

Zur Ambivalenz des Populärjournalismus in Senegal: strategische Aneignung und mediale Repräsentation der Hausmädchen

Wittmann, Frank

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
GIGA German Institute of Global and Area Studies

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Wittmann, F. (2003). Zur Ambivalenz des Populärjournalismus in Senegal: strategische Aneignung und mediale Repräsentation der Hausmädchen. *Afrika Spectrum*, 38(2), 153-172. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-107155>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

Frank Wittmann

Zur Ambivalenz des Populärjournalismus in Senegal Strategische Aneignung und mediale Repräsentation der Hausmädchen¹

Zusammenfassung

In den letzten Jahren sind die *Cultural Studies* in den deutschsprachigen Humanwissenschaften verstärkt rezipiert worden. Es fällt jedoch auf, dass Forschungen in und über Afrika deutlich unterrepräsentiert sind. Dies kann zumindest nicht an mangelnder Relevanz oder am Fehlen geeigneter Untersuchungsgegenstände liegen, bietet doch insbesondere das urbane Afrika ein immenses Reservoir an populärkulturellen Medien und Praktiken an. Ein herausragendes Beispiel im westafrikanischen Senegal sind Presseberichte über die Hausmädchen, die mit Geschichten von *Sex and Crime* von sich reden machen. Der vorliegende Artikel geht in der Tradition der Aneignungsstudien aus den *Cultural Studies* der Forschungsfrage nach, ob und wie sich die senegalesischen Hausmädchen die Populärpresse aneignen und wie sie die Auswirkungen auf ihr Ansehen und ihren Berufsalltag einschätzen. Die qualitativen Interviews fokussieren das Selbstverständnis der senegalesischen Hausmädchen: Halten sie die berichteten Geschichten überhaupt für wahr oder von einem sensationsgierigen Boulevardjournalismus erfunden? Decken sich die im Arbeitsalltag auftauchenden Probleme der Hausmädchen mit der journalistischen Agenda? Nimmt das Ansehen des Berufsstandes durch die reißerische Berichterstattung Schaden? Zum Abschluss des Artikels werden die verschiedenen Argumentationsfäden zusammengeführt und erörtert, welches Erkenntnispotential eine verstärkte Berücksichtigung von westafrikanischen Massenmedien im Rahmen der *Cultural Studies* bereitstellt.

Schlagwörter

Senegal, Massenmedien, Zeitung, Wirkung von Massenmedien, Berichterstattung, Medienkritik, Medienforschung, Informationswissenschaft/Kommunikationswissenschaft, Soziale Gruppe, Berufsgruppe, Frauen

Einleitung

Kulturwissenschaftliche Ansätze werden in den deutschsprachigen Geisteswissenschaften seit Anfang der 1990er Jahre verstärkt diskutiert und haben auch vor der sozialwissenschaftlichen Kommunikationswissenschaft nicht haltgemacht (Hepp/Löffelholz 2002, Karma-

¹ Ich danke Jürg Schneider (Basel) und Rainer Winter (Klagenfurt) für ihre wertvollen Anregungen.

sin/Winter 2003). Die Einsicht, dass die Kommunikationswissenschaft eine theoretisch, methodisch und forschungspraktisch "schmalpurig angelegte Disziplin" (Krotz 2003:41) sei, drückt sich auch in der vermehrten Akzeptanz der *Cultural Studies* aus.² Entstanden in den 1960er Jahren, treiben sie vor allem seit Anfang der 1980er Jahre eine qualitative Forschungsstrategie voran. Während sie sich im amerikanischen Raum vornehmlich mit Studien zum Postkolonialismus beschäftigen, liegt der Schwerpunkt in Europa insbesondere auf der kulturspezifischen Kontextualisierung von massenmedialen und populärkulturellen Produkten. Ein Schwerpunkt ist dabei die Aneignung von elektronischen Massenmedien wie Radio (Moores 1997), Fernsehen, Film und Video (Ang 1991, Gillespie 1995, Hepp 1998), Computerspiele (Fromme 2000) oder musikalische Tonträger (Clayton 2003). Gemäss der "Theorie des aktiven Publikums" (Morley 2003:127) wird die Aneignung nicht als passive Rezeption, sondern als eine originelle und produktive Praktik aufgefasst.³ Dagegen sind Studien zu Printmedien zwar nicht gänzlich vernachlässigt, aber deutlich unterrepräsentiert. Trotz einiger Ausnahmen (Conboy 2001, Hartley 1996, Renger 2000) wird selbst Printmedien wie Boulevardzeitungen oder Special-Interest-Zeitschriften ein elitärer Zug zugeschrieben.

Neben den Printmedien fällt noch ein weiterer vernachlässigter Bereich der *Cultural Studies* auf. Obwohl sie regelmäßig auf ihre Inter- bzw. Transnationalität hinweisen, sind Forschungen in und über Afrika deutlich unterrepräsentiert. Dies kann zumindest nicht an mangelnder Relevanz oder am Fehlen geeigneter Untersuchungsgegenstände liegen, bietet doch insbesondere das urbane Afrika ein immenses Reservoir an populärkulturellen Medien und Praktiken an. So hat sich im westafrikanischen Senegal ein Populärjournalismus etabliert, der im Privatrundfunk genauso heimisch ist wie in den Printmedien. Der Ruf des senegalesischen Populärjournalismus ist so schlecht, dass der lokalen Kommunikationswissenschaft eine tiefergehende Auseinandersetzung mit der Entstehungsgeschichte, den Inhalten und den Akteuren dieser Presse unnötig erscheint. Berücksichtigt man die zumeist kurz gehaltenen Beiträge in Tagungsakten und Zeitungen, stellt man fest, dass sich die Mehrzahl der Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen mit allgemein gehaltenen Analysen und Interpretationen der Inhalte der Populärpresse zufrieden gibt (Koume 2000, Mbaye 2001, Mendy 2001). Es hat den Anschein als ob die senegalesischen Medienwissenschaftler eine Beschäftigung mit den journalistischen Niederungen als unter ihrer Würde ansähen. Dementsprechend stehen aussagekräftige Monographien genauso aus wie empirische Untersuchungen zu spezifischen Akteuren und Inhalten der Boulevardpresse. Ein herausragendes Beispiel sind Presseberichte über die senegalesischen Hausangestellten, die von sich reden machen. Es vergeht kaum eine Woche, in der nicht eine im Kontext von *Sex and Crime* angesiedelte Geschichte mit dem Chauffeur, dem Gärtner, dem Gouvernante, dem Hausmädchen oder dem Wächter medial vermittelt zum Stadtgespräch wird. Populäre Radiosender wie *7 FM* oder *Sud FM* bieten ihren

2 "Die *Cultural Studies* zeichnen sich durch eine qualitative Analyse kultureller Prozesse in verschiedenen sozialen Kontexten aus, die durch Machtverhältnisse, Wandel und Konflikt geprägt sind" (Winter 2003:212).

3 Die Theorie des aktiven Publikums ist in der kommunikationswissenschaftlichen Diffusions- und Gratifikationsforschung oder im dynamisch-transaktionalen Modell rezipiert worden.

in Not geratenen Hörerinnen jederzeit Sendezeit ein, um live von Eifersuchtsdramen oder Ehebruch zu berichten und Druck auf die Täter auszuüben. Und Boulevardzeitungen wie *Moeurs* oder *Révélations* berichten in einem reißerischen Betroffenheitsstil regelmäßig von sexueller Belästigung oder Vaterschaftsklagen.

Der vorliegende Artikel geht in der Tradition der Aneignungsstudien aus den *Cultural Studies* der Forschungsfrage nach, ob und wie sich die senegalesischen Hausmädchen die Berichterstattung der Populärpresse aneignen und wie sie die Auswirkungen auf ihr Ansehen und ihren Berufsalltag einschätzen. Die von mir durchgeführten qualitativen Interviews fokussieren das Selbstverständnis der senegalesischen Hausmädchen: Halten sie die berichteten Geschichten überhaupt für wahr oder von einem sensationsgierigen Boulevardjournalismus erfunden? Decken sich die im Arbeitsalltag auftauchenden Probleme der Hausmädchen mit der journalistischen Agenda? Führt ihrer Meinung nach die tabubrechende Presse im Sinne der Imitationsthese zu einer Verschlechterung der Arbeitsbedingungen? Nimmt das Ansehen des Berufsstandes durch die reißerische Berichterstattung Schaden? Bevor die qualitativen Interviews ausgewertet werden, soll zunächst die Entstehung des senegalesischen Populärjournalismus nachgezeichnet werden. Sodann wird die Rolle des senegalesischen Hausmädchens skizziert und es werden diejenigen Artikel einer Boulevardzeitung, die sich mit der semi-informellen Berufsgruppe der Hausmädchen beschäftigen, analysiert. Zum Abschluss werden die verschiedenen Argumentationsfäden des Artikels zusammengeführt und es wird erörtert, welches Erkenntnispotential eine verstärkte Berücksichtigung von westafrikanischen (Print-) Medien im Rahmen der *Cultural Studies* bereitstellt.

Genese des senegalesischen Populärjournalismus

Als am 8. November 1999 die erste Ausgabe der Tageszeitung *Le Populaire* erschien, konnte niemand ahnen, dass sich daraus ein neuer Zeitungstypus entwickeln würde. *Le Populaire*, im Volksmund einfach *Pop* genannt, gelang es dank seiner *Off wie off the record* oder *officieux* betitelten zweiten Seite mit Gerüchten und Skandalen zum Privatleben von Politikern und anderen Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens in kurzer Zeit, zur auflagenstärksten Zeitung zu werden und selbst die Regierungszeitung *Le Soleil* hinter sich zu lassen. Der westafrikanische Senegal war zwar seit der Aufgabe des staatlichen Informationsmonopols Anfang der 1990er Jahre für seine Medienfreiheit und seinen Pressepluralismus bekannt, aber der Zeitungsmarkt beschränkte sich auf einen informativen, teils satirischen, aber immer an politischen Inhalten orientierten Qualitäts- und Forumsjournalismus. Trotzdem kristallisieren sich im Nachhinein drei Traditionslinien heraus: Erstens bereitete der Erfolg des Privatradios mit seinen an den breiten Publikumsbedürfnissen ausgerichteten Inhalten und seiner Interaktivität das Terrain für die Regenbogenpresse mit ihrem Schwerpunkt auf Softnews und Fast-food-Information vor. Dies schlägt sich beispielsweise in Sendungen wie *Faits divers* auf *Sud*

FM nieder, die mit der Boulevardzeitung *Scoop* koproduziert wird. Zweitens finden sich in den vornehmlich satirischen Wochenzeitungen *Echos d'Afrique noire* (1948-1960), *Promotion* (gegr. 1976), *Politicien* (gegr. 1977), *Sopi* (1987-2000), *Le cafard libéré* (seit 1988) und *Le Témoin* (seit 1990) Rubriken mit vermischten Meldungen, unerhö rten Begebenheiten oder Gerüchten.⁴

Besonders der investigative *Le Témoin* lenkte darin die Aufmerksamkeit des Publikums auf die "choux gras des faits divers, du sensationnel, mais surtout de la dénonciation constante des frasques des hommes publics" (Agboton 2002:65). Drittens setzte 1997 der kurzlebige *Dakar Soir* auf eine Aufwertung des Fotojournalismus, die sich in einigen Blättern niederschlug.

Der sensationelle Erfolg von *Le Populaire* führte unter Journalisten wie Geschäftsleuten zu einer Goldgräberstimmung und die Presselandschaft sah sich in Kürze um Blätter wie *Frasques*, *Nuit et Jour*, *La Source*, *Moeurs*, *Révélation*, *Scoop*, *Tract* oder *Volcan* bereichert. Journalistische Wildwestmethoden führten nicht nur zu einer ganzen Reihe von Skandalen mit gerichtlichem Nachspiel (Mbaye 2001, Wittmann 2004), sondern auch zum schlechten Ruf der Dakarer Boulevardpresse. Dieser schlägt sich in vorurteilsgeladenen Beinamen wie *presse de caniveau*, *presse de masse*, *presse people*, *presse populaire*, *presse poubelle*, *presse réfoluée*, *presse à scandales* oder sogar *presse terroriste* nieder. Angesichts von provokativen, quasi-pornographischen Schlagzeilen wie "Séga se fracasse la jambe en torchant la femme de son frère" (Ba 2002:1), "Canabèze, l'homme aux 3 testicules secoue Thiès" (Gueye 2002:1), "Un violeur handicapé moteur surpris par un policier" (Thiam 2002:1) oder "Abdallah voulait éjaculer dans la bouche d'une fille de 10 ans" (Dieng 2003:1) verwundert es kaum, dass die Boulevardpresse fast nur heimlich gekauft und im Versteckten gelesen wird.

Von Seiten der etablierten Presse und der Kommunikationswissenschaft wird ihr vorgeworfen, dass sie nicht der Information im Sinne von *transmettre un savoir* (Miot zit. nach Mendy 2001:41) diene, sondern bloß unterhalten wolle.⁵ Indem sie die niedrigen Instinkte des Volkes (Diop 2002:7) wecke, komme die Regenbogenpresse nicht der sozialen Rolle des Journalisten nach und zerstöre den normalen Prozess der Gesellschaft (Diouf zit. nach Agboton 2002:66). Bei ihrer Suche nach Skandalen, Scoops und Primeurs ignoriere sie die wesentlichen Punkte universal gültiger Pressearbeit (Mbaye 2001:28) und ziehe Gerüchte den Recherchen vor. Indem sich der Boulevardjournalist mit seiner Rolle des Denunzierens von angeblichen Missständen begnüge, werde er besonders häufig Opfer von Instrumentalisierung. Durch die Nichtbeachtung grundlegender Prinzipien der Informationsprüfung (Kassé 2002:46) würden allzu häufig Unwahrheiten und Verleumdungen veröffentlicht. Dies hänge

4 "Ces rubriques peuvent être comparées aux «Off» du *Populaire* ou aux «Gaffes» de *Frasques*" (Diop 2002:11).

5 Derartige normative Einwände gegen die Unterhaltungsorientierung der Boulevardpresse werden regelmässig auch in Europa oder den USA erhoben. Siehe als Überblick: Renger (2000).

auch damit zusammen, dass in den Redaktionen überproportional viele junge, unerfahrene oder sogar ohne Ausbildung angestellte JournalistInnen arbeiten würden.⁶

Aus ökonomischer Sicht wird der Boulevardpresse schließlich vorgeworfen, zu einem kollektiven Selbstmord (Amekudji 2001:6) beizutragen. Indem sie ihr Produkt mit 100 F CFA zum halben Preis der traditionellen Zeitungstitel anböte und eine vorübergehende Unrentabilität in Kauf nähme, würden sie das Preisgefüge des Marktes zerstören und die seriöse Konkurrenz unter Druck setzen. Der Vorwurf einer "conurrence sauvage et déloyale" (Diop 2002:85) betrifft auch die Professionalität. Die häufig als Ein-Mann Unternehmen agierenden Firmen wiesen keine effizienten betriebswirtschaftlichen Strukturen auf und würden zur Instabilität des Pressemarktes beitragen.

Auch wenn einige Vorwürfe gerechtfertigt erscheinen, haftet ihnen dennoch ein fader Beigeschmack an. Einzelne Journalisten der Qualitätspresse können ihren Neid über den an der Auflage messbaren Erfolg der Boulevardpresse kaum verbergen. Obwohl die genauen Auflagen wie ein Staatsgeheimnis gehütet werden, heißt es in Branchenkreisen, dass der renommierte *Sud Quotidien* 9.000 und *Taxi le Journal* gar nur 3.000 Exemplare drucke. Mit Blick auf 20.000 Exemplare von *Le Populaire*, 18.000 Exemplare von *Moeurs* oder 12.000 Exemplare von *Frasques* wird die Unbill einiger Chefredakteure verständlich.⁷ Hinzu kommt, dass sich die traditionelle, an der Bildungselite ausgerichtete Qualitätspresse implizit von der neuen Konkurrenz in Frage gestellt sieht.⁸ Die Populärpresse hat zu einer Ausweitung des Publikums und einer Popularisierung des Lesens geführt, indem sie neue Themen aufgreift, einen innovativen Stil pflegt und ein neues Zielpublikum hat: "Cette presse se propose de répondre aux attentes de la grande masse des populations" (Niang 2003a:9). Mit der Boulevardpresse ist nicht nur der Pluralismus (gemessen an der Anzahl der Titel) gestiegen, sondern auch die Diversität der Information. Indem sie die Sorgen und Probleme der Senegalesen aufgreift (Fall zit. nach Diop 2001:8), wird sie zu einem Spiegel der Gesellschaft und einer Plattform für bisher marginalisierte Gruppen.⁹ Papa Daouda Sow, Chefredaktor von *Moeurs* erklärt den Erfolg der Regenbogenpresse damit, dass "les sénégalais aiment qu'on leur parle de ce qu'ils font de mauvais" (zit. nach Diop 2001:8). In seiner Logik ist *Sex and Crime* aber nicht nur eine Marketingstrategie, sondern erfüllt *ex negativo* auch eine Katharsisfunktion und trägt zur Stärkung der Sitten bei. Die strikte Dichotomie von Qualitäts- und Populärjournalismus ist aber spätestens seit dem Jahr 2002 hinfällig. Im Laufe des ersten Halbjahres wird die Boulevardpresse durch ein dreimonatiges Publikationsverbot von *Moeurs*, eine sechsmonatige Haftstrafe für seinen Chefredakteur Papa Daouda Sow sowie den Konkurs der beiden Tageszeitungen *Tract* und *Volcan* von einer tiefen Krise erfasst. Sie wird

6 "Le personnel est en moyenne composé de cinq à dix journalistes formés sur le tas et mal payé, le plus souvent pigistes" (Agboton 2002:66).

7 Die Auflagen der Boulevardblätter sind gegenüber 2001 deutlich zurückgegangen: *Le Populaire* hat bis zu 32'000 Exemplare gedruckt, *Moeurs* bis zu 40'000 und *Frasques* bis zu 20'000.

8 "La grande presse, elle, a oublié que le public ne lit pas que de la politique; elle n'a pas su accrocher la ménagère, l'ouvrier, les mondains, les jeunes" (Samb 2001:31).

9 "Le rôle joué par la presse people est important en ce qu'elle se présente comme un miroir de la société, lui permettant de se découvrir telle qu'elle est" (Kassé zit. nach Niang 2003b:9).

durch die Konvergenz von Qualitäts- und Populärjournalismus überwunden. Während *Moeurs* seit seinem Relaunch am 16. Dezember 2002 in einer etwas gemäß igeren Version herauskommt, sind mit *Taxi le Journal*, *L'Actuel* und *Le Quotidien* Tageszeitungen erschienen, die eine erfolgreiche Mischung zwischen politischer Berichterstattung und vermischten Meldungen in einem personalisierten Stil pflegen: Berücksichtigt man zusätzlich populäre Tendenzen in etablierten Blättern wie *L'Info 7* oder *Sud Quotidien*, kann man die Schlussfolgerung ziehen, dass die Qualitätspresse heute versucht, auf den populären Geschmack einzugehen.¹⁰ Die Grenzen zwischen den beiden Pressetypen sind fließend geworden und die Konkurrenz gestiegen.

Die Rolle des Hausmädchens im Senegal

Sind die Beschäftigung eines Chauffeurs, eines Gärtners, einer Gouvernante oder eines Wächters Zeichen eines überdurchschnittlichen Wohlstandes, ist die Einstellung eines Hausmädchens der Normalfall bei einer urbanen senegalesischen Mittelstandsfamilie.¹¹ Auf diese Weise kommt es, dass die Hausmädchen die quantitativ größte senegalesische Arbeitnehmergruppe stellen¹² Die soziale Akzeptanz und Verbreitung des Hausmädchens ist im Senegal historisch begründet.¹³ Im Laufe eines saisonalen ‚Leihgeschäftes‘ wurden die jungen Mädchen im Sinne der Erziehung und Sozialisierung auf ihre zukünftige Rolle als Hausfrau vorbereitet. Aus dieser Tradition hat sich mit der Landflucht als Ergebnis der Verschlechterung der ruralen Arbeits- und Lebensbedingungen ein eigener Berufsstand herausgebildet: "Pour une jeune fille rurale, sans moyen, sans formation et sans perspective au village, devenir employée de maison en ville constitue, depuis plusieurs décennies, une des rares réponses à différentes contraintes" (Diaw 1996:4). Heute arbeiten die Hausmädchen mindestens sechs Tage in der Woche, neun bis elf Stunden pro Tag, häufig ohne Ruhepause. Sie gehen zum Einkauf auf dem Markt, mahlen die Hirse, kochen die Hauptmahlzeiten, erledigen

10 "Mieux, la presse traditionnelle, plus officielle et plus autorisée, maintenant confrontée au succès de la presse populaire, travaille aujourd'hui à se populariser, à se donner, dans certaines proportions, les attributs et les caractéristiques de cette presse du peuple, dans la production de ce type d'information faisant aujourd'hui l'objet d'une demande incontournable" (Diagne 2001:27).

11 "Un foyer dakarais doit être de condition extrêmement modeste, et encore, pour ne pas avoir au minimum une «mbindaan»" (Diaw 1996:4). ‚Mbindaan‘ ist die umgangssprachliche Bezeichnung für Hausmädchen in Wolof. Etymologisch bezeichnet ‚mbindaan‘ eine Person, die es gewohnt ist, einen Vertrag zu haben.

12 "Contrairement à l'idée généralement admise, le plus grand pourvoyeur d'emplois au Sénégal n'est pas l'Etat mais, et de loin, le corps des foyers sénégalais. Le métier de domestique occupe plus de 88'000 personnes, selon l'enquête statistique nationale sur le travail des enfants (juillet 1993): ailleurs la fonction publique emploie moins de 60'000 personnes" (Diaw 1996:47).

13 "C'est un comportement traditionnel dans les familles élargies que de prêter une ou deux jeunes filles à certaines de ses membres qui en ont besoin pour les assister dans leurs tâches ménagères" (Diaw 1996:5).

den Abwasch wie auch die Wäsche, reinigen das Haus und kümmern sich um die regelmäßig wechselnden Frisuren der weiblichen Familienangehörigen. Bleiben sie einmal aufgrund von Ferien oder Krankheit aus, funktioniert der Haushalt meist nicht mehr reibungslos.¹⁴ Trotz ihrer Unersetzlichkeit ist der Gegenwert ihrer Arbeit gering. Als semi-informelle Arbeitskräfte ohne Versicherung, Vertrag und Vorsorge liegt ihr Lohn bei durchschnittlich 18'000 Franc CFA (30 Euro) pro Monat.¹⁵

Das problematische Verhältnis von Boulevardjournalismus und Hausmädchen ist mir seit 2001 aufgefallen. Aus diesem Grund habe ich einen Feldforschungsaufenthalt in Dakar dazu genutzt, auch das Verhältnis von Hausmädchen und Presse in einer eigenen Studie zu analysieren. Zwischen dem 16. Dezember 2002 und dem 9. Januar 2003 wurden in der Nationalsprache Wolof qualitative Leitfadeninterviews mit 20 in Dakar ansässigen Hausmädchen durchgeführt.¹⁶ Die Stichprobenauswahl erfolgte im Schneeballsystem, den Fragebogen habe ich selbst konzipiert. Die Interviews zeigen, dass die häufigste Motivation die Unterstützung der eigenen Familie ist.¹⁷ 90% der befragten Hausmädchen im Alter zwischen 20 und 39 Jahren unterstützen mit ihrem Gehalt die eigenen Angehörigen, die mehrheitlich in der senegalesischen Provinz lebten, wo die Lebenskosten niedriger waren als in der Hauptstadt. Die Hausmädchen arbeiten erst in zweiter Linie für sich selbst und für ihren eigenen Unterhalt.¹⁸ Zwei Erklärungen von Hausmädchen verdeutlichen auf typische Weise die Motivation:

Mada (32 Jahre): Ich arbeite, um meinen Eltern zu helfen. Wir sind arm und mein Vater ist zu alt um zu arbeiten. Mit dem wenigen Geld, das ich verdiene, entlaste ich sie in ihren Ausgaben. Auch eine meiner Schwestern arbeitet als Hausmädchen. [...] Weil wir vom Land kommen, sind wir Analphabeten. Im unserem Dorf konnten die Mädchen nicht zur Schule gehen, sondern mussten auf dem Feld arbeiten, um der Mutter zu helfen.

Marie (20 Jahre): Ich arbeite für meinen eigenen Unterhalt, aber auch für meine Eltern. Manchmal auch für meine Schwestern und Brüder. Weil sie noch auf dem Dorf leben, helfe ich ihnen mit dem, was ich verdiene. Sie sind noch jung und gehen zur Schule. Von meinem Gehalt kaufe ich ihnen Kleider oder Unterrichtsmaterial oder bezahle die Schulgebühren.

Die meisten Hausmädchen sind nur tagsüber im Haus ihrer Arbeitsgeber und kehren nach Feierabend in ihre – häufig prekären – Unterkünfte in den Dakarer Vororten zurück. Einige Hausmädchen übernachten aber bei ihren Arbeitgebern, um die Lebenskosten zu senken und

14 "Ce qui permet de mesurer à juste titre le rôle fondamental que ces filles communément appelées «bonnes» jouent dans les maisons" (Y. Kane 2003:6).

15 Der Lohn kann beträchtlich nach Alter, Arbeitserfahrung, Aufgabenbereich und Verhandlungsgeschick der Arbeitnehmerin oder Einkommensklasse und Wohnort der Familie variieren.

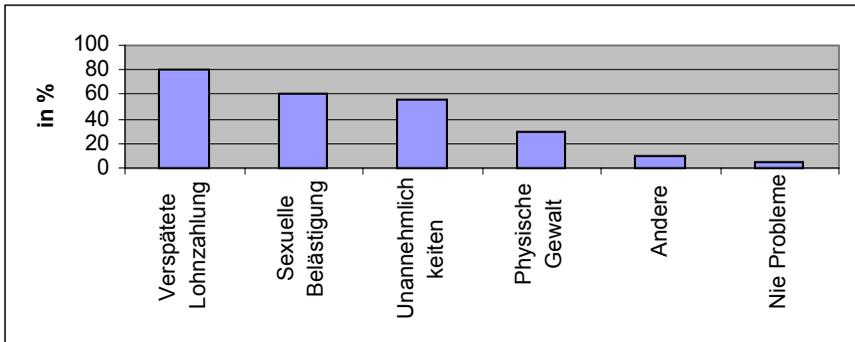
16 Ich danke Awa Ngoye Sow für die Realisierung der Interviews.

17 Die Umfrage erhebt keinen Anspruch auf Repräsentativität. Der Vergleich der erhobenen Daten mit der 540 Probanden umfassenden Studie von Diaw et al. (1996) legt aber eine Glaubwürdigkeit der Ergebnisse nahe.

18 Im Gegensatz zur Studie von Diaw et al. (1996) wurde die Attraktivität des mondänen Stadtlebens als plausible Motivation nicht von den Probanden genannt.

die Fahrtkosten zu sparen. Das enge Zusammenleben von Familie und Hausmädchen verläuft nicht immer reibungslos. Was der senegalesische Romancier Seydi Sow in seinem Buch "Misesères d'une boniche" (1997)¹⁹ oder die burkinische Regisseurin Valérie Kaboré in ihrem Film "Kado ou la bonne à tout faire" (1996)²⁰ fiktiv am Beispiel von Einzelschicksalen beschreiben, kommt der Realität ziemlich nahe.

Graphik 1: Emische Probleme senegalesischer Hausmädchen
(N = 20; mehrere Antworten möglich)



Quelle: Eigene Erhebung 2002/03

80% oder 16 von 20 der befragten Hausmädchen sind schon mit verspäteten Lohnzahlungen konfrontiert worden und 60% mit sexueller Belästigung. Die Bandbreite reicht von unzüchtigen Blicken, Gesten und Worten, über Berührungen bis zu Vergewaltigung.

Fatou (29 Jahre): Als seine Frau eines Tages auf Reisen gegangen ist, hat mich der Vater der Familie vergewaltigt. Ich bin aus dem Haus geflohen, da er mir gedroht hat, mich zu töten, falls ich reden würde. Aus Angst bin ich nie mehr dorthin zurückgekehrt.

Ein anderes Hausmädchen berichtet davon, dass sie vom Hausherrn dazu gezwungen wird, mit ihm zu schlafen.

19 In dem Roman wird der Leidensweg der jungen Mammy erzählt, die in jedem Dakar Haushalt ein neues Unglück erlebt: In der ersten Familie wird sie geschlagen und vergewaltigt, beim zweiten, kinderlosen Ehepaar als Leihmutter missbraucht und ihres Kindes beraubt und bei der dritten Familie des Diebstahls beschuldigt. Der theatralische Roman endet damit, dass sie am Tag ihrer Niederkunft von ihrem Freund verlassen und aus Verzweiflung zur Kindsmörderin wird.

20 Der Film zeichnet die folgenschwere Entscheidung Mounas nach, ihr Dorf zu verlassen und ihr Glück in der Stadt zu versuchen. Die Arbeit als Hausmädchen hält aber böse Überraschungen wie Morddrohungen ihrer Arbeitgeberin und sexuelle Belästigungen von Seiten ihres Arbeitgebers bereit. Desillusioniert bleibt ihr am Ende kaum Geld für die beabsichtigte Hochzeit, sondern nur die Einsicht, dass sie besser das technische Ausbildungsangebot in ihrem Heimatdorf angenommen hätte.

Toutou (39 Jahre): Bis heute hört der Hausherr nicht auf, mit mir zu schlafen. Ich habe Angst davor, ihn zu denunzieren, weil ich meine Arbeit nicht verlieren möchte. Er bezahlt mir viel und ich habe eine ganze Familie auf dem Dorf zu ernähren. Deshalb bin ich gezwungen, diesen Mann auszuhalten, für den ich eine Sklavin geworden bin. Aber mein Gehalt bleibt nicht aus.

30% der Hausmädchen sind mit physischer Gewalt konfrontiert worden. Im Normalfall handelt es sich ‚nur‘ um Schläge, aber in einem Fall ist der Streit eskaliert:

Anna (20 Jahre): Eines Tages haben mich die Schwiegertochter und ihre Freundin geschlagen und mich mit einer Rasierklinge geschnitten.

55% der Hausmädchen sind bereits mit Unannehmlichkeiten aller Art konfrontiert worden. Dazu gehören Beschuldigung des Diebstahls und vor allem Eifersuchtsszenen seitens der Hausherrin. Dies hängt damit zusammen, dass im muslimischen Senegal die Polygamie weit verbreitet und sowohl nach islamischem wie auch nach staatlichem Familienrecht anerkannt ist.²¹ Somit muss die Ehefrau ständig befürchten, dass sich ihr Ehemann eine weitere Gattin nimmt.²² Nicht selten handelt es sich dabei um ehemalige Hausmädchen, denen in der öffentlichen Meinung vorgeworfen wird, es von Anfang an auf eine Verführung des Hausherrn abgesehen zu haben:

Djenabou (23 Jahre): Es gibt auch verführende Hausmädchen, die alles dazu tun, um die männlichen Familienmitglieder zu provozieren.

Eine allfällige Schwangerschaft wird sodann als Druckmittel dazu eingesetzt, den Vater zur Heirat zu zwingen, was sich in einer polygamen Gesellschaft einfacher bewerkstelligen lässt als in einer monogamen. Die zitierten Fälle sind die krassesten Beispiele, die von den 20 befragten Hausmädchen berichtet worden sind. Dass ihre Arbeit aber fast immer Konflikte mit sich bringt, zeigt sich auch daran, dass nur ein einziges Hausmädchen angab, noch nie mit irgendwelchen Problemen konfrontiert worden zu sein.

21 Siehe: Code de la famille, Artikel 133.

22 Von den psychischen Qualen der Polygamie berichtet eindrucksvoll Mariama Bâ in ihrem Roman "Ein so langer Brief" (2002; Original 1981).

Die Berufsorganisation

Mit Blick in die wissenschaftliche Literatur lässt sich die Liste der Probleme unschwer verlängern:²³ Hygienische Missstände am Arbeitsplatz wie an den eigenen Wohnorten, schlechte Ernährung, keine sanitäre und medizinische Versorgung, willkürliche Entlassungen (vor allem bei Schwangerschaft) oder Arbeitsüberlastung. Die schwache Berufsorganisation schlägt sich darin nieder, dass praktisch keine schriftlichen Arbeitsverträge zwischen den Familien als Arbeitgeber und den Hausmädchen geschlossen werden. Dies hängt mit dem hohen Analphabetismus der Hausmädchen, ihrem Unwissen gegenüber den juristischen Rechten und Pflichten sowie der Indifferenz der Arbeitgeber gegenüber dem Gesetz zusammen.²⁴ Für die Durchsetzung des bestehenden Rechtes, die Verbesserung der Arbeitsbedingungen sowie die Erhöhung des Aus- und Weiterbildungsangebotes setzen sich verschiedene staatliche Organe und Nichtregierungsorganisationen ein. Konferenzen, Programme und Strategien sind vor allem vom Familienministerium, vom Arbeitsministerium, von der Arbeitsgewerkschaft UDTs, häufig in Zusammenarbeit mit *Enda Tiers Monde* und mit bescheidenem Erfolg durchgeführt worden. Die wirkungsmächtigste Aktion ist die Gründung des Zentrums für die Hausmädchen im Dakarer Stadtteil *HLM-Montagne*, das Treffpunkt und Ausbildungsort ist. Hier wurde auch 1994 die Idee geboren, jährlich am 1. Mai einen öffentlichkeitswirksamen Marsch der Hausmädchen zu organisieren. Nichtsdestotrotz bleibt die institutionelle Berufsorganisation schwach und die Mehrheit der Hausmädchen ihren Problemen selbst überlassen.

Die Hausmädchen in der Schlagzeile

In wie weit deckt sich die im vorletzten Abschnitt dargestellte empirische Dokumentation der Situation der Hausmädchen mit deren Repräsentation in der Populärpresse? Analysiert man die seit dem Frühjahr 2001 erschienenen 67 Nummern der Wochenzeitung *Moeurs*, so finden sich in sechs Ausgaben Skandalgeschichten zu Hausmädchen, die namentlich genannt werden. Die in den Interviews festgestellte Dichotomie von verführender und verführter Bonne wird von der Boulevardpostille reproduziert. Die Artikel der ersten Kategorie präsentieren einen Typ Hausmädchen, die charmant, initiativ, sittenlos und verführend sind. In "La bonne se faisait torcher par un bébé de sept mois" wird der Fall eines Hausmädchens aus dem Dakarer Stadtteil Grand-Yoff geschildert, die den Arm eines siebenmonatigen Jungen zur

23 Gaye, M. M. (1991): *Amour, argent: risque professionnel chez les Mbindaan*. Dakar, Enda; Kane, Y. (1985): *Les Mbindaanes ou employées de maison s'organisent*. Dakar, Enda; Philipott, J. (1990): *Les femmes sères migrantes. Mémoire de fin stage*. Dakar, Enda; Schlemmer, B. (ed.) (1996): *L'enfant exploité. Oppression, mise au travail, proletarianisation*. Paris, Karthala

24 "Cette réglementation n'est pas appliquée par les employeurs à l'exception de certains employeurs expatriés" (Diaw 1996:42).

Masturbation einsetzt. Der Artikel unterlässt es nicht darauf hinzuweisen, dass das Baby an das Spiel gewöhnt ist.²⁵ In "La bonne à tout faire" wird vom Ehebruch eines Kaufmanns berichtet, der während längerer Zeit eine Liaison mit einem Hausmädchen unterhält. Da seine Ehefrau ihr Leben ganz der Religion gewidmet hat und im Bett sehr zurückhaltend agiert, bringt der Autor (Camara 2001b:3) ein gewisses Verständnis für den untreuen Ehegatten auf. Die Bonne wird dagegen als eine schamlose Frau beschrieben, die nur auf den Moment der Vereinigung gewartet hat.²⁶

In den übrigen Artikel von *Moeurs* ist das Hausmädchen Opfer von physischer Gewalt oder moralischer Verantwortungslosigkeit. Die im Artikel "Ndéye se fait tabasser par la bonne" beschriebene Frau gilt als "schönes Mädchen mit gazellengleicher Taille und ebenholzfarbener Haut" (Ndiaye 2001:6). Sie wird als Hausmädchen von einer Verkäuferin ange stellt, wobei sich diese Einstellung als folgenschwerer Fehler herausstellt. Die Bonne wirkt nämlich auf die Klienten derart anziehend, dass ihre Arbeitgeberin eifersüchtig wird. Eine Eifersuchtsszene eskaliert schließlich in einem handgreiflichen Streit, wobei sich die Verkäuferin vorsätzlich mit einer Rasierklinge ausgerüstet hat. In einem Fall ist die physische Integrität in noch größerem Masse verletzt worden. Im als Primeur aufgemachten Artikel "Bineta réclame son hymen au commissaire-adjoint de Thies" wird vom Vergewaltigungsvorwurf eines jungen Hausmädchens berichtet, die den Haushalt eines Polizisten führt. Der Artikel zitiert zuerst langatmig aus der Anklageschrift, um sich dann gegen Ende des Textes zu einigen schlüpfrigen Kommentaren hinreißen zu lassen. Unter anderem fordert der Journalist den Polizisten auf, die geschwängerte Frau zu heiraten. Dies sei der senegalesische Brauch, "la voie du salut" (Faye 2003a:5). Ebenfalls mit einer reißerischen Schlagzeile auf der Titelseite ist der Artikel "Thioub expulsé par sa femme pour avoir engrossé la bonne" aufgemacht. Er berichtet unter Berufung auf den Onkel des Hausmädchens, dass es D. Thioub aus dem Dakarer Vorort Parcelles Assainies gelungen sei, das Hausmädchen zu verführen und über einen längeren Zeitraum eine Liebesbeziehung zu unterhalten. Als sie aber schwanger wird, streitet der Ehemann die Vaterschaft des Kindes ab, worauf der Onkel zuerst die Ehefrau und dann die Presse informiert. Unterdessen wirft die von ihrer Arbeit in Anspruch genommene Hausherrin ihren Gatten aus dem Haus und verlangt die Scheidung (Ba 2001:3).

Ein Vergleich der in den Interviews genannten Probleme mit den Inhalten der Zeitungsartikel zeigt, dass die Redaktion von *Moeurs* selektiv vorgeht. Die beiden Kategorien von verführter und verführender Bonne werden reproduziert und Fälle von Schlägen, Schwangerschaft, Vaterschaftsklagen und Vergewaltigungen aufgegriffen. Während also die Kategorien mit hohem *Human-interest*- und Sensationsgehalt überrepräsentiert sind, werden die von den Hausmädchen ebenfalls häufig genannten Kategorien wie ‚verspätete Lohnzahlung‘ und ‚Unannehmlichkeiten‘ kaum oder bloß am Rande thematisiert. Mit anderen Worten,

25 "A en croire, les regards indiscrets, bébé Papi était si habitué à ce jeu qu'il lui arrivé de pleurer à tue tête quand Saly tardait à introduire son bras dans sa matrice" (Camara 2001a:3).

26 "La domestique qui est une femme divorcée connaissant mille et une manières en matière de thiongo-longu, fera découvrir à Aziz les jardins secrets du septième ciel" (ebd.). Das polyseme Wort ‚thiongo-longu‘ wurde von der Mbalax-Sängerin Viviane N'Dour kreiert. Eine Bedeutung ist Liebespiel.

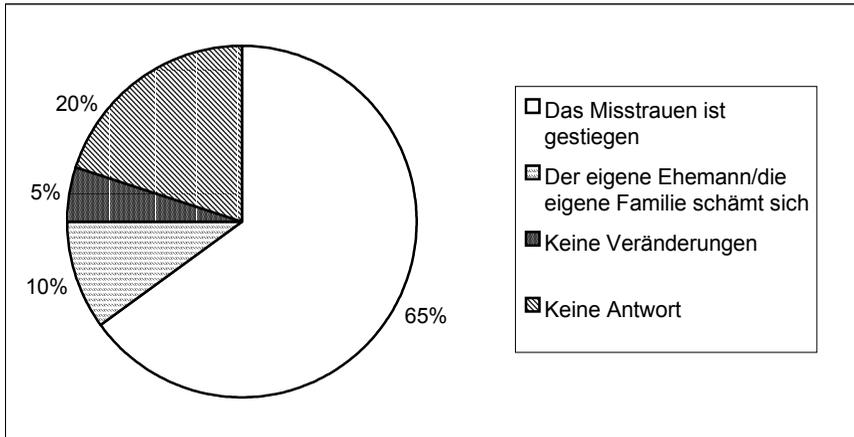
hygienische, juristische, medizinische, sozial-vorsorgliche oder wohnliche Problembereiche bleiben ausgespart. Zu dieser thematischen Verzerrung gesellt sich noch die Dramatisierung der Artikel, die in ihrem effektheischenden Stil und Ton, den reißerischen Überschriften und schlüpfrigen Karikaturen oder Fotos liegt. "Ein Schlüssel zur erfolgreichen Skandalierung eines Missstandes ist [...] seine glaubhafte Übertreibung. Im Extremfall geht es nicht mehr darum, dass die Darstellung der Realität möglichst nahe kommt, sondern darum, dass sie sich möglichst weit davon entfernt, ohne dass sie unglaubwürdig wird oder rechtliche Konsequenzen nach sich zieht" (Kepplinger 2001:42). Das Augenmerk der Leser wird jeweils auf die unerhörte Begebenheit gerichtet. Diese besteht nicht selten in einer Umkehrung von traditionellen Machtverhältnissen: Sei es, dass die Ehefrau ihren Mann aus dem Haus wirft, sei es, dass sich eine Verkäuferin von ihrem Hausmädchen erniedrigen lässt.

Handlungsstrategien der *Mbindaan*

Angesprochen auf die Glaubwürdigkeit der präsentierten Information sind 85% oder 17 von 20 der befragten Probandinnen davon überzeugt, dass sie wahr und nicht erfunden ist. 10% schränken allerdings ein, dass die berichteten Fakten wahr, die Faktenpräsentation aber übertrieben sei. Die Probandinnen teilen nicht die weit verbreitete öffentliche Meinung einer sich mit Gerüchten und Erfindungen begnügenden Presse. Sie beharren darauf, dass ihr Berufsalltag konfliktuös ist und es die JournalistInnen gar nicht nötig haben, ihre Geschichten zu erfinden. Die Innovation der Boulevardpresse liegt darin, Tabus zu brechen und auch über Gewalt und Sexualität zu berichten. Zwar haben die Hausmädchen schon im Laufe der 1990er Jahre und vor Entstehen des Boulevardjournalismus Zugang zu den Medien erhalten, aber die privaten Forumszeitungen sowie das staatliche Radio und Fernsehen haben sich in eher allgemeiner Weise mit den Arbeitsbedingungen auseinandergesetzt. Themen, die in irgendeiner Weise mit Sexualität oder Erotik konnotiert werden, wurden und werden mit dem Argument ausgeklammert, dass die muslimische Gesellschaft Senegals Angst vor dem Vulgären (A. Kane 2003:5) habe.

Welche Konsequenzen ziehen die Tabubrüche des populären Journalismus aus der Sicht der *Mbindaan* nach sich? Als erste Folge hat sich das Ansehen des Berufsstandes verschlechtert. Nach ihrer Einschätzung hat die ständige Berichterstattung in den Medien zu einer Sexualisierung des Berufsbildes geführt, das sich in einem weit verbreiteten Misstrauen äußert.

Graphik 2: Veränderung des Ansehens aus Sicht der Hausmädchen (N = 20)



Quelle: Eigene Erhebung 2002/03

In erster Linie hegen die Ehefrauen ein Misstrauen gegenüber ihren Angestellten, das sich in Beschuldigungen, Eifersucht oder übertriebener Leistungskontrolle ausdrückt. Für viele Hausmädchen hat sich dadurch nicht nur das Arbeitsklima verschlechtert, sondern sie sind auch der Meinung, dass es viel schwieriger geworden ist, überhaupt einen Arbeitsplatz zu finden.²⁷ Bei 10% der Befragten führt die erotische Konnotation des Berufes sogar dazu, dass sich der eigene Ehemann bzw. die eigene Familie für den Beruf seiner Ehefrau bzw. Tochter schämt.

Als zweite Folge bietet die Populärpresse den Hausmädchen aber ein Mittel, sich gegen gewalttätige Übergriffe, sexuelle Belästigung oder Unrechtmäßigkeiten zu Wehr zu setzen. 90% oder 18 von 20 der befragten Hausmädchen sehen in der Populärpresse ein Instrument, das ihnen Sicherheit gibt: Während den fehlbaren Arbeitgebern mit einer Klage bei der ineffizienten und korrupten Polizei kaum zu drohen ist, ist ein Hinweis auf die Möglichkeit, das Unrecht publik zu machen, wesentlich effektiver. "Die Skandalierung von Missständen stellt nach einer weit verbreiteten Überzeugung für die Gesellschaft generell einen Wert dar: Sie zeigt, dass auch Mächtige allgemein anerkannte Regeln nicht ungestraft verletzen können. [...] Zudem schreckt sie potentielle Täter ab" (Kepplinger 2001:145). Mit der öffentlichen Denunzierung in den Medien steht den Hausmädchen eine Handlungsstrategie zur Verteidigung oder zum Einklagen von Recht zu Verfügung. Die Hausmädchen schätzen

²⁷ Es ist mir nicht gelungen, eine wissenschaftliche Bestätigung für diese weit verbreitete Einschätzung zu finden. Es ist nicht auszuschließen, dass die erhöhte Konkurrenz ein Resultat der weiter anwachsenden jungen Bevölkerungsssegmente (etwa 50% der Bevölkerung sind jünger als 15 Jahre) und der nach zwei verheerenden Erntejahren 2001 und 2002 nicht nachlassenden Landflucht ist.

die Boulevardpresse aufgrund dieser Anwaltsfunktion und werten ihre Entstehung positiv. Das anwaltschaftliche Rollenbild des Journalisten kann im Kontext der Bürgerkommunikation situiert werden: "Anwaltschaftlicher Journalismus versucht eher ‚von unten nach oben‘ zu vermitteln, das heißt, sich für die Schwachen und gegen die Starken, für die Ohnmächtigen und gegen die Mächtigen, für das Recht und gegen das Unrecht einzusetzen" (Pürer 1996:357). Insgesamt können sich 65% der Probandinnen vorstellen, sich bei zukünftigen Schwierigkeiten an die Presse zu wenden. Zu den Gründen, die gegen eine öffentliche Denunzierung sprechen, gehört die Angst vor der Stigmatisierung. Da es bei Radio und Zeitung üblich ist, den richtigen und vollständigen Namen und den genauen Wohnort zu nennen, ist die vergewaltigte Frau oder die Mutter eines unehelichen Kindes anschließend stadtbekannt und wird Schwierigkeiten haben, eine neue Anstellung zu finden. Über die Angst vor dem Verlust der Stelle hinaus bekennen einige Hausmädchen, nicht an die Einschaltung der Medien zu denken oder weisen darauf hin, dass sie von ihren solidarischen Eltern unterstützt werden oder es gewohnt sind, ihre Probleme eigenständig zu lösen. Eine kleine Gruppe von Hausmädchen bezweifelt, dass eine öffentliche Denunzierung wirksam ist.

Denunziation als medienökonomisches Kalkül

Als Zwischenresultat lässt sich feststellen, dass die senegalesischen Hausmädchen ein ambivalentes Verhältnis zum Dakarer Populärjournalismus haben. Aus ihrer Sichtwarte hat die Etablierung der populären Massenmedien ihr Ansehen durch die sexuelle und kriminelle Konnotation ihres Berufs sinken lassen. In positiver Konsequenz bieten die populären Radiosender und Boulevardzeitungen den Hausmädchen allerdings auch ein Mittel zur Verteidigung, vergrößern ihre Sicherheit und helfen ihnen, ihre Arbeit in einem würdigen Rahmen auszuführen. Die Entscheidung, einen Übergriff publik zu machen, ist allerdings nur unter der Konzession erreichbar, fortan mit einem anrühigen Stigma zu leben. Dies erklärt es, dass ein Teil der betroffenen Frauen keine offensive Handlungsstrategie wählt, sondern den Arbeitsplatz wechselt oder die Situation erduldet. Insgesamt zeigt das Beispiel der Hausmädchen, dass der verrufene senegalesische Populärjournalismus mit seiner Behandlung von Tabuthemen und seinen offenen Ohren für die Probleme einer lange Zeit marginalisierten Berufsgruppe als Anwalt der ‚kleinen Leute‘ fungiert und die ihm bisher abgesprochene Rolle des sozialen Vermittlers übernimmt. In dieser Perspektive spricht sich der Artikel für eine Rehabilitierung der bisher ausschließlich geschmähten Populärpresse aus.

Als wenn ich an dieser Stelle eine Lanze für die senegalesische Boulevardpresse brechen möchte und mich für eine unbefangene und unvoreingenommene wissenschaftliche Auseinandersetzung mit ihr ausspreche, darf dies keineswegs dazu führen, sich Illusionen über die Regenbogenpresse zu machen. Ihre mutigen Tabubrüche limitieren sich bei der reißerischen wie oberflächlichen Berichterstattung der unerhörten Begebenheiten. Denn der

Populärjournalismus blendet tiefergreifende Fragen aus: Warum werden die Hausmädchen regelmäßig Opfer von sexueller Belästigung oder physischer Gewalt? Inwieweit intervenieren Geschlechterdifferenz, Klassenhierarchie und soziale Werte? Wie können sich die Betroffenen besser gegen Übergriffe schützen? Aus Sicht der Hausangestellten muss es langfristig das Ziel sein, die anwaltschaftliche Vertretung des Boulevardjournalismus durch eine institutionelle Regulation zu ersetzen. Die Anwaltschaftlichkeit des Populärjournalismus ist ein Zeichen der schwachen Berufsorganisation der Hausangestellten. Solange sich die Hausmädchen an die populären Massenmedien wenden und sich in ein Abhängigkeitsverhältnis zu ihnen begeben, bleibt ihre unsichere Situation bestehen. Denn der in einem Betroffenheitsjargon gekleideten Gemeinnützigkeit des Populärjournalismus liegt eine eigennützige Marketingstrategie zu Grunde. Wie auch in der internationalen Boulevardpresse ist die anwaltschaftliche Funktion ein glücklicher Nebeneffekt, der aber nicht als altruistisches Helfersyndrom missverstanden werden darf. Den Journalisten geht es nicht um die bedrückenden Schicksale der Hausmädchen. Wie die Analyse der Zeitungsartikel zeigt, fehlt ihnen die Identifikation mit den Schicksalen der jungen Frauen. Dies ist aber eine Voraussetzung für den anwaltschaftlichen Journalismus: "Indem der Journalist sich mit den Interessen der Unterprivilegierten identifiziert, versucht er ihnen eine bessere kommunikative Beteiligungschance einzuräumen" (Schröter 1995:40). Dagegen geht es ihnen in weit größerer Masse um den Verkauf ihres Produktes.²⁸ Und wie in anderen Ländern der Welt auch, führen *Sex and Crime* im Sinne des Arousel-Modells bzw. der Nachrichtenwerttheorie zu erhöhter Aufmerksamkeit.²⁹ Der bereits oben erwähnte Fall einer vergewaltigten Frau verdeutlicht die Fragwürdigkeit des medienökonomischen Kalküls auf luzide Weise: Wurde zuerst die Anklageschrift des Hausmädchens wiedergegeben, wurde in der folgenden Woche dem angeklagten Polizisten Raum für eine Stellungnahme eingeräumt. Der Version des Polizisten lässt sich entnehmen, dass er Opfer eines Komplotts werden solle. Er habe seine Angestellte niemals auch nur berührt, sie dafür aber mehrmals in galanter Begleitung (Faye 2003b:3) gesehen. Es sei wahrscheinlich, dass die Betroffene ihre Entjungferung ihrem Arbeitgeber anhängen und ihn zur Heirat zwingen wolle. Die Ungewissheit der Geschehnisse, die Mediatisierung von Tabuthemen und die gegenseitigen Beschuldigungen lassen die Klatschpostille *Moeurs* als einzigen Gewinner dieses Prozesses erscheinen. Unabhängig vom juristischen Ausgang des Falls wird das Ansehen des betroffenen Hausmädchens und des Polizisten in Mitleidenschaft gezogen. Dagegen nimmt die Presse bereitwillig in Kauf, sich manipulieren zu lassen. Sie kann den Fall breit treten, in die Länge ziehen und in jeder Ausgabe mit neuen Enthüllungen in der nächsten Woche werben. Der im Kontext von Berufssoziologie, *Cultural Studies* und Kommunikationswissenschaft angesiedelte Artikel arbeitet die Ambivalenz der senegalesischen Boulevardpresse heraus. Je nach Perspektive rücken entweder mehr anwaltschaftliche Funktionen oder medienökonomische Kalküle in den Vordergrund. Am Beispiel der Hausmädchen wird gezeigt,

28 "Tabloid journalism is the direct application of capitalism to events and ideas. Profit, not ethics, is the prevailing motivation" (Taylor 1991:301).

29 "La société sénégalaise est aujourd'hui dans une ébullition sexuelle «dangereuse». Le sexe se vend bien et les journaux de la place ont compris cela" (Ndoye 2003:147).

wie sich diese semi-informelle Berufsgruppe die populären Printmedien aneignet und deren anwaltschaftliches Angebot nutzt. In diesem Sinn schließt der Beitrag an frühere Arbeiten der *Cultural Studies* an, in denen "ein Verständnis von Medienaneignung entwickelt wurde, nach dem die Rezeption und Nutzung umfassend in ihrem kulturellen Kontext [...] gefasst werden muss" (Hepp/Winter 2003:9). Der Text zeigt allerdings auch die in diesem Bereich bestehenden Lücken auf, denn die *Cultural Studies* haben afrikanische Populärkultur im Allgemeinen und senegalesische Printmedien im Besonderen bislang vernachlässigt. Dabei sollte deutlich geworden sein, dass gerade das flexibel einsetzbare und qualitative Forschungsinstrumentarium der *Cultural Studies* dafür geeignet ist, die kulturellen Praktiken der am Medienkommunikationsprozess beteiligten Akteure zu analysieren.³⁰ Der Artikel zeigt aber ebenfalls auf, dass dieses Ziel nicht mit der Fokussierung auf die Medienaneignung geleistet werden kann. Es bedarf einer Analyse von sämtlichen am Kommunikationsprozess beteiligten Faktoren, um dies einzulösen. Angewendet auf den konkreten Fall hieß e dies, beispielsweise auch auf die Sicht der senegalesischen Arbeitgeber einzugehen und sie mit den Medieninhalten und der Sicht der Hausmädchen in Verbindung zu setzen. Eine solche Analyse könnte sich konzeptionell an Richard Johnsons Kreislaufdiagramm von "Produktion, Zirkulation und Konsumtion kultureller Produkte" (1999:148) oder das von Stuart Hall entwickelte ganzheitliche Modell des "circuit of culture" (1997:3) anlehnen.

Mit Blick auf die zitierten Präzedenzfälle sei abschließend noch auf eine Besorgnis erregende Tendenz hinweisen. Im Einsatz der Presse als Ermächtigungsinstrument und in ihrer Instrumentalisierung für denunziatorische und diffamatorische Zwecke deutet sich nämlich eine Tendenz zur Selbstjustiz in der senegalesischen Gesellschaft an. Die Schwäche des Staates bzw. der Justiz wird zum Vorwand genommen, die private Angelegenheit nicht von der dafür zuständigen staatlichen Instanz entscheiden zu lassen, sondern das sich selbst zugesprochene Recht via Massenmedien durchzusetzen. Auf diese Weise verkommen die anwaltschaftlichen Massenmedien zu einem unberechenbaren *advocatus diaboli*, der nicht das politische und soziale Gefüge garantiert, sondern ein destabilisierendes Potential beinhaltet. Von dieser Praktik lässt sich ein Bogen zu einer Reihe von gewalttätigen Fällen spannen, in denen es die betroffenen Personen vorgezogen haben, Recht und Unrecht nicht von der Justiz abklären zu lassen, sondern mit Gewalt selbst zu richten. So wurde im Oktober 2003 der mediengewandte wie regimekritische Politiker Talla Sylla bei einem Überfall in Dakar durch mehrere Schüsse lebensgefährlich verletzt. An den Journalisten Abdou Latif Coulibaly (2003) von *Sud* wurden nach der Publikation eines provokativen Buches im Juli 2003 mehrere Morddrohungen gerichtet und auf den Hauptsitz des regimekritischen Medienhauses *WalFadjri* im Oktober 2001 eine Brandstiftung verübt. In sämtlichen Fällen hätten die Täter auch eine Klage auf Überschreitung des Rechts auf Informations- und Medienfreiheit einreichen können. Es fällt jedenfalls auf, dass sich die Gewalt zunehmend gegen die Massenme-

30 Siehe dazu auch: Tomaselli (2001, 1995).

dien richtet, die mit eigenen Wildwestmethoden den Boden für eine Zunahme der sozialen Spannungen bereitet haben.³¹

Bibliografie

- Ang, I. (1991): *Desperately seeking the audience*. London, Routledge
- Clayton, M. et al. (2003) (Hrsg.): *The cultural study of music. A critical introduction*. London, Routledge
- Conboy, M. (2001): *The press and popular culture*. London, Sage
- Coulibaly, Abdou Latif (2003): *Un opposant au pouvoir. L'alternance piégée?* Dakar, Les Editions des Sentinelles
- Diaw, B. et al. (1996): *Les mbindaan sans mbindou. Etude avec les petites bonnes à Dakar*. Dakar, Gouvernement du Sénégal, Bureau International du Travail, Unicef et Enda Tiers Monde. (Jeuda, 99)
- Fromme, J. et al. (2000): *Computerspiele in der Kinderkultur*. Leverkusen, Leske und Budrich
- Gillespie, M. (1995): *Television, ethnicity and cultural change*. London, Routledge
- Hartley, J. (1996): *Popular Reality. Journalism, Modernity, Popular Culture*. London, Arnold
- Hall, S. et al. (1997): *Doing Cultural Studies. The Stry of the Sony Walkman*. London, Sage
- Hepp, A. (1998): *Fernsehaneignung und Alltagsgespräche. Fernsehnutzung aus der Perspektive der Cultural Studies*. Opladen, Westdeutscher Verlag
- Hepp, A./Löffelholz, M. (Hrsg.) (2002): *Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation*. Konstanz, UVK
- Hepp, A./Winter, C. (2003): *Cultural Studies als Projekt: Kontroversen und Diskussionsfelder*. In: Dies. (Eds.): *Die Cultural Studies Kontroverse*. Lüneburg, zu Klampen, 2003: 9-32
- Johnson, R. (1999): *Was sind eigentlich Cultural Studies?* In: *Bromley, R. et al. (Hrsg.): Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg, zu Klampen, 1999: 139-188 [Original 1983]
- Karmasin, M./Winter, C. (Hrsg.) (2003): *Kulturwissenschaft als Kommunikationswissenschaft*. Opladen, Westdeutscher Verlag
- Kasse, E. H. (2002): *Misères de la presse. Préface Babacar Toure*. Dakar, Graphi Plus
- Kepplinger H. M. (2001): *Die Kunst der Skandalierung und die Illusion der Wahrheit*. München, Olzog
- Koume, M. (2000): *La deuxième génération de quotidiens privés sénégalais: prémices d'une presse populaire*. *Revue africaine de communication* (2000) 16-17: 45-51
- Krotz, F. (2003): *Kommunikationswissenschaft, Kulturwissenschaft. Glückliches Paar oder Mesalliance?* In: *Karmasin, M./Winter, C. (Hrsg.): Kulturwissenschaft als Kommunikationswissenschaft*. Opladen, Westdeutscher Verlag, 2003: 21-48
- Mattelart, A. (1986): *Communication in popular Nicaragua*. Amsterdam, Intl General
- Mattelart, A./Neveux, E. (2003): *Introduction aux Cultural Studies*. Paris, La Découverte

31 Für die Analyse von sozialen Konflikten könnte Armand Mattelarts an der französischen Theorie orientierte Spielart der *Cultural Studies* herangezogen werden. Siehe: Mattelart (1986) und Mattelart/Neveux (2003).

- Moores, S. (1997): Broadcasting and its audiences. In: *Mackay, H. (Hrsg.): Consumption and everyday life*. London, Sage, 1997: 213-257
- Morley, D. (2003): Die «sogenannten Cultural Studies». In: *Hepp, A./Winter, C. (Hrsg.): Die Cultural Studies Kontroverse*. Lüneburg, zu Klampen, 2003: 111-136
- Ndoye, Omar et al. (2003): *Le sexe qui rend fou. Approche clinique et thérapeutique*. Dakar, Présence Africaine
- Pürer, H. (1996): *Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen*. Konstanz, UVK
- Renger, R. (2000): *Populärer Journalismus. Nachrichten zwischen Fakten und Fiktion*. Innsbruck, Studien Verlag
- Schröter, Detlef (1995): *Qualität und Journalismus. Theoretische und praktische Grundlagen journalistischen Handelns*. Band 1. München, Verlag Reinhard Fischer
- Taylor, S. J. (1991): *Shock! Horror! The tabloids in action*. London, Bantam
- Tomaselli, K. G. (2001): Blue is hot, red is cold: Doing Reverse Cultural Studies in Africa. In: *Cultural Studies – Critical Methodologies* 1/3: 283-318
- Tomaselli, K. G. (1995): The Marxist Legacy in Media and Cultural Studies: implications for Africa. In: *Africa Media Review* 9/3: 1-31
- Winter, R. (2003): Cultural Studies. In: *Flick, Uwe et al. (Hrsg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. 2. Auflage. Reinbek bei Hamburg, Rowohlt, 2003: 204-213
- Wittmann, F. (2004): Breaking the taboos. The Senegalese popular press as motor for social change. in: *Beck, R. M./Wittmann, F. (Hrsg.): Close-up. Contextualizing African Media*. (in Vorbereitung)

Primärquellen

- Agboton, A. (2002): Presse people à la sénégalaise. *Le Nouvel Afrique Asie* (2002) 156: 65-67
- Amejudji, A. (2001): Presse people: Les éditeurs ont-ils décroché le jackpot? *Le Journal de l'Economie* (2001) 274: 6-7
- Ba, H. (2001): Thioub expulsé par sa femme pour avoir engrossé la bonne. *Moeurs* (2001) 42: 1-3
- Ba, H. (2002): Séga se fracasse la jambe en torchant la femme de son frère. *Moeurs* (2002) 50: 1
- Ba, M. (2002): Ein so langer Brief. München, Ullstein [Original 1981]
- Camara, C. (2001a): La bonne se faisait torchait par un bébé de sept mois. *Moeurs* (2001) 11: 3
- Camara, C. (2001b): La bonne à tout faire. *Moeurs* (2001) 15: 3
- Diagne, O (2001): Discours d'ouverture. in: *Presse populaire, public et déontologie*. Dakar, Fondation Konrad-Adenauer. En partenariat avec le Cesti, 2001: 27
- Dieng, F. (2003): Abdallah voulait éjaculer dans la bouche d'une fille de 10 ans. *Moeurs* (2003) 58: 1
- Diop, B. (2002): Ces tabloids qui dérangent. *Le Soleil* (2002) 9481: 7-8
- Diop, K. (2002): Les enjeux et les perspectives du développement de la presse dite "populaire" au Sénégal: Ethique, déontologie et publique. Dakar, Cesti. (unveröffentlichte Diplomarbeit)
- Diop, J. M. (2001): Les quotidiens de la nouvelle génération. *Mediations* (2001) 26: 8
- Faye, J.-M. (2003a): Bineta réclame son hymen au commissaire-adjoint de Thies. *Moeurs* (2003) 57: 1-5

- Faye, J.-M. (2003b): La famille de Bineta a retiré sa plainte. *Moeurs* (2003) 58: 3
- Gueye, P. (2002): Canabèze, l'homme aux 3 testicules secoue Thiès. *Moeurs* (2002) 51: 1
- Kane, A. (2003): Le culte de la vulgarité. *Le Matin* (2003) 1811: 5
- Kane, Y. (2003): Quand les bonnes boudent les maisons. *Sud Quotidien* (2003) 2963: 6
- Mbaye, S. M. (2001): La presse populaire: Derive et aspects juridiques. in: *Presse populaire, public et déontologie*. Dakar, Fondation Konrad-Adenauer. En partenariat avec le Cesti, 2001: 28-29
- Mendy, D. (2001): Qui lit *Moeurs*? in: *Presse populaire, public et déontologie*. Dakar, Fondation Konrad-Adenauer. En partenariat avec le Cesti, 2001: 40-43
- Ndiaye, D. C. (2001): Ndèye se fait tabasser par sa bonne. *Moeurs* (2001) 17: 6
- Niang, I. (2003a): La presse populaire au centre de débats contradictoires. *Walfadjri...L'Aurore* (2003) 3322: 9
- Niang, I. (2003b): Devoir de vigilance et de respect. *Walfadjri...L'Aurore* (2003) 3324: 9
- Samb, M. (2001): Littérature de pubelle, presse de caniveau, presse réfoulé. In: *Presse populaire, public et déontologie*. Dakar, Fondation Konrad-Adenauer. En partenariat avec le Cesti, 2001: 30-33
- Sow, S. (1997): *Misères d'une boniche*. Paris, L'Harmattan
- Thiam, J. (2002): Un violeur handicapé moteur surpris par un policier. *Révélation* (2002) 78: 1

Abstract

Cultural Studies have been increasingly accepted in recent years in German speaking humanities. However, it is clear that research in and about Africa is significantly underrepresented. This inadequacy cannot be ascribed to a lack of relevance or adequate subjects; on the contrary, urban Africa offers a vast reservoir of popular cultural media and practices. Press reports on female domestic workers in Senegal who make a name for themselves with stories on *Sex and Crime* are an obvious example for this thesis. The research objective of this article which stands in the tradition of appropriation studies within the context of *Cultural Studies* is the question whether, and in which manner, Senegalese female domestic workers appropriate the popular press and in which way they assess its effects on their reputations and everyday professional lives. The qualitative interviews focus on the self-conception of Senegalese female domestic workers: Do they consider the reported stories as authentic or rather as an invention of a sensation-craving tabloid press? Is there a congruence between the everyday work problems of female domestic workers and the journalistic agenda? Is the image of the profession of the female domestic worker damaged by this lurid reporting? The concluding section of the article brings together the various threads of the argument by discussing the question of what effect a greater consideration of West African mass media would have in the context of *Cultural Studies*.

Keywords

Senegal, mass media, newspaper, impact of mass media, reporting, criticism of the media, media research, information/communication science, social group, occupational category, women

Résumé

Récemment, la réception des *Cultural Studies* s'est déroulée avec plus d'intensité dans les sciences humaines de langue allemande. On constate toutefois que les recherches en Afrique et sur l'Afrique sont sous-représentées. Ceci n'est évidemment pas dû au manque de thèmes appropriés, car l'Afrique, urbaine surtout, offre un réservoir immense de média et de pratiques populaires. Un bon exemple serait les rapports médiatiques sur les bonnes, qui, au Sénégal font parler régulièrement d'elles. Cet article pose la question, dans la tradition des études d'appropriation des *Cultural Studies*, de la manière dont les bonnes s'approprient la presse populaire, mais aussi comment elles appréhendent le changement de leur réputation et de leur quotidien professionnel. Les interviews qualitatives mettent l'accent sur la perspective et l'identité des bonnes: s'agit-il d'histoires rapportées à partir de faits réels ou plutôt inventés par un journaliste à sensation? Les problèmes du quotidien professionnel se couvrent-ils avec l'agenda journalistique? La presse salit-elle la réputation des professionnels? A la fin de l'article les différents lignes de l'argumentation seront réunies, afin de savoir si les *Culturel Studies* contiennent un potentiel scientifique pour une analyse des mass-média en Afrique de l'Ouest.

Mots-clé

Senegal, medias, journal, impact des medias, information/reportage, critique des medias, recherche sur les medias, science de l'information/de la communication, groupe social, categorie socio-professionnelle, femmes

Frank Wittmann ist Assistent am Departement für Gesellschaftswissenschaften der Universität Fribourg (Schweiz). Der Arbeitstitel seiner Dissertation lautet "Eine Ethnographie der senegalesischen Pressekultur".

Titel der letzten Veröffentlichungen:

- Innovative Gesellschaftskritik oder regressiver Konservatismus? Die Dakarer Hiphop-Bewegung Bul Faale im Kontext der globalen Postmodernismusdebatte. In: Kimminich, Eva (Hg.): Rap: More than words. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag 2003. S. 177-200 (im Druck).
- gemeinsam hrsg. mit Martin Taureg: Prospérité ou précarité? L'avenir du secteur informel face à la mondialisation. Dakar: Goethe Institut 2003.
- Youssou N'Dour als Medienunternehmer.
In: Medienheft, http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k19_WittmannFrank.html (19.5.2003).
- Medien in Burkina Faso, Mali und Senegal. In: Internationales Medienhandbuch 2002/2003. Herausgegeben vom Hans-Bredow-Institut. Baden-Baden: Nomos Verlag. 2002. S. 742-755.
- Sprache, Räume, Medien. Die Bedeutung der Oralität am Beispiel des senegalesischen Rundfunks. In: Schuhmann, Theda et al. (Hg.): Aktuelle Forschungen zu afrikanischen Sprachen. Köln: Rüdiger Köppe Verlag. 2002. S. 115-124.