF

Mongolei

Wer setzt Projekte um?

- Das Mongolian Center for Investigative Reporters (MCIR) ist der erste unternehmerisch arbeitende Zusammenschluss von Investigativjournalistinnen und -journalisten in der Mongolei.

Wie funktioniert das Projekt?

- Das Mongolian Center for Investigative Reporters entwickelt nachhaltige Geschäftsfelder für unabhängigen Journalismus in der Mongolei.
- Journalistenteams und Nachrichtenredaktionen werden bei der Entwicklung innovativer Formate und Methoden (Investigativ-, Daten-, und Mobile Reporting, der Berichterstattung mit dem Handy) beraten und unterstützt.
- Professionalität und Zusammenarbeit soll Journalistinnen und Journalisten in der Mongolei helfen, ihre Rolle als „Vierte Gewalt“ wahrzunehmen und Missstände in der Gesellschaft, wie Korruption, Amtsmissbrauch oder Verschwendung öffentlicher Gelder aufzudecken.

Welche Schwierigkeiten bestehen?

- In der Mongolei besteht eine enge Verflechtung von Politik, Wirtschaft und Medien. Die Wurzeln dafür liegen im früheren sozialistischen System, in dem es üblich war, dass Medienschaffende und Parteifunktionäre kollaborierten.
- Journalistinnen und Journalisten sind nicht unabhängig organisiert, lassen sich oft kaufen und erleben direkte Einflussnahme durch ihre Vorgesetzten.

- In der Mongolei existiert ein Überangebot an Medien. Im Jahr 2016 gab es alleine 131 Fernsehsender für ein Land mit ca. 3 Mio. Einwohnerinnen und Einwohnern.
- Politiker und Oligarchen bezahlen Medienschaffende für Berichte, um ihre eigene Agenda zu setzen. Das verbreitete Image der Käuflichkeit untergräbt den Ruf der gesamten Medienbranche.

Was hat das Projekt bewirkt?

- Die Bevölkerung wird mit qualitativ hochwertigen und fundiert recherchierten Informationen versorgt. Beispielsweise erregte das Mongolian Center for Investigative Reporters im Winter 2018/2019 mit einer Investigativrecherche zur Luftverschmutzung in Ulaanbaatar Aufsehen. Die Stadt tauschte daraufhin Messgeräte, die beschönigende Daten lieferten, aus.
- Die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt, Mongolian National Broadcaster (MNB), richtet eine eigene Investigativabteilung ein. Die Initiative dafür kam von einem Redakteur bei MNB, der an MCIR-Trainings teilgenommen hatte.

Welche Highlights gibt es?

- 2019 richteten das Mongolian Center for Investigative Reporters und die DW Akademie den ersten Daten-Hackathon in der Geschichte der Mongolei aus mit dem Thema: Kampf gegen Ungleichheit (#HackInequality).
- Das MCIR-Team arbeitet auch für internationale Berichtsersteller. Mongolische Themen, wie die Luftverschmutzung in der Hauptstadt Ulaanbaatar, werden so auch außerhalb des Landes publik.

➔ twitter.com/mcir_info

das MCIR-Team Trainings an, bringt Journalistinnen und Journalisten investigatives Handwerk und Datenrecherche bei, checkt im Vorfeld der Wahlen 2020/2021 Fakten und arbeitet auch selbst investigativ.

Daten schaffen Fakten

Vom Bürofenster aus kann das MCIR-Team auf den Sukhbaatar-Platz schauen. Er ist das Herzstück Ulaanbaatars, beliebter Treffpunkt der Städter. Aus einem rosafarbenen Bus am Platz wird Softeis verkauft. Kinder surren auf batteriebetriebenen Miniatur-SUVs an der Statue des einst mächtigen Mongolenfürsten Dschingis Khan vorbei. Eine Frau im schicken Kostüm entspannt sich auf einer Bank, neben ihr sitzt ein Mann mit abgeschürften Lederstiefeln, einem grünen wadenlangen Kittel und einem dreieckigen Hut. Vom Sukhbaatar-Platz aus führt eine Allee schnurstracks nach Norden zum Stadtrand.

Dort möchte Suvda heute Fotos schießen. Sie biegt von der asphaltierten Straße auf einen Holperweg ab. Betonhäuser sind die Ausnahme. Hier wohnen meist zugezogene Nomaden. Wie einst in der Steppe, haben sie ihre Jurten aufgebaut – traditionell mit Filz bedeckte, mongolische Rundzelte. Fließendes Wasser gibt es nicht. Wer kochen, putzen und waschen möchte, füllt seine Kanister am öffentlichen Wasserhäuschen.

Von dem Jurtenviertel blickt Suvda auf die moderne Skyline der Stadt – den halbrunden Blue Sky Tower mit seiner verglasten Fassade, klotzige Bürobauten und das mit Säulen verzierte Parlament. Suvdas Kamera klickt. Die Sicht ist heute klar. Im Sommer weht der frische Steppenwind am Stadtrand die Hitze weg, im Winter aber fällt das Atmen bei eisigen Temperaturen schwer. „Dann brennen die Augen und es kratzt im Hals“, sagt Suvda. Ca. 60 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner Ulaanbaatars leben in den Jurtenvierteln der Außenbezirke. Geheizt wird mit Kohle. Ulaanbaatar ist nicht nur die kälteste

Hauptstadt der Welt, sondern mittlerweile auch eine der dreckigsten. Während der Wintermonate wabert eine stinkende Mischung aus Autoabgasen und Heizungskohle durch den Talkessel, von dem Ulaanbaatar umgeben ist.

Suvda war bereits öfters hier. Mit einer eigenen Datenrecherche zur Luftverschmutzung landete MCIR im Winter 2018/2019 einen investigativen Coup. Dem Team fiel auf, dass die Behörden relativ gute Luftwerte veröffentlichten und zwar auch an Tagen, an denen dichter Smog wie eine Glocke über der Stadt lag. MCIR recherchierte, tat sich mit einer Umweltschutzorganisation zusammen und führte zwei Monate lang eigene Messungen durch, die deutlich schlechtere Werte ergaben. Nachdem MCIR die Daten online gestellt hatte, gab es Proteste der Bevölkerung gegen die Messpraxis der Behörden. Aus den Daten wurde erkennbar, dass die offiziellen Messstationen nicht alle Schmutzpartikel angaben. Die Empörung über die beschönigten Messdaten war groß. Die Stadt reagierte, indem sie die Messstationen kontrollieren ließ und Geräte austauschte. Ob sie diesmal funktionieren, wird bald erkennbar sein, denn MCIR wird nachmessen.

Der lange Weg zum guten Journalismus

„MCIR hat eine richtig gute Story gebracht, ohne die Fakten zu bewerten. Sie haben die Messdaten anschaulich veröffentlicht. Jeder hat sie verstanden und eigene Schlüsse gezogen“, begeistert sich Robert Ritz. Der Datenwissenschaftler ist vor sechs Jahren mit seiner mongolischen Frau aus den USA nach Ulaanbaatar gezogen. Er ist Direktor der LETU-Universität, die sich in der Nähe des Sukhbaatar-Platzes befindet. Robert Ritz hat das MCIR-Team bei der Auswertung der Luftmessungen beraten. Seit zwei Jahren bringt er nicht nur seinen Studierenden bei, Daten zu finden, richtig auszuwerten und verständlich darzustellen, sondern auch mongolischen Journalistinnen und Journalisten. Er arbeitet als Mentor und Lehrer, wenn das MCIR-Team Fortbildungen zu Recherche, Investigativjournalismus oder auch einen Daten-Hackathon organisiert, einen Wettbewerb, in dem journalistisch aufbereitete Datenrecherchen gegeneinander antreten. „Datenjournalismus ist eine

Herausforderung in der Mongolei. In den USA oder in Europa werden oft Diagramme abgebildet, aber in der Mongolei ist Datenjournalismus eine neue Disziplin. Die meisten hier können zum Beispiel gar keine Histogramme lesen. Bei der Journalismusausbildung wird Datenrecherche nicht unterrichtet.“

„**Unser Ziel ist es, ein Bewusstsein dafür zu schaffen, dass die Bevölkerung ein Recht auf die Wahrheit hat und nicht belogen werden möchte.**“

In der Mongolei bestehe generell viel Nachholbedarf, bestätigt Chimedee. Immer wieder beraten er und sein Team Medienhäuser bei der Suche nach geeigneten Informationsquellen, sie helfen beim Aufbau einer Geschichte und erklären, warum es wichtig ist, nicht nur Amtspersonen zu befragen, sondern genauso den Rest der Bevölkerung. „Auch in der Mongolei werden Reporterinnen und Reporter, die Korruption aufdecken und gesellschaftliche Missstände anprangern, bedroht“, sagt Chimedee. Das Hauptproblem liegt für ihn aber woanders: „Uns fehlen generell gut ausgebildete Journalistinnen und Journalisten.“ Fast 70 Jahre lang wurde die Mongolei von einer kommunistischen Regierung geführt. Pressefreiheit sei ein Fremdwort gewesen. Das habe sich geändert, aber es hapere an der Umsetzung. „Unser Ziel ist es, ein Bewusstsein dafür zu schaffen, dass die Bevölkerung ein Recht auf die Wahrheit hat und nicht belogen werden möchte – und dass unabhängiger Journalismus und investigative Geschichten wichtig sind für unsere Demokratie.“

Die ganze Gesellschaft im Blick

Es ist früher Nachmittag. Zwei Straßenecken vom Sendezentrum des Mongolian National Broadcaster (MNB) entfernt sitzt Batzaya Ganbat in einem Café und bestellt sich einen Cappuccino. Der Journalist arbeitet seit sieben Jahren beim Ex-Staatssender, der heute eine öffentlich-rechtliche Anstalt nach deutschem Vorbild ist. Batzaya begann als Lokalreporter beim Radio, später wechselte er zum Fernsehen: „Ich hatte



„Datenrecherche fehlt in der mongolischen Journalismusausbildung“, so Datenexperte Robert Ritz.



Investigativjournalist Batzaya Ganbat will mit seinen Geschichten die Demokratie in der Mongolei vorantreiben.



60 Prozent der Menschen in Ulaanbaatar leben in den Außenbezirken.

immer das Gefühl, diese schnellen Berichte führen zu nichts. Ich wollte mit meinen Geschichten etwas verändern.“ Nach einer Fortbildung beim Press Institute of Mongolia entdeckte Batzaya seine Leidenschaft für investigative Recherchen. Er lernte, wie man in Berichten aus persönlichen Geschichten gesellschaftlich relevante Themen macht, dass der Plot einer Geschichte nicht die obdachlos gewordene Frau ist, sondern die skrupellosen Unternehmer, die ihr viel zu viel Gebühren für ihren Marktstand aus der Tasche ziehen.

Auch Datenjournalismus stand auf seiner Fortbildungsagenda. Batzaya meldete sich dafür bei einem Training beim Press Institute of Mongolia an. „Oft sagen Daten das, was Politiker lieber verschweigen wollen. Sie sind ein wichtiger Teil investigativer Geschichten.“ Inzwischen ist Batzaya ein anerkannter Investigativjournalist in der Mongolei. Als MCIR gemeinsam mit der DW Akademie den Daten-Hackathon #HackInequality organisierte, gewann er mit Kolleginnen und Kollegen den dabei ausgeschriebenen Wettbewerb. Sie hatten einen Videofilm über die Benachteiligungen von Kindern mit Behinderung in der Mongolei produziert.

Vorsichtig stellt Batzaya seine immer noch volle Kaffeetasse ab. Seinen größten Erfolg erwähnt er leise und nebenbei. Nach dem Daten-Hackathon ging er, den Kopf voller neuer Eindrücke, zu seinem Chef und erklärte ihm, dass MNB eine eigene Investigativ-Abteilung brauche. Der Chef gab grünes Licht. Seit dem Sommer 2019 arbeitet Batzaya als Reporter in dem neuen Dreier-Team – und bringt, so wie auch das Team von MCIR, mit unabhängigen, gut recherchierten Berichten die Demokratie in der Mongolei voran.

WIRKUNGS DATEN

Nachhaltige Geschäftsmodelle: Die DW Akademie hat ca. 6.200 Mitarbeitende in 134 Medienhäusern bei der Entwicklung nachhaltiger und innovativer Geschäftsmodelle beraten. Ihr Ziel dabei ist, dass Journalistinnen und Journalisten, die Menschen mit relevanter Berichterstattung versorgen, von ihrem Beruf leben können.

Länder: Belarus, Burkina Faso, Burundi, Ecuador, Georgien, Ghana, Kolumbien, Libanon, Libyen, Marokko, Mongolei, Namibia, Serbien, Tunesien, Ukraine



Thu Thu Hlaing moderiert beim Community-Radio Khayae FM.

© Jonas Mayer

MYANMAR

Community-Radios bringen Vielfalt in Myanmar's Medienlandschaft

Autor **Kyle James**

FÜR EILIGE

Mit einem fröhlichen „Mingalabar!“ begrüßt Thu Thu Hlaing in Myanmar die Zuhörerinnen und Zuhörer zu ihrer Sendung bei Khayae FM – dem ersten Community-Radio Myanmar. Es ging 2018 zum ersten Mal ‚on air‘ und versorgt seither die Menschen im Sendegebiet mit für sie relevanten Nachrichten aus ihrer Gemeinde – angefangen von Kochrezepten über Bildungsfragen bis hin zu Neuerungen in der Landwirtschaft. Khayae FM gilt als Vorbild für andere Regionen Myanmar, in denen nun ebenfalls Community-Radios an den Start gehen.

Ein neues Medium erobert Myanmar: das Community-Radio. Das erste des Landes, Khayae FM, ist seit 2018 auf Sendung. Mit seinem Schwerpunkt auf Lokalnachrichten gibt es den Menschen im Sendegebiet die Möglichkeit einer aktiveren Teilhabe in ihren Gemeinden. Nach den positiven Erfahrungen von Khayae FM bereiten sich nun auch in anderen Regionen des Landes Community-Radios darauf vor an den Start zu gehen.

Jeden Tag um 8 Uhr morgens und um 14 Uhr nachmittags hören die Einwohnerinnen und Einwohner von Htan Tabin, einem Landkreis 22 km nordwestlich von Yangon, die Stimmen von Nachbarn und Freunden, sobald sie das Radio anschalten. Sie erfahren das Neueste aus den Gemeinden, bekommen Informationen über Impfprogramme oder Düngemittel, lernen Rezepte kennen und hören Geschichten über ihre Dörfer. Zwischen den Wortbeiträgen läuft aktuelle Musik.

Mit einem fröhlichen „Mingalabar!“ begrüßt Thu Thu Hlaing die Zuhörerinnen und Zuhörer von Khayae FM zu ihrer zweistündigen Livesendung am Nachmittag, die jeweils am nächsten Morgen wiederholt wird. Die 28-jährige Thu Thu sitzt im Studio hinter dem Mikrophon und bedient selbstbewusst die Regler des Mischpults. Die Sendung beginnt mit dem ersten Beitrag – einem Interview mit einem Mönch aus der Gegend. Thu Thu ist bereits seit Stunden im Studio und bereitet zusammen mit einigen Freiwilligen die Sendung vor. Sie suchen Musik heraus und stellen die Beiträge zusammen.

In den nächsten zwei Stunden werden die Bewohnerinnen und Bewohner dieser meist ländlichen Gegend, die von Wasserstraßen durchzogen und von kleinen Dörfern am Rande blaugrüner Reisfelder umgeben ist, regionale Geschichten hören, die für sie und ihre Familien von Bedeutung sind: welche neuen

Reissorten es auf dem Markt gibt, wie man Biryani für eine große Gruppe kocht und welche Änderungen es im aktuellen Lehrplan für Schulen in der Umgebung gibt. Außerdem wird ein lokales Dorf detailliert portraitiert. So etwas hört man nur selten in den regionalen und den staatlichen Radioprogrammen. „Ich finde es gut, dass die Inhalte des Senders von den Dorfgemeinden für die Dorfgemeinden produziert werden. Da erfahren die Leute Dinge, die ihr Leben verbessern“, sagt Moderatorin Thu Thu, die zugleich auch eine von zwei Programmleiterinnen der Radiostation Khayae FM ist.

Unter der Militärdiktatur, die erst 2011 endete, waren freie Medien undenkbar. Und obwohl Myanmar in jüngster Zeit wichtige Schritte in Richtung Demokratie unternommen hat, war der Aufbau des ersten Community-Radios nicht leicht. Daher hat es mehrere Jahre und unzählige Diskussionen mit Beamten, Fachleuten und vor allem mit der Bevölkerung gebraucht, bis es soweit war und Khayae FM auf Sendung ging.

Community-Radios sind gemeinnützig und parteiunabhängig. Sie werden – überwiegend ehrenamtlich – von Mitgliedern der Gemeinde geleitet, die im Sendegebiet wohnen. Das Angebot der Community-Radios ist auf die lokalen Bedürfnisse und Interessen zugeschnitten. Sie senden in lokalen Sprachen, die die Menschen in der Gegend verstehen. Das ist



Hier geht es zu Khayae FM, Myanmars erstem Community-Radio.

© Jonas Mayer

in einem Land wie Myanmar, das 135 verschiedene Ethnien beheimatet, von denen die meisten eine eigene Sprachen sprechen, besonders wichtig.

Mit ihren lokalen Programmen schließen die Community-Radios eine Informationslücke, die die nationalen und überregionalen Medien nicht bedienen. Sie schaffen einen Raum für die vielen Stimmen der Menschen aus den ländlichen Gebieten, den es vorher nicht gab. Community-Radios sind ein inklusives Medium und richten sich an Menschen mit unterschiedlichen sozioökonomischen Hintergründen und Bildungsgraden. Insbesondere Menschen, die nicht lesen können, profitieren von ihnen. Laut UNESCO liegt die Alphabetisierungsquote von jüngeren Menschen in Myanmar bei 80 Prozent, während sie bei den über 65-jährigen weniger als 60 Prozent beträgt. Für diejenigen, die nicht lesen können, sind Zeitungen als Informationsquelle wenig hilfreich. Außerdem erreichen Radios im Vergleich zu Printmedien auch abgelegene Dörfer, unabhängig davon, ob der Monsun die Zugangsstraßen weggespült hat oder nicht.

Programmdirektorin Thu Thu verlässt morgens um 7 Uhr ihr Zuhause, um rechtzeitig im Büro zu sein. Zwei Wochen im Monat ist sie verantwortlich für Radio Khayae FM. Sie

wohnt mit ihren Eltern in einem Reetdachhaus in Kyein Pite, einem im Flusstal gelegenen Dorf, dessen Straßen während der Regenzeit unbefahrbar werden. Etwa die Hälfte des Jahres pendelt Thu Thu deshalb im Boot zum Arbeitsplatz – und braucht eine Stunde pro Fahrt. Zum ersten Mal kam Thu Thu mit Radio Khayae FM in Kontakt, als sie für die lokale Organisation Su Paung Arr Mann ehrenamtlich tätig war, die sich für ländliche Entwicklung einsetzt und gemeinsam mit der DW Akademie das Community-Radio betreibt. Als der Sendestart für Khayae FM vorbereitet wurde, nahm sie an mehreren Workshops teil und übernahm nach und nach mehr Verantwortung. Dass sie nicht nur als Organisatorin, sondern auch als Livemoderatorin Talent hat, wurde schnell erkannt. Nach kurzer Zeit übernahm Thu Thu, neben ihrer Kollegin Mee Mee, die Programmleitung. Eine der beiden trifft man bei Khayae FM immer an.

” Mit ihren lokalen Programmen schließen die Community-Radios eine Informationslücke, die die nationalen und überregionalen Medien nicht bedienen.

Ein verschlafenes Dorf unter Palmen in Htan Tabin. Mitten drin: Ein zweistöckiger Betonbau auf schweren Metallstützen mit einem 20 Meter hohen Antennenmast auf dem Dach. Das ist das Hauptgebäude von Su Paung Arr Mann, in dem auch Khayae FM untergebracht ist. Das Studio ist mit einem Mischpult, einem Geräteträger, drei Mikrofonständern und drei Desktop-Computern ausgestattet. Seine Wände sind mit schwarzen Schaumstoffplatten verkleidet, die die meisten Geräusche der hin und wieder vorbeisatternden Traktoren fernhalten. In diesem Studio beauftragen Mee Mee und Thu Thu ihre freiwilligen Reporterinnen und Reporter mit Recherchen, checken die Interviews und prüfen die Ablaufpläne. Um Punkt 14 Uhr werden die Lautstärkeregel des Mikrofons nach

WIRKUNGSDATEN

Community-Medien: 167 von der DW Akademie im Jahr 2018 unterstützte Community-Medien weltweit stärken die Meinungsfreiheit von benachteiligten Bevölkerungsgruppen. Bei Lokalsendern wurden 1.150 Bürgerjournalistinnen und -journalisten von der DW Akademie ausgebildet. Ca. 9,6 Mio. Menschen in ländlichen Gebieten erhalten so relevante Lokalinformationen.

Länder: Bangladesch, Bolivien, Burkina Faso, Burundi, Ecuador, Georgien, Ghana, Kenia, Kirgisistan, Kolumbien, Libanon, Libyen, Myanmar, Namibia, Südsudan, Tunesien, Uganda, Ukraine



Das Community-Radio wird Myanmar's ethnischer und kultureller Vielfalt gerecht.

© Jonas Mayer

STECKBRIEF

Myanmar

Wer setzt Projekte um?

- Khayae FM ist das erste Community-Radio Myanmar. Es wurde mit Hilfe der lokalen Nichtregierungsorganisation Su Paung Arr Mann aufgebaut.

Wie funktioniert das Projekt?

- Im Februar 2018 ging Khayae FM ‚on air‘. Das Community-Radio wird von der Gemeinde Htan Tabin betrieben. Programmentscheidungen werden von den drei festangestellten Mitarbeitenden getroffen. Ansonsten ist das Radio auf die Mithilfe Freiwilliger aus den umliegenden Dörfern angewiesen.
- Khayae FM versorgt die im Sendegebiet lebenden Menschen mit für sie relevanten Nachrichten – angefangen von Kochrezepten über Bildungsfragen bis hin zu Neuerungen in der Landwirtschaft.
- Alle freiwilligen Reporterinnen und Reporter werden journalistisch ausgebildet. Sie lernen Interviews zu führen, Beiträge zu erstellen und im Radio zu präsentieren. Außerdem setzen sie sich mit journalistisch-ethischen Prinzipien auseinander und lernen neutral zu berichten.

Welche Schwierigkeiten bestehen?

- Es ist schwierig, ausreichend Freiwillige für die Arbeit im Radiosender zu finden, da die meisten Erwachsenen der ländlichen Region meist ganztags auf den Feldern arbeiten.
- Khayae FM ist das erste Community-Radio Myanmar. Daher ist es eine große Herausforderung, das Medienformat bekannt zu machen, Bürgerinnen und Bürgern

die Angst vor Interviews zu nehmen oder lokale Unternehmen davon zu überzeugen, dass nicht nur das Radio, sondern auch sie profitieren, wenn sie Werbung schalten.

Was hat das Projekt bewirkt?

- Die Bürgerinnen und Bürger in Htan Tabin wissen besser über das Geschehen in ihren Gemeinden Bescheid und bekommen Informationen, die ihnen helfen ihr Leben zu verbessern.
- Die Menschen in den umliegenden Gemeinden bekommen durch ihre Mitarbeit beim Radio die Möglichkeit, sich zu engagieren und ihren Anliegen Gehör zu verschaffen. Dadurch wird der Zusammenhalt in der Gemeinde gestärkt.
- Die Medienlandschaft Myanmar ist vielfältiger geworden, da in den Community-Radios Menschen zu Wort kommen, die in nationalen Medien ansonsten keine Stimme haben.

Welche Highlights gibt es?

- Khayae FM ist jeden Monat mehrere Tage in einem Dorf zu Gast und berichtet von dort über lokale Themen.
- Der Sender veranstaltet auch „Khayae FM Road Shows“, Veranstaltungen mit Comedy, Musik, Mini-Theateraufführungen und andere Unterhaltungsangeboten, um das Community-Radio bekannter zu machen.
- Khayae FM gilt als Vorbild für andere Regionen, in denen nun ebenfalls Community-Medien an den Start gehen.

➔ [facebook.com/htantabincr](https://www.facebook.com/htantabincr)

oben geschoben und die Sendung beginnt. Bei Khayae FM arbeiten zurzeit drei bezahlte Mitarbeiterinnen: zwei Leiterinnen und eine Assistentin. Ansonsten halten Freiwillige, deren Anzahl je nach Jahreszeit und Anbausaison variiert, das Community-Radio am Laufen. Manchmal sind es zwölf, dann wieder nur drei – jedenfalls immer weniger als benötigt. In der Regel sind alle ziemlich ausgelastet.

Als erstes Community-Radio nimmt Khayae FM eine Vorreiterrolle in der sich wandelnden Medienlandschaft Myanmar ein. Der Erfolg des Senders hat auch Gemeinden außerhalb des Sendegebiets dazu inspiriert, eigene Initiativen anzustoßen – ein vielversprechender Start für die Entwicklung neuer Community-Medien, die der Landbevölkerung eine Stimme geben und Myanmar ethnischer und kultureller Vielfalt gerecht werden.

Ein Meilenstein in Myanmar Mediengeschichte

Als Myanmar 2011 seinen Weg in die Demokratie antrat und in diesem Zuge bestehende Beschränkungen für die Medien lockerte, entstand Raum für neue Formate. So verabschiedete das Parlament 2015 ein Rundfunkgesetz, das die Etablierung von Community-Radios überhaupt erst möglich machte. Die DW Akademie sah sich zu dem Zeitpunkt nach einem möglichen Standort für ein Community-Radio um und fand im Dorf Atwin They Phyu in der lokalen Organisation Su Paung Arr Mann einen soliden Partner. Darüber hinaus leistete die Welt hungerhilfe wertvolle Unterstützung.

Die DW Akademie führte intensive Gespräche mit der Gemeinde. Anschließend stellte sie der Regierung die Pilotversion des Community-Radios vor, die im Rahmen einer Über-



Kochrezepte, Bildungspolitik, Neues aus der Landwirtschaft: berichtet wird über das, was die umliegenden Gemeinden interessiert.

gangsgenehmigung über eine Frequenz des staatlichen Rundfunkveranstalters MRTV gesendet werden sollte. Das Projekt würde der Regierung darüber hinaus als praktisches Beispiel für die Ausarbeitung von Bestimmungen für den neuen Mediensektor dienen. Ein komplizierter Prozess begann. Es wurde mit Myanmars Informationsminister, dem Presserat, MRTV und anderen Medienakteuren diskutiert. Am Ende zahlten sich diese Mühen aus und die Regierung willigte ein.

Am 18. Februar 2018 ging Khayae FM zum ersten Mal auf Sendung und schrieb damit Mediengeschichte in Myanmar. Das sonst so beschauliche Dorf Atwin They Phyu war Mittelpunkt ungewöhnlicher Aufmerksamkeit. Nationale und internationale Gäste reisten an, um das Ereignis zu feiern. Inmitten bunter Ballons und glitzernder Luftschlangen übertrug das Staatsfernsehen MRTV die Ansprachen des Informationsministers und des deutschen Botschafters in Myanmar. Die Mitarbeitenden von Khayae FM waren aufgeregt: Nach Monaten der Vorbereitung sollte der Sender endlich seine Arbeit aufnehmen – und alle bangten, ob die roten Buchstaben „On Air“ auch wirklich aufleuchten würden.

„ Als erstes Community-Radio nimmt Khayae FM eine Vorreiterrolle in der sich wandelnden Medienlandschaft Myanmars ein.

„Als wir mit der Planung begannen, sagten uns die Leute, dass eine Radiostation in Htan Tabin nicht funktionieren würde“, erzählt Programmdirektorin Mee Mee. „Sie dachten, es wäre zu schwierig.“ Doch als Khayae FM am Eröffnungstag in 15.000

Haushalten empfangen werden konnte, waren alle Zweifel beseitigt und die noch nervösen Freiwilligen führten ihre ersten Interviews mit Prominenten. Der Start des Community-Radios war auch Thema der nationalen Nachrichten – ein Zeichen, dass Myanmar begann, sich von einer noch nicht allzu lang vergangenen Ära zu lösen.

Kontakt mit den Menschen vor Ort

Der Erfolg eines Community-Radios steht und fällt mit den Menschen, für die es sendet. Zum einen ist ein solches Medienformat bei der Programmgestaltung und Moderation auf die Mitarbeit von Freiwilligen aus der Gemeinde angewiesen. Zum anderen benötigt es finanzielle Unterstützung von lokalen Unternehmen, die Sendezeit für Werbung kaufen oder Programme sponsern.

Um die Beziehungen mit der lokalen Gemeinde zu stärken, sind die Mitarbeitenden von Khayae FM in die Dörfer gegangen. Sie produzierten ganze Sendungen vor Ort und hatten so die Möglichkeit direkt mit den Einwohnerinnen und Einwohnern zu sprechen – vom Dorfältesten bis zum Kleinkind – und ihre Anliegen und Interessen ins Radio zu bringen. Mal ging es um die Gefahren von regenbedingten Erdrutschen in flussnahen Siedlungen, mal um den Schutz der Reisernte vor Schnecken.

„Die Besuche in den Dörfern ermöglichen uns einen tieferen Blick in das Leben dort“, erzählt Htet Mon Thaw, eine Radiomoderatorin, die eng mit Khayae FM zusammenarbeitet. „Die

Leute beteiligen sich wirklich rege an unseren Programmen. Sie lernen so auch, wie eine Radiostation arbeitet. Inzwischen bekommen wir schon Einladungen von Dörfern in unserem Landkreis.“

Eines davon ist Kyaut Pone Lay. Die Menschen dort hatten gehört, wie Khayae FM andere Dörfer vorstellte. „Ich fände es prima, wenn Khayae FM in unser Dorf kommt und unsere Geschichten erzählt“, sagt U Jaw Ni, Dorfältester und Vorsitzender der ansässigen Gruppe von Reisanbauern. „So erfahren auch andere, was in unserem Leben passiert, und wir können unsere eigenen Stimmen im Radio hören. Außerdem leisten wir dadurch einen Beitrag zur Unterstützung des Senders.“

Ein Weg mit Stolpersteinen

Die Mitarbeitenden und Freiwilligen von Khayae FM hatten keinerlei Medienerfahrung. In Htan Tabin hatte niemand jemals von einem Community-Radio gehört. Das führte aber auch dazu, dass die Menschen und Behörden vor Ort zunächst skeptisch reagierten, als die Reporterinnen und Reporter sie interviewen wollten. Sie verstanden nicht, was das für eine Radio-

station ist und welche Ziele Khayae FM verfolgt. Auch Freiwillige für das Radio zu gewinnen, gestaltete sich schwierig. Viele waren überzeugt, es fehle ihnen an nötigem Wissen und Können, um mitzumachen. Dabei bot Khayae FM allen Interessierten Workshops zu Radioproduktion, Journalismus und Moderation an – Vorkenntnisse waren also gar nicht nötig.

In Myanmar kommt es noch immer zu Konflikten zwischen verschiedenen ethnischen Gruppen. Deshalb wurden Bedenken laut, dass bestimmte Themen und Personen bei einem lokalen Sender wie Khayae FM bestehende Spannungen verschlimmern könnten, statt gegenseitiges Verständnis zu schaffen – wenn auch unbeabsichtigt. Deshalb setzten sich die Freiwilligen im Rahmen von Workshops intensiv mit journalistischer Ethik und neutraler Berichterstattung auseinander. Jeder Beitrag wird von den Verantwortlichen gründlich geprüft, bevor er gesendet wird. Allzu kontroverse Themen werden vermieden. Schließlich steht nicht nur das junge Projekt Khayae FM auf dem Spiel. Sollten Inhalte des Senders gar zu Gewalt oder anderen unerwünschten Ergebnissen führen, läuft die gesamte Entwicklung einer partizipativen und inklusiven Medienlandschaft Gefahr, schwere Rückschläge zu erleiden.



Alle ehrenamtlichen Reporterinnen und Reporter erhalten ein professionelles Medientraining.

© Htet Mon Thaw

Die Suche nach Freiwilligen ist nach wie vor schwierig. Die meisten Menschen in Htan Tabin arbeiten in der Landwirtschaft und haben einen sehr langen Arbeitstag. Da bleibt wenig Zeit übrig. Auch wenn die Mitarbeit beim Community-Radio von großem Nutzen für die persönliche Entwicklung ist, hat der Sender gerade mal genügend Mitarbeitende, um das „On Air“-Licht im Studio zu den Sendezeiten immer am Leuchten zu halten. An eine Verlängerung der Sendezeiten ist nicht zu denken.

” Die Community-Radios stärken die Medienlandschaft Myanmars. Sie geben ihr Vielfalt und prägen damit den Alltag der Menschen, die dort leben.

Als sie zu Khayae FM kam, war die 21-jährige Nan Yu Hlaing eine frischgebackene Abiturientin, die nicht wusste, wie es in ihrem Leben weitergehen soll. Sie verbrachte die Tage damit, ihrer Mutter im Haus und ihrem Vater auf den Reisfeldern zu helfen, als die Idee vom Community-Radio ihr Interesse weckte. Sie besuchte eines der Freiwilligentreffen. Zunächst war sie sich nicht sicher, ob Radio das Richtige für sie war. Sie blieb im Hintergrund und sagte nur selten etwas. „Damals war ich die meiste Zeit Zuhause und nicht wirklich selbstbewusst genug, um mit Unbekannten zu sprechen“, erzählt sie.

Doch das sollte sich mit Abschluss ihres Trainings ändern. Nachdem Nan Yu die Chance bekam, erfahreneren Freiwilligen zuzuschauen, wie sie Interviews führten, das Programm zusammenstellten und Liveshows moderierten, übernahm sie mehr. Einmal den Mut gefasst am Mikrofon zu sitzen, stellte

sie fest, dass sie Talent für die Moderation hatte. Schon bald machte sie sich mit ihrem Diktiergerät auf den Weg zu den Behörden, um Beamte zu interviewen. Als der Sender eine Teilzeitassistentin suchte, bewarb sie sich um den Job. „Ich habe jetzt kein Problem mehr damit, vor Menschen auf Versammlungen oder sogar Konferenzen zu sprechen“, erklärt sie stolz. „Das habe ich meiner Arbeit hier zu verdanken.“ Erst kürzlich reiste sie für zehn Tage nach Indonesien, um von dortigen Community-Radios zu lernen.

Nan Yu ist nicht die Einzige, deren Leben sich durch ihre Tätigkeit bei Khayae FM grundlegend verändert hat. Für die 26-jährige Thin Thin Po versprach die freiwillige Tätigkeit beim Sender zunächst nichts als jede Menge Spaß. Doch bald zeigte sich, dass sie ein Händchen für die Umsetzung von Interviews und die Produktion von Reportagen hatte. „In dem Training, das wir dort bekamen, konnte ich mein Wissen wirklich ausbauen und knüpfte Kontakte mit Leuten, die ich sonst nie getroffen hätte“, berichtet Thin Thin. Sie entwickelte einen solchen Enthusiasmus für die Arbeit, dass sie mittlerweile Journalistin werden will. Am Myanmar Journalism Institute (MJI) wurde sie bereits für einen entsprechenden Studiengang zugelassen und arbeitet nun darauf hin, eine Vollzeit-Reporterin zu werden.

Ein Sektor mit Potenzial

Die Community-Radios stoßen in Myanmar mit ihrer lokalen Ausrichtung auf ein breites Interesse. Die DW Akademie hat deshalb begonnen, eine zweite Initiative auszuloten – diesmal im Mon-Staat in Südmyanmar. In der Region, in der sowohl die



Khayae FM: ein Sender von den Gemeinden für die Gemeinden.

Mon-Sprache als auch Burmesisch gesprochen wird, soll das Radio zweisprachig senden und so anderen Initiativen in ethnisch diverseren Landesteilen als Vorbild dienen.

Vier weitere Community-Radios, drei davon im Chin-Staat, der im abgelegenen Nordwesten des Landes liegt, werden von der skandinavischen Medienhilfsorganisation IMS-Fojo unterstützt. Da die Regierung die Bestimmungen für die Vergabe von Sendelizenzen noch nicht fertiggestellt hat, haben sie zwar noch keine Sendeerlaubnis, ihre Inhalte sind jedoch bereits über die Sozialen Medien verfügbar.

Es besteht also Grund zur Hoffnung, dass bald ein ganzes Netzwerk von Community-Radios entsteht. Das würde es für die Betreiber nicht nur leichter machen, sich auszutauschen und zusammenzuarbeiten, sondern auch beim Start neuer Radioprojekte helfen. „Khayae FM war eine Art Prototyp für Myanmars Community-Medien“, sagt Letyar Tun, Projektmanager für Community-Radios bei IMS-Fojo. „Es ist an der Zeit, dass die verschiedenen Community-Radioprojekte in ein Netzwerk mit internationalen und lokalen Nichtregierungsorganisationen, zivilgesellschaftlichen Gruppen, Gemeindeorganisationen und vielleicht sogar akademischen Institutionen integriert werden. Dadurch lassen sich Erfahrungen teilen, gemeinsame Workshops organisieren und Kontakte mit anderen Community-Mediennetzwerken über die Grenzen hinaus knüpfen.“

Gemeinsam mit UNESCO und IMS-Fojo arbeitet die DW Akademie am Aufbau eines solchen Netzwerks. Außerdem haben sich die DW Akademie und IMS-Fojo mit einem lokalen Technologieunternehmen zusammengetan, um eine Community-Radio-App zu entwickeln. Über diese App sollen die Menschen auf die wachsende Zahl von Radiostationen in ihrem Land per Smartphone zugreifen können. Außerdem wäre es ihnen möglich, eigene Beiträge, wie Stories und Interviews, direkt an die Redakteure ihres lokalen Community-Radios zu senden und so das Programm mitzugestalten. Dem Wunsch, ein aktives Mitglied des Bürgerjournalismus zu sein, steht mit einer solchen App nichts mehr im Wege.

Durch die Zusammenarbeit mit anderen Sendern wird die Medienlandschaft Myanmars wieder ein Stück vielfältiger. Dann werden noch mehr Stimmen aus der Bevölkerung zu hören sein. Die Community-Radios stärken die Medienlandschaft Myanmars. Sie geben ihr Vielfalt und prägen damit den Alltag der Menschen, die dort leben.



Eröffnung des Traumazentrums in Quetta.

© Nusrat Sheikh

PAKISTAN

Die Angst als ständiger Begleiter

Das Traumazentrum in Quetta

Text **Petra Aldenrath**

FÜR EILIGE

Fozia Mughal arbeitet als Psychologin für das Traumazentrum in Quetta, einer pakistanischen Großstadt in der Region Belutschistan. Allein im Jahr 2016 kamen dort 40 Medienschaffende ums Leben. Mit kostenlosen psychologischen Beratungsangeboten hilft das Traumazentrum Journalistinnen und Journalisten, die durch Terror und Gewalt, Einschüchterungsversuche und extrem prekäre Arbeitsverhältnisse traumatisiert sind. Es trägt erfolgreich dazu bei, dass sie ihr Leben wieder in den Griff bekommen und hat die Themen Trauma und Burn-Out in der Medienszene zum Thema gemacht.

Journalistinnen und Journalisten in Konfliktregionen kämpfen oft mit psychischen Belastungen. Nicht selten machen sie traumatische Erfahrungen und leiden in der Folge unter extremem Stress und Depressionen. In der pakistanischen Provinz Belutschistan, die von Anschlägen und Unruhen betroffen ist, hat die Nichtregierungsorganisation Individualland ein Traumazentrum errichtet – ein Ort, an dem Medienschaffende die Chance erhalten, ihr Leben wieder in den Griff zu kriegen.

Es ist Abend in der pakistanischen Hauptstadt Islamabad. Gerade hat es noch so stark geregnet, dass viele Bürgersteige und Straßen nicht mehr passierbar waren. So schnell der Platzregen kam, so schnell verschwand er auch wieder. Fozia Mughal macht sich nun schnell auf den Weg und geht durch die frische Luft zur Faisal-Moschee. Als sie ankommt, taucht die untergehende Sonne den Himmel über dem Minarett in ein rosarotes Licht. Fozia nimmt ihre Sandalen in die Hand und steigt über Pfützen hinweg die Stufen zum Innenhof der Moschee hoch. Als der Ruf des Muezzins beginnt, zieht sie ihr Tuch fest um die Haare.

Fozia ist in Islamabad zu Besuch. Sie ist Psychologin von Beruf und arbeitet in Quetta, über 900 Kilometer südwestlich von hier. Mit 1 Mio. Einwohnerinnen und Einwohnern ist Quetta die größte Stadt in der Provinz Belutschistan. Sie liegt im Grenzgebiet zu Afghanistan und nahe des Rekrutierungs- und Rückzugsgebietes der Taliban und anderer islamistischer Gruppen. „In Belutschistan gehen so viele Bomben hoch, dass es in anderen Landesteilen oft schon gar keine Nachricht mehr wert ist“, erzählt Fozia.

Für Journalistinnen und Journalisten ist der Alltag in diesem Umfeld hart. Viele müssen traumatische Erlebnisse verkraften und werden dabei von ihren Redaktionen allein gelassen. Sie werden oft so krank, dass sie nicht mehr arbeiten können. Da die Anschläge in Belutschistan zunehmen, ziehen sich mehr und mehr Organisationen aus der unruhigen Provinz zurück. Zu den wenigen Akteuren, die noch vor Ort sind, zählt Individualland. Die Nichtregierungsorganisation arbeitet gezielt in Konfliktregionen, um dort friedensfördernde Projekte voranzubringen. Gemeinsam mit der DW Akademie hat Individual-

land die Gründung eines Traumazentrums in Quetta möglich gemacht. 2018 wurde es eröffnet. Seither wird hier Medienschaffenden, die unter starken Traumata leiden und oft kaum noch ihrer Arbeit nachgehen können, kostenlose psychologische Beratung angeboten. Fozia ist im Traumazentrum angestellt und leistet als Psychologin mit ihren Beratungen eine dringend benötigte Arbeit. Am folgenden Tag will sich Fozia in Islamabad mit der Direktorin von Individualland treffen, um über das Projekt zu sprechen. Der Ruf des Muezzins verhallt. Sie geht zurück in Richtung Straße, streift ihre Sandalen wieder über und lächelt für ein Erinnerungs-Selfie.



Psychologin Fozia Mughal berät traumatisierte Medienschaffende in Quetta.

WIRKUNGSDATEN

Sicherheit: 2.400 Medienfachleute in 44 Medienhäusern profitierten im Jahr 2018 von Schulungen und Beratungen zu Sicherheitsthemen, die sowohl online als auch offline relevant sind.

Länder: Georgien, Guatemala, Jordanien, Mongolei, Pakistan, Palästinensische Gebiete

Schlaflos, depressiv, wütend

„Die meisten Reporterinnen und Reporter, die zu mir kommen, können nicht mehr konzentriert arbeiten. Sie leiden an Schlafstörungen, oft sind sie depressiv, nicht selten auch voller Wut“, erklärt Fozia. „Manche Männer regen sich sehr schnell auf und werden gewalttätig, sie schlagen ihre Frau und ihre Kinder. Ich hatte einmal einen Klienten, der mir berichtete, dass er ausrastete, wenn eine Tasse nicht mehr haargenau dort stand, wo er sie hingestellt hatte.“ Im Traumazentrum lernen die Betroffenen, ihre psychischen Belastungen zu erkennen, sie genauso ernst wie körperliche Erkrankungen zu nehmen und ihre Situation zu verändern.

Auf der Pressefreiheits-Rangliste von Reporter ohne Grenzen rangiert Pakistan im Jahr 2019 auf Platz 142 von 180. Allein 2016 kamen in der Provinz Belutschistan 40 Medienschaffende ums Leben. Sie sind nicht nur Terror, den Folgen eines lang anhaltenden Guerillakriegs und Gewalt ausgesetzt, son-

dern auch Drohungen, Einschüchterungsversuchen, Geringschätzung durch ihre Arbeitgeber, hartem Konkurrenzdruck und unsicheren Beschäftigungsverhältnissen. Viele von ihnen arbeiten als Freischaffende, sogenannte Stringer, und haben kein sicheres Einkommen. Außerdem müssen sich im streng traditionellen Belutschistan selbst Einheimische wie Fozia mit schwer durchschaubaren Machtansprüchen arrangieren. Die Journalistinnen und Journalisten müssen sehr gut aufpassen was sie schreiben, um nicht zur Zielscheibe der verschiedenen Interessensgruppen zu werden. Für Reporterinnen und Reporter bedeutet dies nie nachlassender Stress. Die Angst ist ihr ständiger Begleiter.

Die Beratungsstelle des Traumazentrums ist von 9 bis 17 Uhr geöffnet. Zwei Psychologinnen arbeiten hier. Die 48-jährige Fozia und ihre 13 Jahre jüngere Kollegin, Sadia Ishfaq. Beim Erstgespräch finden sie zunächst heraus, ob bereits eine Depression vorliegt. „Unsere Klienten – nicht alle, aber die meisten, die hierherkommen – sind Männer. Es gibt hier mehr Journalisten

STECKBRIEF

Pakistan

Wer setzt Projekte um?

- Die Nichtregierungsorganisation Individualland (IL) betreibt ein Traumazentrum für Medienschaffende in der pakistanischen Stadt Quetta, das Center for Excellence in Journalism am Institute for Business Administration (IBA) ein weiteres in Karatschi.

Wie funktioniert das Projekt?

- Die Traumazentren bieten kostenlose psychologische Beratung für Medienschaffende an, die durch Terror, Gewalt, Einschüchterungsversuche und extrem prekäre Arbeitsbedingungen oft schwer traumatisiert sind.
- Die Traumazentren wenden sich auch direkt an die Medienhäuser, um ein Bewusstsein dafür zu schaffen, dass die psychische Stabilität ebenso wertvoll ist wie die körperliche Gesundheit, und dass psychisch stabile Journalistinnen und Journalisten langfristig qualitativ bessere Arbeit liefern.

Welche Schwierigkeiten bestehen?

- Die Provinz Belutschistan, in der die Stadt Quetta liegt, ist von gezielten Anschlägen islamistischer Terrororganisationen und separatistischer Gruppen betroffen. Darüber hinaus tragen Militär und Geheimdienst sowie dort ansässige Stammesfürsten mit unterschiedlichen Interessen dazu bei, dass Belutschistan ein außerordentlich schwer durchschaubares und gefährliches Arbeitsgebiet für Journalistinnen und Journalisten ist.

- Die Medienhäuser schützen ihre Journalistinnen und Journalisten unzureichend oder gar nicht. Stattdessen werden sie häufig als leicht ersetzbare Arbeitskräfte betrachtet.
- Neben der psychischen Belastung durch das Berichten über Terror und Gewalt kommt daher für die Journalistinnen und Journalisten noch die Angst vor Konkurrenz, Jobverlust und nicht ausreichendem Verdienst hinzu.

Was hat das Medienprojekt bewirkt?

- Es ist gelungen, psychische Stabilität bei Medienschaffenden zu thematisieren und Depression, Trauma und Burn-out aus der Tabuzone zu holen. Mit ihrer Arbeit haben die Traumazentren eine Diskussion in der Fachöffentlichkeit angestoßen.
- Die psychologischen Beratungen haben Klientinnen und Klienten geholfen, ihr Privat- und Arbeitsleben zu verändern und wieder in den Griff zu bekommen. Insgesamt wurden an die 200 Hilfesuchende beraten, etwa 70 von ihnen in Quetta.

Welche Highlights gibt es?

- Beide Traumazentren bekommen sehr positive Resonanz. In Quetta veröffentlichte eine Zeitung einen Artikel über die Arbeit des Traumazentrums.
- Um auch die Medienschaffenden zu erreichen, die fernab der Stadt Quetta arbeiten, hat der Projektträger Individualland zwei Publikationen herausgegeben: ein Verzeichnis mit Adressen von Beratungsstellen sowie ein Handbuch mit Tipps und Erklärungen zu Trauma, Stress und psychischer Gesundheit.

➔ individualland.com | ➔ cej.iba.edu.pk



© Individualland

In Quetta, der größten Stadt der pakistanischen Provinz Belutschistan, explodieren täglich Bomben.

als Journalistinnen. Aber egal wer kommt – sie tragen ein ganzes Paket an Verunsicherungen und Ängsten mit sich herum. Sie haben Angst bei einem Bombenanschlag ums Leben zu kommen. Sie haben Angst vor den Machtinteressen der lokalen Regierung, dem Militär und einzelner Stammesfürsten. Sie haben Angst, mit ihren Artikeln jemandem auf die Füße zu treten und danach bedroht zu werden. Sie haben Angst ihren Job zu verlieren und ihre Familie nicht mehr ernähren zu können.“

„Allein 2016 kamen in der Provinz Belutschistan 40 Medienschaffende ums Leben.“

Auch Fozia kennt diese Art von existentieller Belastung. Sie ist eine sogenannte „Siedlerin“. So werden in Pakistan die Menschen bezeichnet, deren Familien vor oft vielen hundert Jahren meist aus Indien eingewandert sind. Bis heute wird diese Minderheit nicht richtig akzeptiert. Ihr Vater, ein einfacher Tagelöhner, wollte, dass es seinen Töchtern später gut geht und sparte jeden Cent für ihre Ausbildung. Fozia studierte, so wie auch ihre Schwestern. Die Nachbarn tuschelten, als die jungen Frauen sich nach dem Studium Arbeit suchten, denn im männerdominierten Pakistan – wo auch Frauen mit Dokortitel oft zu Hause bleiben, wenn das die Ehemänner so wollen – ist das keine Selbstverständlichkeit. „Mein Vater ignorierte das einfach. Er sagte immer: ‚Tu genau das, was du gerne möchtest, aber tu alles mit Ehrfurcht und Respekt.‘ Als ich 1996 Arbeit suchte, hätte ich als Siedlerin nie einen Job im öffentlichen Dienst bekommen. Deshalb habe ich mich bei internationalen Organisationen beworben.“

Die meisten kommen erst, wenn sie nicht mehr können

Islamabad ist in Planquadrate aufgeteilt. Statt Namen stehen auf den Straßenschildern Buchstaben und Nummern. F6 ist ein zentrales Markt- und Restaurantviertel. Ein türkisches Restaurant gilt als Geheimtipp. Fozia bestellt Fladenbrot und Kebab. Auf ihrem Handy sucht sie nach Fotos, die das Traumazentrum in Quetta zeigen. Es ist im Erdgeschoss eines hellgelb gestrichenen, zweistöckigen Wohnhauses untergebracht. Fozia zeigt ein Bild vom Wartezimmer. Zwei schwere braune Ledersessel laden zum Hineinsinken und entspannen ein. Auf dem Tisch davor steht eine Karaffe mit Wasser, daneben liegen Taschentücher. Fozias Behandlungszimmer liegt in einem Nebenraum. Von ihrem Schreibtisch aus blickt sie auf eine Gasse. Wer ungesehen bleiben möchte, kann Fozias Zimmer auch direkt von dort über einen Seiteneingang betreten. „Bei uns wird man immer noch schnell als verrückt abgestempelt, wenn man zum Psychologen geht“, erklärt sie. Auf dem Klingelschild, auf Flyern und Prospekten steht daher auch Medienzentrum und nicht Traumazentrum.

Diskretion ist ein wichtiger Aspekt bei Fozias Arbeit. Für sie und ihre Kollegin ist es selbstverständlich, dass die Personalien der Betroffenen unter Verschluss bleiben. Die beiden vergeben ihre Beratungstermine so, dass sich die Hilfesuchenden möglichst nicht begegnen. Gerade zu Beginn mussten sie viel Aufklärungsarbeit leisten. Häufig bekam Fozia zu hören: „Ich nehme doch schon Tabletten gegen meine Schlaflosigkeit. Warum sollte ich mich beraten lassen?“ Die Medienschaffenden in Belutschistan wissen oft gar nicht, dass Psychologinnen



Fozia Mughal (links) und Gulmina Bilal Ahmad (rechts):
Zwei Frauen, die etwas bewegen.

und Psychologen anders an die Sache herangehen, dass durch reden, analysieren und einer Verhaltensänderung auch Heilung möglich ist. „Die meisten kommen erst, wenn sie nicht mehr können, wenn sie zum Beispiel über ein Bombenattentat berichten mussten und den Anblick der zerfetzten Toten nicht mehr ertragen konnten. Der Anschlag ist dann nur der Tropfen, der das Fass zum Überlaufen bringt.“

Zwei starke Frauen

Der nächste Morgen in Islamabad. Es ist dampfig, feucht und heiß. Die Regierungstadt liegt in einem Talkessel. Morgens, wenn der Verkehr noch ruhig ist, sind das Gekreische wilder Affen, das Gezirpe der Vögel und das Blöken der Ziegen zu hören. Islamabad ist eine sehr grüne und für pakistanische Verhältnisse sichere Stadt. Nahezu jede Straße der Innenstadt ist mit Bäumen bepflanzt. Auf den Hauptverkehrsstraßen hängen etwa alle 100 Meter Überwachungskameras.

Fozia ruft ein Taxi. Sie trägt eine schwarze Pluderhose, ein üppig besticktes Kleid und einen passenden Schal als Kopfbedeckung, die typische Kleidung der Frauen in Belutschistan. Mit dem Taxi geht es vorbei an modernen Einkaufszentren, an Teestuben, in denen Männer in langen Gewändern sitzen, und an Straßenhändlern, die pakistanische Flaggen, bunte Blumen und scharf gewürzte Pommes Frites verkaufen. Vor einem großen Tor in einer Sackgasse steigt Fozia aus. Um 10 Uhr beginnt das Treffen mit Gulmina Bilal Ahmad, der Direktorin von Individualland.

Im Besprechungsraum surrt die Klimaanlage. Vor dem Fenster kreischt ein Sittich. So wie Fozia ist auch Gulmina studierte Psychologin und so wie Fozia ist auch sie eine Frau, die sich durchsetzt. „Meine Eltern wollten, dass ich Medizin studiere, so wie meine Brüder. Sie haben mich an die Uni zu einem Aufnahme-test geschickt. Ich habe einfach ein leeres Blatt abgegeben und bin durchgefallen.“ Einen Monat redete ihre Familie nicht mit Gulmina, dann akzeptierten sie ihre Entscheidung für Psychologie. Später gewöhnten sie sich daran, dass ihre Tochter ein paar Auslandssemester in Australien verbrachte, mit Drogenabhängigen und inhaftierten Frauen arbeitete und dann Karriere in der Entwicklungszusammenarbeit machte. „Fozia und ich gehören als arbeitende Frauen einer noch kleinen Minderheit an, die aber stetig wächst. Wenn man sich die Geschichte anschaut, sieht man: große Veränderungen beginnen oft mit kleinen Schritten.“

Auch ihr Engagement für ein friedliches Belutschistan eint die beiden Frauen. Nicht nur Fozias, sondern auch Gulminas Familie – zumindest väterlicherseits – stammt aus der Provinz. „In Pakistan reden die Menschen viel über Belutschistan. Aber sie reden eben nur über diese Provinz, anstatt mit den Menschen selbst. Ihre Stimmen sind in den Medien nicht ausreichend repräsentiert“, beschwert sich Gulmina. Während Fozia zurückhaltend und leise ist, füllt Gulminas Stimme den Raum, als sie über die großen Medienhäuser Pakistans spricht, die ihren Sitz in Karachi haben. „Die Redakteure dort haben keine Ahnung von Geographie und sie recherchieren nicht selbst. Sie rufen einen Stringer in Quetta an und sagen ihm, er soll sofort zu einem Anschlagort fahren und den Artikel in 30 Minuten lie-

fern. Das kann er aber nicht, denn der Anschlag ist weit weg von Quetta. Selbst mit einem Helikopter würde er es nicht schaffen.“ Aber auch wenn die Stringer es schaffen, rechtzeitig vor Ort zu sein, versuchen sie oft Unmögliches zu leisten, um im Geschäft zu bleiben. Letztlich aber werden sie in diesen Situationen von den Redaktionen allein gelassen.

Gulmina setzt sich wieder, atmet tief ein und lehnt sich zurück. Sie könnte noch Stunden weitererzählen über die Unwissenheit und Ignoranz in den Medienhäusern, über das traditionelle Respektverständnis, das es Reporterinnen und Reportern verbietet, ihren Vorgesetzten zu widersprechen – und über die Wichtigkeit, Medienschaffende zu stärken und zu schützen.

Dispute werden nicht immer nach Gesetzen geregelt

Fozia zeigt Bilder ihrer Heimatstadt Quetta. Im Hintergrund sind die kargen Berge zu sehen. Im Schatten wirken sie dunkelgrau, in der Sonne dagegen leuchten sie in einem erdigen ockergelb. Auf den lehmigen Straßen sind vollverschleierte



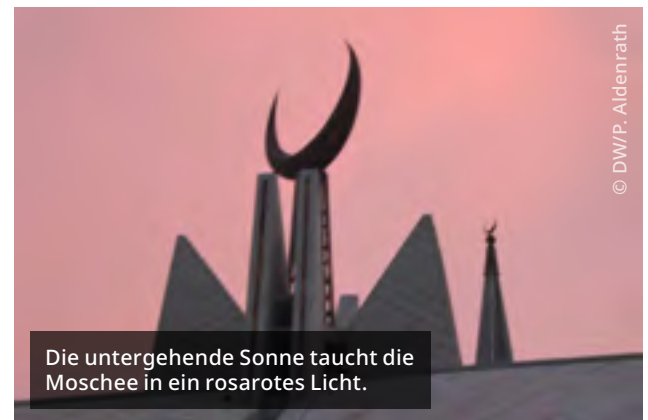
Frauen in dunklen Burkas zu sehen, andere sind bunt gekleidet mit einem locker über die Haare geworfenen Schal. Die Männer tragen lange, weiße, beige oder graue Gewänder. Einige haben eine runde, gehäkelte Gebetsmütze auf, andere aufwändig gewickelte Turbane. Zwischendrin sind immer wieder die Uniformen der Militärs zu sehen und ihre geschulterten Waffen.

Belutschistan ist nicht nur eine unruhige Region, sondern auch eine streng traditionelle. Wer dort Interviews führt, muss wissen in welchem Distrikt er sich aufhält und welche Ethnie hier wohnt, welchen Rang die Kontaktperson hat und welche politische Färbung. Auch ob sie einer geächteten Minderheit angehören oder ob sie Kontakte zur Polizei, dem Militär oder Angehörigen eines gefürchteten Stammesfürsten haben, ist wichtig. „Du kannst als Journalistin oder Journalist nicht einfach irgendwo reinspazieren und mit der Arbeit beginnen“, erklärt Gulmina.

„Du musst den Kontext kennen. Du musst wissen, wie du Fragen stellen kannst. Du musst wissen, vor wem du dich des Respekts wegen auf den Boden knien musst, anstatt einfach die Hand zu schütteln. Wenn es einen Disput gibt, wird der nicht immer nach den Gesetzen geregelt. Sie regeln das auf Stammesart.“ All diese Fragen des richtigen Umgangs sind zusätzliche Stressfaktoren für Reporterinnen und Reporter.

„Wenn man sich die Geschichte anschaut, sieht man: große Veränderungen beginnen oft mit kleinen Schritten.“

Gulmina und Fozia teilen die Medienschaffenden Belutschistans in drei Gruppen ein: Die erste Kategorie ist fest angestellt. Sie sind Mitglieder des lokalen Presseclubs, haben einen nicht gefälschten Presseausweis und arbeiten oft in der lokalen Redaktion eines großen Medienhauses mit Hauptsitz in Karatschi. Die zweite Kategorie arbeitet regelmäßig als Stringer für zwei bis drei Medien, oft auch für internationale. Die dritte Kategorie ist die größte und die schwächste: eine Vielzahl frei von zu Hause arbeitender Reporterinnen und



Reporter. „Sie müssen zwischen 15 und 30 Berichte pro Tag abliefern, um finanziell zu überleben“, erklärt Gulmina. „Du kannst nicht bis zu 30 Themen pro Tag recherchieren. Da bleiben sowohl die Menschen als auch die journalistische Qualität auf der Strecke.“

Neu lernen, mit Stress umzugehen

Um auch die vielen freien, nicht offiziell registrierten Journalistinnen und Journalisten zu erreichen, starten Individuelland und das Traumazentrum eine groß angelegte Aktion. Anhand von Zeitungs-, Radio-, Fernseh- und Onlineberichten suchen sie die Namen von Reporterinnen und Reportern heraus und schicken ihnen einen Brief mit einem Flyer des Traumazentrums. 110 Briefe waren es bisher. Bisher schützen die Medienhäuser

diese Menschen unzureichend oder gar nicht. „Manche Redakteure sagen, es gibt sie wie Sand am Meer. Sie gelten als ersetzbar“, sagt Fozia und rückt ihre Lesebrille zurecht. Sie erzählt von einem Treffen mit einem älteren Chefredakteur, der ihr sagte: „Wer mit der Situation hier nicht klarkommt, wer ein Problem hat, eine Schutzweste anzuziehen und sich eine Pistole ans Bein zu schnallen, soll lieber einen Kaufladen aufmachen.“

Genau so eine Reaktion hat auch Andeel erlebt. Sein richtiger Name bleibt anonym. Nach Recherchen für einen Artikel wurde er von einer bestimmten Interessensgruppe verfolgt. Mitten in der Nacht klingelte mehrfach das Telefon. Nahm er ab, hörte er nur schweres Atmen, dann wurde aufgelegt. Als er seinem Chef davon erzählte, erhielt er als Antwort, es stünde ihm frei, sich einen anderen Job zu suchen. Andeel reagierte mit Panikattacken und Verfolgungswahn. Er kaute seine Fingernägel bis auf die Kuppen ab, sah in jedem Passanten auf der Straße einen Feind und zuckte zusammen, wenn er Anrufe bekam. „Mit der Psychologin habe ich meine Situation analysiert und gelernt, mit Stress anders umzugehen. Ich weiß jetzt, dass ich alleine die Gesellschaft nicht verändern kann. Ich kann nur mich verändern und mein Verhalten.“



Das Wartezimmer des Traumazentrums in Quetta.

So wie Andeel geht es vielen, die sich im Traumazentrum beraten lassen. Oft ändern die Treffen nicht nur die Perspektive der Journalistinnen und Journalisten, sondern auch die der Familie. „Einer meiner Klienten kam zuerst allein. Seine Frau wollte sich scheiden lassen. Sie fand ihn unerträglich, er war ständig gereizt“, erzählt Fozia. „Irgendwann kam auch sie, und ich habe mit beiden erst Einzelgespräche geführt und dann eine Paartherapie begonnen. Nun wollen sie doch versuchen, zusammen zu bleiben.“ Ein Erfolgserlebnis. Teure Werbung braucht Fozia nicht, um auf das Traumazentrum aufmerksam zu machen. Bisher funktioniert die Mundpropaganda so gut, dass nicht alle Hilfesuchenden angenommen werden können. „Es kommen immer wieder Anfragen von Menschen, die nicht im Medienbereich arbeiten. Wir versuchen sie an andere Beratungsstellen weiterzuvermitteln. Denn wir konzentrieren uns speziell auf Medienschaffende.“

Damit auch diejenigen erreicht werden, die weit weg von Quetta wohnen, hat Individualland zwei Publikationen veröffentlicht, die beide online auf der Webseite von Individualland zur Verfügung stehen: zum einen ein Handbuch zur psychologischen Beratung von Reporterinnen und Reportern mit Tipps zum Erkennen psychischer Belastungen und einem Begriffslexikon, in dem beispielsweise der Unterschied zwischen einer depressiven Episode und einer Depression erklärt ist, zum anderen ein Wegweiser mit Adressen von Beratungsstellen.

„Psychisch stabile Mitarbeitende und eine ausgewogene, verlässliche Berichterstattung gehen in der Regel Hand in Hand.“

Bisher engagieren sich in Pakistan zwei Nichtregierungsorganisationen für Journalistinnen und Journalisten, die wegen ihrer oft extrem stressigen Arbeitsbedingungen unter emotionalen Problemen leiden. In Karatschi bietet das an eine Universität angegliederte Center for Excellence in Journalism Medienschaffenden kostenlose professionelle Beratung an, in Quetta übernimmt diese Aufgabe Individualland. Beide Partnerorganisationen der DW Akademie haben im Februar 2018 mit den Traumaberatungen begonnen. Sie arbeiten direkt mit den Hilfesuchenden und gehen darüber hinaus gezielt auf die Medienhäuser zu und klären diese über Arbeitsdruck, konfliktreiche Erfahrungen und Trauma auf.

Um Medienschaffende langfristig zu schützen, wollen Fozia und Gulmina die Verantwortlichen der Medienhäuser noch stärker einbinden als bisher. Nur wenn diese verstehen, dass ihre Reporterinnen und Reporter mehr Unterstützung benötigen, wird sich auch deren Arbeit verbessern. Denn psychisch stabile Mitarbeitende und eine ausgewogene, verlässliche Berichterstattung gehen in der Regel Hand in Hand. Das ist auch die Erfahrung von Rasheed Baloch, dem Chef des Regionalbüros vom Fernsehsender GNN in Quetta. „Viele Chefredakteure und Medienmanager bei uns wissen gar nichts mit dem Begriff ‚psychische Gesundheit‘ anzufangen.“ Er schätzt die Arbeit des Traumazentrums: „Hundert Prozent unserer Journalistinnen und Journalisten stehen unter Stress, wenn sie an einer Reportage arbeiten. Wenn sie aber einmal eine Beratung mitgemacht haben und merken, dass es ihnen danach besser geht, werden sie solche Beratungen aktiv unterstützen.“

Fozia und Gulmina werden also auch in den Chefetagen noch viel Überzeugungsarbeit leisten müssen, damit die Medienschaffenden in Belutschistan ihre Probleme annehmen und besser bewältigen können.

Erst als der Muezzin seinen Ruf zum Abendgebet beendet hat, löschen die beiden Frauen das Licht im Besprechungszimmer.



Energiebündel Gela Mtvlishvili setzt Ideen um.

© mtisambebi.ge

GEORGIEN

Wenn Berge versetzt werden

Autoren **Tinatin Dvalishvili** und **Petra Aldenrath**

FÜR EILIGE

Bei einer Wanderung in Ostgeorgien entdeckt Gela Mtvlishvili eine abgelegene, wirtschaftsschwache Bergregion. Der Journalist, Anwalt und Menschenrechtsaktivist gibt den Menschen dort eine Stimme. Er gründete [MtisAmbebi.ge](https://mtisambebi.ge), eine Online-Nachrichtenseite mit Geschichten aus den Bergen. Außerdem setzt er sich dafür ein, dass die Region an die Telekommunikationsinfrastruktur des Landes angeschlossen wird.

Im Osten Georgiens katapultiert ein Journalist und Menschenrechtsaktivist eine entlegene Bergregion ins digitale Zeitalter. Plötzlich sind die Menschen hier mit der weiten Welt verbunden, nutzen den Reichtum digitaler Informationen und verschaffen ihren Stimmen im gesamten Land Gehör.

Die Ortschaft Sakhile besteht aus genau einem Haus. Es liegt 1.460 Meter über dem Meeresspiegel, tief in den Bergen Chewsuretiens in Ostgeorgien. Die Bewohnerinnen und Bewohner dieses Hauses blicken auf eine atemberaubende Landschaft aus Wäldern, reißenden Flüssen und tiefen Schluchten. Nachbarn gibt es weit und breit nicht. Die nächstgelegene Kleinstadt, Duscheti R-on, ist zwei Stunden Autofahrt entfernt. Die Schönheit dieser Region macht sie zu einem Geheimtipp für Naturliebhaber und Menschen, die der Stadt entfliehen. Unter dem Hashtag #khevsureti teilen sie Tipps über Sehenswürdigkeiten und posten Filme von ummauerten Burgen, alten Heiligtümern und Grabmälern über YouTube und die Sozialen Medien. Da es in den Bergen Chewsuretiens weder Internet- noch Telefonverbindungen gibt, ist der Hype um ihre Region an den Einwohnerinnen und Einwohnern dieser dünn besiedelten Gegend vorbeigegangen.

Gela Mtvlishvili liebt es, hier zu wandern. Der Anwalt, Menschenrechtsaktivist und Journalist könnte seinen gesamten Urlaub schlichtweg damit verbringen, die Stille der Berge zu genießen, doch er hat einen anderen Weg eingeschlagen. Mtvlishvili hat sich für die Entwicklung der wirtschaftlich benachteiligten Region eingesetzt, indem er eine neue Kom-

munikationsinfrastruktur aufbaute und eine neue Form des Bürgerjournalismus etablierte, die sich auf Geschichten aus den Bergen konzentriert und den dort lebenden Menschen eine Stimme gibt.

Die Straßen nach Sakhile sind holprig und schlammig. Manana Arabuli, die hier mit ihrer Familie lebt, baut in einem kleinen Gemüsegarten Kartoffeln, Bohnen und Erdbeeren an. Außerdem kümmert sie sich um ihre Kühe, Enten und Hühner. Ihr Mann Gurami ist Traktorfahrer. Die beiden haben zwei Söhne, die nur am Wochenende Zuhause sind: Gigi und Giorgi. Gigi ist 18 Jahre alt und studiert an der 120 km entfernten Technischen Universität von Tiflis Ingenieurwesen. Sein drei Jahre jüngerer Bruder geht aufs Internat, da es in der Nähe Sakhiles keine Schulen gibt. Im Winter, wenn der hohe Schnee die Siedlung zeitweise von der Außenwelt abschneidet, müssen die beiden Jungen oft monatelang warten, bevor sie nach Hause gehen und ihre Eltern sehen können. Da es in Sakhile weder Telefon- noch Internetverbindungen gibt, können sie auch keinen Kontakt mit ihnen aufnehmen. Im Notfall müssen Manana und Gurami auf die Spitze eines Berges klettern, wo ihre Handys – mit viel Glück – Empfang bekommen.



Gigi Arabuli und Giorgi Arabuli freuen sich auf ihre eigene Tourismus-Webseite.

STECKBRIEF

Georgien

Wer setzt Projekte um?

- Die Online-Nachrichtenseite MtisAmbebi.ge berichtet Geschichten und Nachrichten aus entlegenen Bergregionen. Gegründet wurde sie vom Network of Information Centers (NIC).

Wie funktioniert das Projekt?

- Mit einer Ausbildung, die Theorie und Praxis verbindet, qualifiziert das Network of Information Centers Bürgerjournalistinnen und -journalisten für die Berichterstattung in Bergregionen.
- Darüber hinaus organisiert es jährlich ein Mediacamp, in dem junge Menschen lernen Medieninhalte zu produzieren und mit dem Handy zu berichten. Außerdem setzen sie sich mit den ethischen Grundsätzen des Pressekodex auseinander und erwerben weiteres Fachwissen.
- Das Network of Information Centers qualifiziert Journalistinnen und Journalisten zu Trainerinnen und Trainern weiter.
- Seit 2017 schult es gezielt Bürgerjournalistinnen und Journalisten für die Webseite MtisAmbebi.ge, die auf Geschichten und Nachrichten aus entlegenen Bergregionen spezialisiert ist.

Welche Schwierigkeiten bestehen?

- Die nationalen Medien und die Regierung haben kaum Interesse an den entlegenen Bergregionen und den Menschen, die dort leben.

Was hat das Projekt bewirkt?

- Menschen aus entlegenen Bergregionen in Georgien erhalten täglich über die Webseite MtisAmbebi.ge lokale Nachrichten und haben Zugang zu für sie relevanten Informationen.
- Die qualitativ hochwertigen Berichte der Bürgerjournalistinnen und -journalisten haben das Interesse nationaler und internationaler Medien für die entwicklungschwache Region geweckt und die Aufmerksamkeit der lokalen Regierung erregt.
- 2018 wurde eine Kampagne zur Digitalisierung der Bergregionen gestartet. Bis Ende 2019 wurden mehr als 60 Dörfer mit Highspeed-Internet und mehr als 30 Dörfer mit Telefonanschlüssen ausgestattet.

Welche Highlights gibt es?

- Die Anzahl der Berichte, die auf der Webseite Mtisambebi.ge und ihrer Facebookseite veröffentlicht werden, ist erheblich angestiegen. Monatlich schauen inzwischen ca. 1,2 Mio. Menschen die Beiträge auf YouTube. Die Facebookseite hat 106.000 Followers.
- Innerhalb von drei Jahren ist Mtisambebi.ge so erfolgreich geworden, dass die Nachrichtenseite ohne weitere finanzielle Unterstützung der DW Akademie weiterbestehen kann.
- Die BBC finanziert die Übersetzung der Stories von MtisAmbebi.ge, um sie einem englischsprachigen Publikum verfügbar zu machen.

➔ mtisambebi.ge

Nachrichten für die Menschen in den Bergen

Als Mtvlishvili auf Gigi und Giorgi traf und ihre Geschichten hörte, begann er darüber nachzudenken, wie eine bessere Zukunft für die Bergregion aussehen könnte. Die beiden Brüder erzählten ihm, dass sie – anders als die meisten anderen – ihre Heimat nicht verlassen wollten, um in der Stadt zu wohnen. Sie wollten lieber daran arbeiten, das Leben in den Bergen zu verbessern und hätten dafür auch schon konkrete Pläne: Gigi möchte Straßen und Brücken errichten, Giorgi Holzhütten für Touristen bauen. Beiden war jedoch klar, dass dies unmöglich sei, solange ihre Region von der digitalen Welt abgeschnitten ist.

Mtvlishvili strotzt vor Energie – nicht nur, wenn er sich den Weg über die engen Bergpfade Chewsuretiens bahnt. Setzt er sich einmal eine Sache in den Kopf, verschwendet er keine Zeit, diese in die Tat umzusetzen. Genauso machte er es, als

ihm bewusst wurde, dass die Menschen ihre Bergdörfer nicht nur aufgrund mangelnder Infrastruktur, fehlender Arbeitsplätze und kaum vorhandener medizinischer Versorgung verließen, sondern auch aufgrund fehlender Telefon- und Internetverbindungen.

In Chewsuretien hatten zu dieser Zeit 70 Dörfer keinen Zugang zum Internet und 30 keinen Telefonanschluss. Dies stand nicht nur der Entwicklung der Region im Weg, sondern brachte den Bewohnerinnen und Bewohnern der Bergdörfer erhebliche Nachteile mit sich: viele Formulare, Anträge und andere Dokumente, die man für Behörden benötigt, stehen oft nur noch digital zur Verfügung. Und nicht zuletzt sehnten sich die Menschen Chewsuretiens danach, informiert zu werden.

Die bestehenden Nachrichtenportale konzentrierten sich vor allem auf die Hauptstadtpolitik und nicht auf regionale Themen. Und weil sie die wirtschaftsschwachen Bergregionen

oft völlig übersahen, entschloss sich Mtvlishvili, eine Medienplattform zu schaffen, die diese Lücke füllt und Informationen liefert, die für die Menschen in den Bergen relevant sind.

Der entscheidende Unterschied

2016 startete Mtvlishvili das multimediale Nachrichtenportal MtisAmbebi.ge, was übersetzt so viel wie „Bergnachrichten“ heißt. Der Schwerpunkt der Seite liegt auf Nachrichten aus der Region und aus Geschichten über die hier lebenden Menschen – ihrer Arbeit und ihrer Freizeit, ihren Träumen und Problemen. Betrieben wird die Seite vom Network of Information Centers (NIC), einer freien Medien- und Nachrichtenorganisation, die Mtvlishvili zur Ausbildung von Bürgerjournalistinnen und -journalisten gegründet hat.

Als solche arbeiten derzeit zehn junge Menschen bei MtisAmbebi.ge, von denen acht noch immer in der Bergregion leben und zwei regelmäßig anreisen. Sie alle haben mehrere Trainingskurse bei dem Network of Information Centers absolviert. Sie lernten professionelle Interviews zu führen, anspruchsvolle Aufnahmen zu machen und ausgewogene

Stories zu produzieren. „Jeder Bericht muss einem strengen redaktionellen Prozess standhalten, denn alle Beiträge werden auf ihre Fakten geprüft, bevor sie hochgeladen werden“, erklärt Mtvlishvili. Die Einhaltung journalistischer Standards hält er für so wichtig, dass er die Beiträge meist selbst überprüft, bevor sie online erscheinen – auch wenn er sich damit ganze Nächte um die Ohren schlägt.

„Mithilfe des Nachrichtenportals MtisAmbebi.ge und der neuen digitalen Infrastruktur rückte Mtvlishvili vergessene Regionen ins Rampenlicht.“

Aber die reine Berichterstattung über die Bergregion war Mtvlishvili nicht genug. Er machte sich außerdem auf die Suche nach Geldgebern, um sein Projekt zur „Digitalisierung Chewsuretiens“ voranzutreiben. „Wir haben hart gekämpft“, erzählt er. „Wir haben uns nicht nur an internationale Organisationen gewandt, sondern auch ans georgische Wirtschaftsministerium, und ihnen die Bedeutung des Projekts erklärt. Insgesamt haben wir etwa 130.000 Euro von verschiedenen internationalen Organisationen und vor allem von der georgischen Regierung erhalten.“



Gela Mtvlishvili und sein Team auf dem Weg zu einem Interviewpartner.



Geschichten aus den Bergen – MtisAmbebi.ge gibt den Bergbewohnerinnen und -bewohnern eine Stimme.

© mtisambebi.ge

Geld, das viel bewirkte. Im Winter 2018 verkündete Mtvilishvili: „Wir warten darauf, dass der Schnee schmilzt, denn die Übertragungsmasten für das Internet müssen auf den Bergspitzen installiert werden. Es ist ein schwieriger Prozess, aber ich verspreche, dass dadurch 70 Dörfer und 1.300 Anwohnerinnen und Anwohner, darunter 200 Kinder, Internetzugang bekommen. Außerdem werden im darauffolgenden Herbst über 20 Dörfer nahe der russischen Grenze Empfang für Mobiltelefone haben.“

Drei Monate später wurden die Masten installiert. Nun verfügen mehr als 60 Bergdörfer über Highspeed-Internet und in weiteren 30 Dörfern können die Menschen zum allerersten Mal Telefonanrufe tätigen, im Internet surfen und die Sozialen Medien über ihre Smartphones nutzen. Ein weiterer Ausbau für die restlichen Dörfer ist nach der Schneeschmelze im Frühjahr 2020 geplant.

Die „Bergnachrichten“ erobern das Internet

Mithilfe des Nachrichtenportals MtisAmbebi.ge und der neuen digitalen Infrastruktur rückte Mtvilishvili vergessene Regionen ins Rampenlicht. Mehr und mehr Georgierinnen und Georgier verfolgen die Berichte über das Leben in den Bergen, denn Beiträge des „Bergnachrichten“-Portals werden immer wieder von großen nationalen Medien übernommen und ausgestrahlt.

Manche der Alltagsnachrichten wurden sogar zu richtigen Hits – wie die Geschichte eines alten einsamen Mannes, der inmitten der Berge in einem heruntergekommenen Haus ohne

Heizung lebte. Das Video, das zeigte, wie Freiwillige schwere Zementsäcke den Berg hinauf schleppen, damit der alte Mann ein neues Zuhause bekommt, bekam über 250.000 Klicks – beeindruckend für ein so kleines Nachrichtenportal und ein Land mit einer Bevölkerung von nur 3,7 Mio. Menschen. „MtisAmbebi bringt spannende Geschichten aus abgelegenen Regionen. Die Nachrichtenseite hat damit ein Bewusstsein für die Probleme in den Bergen geschaffen und den Menschen dort eine Stimme gegeben“, sagt der georgische Journalist und Medienexperte Zviad Koridze mit lobenden Worten. „In unserer modernen Welt ist es eine wichtige Funktion der Medien,

WIRKUNGSDATEN

Stärkung der Zivilgesellschaft: In 17 Ländern hat die DW Akademie im Jahr 2018 160 Nichtregierungsorganisationen beraten, die sich für Meinungsfreiheit und Menschenrechte einsetzen. Damit hat sie den Dialog zwischen staatlichen Einrichtungen, zivilgesellschaftlichen Organisationen und Medienvertreterinnen und -vertreter ermöglicht. Insgesamt konnte so der Zugang zu Informationen und die gesellschaftliche Teilhabe von ca. 2,2 Mio. Menschen gestärkt werden.

Länder: Burkina Faso, Georgien, Guatemala, Jordanien, Kambodscha, Kenia, Kolumbien, Libanon, Libyen, Myanmar, Namibia, Pakistan, Palästinensische Gebiete, Serbien, Südsudan, Tunesien, Uganda



Chewsuretien: eine abgelegene Bergregion wird digitalisiert.

© T. Dvalishvili

allen eine Stimme zu geben, ganz besonders denjenigen, die allein in einem entlegenen Dorf leben.“

Die „Bergnachrichten“ haben nicht nur die Aufmerksamkeit der Menschen in Georgien geweckt, sondern auch die der British Broadcasting Corporation (BBC). Nach Verhandlungen zwischen Mtvlishvili und der BBC werden Beiträge von MtisAmbebi.ge nun regelmäßig ins Englische übersetzt.

Und das ist nicht der einzige Erfolg. Nach drei Jahren ist das Network of Information Centers nun soweit und kann das Projekt MtisAmbebi.ge ohne die Unterstützung der DW Akademie fortführen. Mtvlishvili wird das Nachrichtenportal in Zukunft durch Werbung und Crowdfunding finanzieren. Im nächsten Frühling, wenn der Schnee wieder zu schmelzen beginnt und weitere Masten in Chewsuretien installiert werden, werden vielleicht auch Giorgis Träume wahr und er kann sich eines Tages seinen Lebensunterhalt mit Tourismus in Sakhile verdienen. Wenn auch sein Dorf digitalisiert ist, braucht er nur noch seine eigene Webseite zu erstellen, um Reisende aus aller Welt in die Berge Georgiens zu locken.



Mit Hiphop gegen Hassrede im Netz: der Song „Klickbejt“ bekam über 2,5 Mio. Klicks.

© K. Dahmann

WESTBALKAN

Ganz wie die Profis

Wie die Jugend auf dem Westbalkan die mediale Zukunft gestaltet

Autor **Klaus Dahmann**

FÜR EILIGE

Acht YouTuber machen mit dem Hiphop-Video „Klickbejt“ mobil gegen Hassrede. Mit mittlerweile mehr als 2,7 Mio. Klicks landen sie einen viralen Hit. Die YouTuber gehören zu einer neuen kreativen Szene auf dem Westbalkan, die innovative Medienformate schafft und eigene Themen setzt – jenseits vom alten Freund-Feind-Schema.

Wie können traditionelle Medien Teenager erreichen? Und wie können junge Menschen ihre Stimme in den Medien erheben? Kinder und Jugendliche stehen im Mittelpunkt des Projekts der DW Akademie auf dem Westbalkan.

Mobiltelefon und Mikrofon in der Hand, das Stativ über der Schulter – so mischen sich sechs Teenager unter die Journalistinnen und Journalisten am Presseingang zum BalkanTubeFest in Sarajevo. Anika, Filip, Milena, Balša, Sara und Irena kichern vor Aufregung. Es ist ihre erste Erfahrung als Nachwuchsreporterinnen und -reporter für RTGC, den öffentlich-rechtlichen Sender Montenegros.

Und auf geht's: ein Schwenk über die kreischenden Fans, Shakehands und Selfie mit „Baka Prase“, dem derzeit angesagtesten YouTuber auf dem Balkan, ein Aufsager vor dem Veranstaltungslogo – dann erst mal das aufgenommene Videomaterial durchschauen und den Ton checken. Ganz wie die Profis eben. Schließlich noch eine Frage an den Trainer: Kommt meine Message rüber? Sie ist für Balša das Wichtigste. „Jugendliche haben YouTube-Kanäle satt, wo nur geflucht wird“, sagt der 18-Jährige. Und fügt stolz hinzu: „Unsere Videos sind interessant. Wir sind neu und innovativ – einfach super!“

„Wir müssen junges Publikum erreichen. Das geht am besten, indem wir Jugendliche selbst einbinden. So bleibt der öffentlich-rechtliche Rundfunk relevant.“

Vor einem halben Jahr haben die Teenager den YouTube-Kanal „Hexatorm“ als Jugendportal von RTCG gestartet – unterstützt von Mentorinnen und Mentoren des Senders und Trainerinnen und Trainern der DW Akademie. Den Namen

„Hexatorm“ haben sich die Jugendlichen selbst ausgedacht. Es ist eine Neuschöpfung aus der griechischen Vorsilbe „hexa“, weil das Team aus sechs Jugendlichen besteht, und dem englischen Wort „storm“, das die Dynamik des Kanals unterstreichen soll. Für die sechs jugendlichen Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten ist das YouTuber-Festival in Sarajevo eine von mehreren Veranstaltungen, die das Projekt begleitet. Hier können sie das umsetzen, was sie in den vergangenen Monaten gelernt haben: die Produktion eines YouTube-Videos, von der Idee über das Storyboard bis zum fertigen Film. „Hexatorm ist eine Plattform, auf der wir uns ausdrücken können“, sagt die 17-jährige Milena. „Es ist toll, dass wir von RTCG das nötige Equipment für unsere Ideen bekommen und erfahrene Personen an unserer Seite haben, die uns helfen.“

Jugendliche erreichen Jugendliche

Und was hat der montenegrinische öffentlich-rechtliche Sender davon, dass er junge YouTuber unterstützt? „Junge Menschen wenden sich immer mehr von den traditionellen Medien ab“, sagt Vanja Šćekić, die stellvertretende Generaldirektorin von RTCG. „Wir müssen junges Publikum erreichen. Das geht am besten, indem wir Jugendliche selbst einbinden. So bleibt der öffentlich-rechtliche Rundfunk relevant.“ Das neue jugendliche Medienprojekt beschert aber nicht nur dem öffentlich-rechtlichen System eine Verjüngungskur. Dazu werden auch eigene kreative Formate auf YouTube, Instagram und Co. genutzt.



STECKBRIEF

Westbalkan

Wer setzt Projekte um?

- Hexatorm ist ein Jugendportal von RTCG, dem öffentlich-rechtlichen Sender Montenegros. Neben RTCG beteiligen sich 14 weitere Medienprojekte für Kinder und Jugendliche im Westbalkan.

Wie funktioniert das Projekt?

- Unter dem Motto „Junge Medien – Medien für und mit Jugendliche(n)“ unterstützt die DW Akademie seit 2017 durch Beratungen und Trainings 15 Medienprojekte, die auf junge Menschen bis 30 Jahre zugeschnitten sind.
- Die Kinder und Jugendlichen entwerfen und gestalten dabei digitale Formate – jenseits der klassischen Medien – selber mit.

Welche Schwierigkeiten bestehen?

- In allen Ländern des Westbalkans ist die Pressefreiheit eingeschränkt. Die staatliche Einflussnahme auf Medien nimmt kontinuierlich zu.
- Kinder und Jugendliche haben kaum Möglichkeiten ihre Stimme zu erheben.

Was hat das Projekt bewirkt?

- Ein Dutzend Medienhäuser hat die Gestaltung seiner Informationsangebote für Kinder und Jugendliche verbessert. Sie informieren kreativer, altersgerechter und benutzen neue digitale Angebote.
- 2018 förderte die DW Akademie den serbischen Presserat. Danach stellte er in nur fünf Monaten 350 schwerwiegende Verstöße gegen den Pressekodex fest, bei denen Boulevardmedien den Schutz von Minderjährigen missachteten, und rügte diese.

Welche Highlights gibt es?

- Acht YouTuber setzen sich mit dem Clip „Klikbejt – Drama“ für einen verantwortungsvollen Umgang mit Sozialen Medien ein. Das Video erhält in den ersten Monaten mehr als 1 Mio. Klicks, mittlerweile sind es über 2,5 Mio.
- Seit 2017 veranstaltet die DW Akademie das international ausgerichtete Brave New Media Forum in Belgrad. Mehr als 300 Teilnehmende tauschen sich dort jährlich über die neuesten Trends in Kinder- und Jugendmedien aus.

➔ youtube.com/hexatorm

➔ facebook.com/youthvibes.rs

„Hexatorm“ ist dabei nur eines von 15 Medienprojekten für Kinder und Jugendliche, die die DW Akademie auf dem Westbalkan mit Beratungen und Trainings unterstützt. Mehr als 300 Jugendliche haben bisher an journalistischen Trainings teilgenommen. Neben Serbien, wo die meisten Aktivitäten stattfinden, laufen Projekte in Bosnien-Herzegowina, Nord-Mazedonien, Kosovo und Montenegro. Dazu zählen ein in sieben Sprachen produziertes Jugendmagazin für ethnische Minderheiten, die Herstellung animierter Lernvideos für junge Schülerinnen und Schüler sowie ein News-Portal für Millennials. Um langfristig Personal zu qualifizieren, baut die DW Akademie mit den serbischen Medienverbänden Asocijacija medija und Lokal Pres einen Pool lokaler Beraterinnen und Berater sowie Trainerinnen und Trainern im Bereich Jugendmedien auf, für den mittlerweile 30 Menschen arbeiten. Außerdem werden besonders talentierte Jugendliche nach Medientrainings angesprochen und weitergebildet.

Darunter sind Jovana Jović und Vanja Joksimović, zwei Gymnasiastinnen aus der Stadt Niš im Süden Serbiens. Die beiden begeisterten Gleichaltrige aus allen Schulen der Stadt mit der Idee einer Teenager-Webseite. Im Nu hatten sie ein 25-köpfiges Team zusammen, organisierten Workshops, entwarfen eine Online-Umfrage und programmierten ihre Webseite. Nur wenige Monate später ging das Teenager-für-Teenager-Portal „Youth Vibes“ an den Start. Das Einzigartige: Hier schreiben und redigieren ausschließlich Teenager selbst, in jedem Artikel kommen auch nur Teenager zu Wort. „Youth Vibes“ ist mittlerweile auf Expansionskurs. Nachdem sie bei einem serbischen Förderwettbewerb gewonnen haben, bauen sie Redaktionsteams in den Nachbarstädten auf.

Jugendliche gestalten durch Medien die Zukunft ihrer Region mit

Wenn Jugendliche über ihre Themen sprechen können, wird deutlich: Diese erste Nachkriegsgeneration – der Kosovo-Krieg liegt mittlerweile 20 Jahre zurück – ist anders als ihre Eltern. Sie sind nicht mehr in alten Freund-Feind-Schemata verhaftet. Für sie zählt eine gute Ausbildung und danach ein Job, von dem sie leben können. Dinge, die ihnen ihre Heimatländer derzeit kaum bieten können. Und so gehen viele Jugendliche nach ihrer Ausbildung nach Westeuropa, wo sie auf bessere Berufschancen hoffen. Vier von fünf jungen Menschen in Serbien sehen ihre Zukunft im Ausland. Aus Bosnien-Herzegowina wandern pro Jahr rund 30.000 Menschen ab. Für Jugendliche in ländlichen Regionen sind Bildungsmöglichkeiten und Jobperspektiven deutlich schlechter als in den Hauptstädten.

„Wir haben festgestellt, dass es keine Medien für uns Teenager gibt. Deshalb haben wir ‚Youth Vibes‘ gegründet“, sagt die heute 18-jährige Jovana. Als sie das Portal aus der Taufe hob, war sie 16 Jahre alt. Jovana erfüllte sich einen brennenden Wunsch, als sie das Jugendportal für Teenager gründete. Eine



Jovana Jović und Vanja Joksimović gründeten in Serbien das Teenager-für-Teenager-Portal „Youth Vibes“.

© DW/M. Erdeji

Karriere hatte sie dabei nicht im Blick. Damals wollte sie Biologie studieren, heute ist es Politik. So wie Jovana wollen viele aus ihrer Generation gar nicht unbedingt eine journalistische Laufbahn einschlagen. Aber was sie hier lernen, nämlich Medieninhalte zu produzieren, Sachverhalte objektiv darzustellen und klar zu formulieren, hilft ihnen auch in anderen Berufen. „Es ist sehr wichtig, junge Menschen in die Diskussion einzubinden, wenn es um Werte und die Art der Kommunikation in der Gesellschaft geht, weil sie die unmittelbare Zukunft dieser Region mitgestalten“, sagt Gordana Jankovic, Leiterin des OSZE-Medienprogramms.

Um die Wichtigkeit von ethisch-moralischen Regeln auch in Sozialen Netzwerken zu thematisieren, starteten acht bekannte YouTuber mit Unterstützung der DW Akademie eine Kampagne gegen Hassrede und produzierten ein Hiphop-Video, das sie auf dem BalkanTubeFest 2018 in Sarajevo live performten. „Klikbejt“ wurde in nur zwei Stunden 50.000 Mal angeschaut, nach drei Wochen waren es schon 1 Mio. Klicks. Thema des Hiphop-Songs ist die Sucht nach Klicks und möglichst vielen Likes in den Sozialen Medien – oft um jeden Preis. Begleitet wird das Musikvideo von zahlreichen erklärenden Clips.

Diese acht YouTuber in Sarajevo zu treffen, ist für die jungen „Hexatormer“ ein besonderes Highlight. „Obwohl wir erst seit kurzem auf YouTube aktiv sind, erkennen mich die Leute schon auf der Straße wieder, fragen nach Autogrammen und wollen ein Selfie mit mir machen“, sagt die 17-jährige Irena. „Das zeigt: Wir haben mit ‚Hexatorm‘ Einfluss auf unsere Generation!“

WIRKUNGSDATEN

Innovation und Dialog im Netz: Die DW Akademie hat im Jahr 2018 116 Medienorganisationen für die Herausforderungen des digitalen Wandels fit gemacht. 91 Medienpartner haben ihre Reichweite erhöht – durch neue digitale Medienformate sowie Social-Media-Plattformen, Blogs und Internet-Radios. Ca. 4,2 Mio. Menschen in 18 Ländern empfangen so eine größere Vielfalt an Informationen und beteiligen sich an öffentlichen Diskussionen.

Länder: Bolivien, Burkina Faso, Burundi, Ecuador, Georgien, Ghana, Guatemala, Kirgisistan, Kolumbien, Libanon, Libyen, Marokko, Myanmar, Namibia, Pakistan, Serbien, Tunesien, Ukraine

Medien mit öffentlichem Auftrag: Ca. 26,6 Mio. Menschen in 5 Ländern haben im Jahr 2018 von Veränderungen ihrer Staatsmedien profitiert. Durch Beratung, Strukturreformen und Fortbildungen wurde die Berichterstattung vielfältiger und die Sendungen attraktiver für die Bürgerinnen und Bürger. Die Staatssender wandeln sich, mit Unterstützung der DW Akademie, zu Medien mit öffentlichem Auftrag.

Länder: Georgien, Myanmar, Namibia, Serbien, Ukraine



César Sánchez machte nach der Journalistenausbildung eine steile Karriere.

BOLIVIEN

Eine Ausbildung fürs Leben

Die duale Journalistenausbildung

Autorin Vera Freitag

FÜR EILIGE

Als César Sánchez sein Studium der Kommunikationswissenschaft in La Paz beendete, hatte er keinerlei Berufserfahrung. Er bewarb sich für die duale Journalistenausbildung der Fundación para el Periodismo, der ersten und nach wie vor einzigen Ausbildung Boliviens, die Theorie und Praxis verbindet. Heute ist César ein gefragter Experte in Sachen Digitaljournalismus und bildet als Trainer Nachwuchstalente aus.

Wer in Bolivien Journalistin oder Journalist werden wollte, hatte lange nur eine Wahl: ein theorielastiges Kommunikationsstudium ohne Praxisbezug. Seit es die duale Journalisten- ausbildung gibt, wächst im Land eine neue Generation selbstbewusster Multimediaexpertinnen und -experten heran, die sich selbst „los Edualeños“ (auf Deutsch „die Dualen“) nennen.

Gleichmäßig rattern die gelben Gondeln der Seilbahn über den Dächern von La Paz. Für die Bewohnerinnen und Bewohner der bolivianischen Metropole ist sie ein gängiges Transportmittel. Reisende nutzen sie, um die Stadt aus der Vogelperspektive zu betrachten: Boliviens Regierungssitz liegt inmitten der Anden, auf über 3.600 Metern, in einem tief eingeschnittenen Talkessel. Ein Konglomerat aus modernen Wohnhäusern, Kolonialbauten und einfachen Holzhütten, die sich die Berg- hänge hinaufziehen und die Stadt bei Nacht in ein Lichtermeer verwandeln.

Ein solches Licht ist die Fundación para el Periodismo (auf Deutsch: Stiftung für den Journalismus), mit Sitz im beliebten Künstlerviertel Sopocachi. Ein 15-köpfiges Team arbeitet in dem großen gelben Wohnhaus, dessen Tür immer offen steht. Journalistinnen und Journalisten aus allen Medien und Landes- teilen und solche, die es werden wollen, kommen hierher, um zu lernen und sich auszutauschen.

Fünf Jahre ist es her, dass César Sánchez das Gebäude zum ers- ten Mal betrat. Damals beendete er in La Paz gerade sein Stu- dium der Kommunikationswissenschaften. Von einer Dozentin hörte er von einer neuen Fortbildungsmöglichkeit: eine

duale Journalistenausbildung mit Schwerpunkt Multimedia, die Theorie und Praxis kombiniert. „Als ich die Ausschreibung las, dachte ich: Da kann ich mich unmöglich bewerben, die suchen doch viel erfahrenere Leute als mich“, erinnert sich der 28-jährige Journalist.

Auf dem Lehrplan für die einjährige duale Ausbildung standen Dinge, mit dem der junge Studienabgänger César bisher kaum in Berührung gekommen war: Digital- und Datenjournalismus, Video und vieles mehr. Außerdem Praxisstationen bei renom- mierten bolivianischen Medienhäusern. César zögerte. Außer ein paar Praktika hatte er während seines Studiums kaum Praxiserfahrung bei Medien gesammelt.

„Aber ich hatte auch nichts zu verlieren und eine solche Spezi- alisierung für Journalistinnen und Journalisten war in Bolivien etwas komplett Neues“, erinnert sich der großgewachsene Mann. Also schickte César seine Bewerbung an die Fundación para el Periodismo in La Paz – und hatte Erfolg: Er wurde Teil der ersten Generation „Edualeños“, wie sich die Teilneh- menden der dualen Journalistenausbildung selbst taufen. „Edualeños“ ist eine Wortkreation und bedeutet so viel wie „die Dualen“.



Eine Journalistenausbildung, bei der es klickt

Vor fünf Jahren fiel der Startschuss für den ersten Ausbildungsgang. Seitdem ist die Fundación para el Periodismo fester Projektträger der DW Akademie. Drei Jahrgänge, rund 45 Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten, haben im Seminarraum der Stiftung bereits gemeinsam nachgedacht, diskutiert, recherchiert und über journalistischen Themen gebrütet. „Direkt in den ersten Unterrichtsstunden hat es bei mir klick gemacht“, erinnert sich César. Im Seminar zu Multimediajournalismus zeigte ihm der Dozent aus Deutschland eine Reihe digitaler Tools und Programme. Bisher hatte er sich als Journalist immer nur auf das Schreiben konzentriert. Nun erfuhr er, welche Möglichkeiten das Internet ihm für seine journalistische Arbeit bietet: „Ich habe gelernt, Videos mit meinem Handy

„Die duale Journalistenausbildung in Bolivien ist nicht nur die erste, sondern immer noch die einzige dieser Art. Einen regulären Journalismusstudiengang gibt es nicht.“

zu drehen, sie zu schneiden und auf meiner Webseite zu platzieren.“ Außerdem lernte er den Umgang mit Facebook und Twitter und wie er Soziale Medien gezielt einsetzen kann, um mehr Menschen auf seine Artikel aufmerksam zu machen.

Die duale Journalistenausbildung in Bolivien ist nicht nur die erste, sondern immer noch die einzige dieser Art. Einen regulären Journalismusstudiengang gibt es nicht. Von den 44 Kommunikationsstudiengängen, die landesweit angeboten werden, behandeln gerade einmal vier das Thema Journalismus am Rande.

In dem Jahr ihrer Ausbildung bei der Fundación para el Periodismo durchlaufen die Journalistinnen und Journalisten insgesamt zehn Seminare zu Themen wie Investigativjournalismus, Wirtschaftsberichterstattung oder „Mobile Reporting“ – Berichterstattung mit dem Handy. Multimediales Storytelling steht dabei immer im Vordergrund, also die Frage: Über welches Medium erzähle ich meine Geschichte? Kann ich Videos oder Audios in meine Webseite einbauen? Welche Geschichten kann ich über die Kanäle der Sozialen Medien

STECKBRIEF

Bolivien

Wer setzt Projekte um?

- Die Journalismus-Stiftung Fundación para el Periodismo (FPP) in La Paz fördert eine duale Journalistenausbildung.

Wie funktioniert das Projekt?

- Seit dem Jahr 2014 nehmen Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten aus allen Medien und allen Landes-teilen über ein Jahr lang an Seminaren zu unterschiedlichsten journalistischen Themen teil und wenden dieses Wissen unmittelbar danach in einer Praxisphase in Medienhäusern an.
- ‚Wenig Theorie – viel Praxis‘ ist das Erfolgsrezept der dualen Ausbildung: Die Teilnehmenden müssen ans Mikrofon, hinter und vor die Kamera oder auf die Straße zum Interview.
- Durch die Kombination aus Theorie und Praxis werden sie so gezielt zu Multimedia-Expertinnen und -experten ausgebildet.

Welche Schwierigkeiten bestehen?

- Bolivianische Medien verfügen nicht über genügend Ressourcen, um in die Ausbildung von Medienschaffenden zu investieren. Von den 44 Kommunikationsstudiengängen, die landesweit angeboten werden, behandeln gerade einmal vier das Thema Journalismus am Rande. Einen regulären

Journalismus-Studiengang gibt es nicht. Den Absolventinnen und Absolventen der Studiengänge fehlen beim Berufsstart grundlegende journalistische Kenntnisse.

Was hat das Projekt bewirkt?

- Absolventinnen und Absolventen der dualen Ausbildung sind in ihren Medienhäusern in leitende Positionen aufgestiegen und haben ihren Redaktionen durch ihr umfangreiches Wissen im Bereich Digitales einen komplett neuen Anstrich verliehen.
- 80 Prozent von ihnen werden von den Medienhäusern übernommen, weiterbeschäftigt oder steigen innerhalb der Redaktionen in höhere Positionen auf.

Welche Highlights gibt es?

- Ehemalige Absolventinnen und Absolventen der Stiftung bilden nachfolgende Generationen aus. Zu Beginn haben Trainerinnen und Trainer aus Deutschland gelehrt, danach internationale und bolivianischen Teams. Demnächst wird die Ausbildung komplett von bolivianischen Teams übernommen.
- Die duale Journalistenausbildung in Bolivien ist nicht nur die erste, sondern immer noch die einzige dieser Art.

➔ fundacionperiodismo.org



Mit der Gondel zur Journalismus-Stiftung Fundación para el Periodismo in La Paz.

verbreiten? Nach der gemeinsamen Seminarwoche gehen sie für den Rest des Monats in ihre Medienhäuser zurück und versuchen, das neu Gelernte direkt umzusetzen. Hierbei werden sie von einer Tutorin oder einem Tutor mit langjähriger Redaktionserfahrung persönlich betreut.

César nutzte die Gelegenheiten, die ihm die Ausbildung bot. Er begann, seine Geschichten über das Netz zu erzählen: Schrieb er über Wirtschaftsthemen, fügte er eine eigens online erstellte Infografik hinzu. Wenn er über Sport berichtete, schnitt er kurze Videos und verknüpfte sie mit seinen Texten. Wollte er mehr über ein bestimmtes Programm erfahren, dann googelte er einfach und schaute sich Tutorials an. „Ich habe gelernt, dass man als Journalist ständig Neues ausprobieren sollte“, betont César.

„Edualeños“ wissen, wie Journalismus funktioniert

Alle Teilnehmenden der dualen Journalistenausbildung erhalten einen festen Platz bei einem bolivianischen Medienhaus – dazu zählen überregionale Tageszeitungen, ebenso wie Radio- und TV-Sender aus fast allen Landesteilen. Auch die Medien profitieren von den „Edualeños“: „Der Journalismus ist vielfältiger geworden, es kommen ständig neue Genres hinzu“, betont Thania Sandoval, Direktorin des Fernsehsenders ATB aus La Paz. Ihr Kanal sowie zwei weitere Medienhäuser, darunter eine der einflussreichsten Zeitungen des Landes, unterstützen die duale Ausbildung seit der ersten Stunde.

WIRKUNGSDATEN

Ausbildung zu Medienprofis: In 13 Ländern hat die DW Akademie im Jahr 2018 67 praxisorientierte, zeitgemäße Ausbildungsprogramme für Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten unterstützt. 1.150 Studierende an Partnerinstitutionen haben Abschlüsse erworben. Damit ist eine wichtige Grundlage für professionelle und vielfältige Berichterstattung gelegt.

Länder: Bangladesch, Bolivien, Georgien, Ghana, Guatemala, Libanon, Libyen, Mongolei, Myanmar, Namibia, Palästinensische Gebiete, Serbien, Ukraine

Thania Sandoval erzählt von der Frustration vieler Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten, die ohne praktische Vorerfahrung ins kalte Wasser springen müssen: „Die jungen Leute kommen zu uns und wissen oft nicht einmal, wie man korrekt zitiert, geschweige denn ein Interview führt“, erzählt Sandoval. Hier müsse ihr Team erst einmal grundlegendes journalistisches Handwerkszeug vermitteln. Das sei im Stress des Redaktionsalltags kaum zu bewältigen. „Bei den Abgängerinnen und Abgängern der dualen Ausbildung weiß ich: Sie haben von verschiedenen Profis gelernt, wie Journalismus funktioniert, und sie sind in der digitalen Welt Zuhause. Sie bringen alles mit, was im Journalismus gebraucht wird“, betont Sandoval.

Nachdem er die duale Journalistenausbildung beendet hatte, arbeitete César zunächst zwei Jahre als Reporter bei dem

bolivianischen Magazin „Oxígeno“. Dort hatte er während seines Ausbildungsjahrs seine Praxisstationen absolviert. In dieser Zeit entwickelte er eine Vorliebe für zeitintensive Recherchen und komplexe Themen. Als er die Geschichte einer jungen Frau aufschrieb, die Opfer von Menschenhandel wurde, begann sein Aufstieg als Investigativreporter. Nach zwei Jahren wechselte er zur Onlineplattform des gleichen Medienhauses. „Dort habe ich meinen Platz gefunden“, erzählt er. Nur drei Leute arbeiten für das Portal: seine Chefin, eine weitere Autorin und er selbst. Ein kleines Team, in dem sich César als digitaler Alleskönner etabliert hat: Er twittert, macht Sportberichterstattung, schneidet Videos und nimmt an politischen Events teil. „Ich arbeite eigentlich immer, auch am Wochenende“, berichtet er. In den letzten drei Jahren ist der Markt für Digitaljournalismus in Bolivien stark gewachsen. „Früher wurden Artikel aus den Zeitungen einfach eins zu eins ins Netz gestellt“, erinnert sich César. Heute sei das anders. „Eigentlich hat mittlerweile auch jede mittlere bis große Zeitung einen Onlineauftritt, viele sogar eine eigene Datenjournalismusabteilung.“ Die Redaktionen suchten händeringend nach guten Leuten, die gelernt haben Geschichten fürs Netz aufzubereiten.

Er muss nicht lange darüber nachdenken, was ihm von der dualen Journalistenausbildung geblieben ist: „Es ist nicht wie in der Uni oder in der Schule, wo man bestraft wird und wiederholen muss, wenn man etwas falsch gemacht hat“, erklärt er. „Ich habe gelernt, mich immer wieder neuen Herausforderungen zu stellen.“ So sei es ihm beispielsweise gelungen, ein Interview mit einer bekannten mexikanischen Sängerin zu führen. „Davon hätte ich zu Beginn meiner Journalistenlaufbahn nicht einmal gewagt zu träumen“, erzählt er lachend und fügt hinzu, „Ich habe gelernt, Vertrauen in mich zu haben.“

Über seine Angst, seine Bewerbung für die duale Journalistenausbildung einzureichen, kann César heute nur schmunzeln. „César hat eine beeindruckende Karriere hingelegt“, betont Renán Estenssoro, der Direktor der Fundación para el Periodismo. „Im Bereich Digitales ist er einer der Besten“, sagt Estenssoro, der die Werdegänge seiner Absolventinnen und Absolventen genau verfolgt. In der Kategorie ‚Onlinejournalismus‘ saß César bereits in der Jury für den „Premio Nacional de Periodismo“, den wichtigsten Journalistenpreis des Landes. Ein Highlight in der Karriere des jungen Journalisten. Auf die Frage, ob er schon Ange-



© Steffen Leidel

Heiß begehrt auf dem Arbeitsmarkt: die Absolventinnen und Absolventen der dualen Journalistenausbildung.



In der dualen Journalistenausbildung macht es „klick“.

bote von anderen Medienhäusern erhalten habe, antwortet er: „Oh ja, einige!“ Aber ein Wechsel käme für ihn momentan nicht in Frage. „Ich möchte jetzt erst mal erreichen, dass mein Medienhaus in Bolivien noch stärker wahrgenommen wird.“

gelungene Live-Berichterstattung auf Facebook sehe oder eine interaktive Grafik, weiß ich sofort: das kann nur ein ‚Edualeño‘ gewesen sein.“

” Bei den Abgängerinnen und Abgängern der dualen Ausbildung weiß ich: Sie haben von verschiedenen Profis gelernt, wie Journalismus funktioniert, und sie sind in der digitalen Welt Zuhause. Sie bringen alles mit, was im Journalismus gebraucht wird.

Mit seinen damaligen Mitstreiterinnen und Mitstreitern – die heute sowohl für private als auch staatliche Medienhäuser im Land arbeiten – hat er immer noch viel zu tun. In einer WhatsApp-Gruppe spielen sie sich interessante Kontakte zu oder teilen ihr Wissen über das politische Geschehen in der Stadt. „Wir sind eine Familie geworden“, erklärt er. Nicht selten passiere es, dass ihn junge Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten anrufen und nach konkreten Tipps fragen, wie sie dieses oder jenes Programm für ihre Webseite oder ihren Blog nutzen könnten.

Seit einem Jahr arbeitet César außerdem selbst als Trainer für den neuen Jahrgang der dualen Journalistenausbildung. „Diese Entscheidung lag für mich eigentlich auf der Hand, ich komme selbst aus einer Lehrerfamilie“, sagt er augenzwinkernd.

Über die Sozialen Medien verfolgt César gespannt, wie sich seine Schützlinge weiterentwickeln: „Wenn ich mal wieder eine



Am Mikrophon: Radio Sónica hat Alejandra ihre Zukunft zurückgegeben.

© J. Metzler

GUATEMALA

Radio Sónica

Ein Radio, das Hoffnung sendet

Autor **Johannes Metzler**

FÜR EILIGE

Alejandra ging mit 13 Jahren nicht mehr zur Schule, kriminelle Banden waren ihre zweite Familie. Radio Sónica hat Alejandra eine neue Zukunftsperspektive gegeben. Sie arbeitet nachmittags als Radiomoderatorin, morgens geht sie wieder in die Schule. Der Sender ist der einzige in Guatemala-Stadt, der Jugendlichen aus Problembezirken Gehör verschafft. Denn wer selbstbewusst seine Stimme erheben kann, der braucht weder Drogen noch Waffen.

In Guatemala-Stadt macht Radio Sónica Programm für Jugendliche aus Problemvierteln. Mit Hilfe eines mobilen Studios gehen sie in ihren Stadtteilen selbst auf Sendung.

Alejandra steigt aus einem der schmutzigen roten Stadtbusse, die an einem Kreisel mitten im ruhigen Wohngebiet halten. Während der Bus davonfährt und dabei eine dicke schwarze Dieselwolke in die Luft bläst, geht Alejandra in ihrer Schuluniform bis zu einem mehrstöckigen Häuserblock am Ende der Straße. Hier ist das Guatemaltekeische Institut für Radiobildung (IGER) untergebracht und dazu gehört auch Radio Sónica. Ein Lächeln huscht über Alejandras Gesicht: „Ich kann es immer noch kaum fassen“, sagt die 21-Jährige. „Morgens gehe ich jetzt wieder zur Schule, nachmittags bin ich Radiomoderatorin.“

Der Sender hat Alejandra ihre Zukunft zurückgegeben. „Ich war immer neugierig. Lernen macht mir Spaß“, erzählt sie. Trotzdem war für sie mit 13 Jahren Schluss mit der Schule. Ihre Eltern sagten ihr, dass dafür kein Geld da sei und sie werde ja ohnehin bald schwanger. Gegen ihren Willen musste sie Zuhause bleiben und ihrer Mutter im Haushalt helfen.

Heute sitzt Alejandra an einem Laptop im Redaktionsraum. Ein langer Tisch, in der Ecke bunte Sitzsäcke. Hier bereitet das Team die Themen vor. Neben Alejandra sitzt Mike, Anfang 20, schwarzer Pulli, ein gewinnendes Lächeln. Er lehnt sich entspannt zurück – seine Sendung ist bereits vorbei. Mike ist derzeit der einzige Mann am Mikrofon, alle anderen Sendestrecken werden von Frauen moderiert. Keine Selbstverständlichkeit in Mittelamerika, wo auch in den Medien oft Männer das Sagen haben. Gegenüber starrt Community-Managerin Sara konzen-

triert auf ihren Bildschirm. Sie schneidet ein Video, das später auf Facebook zu sehen sein wird. Denn Radio Sónica ist mehr als nur ein Radiosender: Inhalte werden sowohl fürs Radio als auch für Soziale Medien konzipiert und produziert. Auf bunten Karten an der Wand hat die Redaktion einige Themen vermerkt. Häusliche Gewalt, Drogen, Teenage-Schwangerschaften – drängende Probleme vieler junger Menschen in Guatemala, das zeigen auch Studien wie die End-of-Childhood-Untersuchung der Organisation Save the Children. Sie gibt an, dass in keinem Land Lateinamerikas die Situation für Kinder so schlecht sei wie dort. Viele Jugendliche haben keine Kindheit gehabt – sie mussten arbeiten, haben Gewalt erlitten oder bekamen zu wenig zu Essen.

Alejandra verbrachte Kindheit und Jugend in einem der vielen Armenviertel der Stadt, so wie viele ihrer Hörerinnen und Hörer. Sie bestehen aus dicht aneinander gedrängten Häusern, gemauert aus unverputzten grauen Betonblöcken. Meist sind solche Siedlungen illegal unter Brücken oder an Hängen errichtet. Bei starken Regenfällen können ganze Stadtteile abrutschen. Es fehlt nicht nur an Arbeit, sondern auch an Hoffnung. Sogenannte „Pandillas“ haben das Sagen – Jugendbanden, die mit Schutzgelderpressung, Drogen und Auftragsmorden ihr Geld verdienen. Alejandra war 13 Jahre alt, als sie begann mit so einer Gruppe durch die Straßen zu ziehen. „Ich war wütend, weil meine Eltern mich nicht mehr zur Schule lassen wollten. Es fühlte sich damals an wie meine zweite Familie.“



Einzigartig: Radio Sónica verschafft benachteiligten Jugendlichen Gehör.

© J. Metzler



© J. Metzler

Radio Sónica fährt auch in gefährliche Stadtteile.

WIRKUNGS DATEN

Angebote für Jugendliche: Damit Jugendliche die Zukunft mitgestalten können, müssen sie verstehen, was in ihrer Gesellschaft geschieht. Die DW Akademie hat im Jahr 2018 59 Jugendmedien, junge Sendeformate sowie Jugendprojekte gefördert. So erhielten ca. 935.000 junge Menschen in 9 Ländern für sie relevante Informationen. Sie haben die Möglichkeit, ihre Meinung zu artikulieren und ihre Stimme gegen Missstände zu erheben.

Länder: Burundi, Kolumbien, Guatemala, Libanon, Libyen, Moldawien, Namibia, Serbien, Tunesien

Mit dem Weltraumstudio in gefährliche Stadtteile

Alejandra's Geschichte an sich ist nicht ungewöhnlich, sondern vielmehr die Tatsache, dass sie im Radio zu hören ist. Und dass Alejandra selbst sie in der Sprache der Jugendlichen erzählen kann. Denn Radio Sónica ist der einzige Sender, der in Guatemala-Stadt für benachteiligte Jugendliche sendet und sie systematisch ins Programm einbezieht. Radio Sónica erreicht junge Leute, für die anderswo kein Platz ist – weder in ihren Stadtteilen, wo die Banden herrschen, noch in den schwer bewachten Einkaufszentren, in denen sie vom Wachpersonal weggeschickt werden. In den Medien tauchen sie vor allem als

Kriminelle auf. Wer arm ist, wird ausgeblendet – das gilt auch für die Medien. Denn die kommerziellen Sender haben wohlhabendere Zielgruppen: Wer Geld hat, ist für Werbekunden interessant.

„Denn Radio Sónica ist der einzige Sender, der in Guatemala-Stadt für benachteiligte Jugendliche sendet und sie systematisch ins Programm einbezieht.“

Schicksale wie das von Alejandra sind für die nationalen Medien kein Thema. Mit 16 Jahren brach sie schließlich mit ihren Eltern, ging von Zuhause weg und schlug sich unter anderem als Verkäuferin auf dem Markt durch. „Das war hart. Ich musste von morgens bis abends arbeiten und bekam fast nichts dafür“, sagt sie heute.

Für Radio Sónica ist es nicht leicht, an sein Publikum heranzukommen, denn das Leben der Jugendlichen in Guatemala-Stadt ist eingeschränkt. Wenn Radio Sónica beispielsweise am Wochenende Kinokarten verschenkt, bleiben viele der Gewinnerinnen und Gewinner der Vorstellung fern. Ihnen fehlt schlicht das Geld für den Bus. Und abends dürfen sie das Haus nicht mehr verlassen, denn die Straße ist lebensgefährlich. Guatemala ist kein Land, in dem die Kinder nachmittags zum Klavierunterricht oder eben mal schnell zu Radio Sónica fahren. „Darum haben wir beschlossen: Wenn unsere Hörerschaft nicht zu uns kommen kann, dann fahren wir eben zu ihr“, sagt Radio-Direktor Cristian Galicia. Die Zusammenarbeit mit den katholi-

STECKBRIEF

Guatemala

Wer setzt Projekte um?

- Radio Sónica ist das Jugendradio zum Mitmachen in Guatemala-Stadt und wird vom Guatemaltekischen Institut für Radiobildung (IGER) betrieben.

Wie funktioniert das Projekt?

- Als Sender zum Mitmachen gibt Radio Sónica seit dem Jahr 2015 jenen Jugendlichen eine Stimme, die von anderen Medien ausgeschlossen sind. Die Jugendlichen gestalten das Radioprogramm, setzen die Themen und berichten darüber.
- Die Jugendlichen lernen den Umgang mit Medien und ihre Stimme selbstbewusst zu erheben. Sie können auch über schwierige Themen reden, die ihren Alltag betreffen, denn wer sich für seine Anliegen Gehör verschaffen kann, der braucht weder Drogen noch Waffen.

Welche Schwierigkeiten bestehen?

- Es ist nicht einfach, mit benachteiligten Jugendlichen in Guatemala zu arbeiten. Viele müssen Geld verdienen und leiden in ihren Stadtteilen unter einer Umgebung, die von Bandenkriminalität, Drogen und Gewalt geprägt ist.

Was hat das Medienprojekt bewirkt?

- Jugendliche haben eine für sie verständliche Informationsquelle bekommen – auch zu Tabuthemen wie Sexualität oder häusliche Gewalt.
- Sie werden ernst genommen und können frei ihre Meinung äußern.

Welche Highlights gibt es?

- Die Redaktion hat das mobile „Weltraum-Studio“ erfunden, um noch mehr junge Menschen ins Radio zu bringen.
- Das Guatemaltekische Institut für Radiobildung (IGER) ist in ganz Mittelamerika Pionier für Media and Information Literacy (MIL) geworden und experimentiert dazu mit neuen Formaten.

➔ sonica.gt



schen Schulen „Fe y Alegría“, die auch in besonders schwierigen Stadtteilen arbeiten, ermöglicht es, mit einem mobilen Studio in alle Stadtteile zu fahren und von dort aus live zu senden.

” **Wer selbstbewusst seine Stimme erheben kann, wer sich für seine Anliegen Gehör verschaffen kann, der braucht weder Drogen noch Waffen.**

Der Sender hat dafür das „Weltraum-Studio“ erfunden: Eine bunte Box mit einer Schlange und einem Außerirdischen, die mitten auf Schulhöfen „landet“ – Parks und andere öffentliche Plätze sind in Guatemala nicht sicher genug. Das Studio ist ein

Instrument, um die Jugendlichen mit ihren Themen live ins Radio zu bringen, sie gleichzeitig fit zu machen für die digitale Welt und kompetent im Umgang mit und der Nutzung von Medien. Radio Sónica, das Guatemaltekische Institut für Radiobildung (IGER) und die Dachorganisation Asociación de Servicios Educativos y Culturales (ASEC) sind mittlerweile Pioniere in diesem Bereich in ganz Mittelamerika – auch dank der Expertise der DW Akademie.

So hat das Team Spiele entworfen, mit denen junge Leute lernen, welche Gefahren im Internet lauern. Und wie sie etwa in den Sozialen Netzwerken Wahrheit und Falschmeldung auseinanderhalten können. Radio Sónica verteilt Comics zum Thema und schult Lehrkräfte. Alleine durch Schulbesuche hat der Radiosender in den Jahren 2017 und 2018 über 2.500 Jugendliche erreicht. Dies ist ein Beitrag gegen die ausufernde Gewalt: Denn wer selbstbewusst seine Stimme erheben kann, wer sich für seine Anliegen Gehör verschaffen kann, der braucht weder Drogen noch Waffen.

In den kommenden Jahren will Radio Sónica seine Aktivitäten ausweiten und über das Schulprogramm des Guatemaltekischen Instituts für Radiobildung (IGER) Jugendliche im ganzen Land erreichen. Alejandra hofft, dass ihre Geschichte anderen Mut macht. Das IGER-Schulprojekt ermöglicht es ihr, vormittags zu lernen und nachmittags bei Radio Sónica zu arbeiten. Ihre Eltern haben mittlerweile eingesehen, dass es ein Fehler war, sie nicht weiter zur Schule zu schicken. Sie sind stolz auf sie, seitdem sie im Radio zu hören ist. „Hier bei Radio Sónica habe ich von Dingen erfahren, von denen ich vorher nie gehört hatte“, sagt sie. „Es ist für mich der Ort, an dem ich aufgeblüht bin.“



Samih, Omar und Rayyan von Campji, einem digitalen Medienangebot für und mit Geflüchteten.

© Samih Mahmoud

LIBANON

Wissen, was wirklich passiert

Wie Medienprojekte das Leben in Flüchtlingscamps verändern

Text **Mona Naggar**

FÜR EILIGE

Samih Mahmoud floh als Jugendlicher mit seiner Familie aus Syrien und lebt seither im Flüchtlingscamp Shatila. Dort kennt er sich mittlerweile gut aus, denn er arbeitet als Reporter bei Campji, einem der ersten unabhängigen, digitalen Medienangebote im Libanon, bei dem Geflüchtete für Geflüchtete berichten. Die Menschen in den Camps kommen hier mit ihren Alltagsthemen, ihren Sorgen, Träumen und auch Erfolgen zu Wort.

In den palästinensischen Flüchtlingscamps im Libanon entwickelt sich eine lebendige Medienszene. Junge Bürgerjournalistinnen und -journalisten recherchieren, führen Interviews und drehen Videos. Sie setzen durch eigene Medienangebote in Sozialen Netzwerken Themen, die für sie und die Menschen, mit denen sie leben, wichtig sind.

Eine enge Gasse im Flüchtlingscamp Shatila im Süden der libanesischen Hauptstadt Beirut: Frauen laufen mit vollbeladenen Einkaufstaschen durch enge Straßen – Mopedfahrer schlingern an ihnen vorbei. Über einem Stromkasten hängt ein Arafat-Plakat, daneben kleben Poster in arabischer Schrift. Vor den Geschäften sind Waren ausgebreitet – Gemüse, Obst oder Haushaltswaren. In dem engen Gassengeflecht lebt Samih Mahmoud mit seiner Familie. Der heute 22-Jährige musste vor sechs Jahren aus Syrien flüchten. Das Camp ist sein neues Zuhause.

Samih ist auf dem Weg zu einem Interview. Er arbeitet als Bürgerjournalist bei Campji, einer Medieninitiative, die 2016 von der DW Akademie und der damaligen Partnerorganisation Basmeh & Zeitzoneh gegründet wurde. Die Beiträge der Campji-Reporterinnen und Reporter werden über Facebook, Instagram und YouTube veröffentlicht. Campji ist eines der ersten unabhängigen, digitalen Medienangebote, bei dem Geflüchtete für Geflüchtete journalistisch tätig sind und mit ihren Alltagsthemen – mit ihren Sorgen, Erfolgen, Wünschen und Träumen – zu Wort kommen.

Wie alle Bürgerjournalistinnen und -journalisten hat Reporter Samih bei Campji gelernt, wie er recherchiert, Interviews führt, Reportagen mit dem Handy produziert oder professionelle

Fotos schießt. Mittlerweile ist er Profi. Samih hat heute einen Fototermin mit Um Bakr. Die 46-Jährige betreibt eine Bäckerei und stellt die beliebten Manaqisch her, runde Fladen mit Käse oder Thymianmischung. Kurz nachdem Campji gegründet wurde, porträtierten Mitarbeitende die energische Frau. Um Bakr gehörte damit zu den ersten Interviewten aus Shatila, die vor einer Kamera freimütig über ihr Leben sprachen. „Die jungen Reporterinnen und Reporter von Campji stellen auch unbequeme Fragen. Sie schauen nach, wo den Menschen hier der Schuh drückt, und sie wissen, worüber wir nicht sprechen können, wie etwa über Korruption oder Drogen. Um zu wissen, was in unserem Camp wirklich passiert, nutze ich Campji“, sagt Um Bakr und gestikuliert dabei mit den Händen.

Bürgerjournalist Samih geht ein paar Gassen weiter zu Mohammad Hassan, dem Betreiber eines kleinen Supermarktes. Seinen Fernseher schaltet der 36-Jährige kaum mehr an. „Die Nachrichten kann ich einfach nicht mehr ertragen. Alles ist so negativ. Sie erzeugen bei mir Kopfschmerzen“, erzählt er. Stattdessen nutzt Mohammad Hassan lieber die Sozialen Medien. „Ich kann auswählen, was ich schauen will – ob Unterhaltung, soziale oder religiöse Themen. Die Sozialen Medien bei uns im Camp haben dazu geführt, dass die Menschen ihre Meinung offener sagen können.“



Alltag im Flüchtlingscamp Shatila.

© Samih Mahmoud

STECKBRIEF

Libanon

Wer setzt Projekte um?

- Campji ist eine Medienplattform von und für Geflüchtete im Libanon. Betrieben wird sie durch die Nichtregierungsorganisation Al-Jana.

Wie funktioniert das Projekt?

- Seit 2016 werden Geflüchtete in den libanesischen Camps zu Bürgerjournalistinnen und -journalisten ausgebildet und beim Aufbau ihrer eigenen Medienplattform namens Campji begleitet.
- Die Teilnehmenden werden in journalistischen Grundlagen, mobilem Journalismus, Story-Telling und Fotografie trainiert.

Welche Schwierigkeiten bestehen?

- Die Stimmungsmache durch die libanesische Politik und Verwaltung gegen syrische Geflüchtete erzeugt ein Klima der Angst. Geflüchtete trauen sich immer weniger, ihre Geschichten vor der Kamera zu erzählen.

Was hat das Medienprojekt bewirkt?

- Campji ist eine der ersten unabhängigen, digitalen Medienplattformen, bei der Geflüchtete als Journalistinnen und Journalisten arbeiten und andere Geflüchtete mit ihren Alltagsthemen zu Wort kommen lassen.
- Die Geflüchteten setzen eigene Themen und gestalten eigene Medienformate. Sie verschaffen sich Gehör in den Medien und versorgen andere Geflüchtete mit Informationen.
- Seit der Gründung von Campji im Jahr 2016 ist die Medienlandschaft vielfältiger geworden. In den Camps sind weitere digitale Medienangebote entstanden.
- Die jungen Bürgerjournalistinnen und -journalisten versorgen die Bewohnerinnen und Bewohner der Camps mit für sie relevanten Informationen.

Welche Highlights gibt es?

- Die Facebookseite von Campji ist seit November 2016 online. Sie hat über 57.000 Follower.
- Aus jungen Menschen sind Bürgerjournalistinnen und -journalisten geworden, die Vorbilder für andere junge Menschen inner- und außerhalb der Camps sind. Vier der Bürgerjournalistinnen und -journalisten haben von der Trägerorganisation Al-Jana einen Arbeitsvertrag erhalten.

➔ facebook.com/campji



© Samih Mahmoud

Bäckerin Um Bakr fühlt sich durch Campji gut informiert.

Medien von und mit Geflüchteten

Das Flüchtlingscamp Shatila zählt zu den ärmsten Stadtteilen Beiruts – die Bewohnerinnen und Bewohner leben hier auf engstem Raum, es gibt keine funktionierende Kanalisation oder Wasser- und Stromversorgung. Dazu herrscht eine hohe Arbeitslosigkeit. Hier leben vor allem Palästinenserinnen und Palästinenser, die bei der Staatsgründung Israels 1948 ihre Heimat verlassen mussten und deren, im Libanon geborene Nachfahren – aber auch verarmte Menschen aus dem Libanon, Geflüchtete aus Syrien und Geringverdienende aus anderen Ländern kommen hier unter. Die genaue Bevölkerungszahl der dichtbesiedelten Gebiete ist nicht bekannt. Schätzungen gehen davon aus, dass in Shatila bis zu 30.000 Menschen leben.

Eine unabhängige Medienorganisation wie Campji war bis vor ein paar Jahren in Shatila und anderen der insgesamt zwölf Camps im Libanon undenkbar. Früher waren fast alle Medien der Camps in fester Hand der verschiedenen palästinensischen politischen Fraktionen. Sie kontrollierten, wer sich öffentlich äußern durfte. Die Camps werden auch heute noch von sogenannten Volkskomitees verwaltet, in denen die verschiedenen Fraktionen vertreten sind, etwa die Palästinensische Befreiungsorganisation (PLO) oder die Hamas.

In den letzten zehn Jahren aber hat sich die Medienlandschaft in den Camps stark verändert. Eine entscheidende Rolle dabei spielten die politischen Entwicklungen im Libanon, die den Einfluss der Fraktionen zurückgedrängt haben. Auch der Einzug des Internets habe einen großen Einfluss gehabt, sagt Ahmad Laila. Der palästinensische Journalist lebt und arbeitet in Beirut



Supermarktbetreiber Mohammad Hassan informiert sich am liebsten über die Sozialen Medien.

© Samih Mahmoud

– aufgewachsen aber ist er in einem Flüchtlingscamp im Nordlibanon. Die Menschen, so beobachtet er, diskutierten und tauschten heutzutage Nachrichten in Foren aus. Auch Gruppen in Sozialen Medien seien in den Camps sehr beliebt, um aktuelle Ereignisse schnell weiterzugeben. Es fehlten aber professionell erzählte Geschichten über die Menschen in den Camps, fährt er fort, „Ich denke das Know-how dazu war nicht da – wie man mit der Technik umgeht, Storytelling, Themenfindung. Das kam mit Campji. Diese Medieninitiative hat etwas Neues gebracht.“

Mit seinem Medienangebot von und für Geflüchtete nimmt Campji in den libanesischen Flüchtlingscamps eine Vorreiterrolle ein. Seit Campji gegründet wurde, hat sich eine lebendige Medienszene etabliert. Mindestens acht weitere Medienprojekte sind entstanden, die ähnlich wie Campji über Alltagsthemen in den Camps berichten und die Menschen mit Informationen versorgen, die für sie relevant sind.

Keine Angst mehr vor der Kamera

Wer die alte Flughafenstraße Beiruts entlangfährt, kommt nach Burj Al Barajneh, einem weiteren Flüchtlingscamp Beiruts, in dem etwa 20.000 Menschen wohnen. Lilyan Samrawi (22), Raafat Falah (24) und Nassar Tanji (23) sind drei der jungen Menschen dieses Camps. So wie Reporter Samih aus Shatila, arbeiten auch sie als Bürgerjournalistinnen und -journalisten – allerdings nicht bei Campji, sondern bei Nastopia. Der Name setzt sich zusammen aus „Nas“ – arabisch für Leute – und „Utopia“. Nastopia publiziert seit 2018 über Facebook. So wie

WIRKUNGS DATEN

Medien für Geflüchtete: Die DW Akademie hat Geflüchtete in Grenzregionen und Flüchtlingslagern unterstützt, darunter im Jahr 2018 69 Bürgerjournalistinnen und -journalisten, deren Programme ca. 3,8 Mio. Menschen erreicht haben. Mithilfe von 23 Medienorganisationen, die durch die DW Akademie unterstützt wurden, konnten weitere ca. 1,8 Mio. Menschen durch Medienangebote informiert werden. So wurde ein Beitrag zur Verständigung zwischen Geflüchteten, Heimatgemeinden und Aufnahmegesellschaften geleistet.

Länder: Bangladesch, Libanon, Pakistan, Südsudan

der Vorreiter Campji berichtet Nastopia über Alltagsthemen aus den Camps und versorgt die Bewohnerinnen und Bewohner mit Informationen.

Lilyan, Raafat und Nassar sitzen in ihrem Stammcafé. Auf dem Tisch stehen Fruchtsäfte und Softdrinks in bunten Dosen. Raafat raucht eine Wasserpfeife. Durch die große Fensterfront dringt Straßenlärm. Lilyan erzählt, dass sie oft hierher kommen, um über ihre Arbeit zu diskutieren: „Das Café ist wie unser zweites Zuhause.“ Es liegt an einer stark befahrenen zweispurigen Straße, einige Schritte vom Camp entfernt, wo auch ihr eigentliches Büro ist. Letzteres ist karg eingerichtet mit schwarzen Schreibtischen und einem schwarzen Kunstledersofa.

Wenn die drei weder im Café noch im Büro arbeiten, trifft man sie in den Gassen des Camps. Der Inhaber eines Frisörladens kennt die drei. Er unterbricht seine Arbeit und tritt kurz aus seinem Laden heraus. Der Frisör verbringt viel Zeit in den Sozialen Medien und liebt die witzigen Videos, die Nastopia veröffentlicht, beispielsweise eine Satire über die vielen Stromkabel, die wie verknotete Wollknäuel an Häuserfassaden hängen oder lose über Straßen und Gehwegen baumeln. Ein paar Läden weiter erzählt der Besitzer eines Sportwarengeschäfts von seinen Lieblingsmedien. Dazu gehören internationale, regionale, arabische und palästinensische Sender. Für die lokalen Themen aus dem Camp Burj Al Barajneh aber nutzt auch er Nastopia über sein Mobiltelefon. „Ich finde die Facebookseite gut, weil die jungen Leute von uns sind. Sie sprechen unsere Sprache. Wir vertrauen ihnen.“

Bürgerjournalist Nassar erzählt, wie die Menschen nach und nach ihr Misstrauen gegenüber der Kamera verloren haben: „Die Leute hier kannten lange nur die palästinensischen und libanesischen TV-Kanäle, die entweder die Armut filmen oder über Gewalt in den Camps berichten“. Die jungen Nastopia-

Journalistinnen und -Journalisten machen Straßenumfragen, berichten über Probleme, wie der Versorgung mit Strom und Wasser, aber vor allem auch über positive Ereignisse, wie der Karriere einer jungen Musikerin aus dem Camp oder einer Initiative, die Dächer der Häuser begrünen möchte.

„ Mit seinem Medienangebot von und für Geflüchtete nimmt Campji in den libanesischen Flüchtlingscamps eine Vorreiterrolle ein. Seit Campji gegründet wurde, hat sich eine lebendige Medienszene etabliert.

Dass die Menschen ernst genommen werden und nicht nur über die Schattenseiten des Lebens im Camp erzählen dürfen, sondern auch über ihre Erfolge, über Glück und über ihre Träume, ist neu. „Alle Leute kennen uns, weil wir mit Mikrofon und Kamera herumlaufen“, sagt Lilyan. Inzwischen haben sich die Menschen daran gewöhnt, dass auch sie als Frau in der Öffentlichkeit Interviews führt und filmt. „Viele nennen uns nur noch Nastopia“, erzählt sie weiter. Raafat und Nassar lieben die



Die Flüchtlingscamps zählen zu den ärmsten Stadtteilen Beiruts.



Das Nastopia-Team ist im Flüchtlingscamp bekannt.

© Nastopiateam

Arbeit mit der Kamera und den engen Kontakt mit den Menschen. Lilyan studiert Journalismus. Für sie ist die Arbeit bei Nastopia eine Chance journalistisch zu arbeiten und mehr über das Leben ihrer Nachbarn in den Camps zu erfahren.

Mehr Meinungsfreiheit durch Soziale Medien

Seitdem sich die Menschen über das Internet oder die Sozialen Medien selbst Informationen beschaffen, in Foren diskutieren oder eigene Beiträge posten, ist es für die palästinensischen Fraktionen nicht mehr so einfach, die öffentliche Meinung zu kontrollieren. Sie versuchen es aber trotzdem. Mit dem Argument, dass die Sicherheit in den Camps gewährleistet werden müsse, werden Bürgerjournalistinnen und -journalisten, die dort recherchieren und Interviews führen, angehalten, bei den Fraktionen vorzusprechen und um Erlaubnis zu fragen. In Shatila ist dafür Oberst Ahmad Audeh verantwortlich. „Alle Journalistinnen und Journalisten benötigen am Anfang eine Genehmigung. Aber nachdem wir sie kennen, lassen wir sie ihre Arbeit machen“, sagt er. Die Campji-Reporterinnen und -Reporter arrangieren sich mit den Regeln. Sie kommunizieren regelmäßig mit den Fraktionen, versuchen ein entspanntes Verhältnis zu pflegen, ohne sich in ihre Themen reinreden zu lassen.

In der Campji-Redaktion treffen sich Samih, Rayyan und Omar. So wie Samih sind auch Rayyan und Omar Anfang zwanzig. Die drei erzählen, wie die Plattform ihr Leben verändert hat. Sie haben sich in ihren Flüchtlingscamps neue Freiheiten erarbeitet und haben so ihren Platz in der Gesellschaft neu

gefunden. Sie haben nun einen Beruf, den sie lieben und von dem sie leben können. Sie sind stolz auf die Berichte, die sie produzieren.

Und trotz all der Erfolge stehen die Bürgermedien in den Flüchtlingscamps noch ganz am Anfang. Das Campji-Team muss sich jetzt im Wettbewerb mit anderen Initiativen behaupten – und will weiter wachsen. Seit dem Jahr 2018 ist die libanesische Organisation Al-Jana für Campji verantwortlich. Der Leiter von Al-Jana, Hicham Kayed, hat eine Reihe neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus verschiedenen Landesteilen angeworben, damit Campji aus allen Camps im Libanon berichten kann. Darüber hinaus möchte er – neben Campji – in Zukunft auch andere Medieninitiativen unterstützen. Zum Beispiel mit Workshops oder dem Verleih von technischem Equipment wie Kameras oder Mikrofonen. Außerdem strebt Campji eine Zusammenarbeit mit anderen Medieninitiativen an. Statt sie als Konkurrenz zu betrachten sieht sich Campji künftig stärker als beratende Instanz, die den „Neuen“ auf dem Markt hilft Nischen zu finden. Das Ziel dabei ist, möglichst alle Geflüchteten in den Camps kontinuierlich mit Informationen zu versorgen. Damit alle mitbekommen, was in den Camps passiert und wo Engagement gefragt ist, um Dinge zu verändern.

Indes arbeiten die Reporter Samih, Rayyan und Omar an neuen, innovativen Formaten: Sie führen zum Beispiel Interviews mit im Libanon lebenden berühmten Künstlerinnen und Künstlern, reden mit Angehörigen der ersten palästinensischen Flüchtlingsgeneration von 1948 oder gehen der Frage nach, warum einige Palästinenserinnen und Palästinenser im Libanon keine Ausweise haben. Die Themen werden ihnen so schnell nicht ausgehen.



Umweltsünden online melden: Fraj Louhichi und Sami Fetini verbinden Medien und Technologie.

© S. Mersch

TUNESIEN

Eine Umweltplattform für eine saubere Zukunft

Autorin **Sarah Mersch**

FÜR EILIGE

In Sfax, der Heimatstadt von Fraj Louhichi und Sami Fetini, stinkt es oft nach Industrieabgasen und Abwasser. Immer mehr Menschen leiden an Atemwegs- und Krebserkrankungen. Um das zu ändern, gründeten die beiden die Internet-Plattform Rakib, auf der Personen und Organisationen Umweltsünden melden können. Sie reichten ihre Idee bei MEDIA LOVES TECH ein – einem Wettbewerb für tunesische Start-ups und Fachleute im Bereich Journalismus, Entwicklung und Design. Fraj Louhichi und Sami Fetini setzten sich durch und gewannen eine Startfinanzierung und eine Fachberatung. Mittlerweile ist die Internet-Plattform Rakib online.

Mit einer App will der tunesische Informatiker Fraj Louhichi das Thema Umweltverschmutzung in die Medien bringen und zugleich Whistleblower schützen. Bei dem Start-up-Wettbewerb MEDIA LOVES TECH hat er seine Geschäftsidee vorgestellt, eine Anschubfinanzierung als Preis gewonnen und Tunesiens erste Umweltplattform für Whistleblower gestartet.

„Hach, riecht das hier gut!“ Fraj Louhichi hebt mit einer theatralischen Geste die Arme und holt tief Luft, bevor er in ein bitteres, sarkastisches Lachen ausbricht. Denn hier, am Strand seiner Heimatstadt Sfax, da riecht es gar nicht gut. Am Strand von Sfax stinkt es, heute nach Industrieabgasen, ungeklärtem Abwasser und einer verwesenden Meeresschildkröte. Wo der heute 37-Jährige als Kind noch übermütig ins Wasser gehüpft ist, kann man schon lange nicht mehr schwimmen. „Da kommt man hierher, um sich zu erholen, um den Kopf freizukriegen, und am Ende ist man noch schlechter gelaunt als vorher“, sagt der Informatiker und blickt verbittert aufs Meer. Eine trübe Brühe, die braun-grüne Algen an den Strand schwemmt.

Die Industrie- und Hafenstadt Sfax liegt rund drei Stunden Autofahrt südlich von Tunis. Sie ist mit circa 270.000 Einwohnerinnen und Einwohnern die zweitgrößte Stadt Tunesiens und ein wichtiger Wirtschaftsstandort. Die Menschen, die hier leben, gelten als fleißige Geschäftsleute und kokettieren gerne damit, die „Deutschen Tunesiens“ zu sein. Doch die Fabriken, die einst viel zum Reichtum der Stadt beigetragen haben, sind heute für eines der größten Probleme verantwortlich: die Umweltverschmutzung. Der Wind treibt den gelben Staub des Phosphats, das am Hafen verladen wird, über die ganze Innenstadt. Die Menschen atmen ihn ein, er legt sich wie ein Schleier auf frisch-gewaschene Wäsche, er hinter-

lässt eine Schmiere auf Fensterscheiben und setzt sich auf dem frischen Obst und Gemüse der Marktstände ab. Südlich der Innenstadt von Sfax kommt noch das schwach radioaktive Abfallprodukt Phosphorgips hinzu. Es wird unter freiem Himmel meterhoch in Sichtweite eines Naturschutzgebiets angehäuft. Direkt daneben fließen Abwässer ungeklärt ins Meer. All das führt nicht nur zu einem beißenden Geruch, der in Augen und Lunge brennt, sondern auch zu unzähligen Fällen von Atemwegs- und Krebserkrankungen – überproportional viele, sagen Ärzte. Zahlen werden aber nicht erhoben, offizielle Statistiken gibt es daher nicht.

Louhichi hat das alles satt. Er möchte etwas ändern. 2013 hat er mit einigen Gleichgesinnten ein kleines Radio gegründet: Diwan FM, ein Partnersender der DW Akademie und heute der wichtigste Privatsender der ganzen Region. Louhichi ist, wie viele junge Medienschaffende in Tunesien, ein journalistischer Autodidakt. Bei Diwan FM leitet der gelernte Informatiker mit einer Leidenschaft für Geschichte und Traditionen die Web-Entwicklung des Senders, sitzt aber auch gerne selbst als Moderator hinter dem Mikrofon. Journalistische Arbeit allein reichte ihm bald nicht mehr. Louhichi wollte sich engagieren. Immer wieder schwirrte ihm die Idee, etwas für Whistleblower zu unternehmen, im Kopf herum. Tunesien hat zwar seit kurzem ein Gesetz, das Whistleblower schützt, doch viele Bürger-



Oft treibt der Wind den gelben Staub des Phosphats über die ganze Stadt.



Einst trugen sie zum Reichtum der Stadt bei, heute sind die Fabriken für viele Probleme verantwortlich.

rinnen und Bürger haben nach Jahrzehnten der Diktatur und Unterdrückung nach wie vor Angst, auf Missstände und Korruption hinzuweisen.

Mit Nostalgie denkt Louhichi an die Aufbruchsstimmung nach der Flucht von Diktator Ben Ali im Januar 2011 zurück. In dieser Zeit lernte er eine ganze Reihe Aktivistinnen und Aktivisten kennen – darunter auch sein zehn Jahre jüngerer Kollege Sami Fetini, der heute als Journalist im gleichen Sender wie Fraj Louhichi arbeitet. Als die beiden Männer von MEDIA LOVES TECH hörten – dem Wettbewerb für tunesische Startups und Fachleute im Bereich Journalismus, Entwicklung und Design, den die DW Akademie zusammen mit der tunesischen Nichtregierungsorganisation Al Khatt veranstaltet – entschlossen sie sich spontan daran teilzunehmen. Für den Wettbewerb können sich innovative Gründerinnen und Gründer aus der Medienszene bewerben. Die Besten erhalten eine Anschubfinanzierung und eine begleitende Beratung, um auf dem Markt zu bestehen. Genau das, was Louhichi und Fetini brauchten. Gemeinsam reichten sie im Jahr 2018 ihr Konzept für eine Plattform zum Melden von Umweltsünden ein und nannten sie Rakib, was auf Deutsch so viel heißt wie ‚Beobachter‘ oder ‚Aufpasser‘.

„Viele Redaktionen haben gar nicht die Ressourcen, die Informationen auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen.“

Über die Plattform sollen Nutzerinnen und Nutzer Umweltprobleme melden – vom nicht abgeholten Müll an der Straßenecke, über Fischsterben bis zu Öllecks. Die auf Rakib eingegangenen Umweltsünden werden zunächst gegenrecherchiert und erst danach an Medien und an die zuständigen Stadtverwaltungen

WIRKUNGSDATEN

Nachhaltige Geschäftsmodelle: Die DW Akademie hat ca. 6.200 Mitarbeitende in 134 Medienhäusern bei der Entwicklung nachhaltiger und innovativer Geschäftsmodelle beraten. Ihr Ziel dabei ist, dass Journalistinnen und Journalisten, die Menschen mit relevanter Berichterstattung versorgen, von ihrem Beruf leben können.

Länder: Belarus, Burkina Faso, Burundi, Ecuador, Georgien, Ghana, Kolumbien, Libanon, Libyen, Marokko, Mongolei, Namibia, Serbien, Tunesien, Ukraine

weitergegeben. „So erhalten die Medien schnellen Zugang zu verifizierten Informationen und die Behörden können zeitnah reagieren“, erklärt Louhichi. Zwar werden seit dem politischen Umbruch 2011 immer wieder Probleme in Sozialen Medien angeprangert, doch viele Redaktionen haben gar nicht die Ressourcen, die Informationen auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen. „Mit Rakib entlasten wir also einerseits die lokalen Journalistinnen und Journalisten und kämpfen andererseits gegen Fake News.“

Gleichzeitig, so Louhichi, seien die Daten, die die App generiert, auch ein Druckmittel gegenüber dem Staat. „Damit können wir Transparenz schaffen. Denn wenn wir schon keinen Zugang zu offiziellen Zahlen haben, dann haben wir zumindest die Statistiken aus der App und können ganz klar festmachen, wo welche Probleme besonders oft gemeldet werden.“ Ob der Staat dann auch darauf reagieren wird? Louhichi glaubt fest daran: „Wenn wir nicht mehr an eine bessere Zukunft glauben, könnten wir auch einfach Zuhause bleiben.“

Tunesien hat eine kreative, sich ständig weiterentwickelnde Start-up-Szene mit einer breiten Palette an Geschäftsideen. Mit MEDIA LOVES TECH ist es gelungen, den Fokus auf Start-ups zu lenken, die Medien und Technologie verbinden. Die Jury habe sich für das Team von Rakib entschieden, „weil sie eine Antwort auf ein dringendes Bedürfnis von Bürgerinnen und Bürgern und lokalen Medienschaffenden liefern. Wir sehen darin, welchen Wert die Technologie für einen qualitativ hochwertigen Bürgerjournalismus in Tunesien liefern kann“, so Noomane Fehri, Jury-Mitglied und ehemaliger tunesischer Minister für Informationstechnologie und Kommunikation.

„Am Anfang war die Idee von Rakib gar nicht ausgereift“, sagt Louhichi im Rückblick. Trotzdem gelangten er und sein Team in die Endrunde, wurden professionell gecoacht und konnten ihr Konzept schärfen. Vor dem Wettbewerb wollte Louhichis Drei-Mann-Team einfach loslegen. An einen ausgefeilten Geschäftsplan dachten sie nicht. Erst nach einem Erfahrungsaustausch mit anderen Teilnehmenden und nach etlichen Fachberatungen, kristallisierte sich heraus, wie es inhaltlich und wirtschaftlich mit dem Projekt weitergehen kann.

Gegen Ende des Wettbewerbs MEDIA LOVES TECH fragte eines der Jury-Mitglieder Louhichi, was er im Fall einer Niederlage machen würde. „Wir setzen es trotzdem um, mit oder ohne Geld“, war sich Louhichi sicher. Sein Team gewann den zweiten Platz und erhielt rund 2.800 Euro als Anschubfinanzierung. Doch viel wichtiger war, dass Louhichi mit Hilfe der Beratungen eine klare Strategie entwickelte. Wie alle Preisträgerinnen und Preisträger bei MEDIA LOVES TECH wurde das Rakib-Team so lange betreut, bis es ihre Idee auf den Markt bringen konnte.

„**Mit MEDIA LOVES TECH ist es gelungen, den Fokus auf Start-ups zu lenken, die Medien und Technologie verbinden.**“

Im Dezember 2019 war es soweit. Die Umweltsünde-Plattform Rakib ging online. Bisher steht sie in den tunesischen Industriestädten Sfax und Gabes zur Verfügung. In Zukunft wollen die Gründer sie auf ganz Tunesien ausweiten. Zusätzlich zu der Weiterentwicklung von Rakib macht sich Louhichi nun auch bei dem Radiosender Diwan FM für die Umwelt stark. Seit November 2019 moderiert er dort eine einstündige Radiosendung rund um das Thema Umweltsünden und Umweltschutz. Durch die Sensibilisierung der Bevölkerung und der Medien würden Politikerinnen und Politiker gezwungen, aktiv zu werden und der Umweltverschmutzung einen Riegel vorzuschieben, ist der Umweltaktivist überzeugt. Für ihn gibt es kein Zurück mehr. Er wird weitermachen, bis er in seiner Heimatstadt Sfax wieder frische Meeresluft atmen kann.

STECKBRIEF

Tunesien

Wer setzt Projekte um?

- MEDIA LOVES TECH ist eine Initiative zur Förderung von digitalen Konzepten für innovativen und qualitativ hochwertigen Journalismus.

Wie funktioniert das Projekt?

- Seit 2018 nehmen in einem Wettbewerb ausgewählte Medien-Start-ups an einem Coaching- und Mentoring-Programm teil. Hier können sie ihre Projekte mit professioneller Unterstützung umsetzen, weiterentwickeln und ein tragfähiges Geschäftsmodell entwickeln. Dadurch stärken sie den nachhaltigen Online-Journalismus in Tunesien.
- Die Gewinnerinnen und Gewinner des Start-up-Wettbewerbs erhalten eine Anschubfinanzierung.

Welche Schwierigkeiten bestehen?

- Es ist eine Herausforderung die Medien-Start-ups zu überzeugen, nicht nur kreativ, sondern auch wirtschaftlich zu denken und Businessmodelle zu entwickeln, die im tunesischen Medienmarkt nachhaltig funktionieren.

Was hat das Medienprojekt bewirkt?

- Es wurde eine Nische für Medien-Start-ups geschaffen, die innovative digitale Konzepte entwickeln und dadurch die journalistische Arbeit und den Informationszugang der Bevölkerung nachhaltig verbessern.
- Es wurde erreicht, dass Journalismus und Technik in der tunesischen Start-up-Förderszene als innovative Einheit verstanden werden.

Welche Highlights gibt es?

- Das Start-up Rakib, einer der Gewinner von MEDIA LOVES TECH 2018, startete im Dezember 2019 eine Internetplattform, auf der Umweltsünden gemeldet werden können.
- MEDIA LOVES TECH läuft so erfolgreich, dass der Wettbewerb künftig auch in Marokko und Algerien ausgetragen wird.

akademie.dw.com/tunisiamedia | rakib.tn



Dank Dunias Zeitungsartikel parken auf dem Schulhof heute keine Autos mehr.

WESTJORDANLAND, GAZA-STREIFEN, OST-JERUSALEM

Ein positiver Virus

Medienkompetenz macht Schule

Autoren **Viktoria Kleber** und **Markus Haake**

FÜR EILIGE

In Dunias Schule im Westjordanland parkten die Lehrkräfte ihre Autos auf dem Schulhof – zum Spielen blieb kein Platz. Dunia schrieb daraufhin einen Artikel für eine Zeitung. Die Informationen gelangten bis zum palästinensischen Bildungsministerium. Es forderte die Lehrkräfte auf, ihre Autos woanders zu parken. Sich selbstbewusst äußern, Interviews führen, recherchieren, Fakten checken und Daten sichern, all das hat Dunia durch Schulungen von Pyalara gelernt. Der Nichtregierungsorganisation ist es außerdem zu verdanken, dass Medienkompetenz ins palästinensische Schulcurriculum aufgenommen wurde.

Gesundes Essen in der Kantine oder autofreie Schulhöfe – an den palästinensischen Schulen, in denen die Nichtregierungsorganisation Pyalara das Fach Media and Information Literacy (MIL) unterrichtet, engagieren sich Schülerinnen und Schüler für Meinungsfreiheit und fordern Veränderungen ein. Darüber hinaus wissen sie um Datensicherheit und den Schutz der Privatsphäre und reden mit Regierungsvertretern über einen sinnvollen Umgang mit den Sozialen Medien. Media and Information Literacy – auf Deutsch: Medien- und Informationskompetenz – bezeichnet die Fähigkeit, Medieninhalte kritisch zu reflektieren und eigene Medieninhalte zu schaffen.

Es ist ein Vormittag wie jeder andere an der Mädchenschule in Kuofor Neima, einem Dorf im Westjordanland: Die Schülerinnen spielen auf dem Pausenhof Basketball und Fangen, laute Stimmen sind zu hören. Ein schweres Eisentor verschafft Zugang zum Schulgelände, es ist umrahmt von Mauern, Schülerinnen haben sie bemalt. Doch, dass der Pausenhof ihr Reich ist, war nicht immer so. Bis vor kurzem parkten die Lehrkräfte ihre Autos dort – für die rund 550 Mädchen blieb kaum Platz zum Spielen. „Das hat mich aufgeregt“, sagt Dunia. „Überall dort, wo Schatten war, standen Autos und auf dem kleinen Fleckchen Sonne durften wir uns aufhalten“, erzählt sie. „Das fand ich ungerecht und unnötig, weil es immer so furchtbar heiß für uns war.“

Dunia schrieb ihren Ärger nieder und forderte ihre Lehrerinnen und Lehrer auf, ihr Verhalten zu ändern. Ihr Beitrag erschien in der „Fosool“, einer Zeitung, die sich schwerpunkt-

mäßig mit dem Thema Medienkompetenz auseinandersetzt und an zahlreichen palästinensischen Schulen gelesen wird. Kurz nach der Veröffentlichung zitierte die damalige Schuldirektorin Dunia zu sich ins Büro: Was ihr einfiel ihre Lehrkräfte zu kritisieren? Dunia war überrascht, hatte sie doch im MIL-Unterricht gelernt, Dinge zu hinterfragen.

Media and Information Literacy ermutigt für eigene Rechte einzustehen

„MIL hat mir enorm viel Selbstbewusstsein gegeben“, sagt die 16-Jährige heute. „Vor allem habe ich gelernt, Dinge nicht so hinzunehmen, wie sie sind.“ Drei Jahre lang hatte Dunia mit anderen Schülerinnen einmal pro Woche MIL-Unterricht. Das Überprüfen von Nachrichten steht dabei ebenso auf dem Stundenplan wie das Erstellen von journalistischen Texten, Interview-



Lernen aufzuschreiben, was bewegt: viele palästinensische Schülerinnen und Schüler haben Gewalt erlebt.

© V. Kleber

techniken und das Produzieren von Nachrichten und Berichten mit dem Handy. Die palästinensische Nichtregierungsorganisation Pyalara bildet Schülerinnen und Schüler Woche für Woche in Medienkompetenz aus und verfasst gemeinsam mit ihnen Artikel – wie auch den über die auf dem Schulhof parkenden Autos.

” MIL ermutigt die Schülerinnen und Schüler für ihre Rechte einzustehen und ihre Anliegen zu artikulieren.

Als Pyalara vom Aufruhr Wind bekommt, versucht die Organisation die Schulleiterin zu beschwichtigen und reicht den Artikel ans palästinensische Bildungsministerium weiter. Die Behörde schreibt einen Brief an die Schule, der die Lehrkräfte daran erinnert, dass Parken auf dem Schulhof verboten ist. Dieser sei für die Kinder und Jugendlichen da. Der Schulhof ist heute autofrei und die Mitschülerinnen sind Dunia für ihre Geschichte dankbar.

„Beispiele wie dieses zeigen, dass MIL die Denkweise der Jugendlichen beeinflusst“, sagt Hania Bitar, Leiterin von Pyalara. „MIL

ermutigt die Schülerinnen und Schüler für ihre Rechte einzustehen und ihre Anliegen zu artikulieren. Es ist ein Projekt, dass das Leben der jungen Menschen langfristig verändert.“

In den letzten fünf Jahren hat Pyalara mehr als 600 Schülerinnen und Schüler an 25 Schulen im Westjordanland und in Gaza unterrichtet. Doch die Bedingungen dort sind nicht einfach: Täglich sind die Bewohnerinnen und Bewohner mit der israelischen Besatzung konfrontiert, viele von ihnen haben Gewalt erlebt – bei der Kontrolle an Checkpoints durch die israelische Armee, bei Übergriffen von radikalen Siedlern im Westjordanland oder bei Bombenangriffen in Gaza. Das hinterlässt tiefe Spuren. MIL ist in der Region auch deshalb so wichtig, weil junge Palästinenserinnen und Palästinenser lernen aufzuschreiben, was sie bewegt, und das Erlebte so zu reflektieren.

Belegte Brote statt zuckrige Gummischlangen

Auch die Jungenschule in Nillin, westlich von Ramallah, ist eine der Projektschulen, die von Pyalara unterstützt werden. Sie liegt weit abgelegen. Um hierhin zu gelangen, fährt man über die hügeligen Berge vor Ramallah, entlang knorriger Oliven-

STECKBRIEF

Westjordanland, Gaza-Streifen, Ost-Jerusalem

Wer setzt Projekte um?

- Pyalara ist das führende palästinensische Zentrum für Medienkompetenz.
- 7amleh, Tam und Al-Saraja sind zivilgesellschaftliche Organisationen, die den Umgang mit Sozialen Medien und die Sensibilisierung für digitale Rechte fördern.

Wie funktioniert das Projekt?

- Seit 2014 lernen palästinensische Schülerinnen und Schüler durch jugendgerechte Formate wie Wandzeitungen und „Morning Radio Shows“ den souveränen Umgang mit Medien. Sie thematisieren, was sie bewegt, und lernen kritisches Denken. Dazu werden Lehrkräfte als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren ausgebildet, um Medienkompetenz in der Breite vermitteln zu können.
- Zivilgesellschaftliche Organisationen wie 7amleh, Tam und Al-Saraja entwickeln Aufklärungskampagnen und Lernpakete zu digitalen Rechten, um Jugendliche für Privatsphäre und Sicherheit im Netz zu sensibilisieren.

Welche Schwierigkeiten bestehen?

- Schülerinnen und Schüler im Westjordanland, dem Gaza-Streifen und Ost-Jerusalem sind oft traumatisiert von der Gewalt, die sie im Alltag erleben. Um sie zu erreichen, bedarf es psychologischer Vorarbeit.

Was hat das Projekt bewirkt?

- Über 5.000 Mädchen und Jungen haben bisher im Rahmen des Projekts an Medienkompetenz-Kursen teilgenommen; mehr als 80 Lehrerinnen und Lehrer wurden für die Vermittlung solcher Kompetenzen fit gemacht.
- Die Nichtregierungsorganisation Pyalara hat sich zum Zentrum für Medienkompetenz entwickelt, das in der gesamten Region aktiv ist. Schülerinnen und Schüler, die in Medienkompetenz unterrichtet werden, bewegen sich verantwortungsbewusster im Netz, verschaffen ihren Anliegen Gehör und gehen selbstbewusster durchs Leben.

Welche Highlights gibt es?

- Das Bildungsministerium hat Medienkompetenz (auf Englisch: Media and Information Literacy, kurz MIL) ins Schulcurriculum aufgenommen.
- Pyalara wurde 2019 von der UNESCO mit dem GAP-MIL-Award ausgezeichnet – einem Preis für herausragende Leistungen im Bereich regionaler Medienkompetenz-Förderung.

➔ pyalara.org | ➔ 7amleh.org
➔ tam.ps/en | ➔ alsaraya-center.org



Schulleiter Hassan Mousa hat auf Wunsch seiner Schülerinnen und Schüler Süßigkeiten aus der Cafeteria verbannt.



Loyal, Mohammad und Ahmad forderten gesünderes Cafeteria-Essen.

bäume. „Ich kann sofort erkennen, wer schon an MIL-AGs teilgenommen hat“, sagt Schulleiter Hassan Mousa. „Die Schüler können sich besser artikulieren und trauen sich mehr zu.“

Zu diesen Schülern gehören Loyal, Mohammad und Ahmad. Im Schulradio, das in den morgendlichen Unterrichtspausen über die Lautsprecher zu hören ist, haben sie ein neues Format entwickelt. Früher wurden hier nur Reden gehalten, heute kommt es immer wieder zu spontanen Interviews mit Lehrkräften und dem Schulleiter. Warum die Preise in der Cafeteria so hoch seien, dass sich nicht alle ein Sandwich leisten können, und warum es so viele ungesunde Sachen gäbe, fragten Loyal, Mohammed und Ahmad. „Ich wollte reagieren“, erklärt Schulleiter Hassan Mousa. Jetzt verkauft die Cafeteria auch günstigere Sandwiches und nur noch wenige Süßigkeiten. Die pinken Gummischlagen mit ganz viel Zucker hat der Direktor konfisziert.

Respekt in der digitalen und der realen Welt

Im Westjordanland, dem Gaza-Streifen und Ost-Jerusalem geht es um mehr als um Schulprojekte. Der digitale Wandel ist eine große Herausforderung in der Region. Noch nie war es für Jugendliche – auch über territoriale Grenzen hinweg – so einfach, ihre Meinung über Soziale Medien öffentlich kundzutun und sich auszutauschen. Allerdings kann dieser Freiraum auch zum Verhängnis werden. Das Internet wird sowohl vom israelischen Geheimdienst als auch von der Hamas und den Palästinensischen Autonomiebehörden kontrolliert. Immer wieder werden junge Menschen aus dem Westjordanland, dem Gaza-Streifen und Ost-Jerusalem verhaftet oder zu

hohen Bußgeldern verurteilt, weil sie unbedacht im Netz gehandelt haben.

Zivilgesellschaftliche Organisationen wie 7amleh, Tam und Al-Saraja werden von der DW Akademie dabei unterstützt, Aufklärungskampagnen und Lernpakete zu digitalen Rechten zu entwickeln, um Jugendliche für Privatsphäre und Sicherheit im Netz zu sensibilisieren. Dazu treffen sich die Jugendlichen mit Regierungsvertretern und diskutieren in Workshops und Seminaren über einen sinnvollen Umgang mit Sozialen Medien. Denn gerade in einem politisch aufgeheizten Umfeld ist kein Platz für Hass und Diskriminierungen.

Ein respektvoller Umgang – in der digitalen und realen Welt – liegt auch Schulleiter Mousa am Herzen. „In unserer Kultur genießen Autoritäten viel Respekt“, erklärt er. „Durch den MIL-Unterricht lernen die Schüler Respekt von Kritik zu unterscheiden und fordern ihre Rechte ein.“ Nicht nur diejenigen, die am Unterricht teilgenommen haben, profitieren davon, sondern auch die anderen. „Kritisches Denken und Kreativität können abfärben“, sagt er. „Wer morgens unser Radioprogramm anhört, merkt, dass sich die anderen etwas abgeschaut haben.“ Die Fragen seien kritischer und die Schüler trauten sich mehr.

Ein gewaltiger Erfolg: MIL ist im Schulcurriculum verankert

Auch außerhalb des Unterrichts wird MIL vorangebracht. Fünf Mädchen einer öffentlichen Schule aus Ramallah haben sich zusammengetan und erzählen Mitschülerinnen in ihrer



Die Sperranlage bedeutet für Palästinenser eine massive Einschränkung ihrer Bewegungsfreiheit.

Freizeit, was kritisches Denken ist. „Wenn euer Vater oder eure Lehrerin euch etwas erzählen, dann stimmt das nicht immer“, sagen sie – und haben gleich ein Beispiel parat. Sie selbst haben im Unterricht gelernt, dass der Musikstil Rap generell im Islam verboten sei. „Wir haben dann Zuhause recherchiert und herausgefunden, dass es viele muslimische Rapper gibt, die sogar über den Islam rappen“, berichten sie.

” 2018 konnte Pyalara durch intensive Lobbyarbeit das palästinensische Bildungsministerium dazu bringen, MIL im Schulcurriculum zu verankern – ein gewaltiger Erfolg.

Pyalara war 2013 nur eine von mehreren MIL-Organisationen im Westjordanland, dem Gaza-Streifen und Ost-Jerusalem. Im Laufe der vergangenen Jahre ist sie mit Unterstützung der DW Akademie zur regionalen Größe geworden. Pyalara ist im gesamten Nahen Osten vernetzt, ihr Wissen und ihre Erfahrungen mit MIL sind in anderen Ländern sehr gefragt. „Wir unterstützen Pyalara fachlich und zeigen neue Trends im Bereich MIL auf“, sagt Verena Wendisch, ehemalige Ländermanagerin der Region von der DW Akademie. „Pyalara hat es aber eigenständig geschafft, den Weg ins palästinensische Bildungsministerium zu ebnen.“

2018 konnte Pyalara durch intensive Lobbyarbeit das palästinensische Bildungsministerium dazu bringen, MIL im Schulcurriculum zu verankern – ein gewaltiger Erfolg. Noch ist MIL zwar nicht als eigenes Schulfach anerkannt, aber es ist nun fester Bestandteil einzelner Fächer. Das palästinensische Bildungsministerium hat nun einige Hausaufgaben zu erle-

WIRKUNGSDATEN

Medienkompetenz: Im Jahr 2018 haben 520 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren jungen Menschen in 12 Ländern Medienkompetenz (auf Englisch: Media Information Literacy, kurz MIL) vermittelt. Ca. 7.400 Jugendliche können infolge dieser Trainings nun verantwortungsvoller mit Medien umgehen. Sie analysieren Inhalte gezielter, treffen fundierte Entscheidungen und können Gerüchte und Propaganda von objektiven Nachrichten unterscheiden. Sie haben die Chance, ihr Recht auf Meinungsfreiheit und Zugang zu Information besser wahrzunehmen. Im formalen Bildungssystem haben zudem ca. 172.000 Schülerinnen und Schüler im Rahmen ihres Lehrplans an MIL-Klassen teilgenommen.

Länder: Burundi, Guatemala, Jordanien, Kambodscha, Kirgisistan, Libanon, Moldawien, Namibia, Palästinensische Gebiete, Serbien, Tunesien, Ukraine

digen – etwa muss Lehrpersonal im ganzen Land ausgebildet werden. „Wir wissen, dass sich die Anstrengung lohnt“, sagt Thaer Thabet, der für MIL zuständige Referent des Bildungsministeriums. „Ich nenne MIL den positiven Virus, weil Medienkompetenz sich nicht nur zwischen Schülerinnen und Schülern ausbreitet, sondern auch in den Familien und der Nachbarschaft. Es wird unsere ganze Gesellschaft zum Besseren verändern.“

Unsere Autorinnen und Autoren





Petra Aldenrath

liebt Porträts und Reportagen. Sie ist eine erfahrene Journalistin, hat für Zeitungen, Magazine und beim Radio gearbeitet, sowie in mehreren Büchern publiziert. Fünf Jahre berichtete sie als ARD-Korrespondentin aus China und der Mongolei. Außerdem arbeitete sie als freie Autorin aus Australien, Indonesien, Vietnam, Kanada und Israel. Seit 2018 ist sie als Projektmanagerin bei der DW Akademie tätig. Es ist ihr ein besonderes Anliegen, die Geschichten der vielfältigen Medienentwicklungsprojekte zu erzählen.



Klaus Dahmann

hat Slawistik studiert und arbeitet seit 20 Jahren bei der Deutschen Welle als Journalist und Medientrainer. Seit 2016 koordiniert er die Arbeit der DW Akademie in Serbien und auf dem Westbalkan.



Tinatin Dvalishvili

hat ihre journalistische Karriere vor 20 Jahren begonnen. Seit 2017 arbeitet sie für die DW Akademie in Georgien. Sie hat einen Master-Abschluss mit Schwerpunkt Journalismus und Medienmanagement. Neben der Arbeit bei der DW Akademie ist sie Dozentin für Neue Medien an der Kaukasus-Universität.



Vera Freitag

ist großer Fan der dualen Journalistenausbildung, denn sie hat selbst einmal eine durchlaufen: das Redaktionsvolontariat bei der Deutschen Welle. Sie ist überzeugt, dass es in der journalistischen Ausbildung Räume für Kreativität und das Testen neuer Formate geben muss. Als Projektverantwortliche für Bolivien ist es ihr Anliegen, journalistische Ausbildung immer wieder neu zu denken.



Markus Haake

arbeitet seit Mai 2019 als Ländermanager für die DW Akademie. Zuvor war er mehrere Jahre als Friedensfachkraft und Teamleiter in Afghanistan tätig. Seine Beratungskompetenz erwarb er in den letzten zwanzig Jahren in der Internationalen Kampagne für das Verbot von Landminen und in der humanitären Arbeit in Ländern des Nahen Ostens, Süd-Ost-Europas und Süd-Kaukasus.



Kyle James

ist Projektmanager und Trainer der DW Akademie. Als Mitglied des Asien-Teams ist er für Community-Radio-Projekte zuständig. Bevor er im Bereich Medienentwicklung tätig wurde, arbeitete Kyle als Reporter und Redakteur für verschiedene Radio-, Druck- und Online-Medien in Europa, Asien und den Vereinigten Staaten.



Viktoria Kleber

Ihr Herz schlägt für die arabische Welt. Sie hat in Berlin, Tel Aviv und Kairo Politik und Geschichte des Nahen Ostens und Arabisch studiert, danach bei der Deutschen Welle volontiert. Sie ist für die ARD in Berlin und im Nahost-Team der DW Akademie tätig, hat sich aber derzeit ein paar Monate Auszeit genommen, um sich in London rund um das Thema Medienentwicklung in Konflikt- und Krisenregionen weiterzubilden.



Sarah Mersch

ist freie Korrespondentin und Trainerin. Seit 2011 berichtet sie aus Tunesien über den politischen Umbruch, erste demokratische Gehversuche und Rückschläge. Sie ist stellvertretende Vorsitzende von Weltreporter.net



Johannes Metzler

hat mehrere Jahre für die DW Akademie in Guatemala gearbeitet und hat viele Ideen zu Radio Sónica beigetragen. Die Region kennt er gut: Früher hat er als Journalist über Armut und Gewalt in Lateinamerika berichtet. Als Bereichsleiter entwickelt er jetzt Projekte in Mittelamerika und der Karibik.



Mona Naggar

kennt den Nahen Osten aus ihrer langjährigen journalistischen Tätigkeit. Als Projektmanagerin und Trainerin für die DW Akademie in Beirut erlebt sie die Medienentwicklung im Libanon hautnah.



Charlotte Noblet

arbeitet seit zehn Jahren als Journalistin und Trainerin. Sie recherchiert und publiziert ihre Beiträge auf Deutsch und Französisch und begeistert sich für Multimedia-Produktionen. Gerne gibt sie ihr Wissen und ihre Erfahrungen an Universitäten und Hochschulen, sowie in Trainings weiter. Bei der DW Akademie arbeitet sie vor allem als freie Medientrainerin in Westafrika und dem Maghreb. In Burkina Faso begleitet sie seit 2014 mehrere Radiosender auf dem Land.



Ole Tangen Jr

ist ein US-amerikanischer Journalist, der seit über 20 Jahren Geschichten aus den USA, Europa und Afrika erzählt. Er verbrachte fünf Jahre in Uganda, wo er als Reporter arbeitete und Journalismus lehrte. Die Herausforderungen, denen ugandische Journalistinnen und Journalisten bei ihren Berichterstattungen gegenüberstehen, kennt er aus erster Hand. Heute lebt er in Bonn und arbeitet als Redakteur für die Deutsche Welle.



Anja Weber

bringt langjährige Erfahrung als freie Gutachterin und Evaluatorin in der Entwicklungszusammenarbeit mit. Regionale Schwerpunkte ihrer Arbeit liegen in Subsahara-Afrika und Südostasien. Seit Mitte 2018 unterstützt sie das Team ‚Studien und Evaluierung‘ bei der DW Akademie. Die quantitative Datenerhebung und -auswertung für die ‚Aggregierten Wirkungen‘ in diesem Band wurden von ihr koordiniert.



Dagmar Wittek

ist Journalistin mit jahrzehntelanger Afrikaerfahrung. Sie war lange als Hörfunkkorrespondentin der ARD in Johannesburg/Südafrika für das Berichtsgebiet südliches Afrika zuständig und hat im Anschluss als Freischaffende viele weitere Ecken des Kontinents bereist. Für die DW Akademie war sie zudem häufig als Medientrainerin in Afrika unterwegs. Zurzeit produziert sie bei der Deutschen Welle das neue Format „DW News Africa“.

-  DWAkademie
-  @dw_akademie
-  dw.com/newsletter-registration
-  dw.com/mediadev

Die DW Akademie ist das Zentrum der Deutschen Welle für internationale Medienentwicklung, journalistische Aus- und Fortbildung und Wissensvermittlung. Mit ihren Projekten stärkt sie das Menschenrecht auf freie Meinungsäußerung und ungehinderten Zugang zu Informationen. Die DW Akademie befähigt Menschen weltweit, auf Basis verlässlicher Fakten und eines konstruktiven Dialogs freie Entscheidungen zu treffen. Die DW Akademie ist strategischer Partner des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. Sie ist auch mit Mitteln des Auswärtigen Amtes sowie der Europäischen Union aktiv – insgesamt in rund 50 Entwicklungs- und Schwellenländern.



Made for minds.