



EUROPA-  
UNIVERSITÄT  
VIADRINA  
FRANKFURT  
(ODER)

## *„Darstellungen von Armut oder Armut an Darstellungen?“*

Über die mediale Darstellung von in Armut lebenden Menschen  
im Kontext entwicklungspolitischer Kampagnenarbeit

*– Ein empirisches Forschungsprojekt über die Bedürfnisse  
und Ideen von Menschen in kolumbianischen Armenvierteln –*

Fakultät der Kulturwissenschaften

Abschlussarbeit des Bachelors Kulturwissenschaften

Betreuerin: Prof. Dr. Konstanze Jungbluth

Zweitgutachterin: Rita Vallentin

Helen Deacon | Matrikelnummer: 51269 | 5. Fachsemester

Abgabe: 12.03.2016

euv38699@europa-uni.de

+49 (0)1775903920

## **Abstract**

*Fundraising campaigns still influence the perceptions we have about developing countries and their people. While several papers have problematized racism and postcolonial aspects in portrayals and fundraising images of people from the global south, this paper deals with the topic in a different manner. Through empirical research conducted in areas of extreme poverty in Colombia, it investigates if people living in poverty want to be represented in those fundraising campaigns, and if so, in which way. This paper reveals, that the interviewees want to be represented in fundraising campaigns, but are eager to participate and to influence campaigning processes with their own ideas and their own understanding of their situation. Furthermore this thesis suggests that these ideas and opinions from a moral perspective should increasingly find inclusion in NGO procedures. This inclusion could not only reform the discourse and public opinion about other people and parts of the world, it could also potentially make development efforts more innovative.*

# Inhaltsverzeichnis

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Abstract.....</b>   | <b>0</b>  |
| <b>Abbildungsverzeichnis.....</b>                            | <b>0</b>  |
| <b>Tabellenverzeichnis.....</b>                              | <b>0</b>  |
| <b>Fotoverzeichnis.....</b>                                  | <b>0</b>  |
| <b>Abkürzungsverzeichnis: .....</b>                          | <b>0</b>  |
| <b>1. Einleitung.....</b>                                    | <b>1</b>  |
| <b>2. Theorie:.....</b>                                      | <b>3</b>  |
| <b>2.1. Kontext, Literatur und Forschungsstand .....</b>     | <b>3</b>  |
| <b>2.2 Die Rolle von Macht.....</b>                          | <b>8</b>  |
| <b>2.3. INGO Werbung globaler Armut heute .....</b>          | <b>9</b>  |
| <b>3. Methodik:.....</b>                                     | <b>11</b> |
| <b>3.1. Relevanz, Feldzugang und Forschungsziele.....</b>    | <b>11</b> |
| <b>3.2. Eingrenzung des Themas und Forschungsfrage .....</b> | <b>12</b> |
| <b>3.3. Forschungsdesign .....</b>                           | <b>12</b> |
| 3.3.1. Stichproben .....                                     | 14        |
| 3.3.2. Datenerhebung.....                                    | 15        |
| 3.3.3. Datenauswertung .....                                 | 17        |
| <b>3.4. Ethische Überlegungen .....</b>                      | <b>19</b> |
| <b>4. Empirie.....</b>                                       | <b>21</b> |
| <b>4.1. Wahrnehmung von Armut.....</b>                       | <b>21</b> |
| 4.1.1. Definition und Verständnis von Armut .....            | 21        |
| 4.1.2. Wahrnehmung der eigenen Armut.....                    | 25        |
| 4.1.3. Die Auswirkungen des Armutsverständnisses.....        | 28        |
| <b>4.2. Kontext der Fragestellung.....</b>                   | <b>28</b> |
| 4.2.1 Vorwissen .....  | 28        |
| 4.2.2. Partizipation in der Praxis.....                      | 32        |
| 4.2.3. Die Auswirkungen von Vorwissen und Partizipation..... | 33        |
| <b>4.3. Forschungsfrage und Antworten .....</b>              | <b>34</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| 4.3.1. Darstellungsakzeptanz .....                              | 34        |
| 4.3.2. Darstellungsmotive .....                                 | 35        |
| 4.3.3. Darstellungsmedium .....                                 | 39        |
| 4.3.4. Darstellungsart- und Weise.....                          | 41        |
| 4.3.5. Veränderungsvorschläge.....                              | 46        |
| <b>4.4. Zusammenfassung der Ergebnisse und Diskussion .....</b> | <b>48</b> |
| <b>4.5. Reliabilität und Validität.....</b>                     | <b>50</b> |
| <b>5. Fazit.....</b>  | <b>52</b> |
| <b>6. Literaturverzeichnis .....</b>                            | <b>55</b> |
| <b>7. Anhänge .....</b>   | <b>57</b> |
| <b>Personenprofile.....</b>                                     | <b>57</b> |
| <b>Informationen zu den Vierteln.....</b>                       | <b>58</b> |
| <b>Fotos .....</b>  | <b>59</b> |
| Fotos von Menschen .....  | 59        |
| Fotos des Viertels .....  | 67        |
| <b>Zeitplan .....</b>   | <b>75</b> |
| <b>Fragebogen .....</b>   | <b>76</b> |
| <b>Transkriptinformationen .....</b>                            | <b>79</b> |
| <b>8. Eigenständigkeitserklärung .....</b>                      | <b>80</b> |

## **Abbildungsverzeichnis**

|   |    |
|---|----|
| ABBILDUNG 1: WAHRGENOMMENE DARSTELLUNG VON ARMUT.....           | 31 |
| ABBILDUNG 2: DARSTELLUNGSAKZEPTANZ.....                         | 34 |
| ABBILDUNG 3: DARSTELLUNGSMOTIVE I.....                          | 36 |
| ABBILDUNG 4: DARSTELLUNGSMOTIVE II: GESCHLECHT.....             | 38 |
| ABBILDUNG 5: DARSTELLUNGSMOTIVE III: ALTER.....                 | 38 |
| ABBILDUNG 6: DARSTELLUNGSMOTIVE IV: KATEGORIE GEMISCHT.....     | 39 |
| ABBILDUNG 7: DARSTELLUNGSMEDIUM.....                            | 40 |
| ABBILDUNG 8: GEWÜNSCHTE DARSTELLUNG VON ARMUT.....              | 44 |
| ABBILDUNG 9: VERGLEICH MIT DEN EIGENSCHAFTEN WHITE CHARITY..... | 45 |
| ABBILDUNG 10: MITGESTALTUNGSBEDÜRFNIS.....                      | 48 |

## **Tabellenverzeichnis**

|   |   |
|---|---|
| TABELLE 1: DARSTELLUNGSEIGENSCHAFTEN WHITE CHARITY..... | 5 |
|---|---|

## **Fotoverzeichnis**

|  |    |
|--|----|
| FOTO 1: ISLA DE LEÓN, KOLUMBIEN (2015).....        | 59 |
| FOTO 2.: MANANTIALES DE PAZ, KOLUMBIEN (2015)..... | 60 |
| FOTO 3: MANANTIALES DE PAZ, KOLUMBIEN (2015).....  | 60 |
| FOTO 4: ISLA DE LEÓN, KOLUMBIEN (2015).....        | 61 |
| FOTO 5: MANANTIALES DE PAZ, KOLUMBIEN (2015).....  | 61 |
| FOTO 6: ISLA DE LEÓN, KOLUMBIEN (2015).....        | 62 |
| FOTO 7: MANANTIALES DE PAZ (2015). ....            | 62 |
| FOTO 8: ISLA DE LEÓN, KOLUMBIEN (2015).....        | 63 |
| FOTO 9: ISLA DE LEÓN, KOLUMBIEN (2015).....        | 63 |
| FOTO 10: ISLA DE LEÓN, KOLUMBIEN (2015).....       | 64 |
| FOTO 11: MANANTIALES DE PAZ, KOLUMBIEN (2015)..... | 64 |
| FOTO 12: ISLA DE LEÓN, KOLUMBIEN (2015).....       | 65 |
| FOTO 13: ISLA DE LEÓN, KOLUMBIEN (2015).....       | 65 |
| FOTO 14: ISLA DE LEÓN, KOLUMBIEN (2015).....       | 66 |
| FOTO 15: ISLA DE LEÓN, KOLUMBIEN (2015).....       | 66 |
| FOTO 16: ISLA DE LEÓN, KOLUMBIEN (2015).....       | 67 |
| FOTO 17: ISLA DE LEÓN, KOLUMBIEN (2015).....       | 67 |

|  |    |
|--|----|
| FOTO 18: MANANTIALES DE PAZ, KOLUMBIEN (2015)..... | 68 |
| FOTO 19: ISLA DE LEÓN, KOLUMBIEN (2015).....       | 68 |
| FOTO 20: MANANTIALES DE PAZ, KOLUMBIEN (2015)..... | 69 |
| FOTO 21: ISLA DE LEÓN, KOLUMBIEN (2015).....       | 69 |
| FOTO 22: ISLA DE LEÓN, KOLUMBIEN (2015).....       | 70 |
| FOTO 23: ISLA DE LEÓN. KOLUMBIEN (2015).....       | 70 |
| FOTO 24: MANANTIALES DE PAZ (2015). ....           | 71 |
| FOTO 25: MANANTIALES DE PAZ. KOLUMBIEN (2015)..... | 71 |
| FOTO 26: MANANTIALES DE PAZ, KOLUMBIEN (2015)..... | 72 |
| FOTO 27: MANANTIALES DE PAZ, KOLUMBIEN (2015)..... | 72 |
| FOTO 28: MANANTIALES DE PAZ (2015). ....           | 73 |
| FOTO 29: MANANTIALES DE PAZ (2015). ....           | 73 |
| FOTO 30: MANANTIALES DE PAZ, KOLUMBIEN (2015)..... | 74 |
| FOTO 31: ISLA DE LEÓN, KOLUMBIEN (2015).....       | 74 |

## **Abkürzungsverzeichnis:**

GVI: Global Vision International

(I)NGO: (International) Non-Governmental Organisation

(I)NRO: (Internationale) Nicht-Regierungsorganisation

UN: United Nations

UNHCR: UN Office of the High Commissioner for Refugees

UNICEF: United Nations Children´s Emergency Fund

TED: Technology, Entertainment, Design

## **1. Einleitung**

*“Stories matter. Many Stories matter. Stories have been used to dispossess and to malign, but stories can also be used to empower and to humanise.”*

*Chimamanda Ngozi Adichie*

Wir sehen sie jeden Tag. Beim Einkaufen im Supermarkt, an Bushaltestellen, beim Surfen im Internet oder in der Fußgängerzone wenn wir es, wie immer, eilig haben. Meist rauschen wir an ihnen vorbei, manchmal betrachten wir sie aber auch etwas länger. Manchmal lösen sie Mitleid, Schuldgefühle oder Wut aus. Die Rede ist von der Verwendung und Darstellung von in Armut lebenden Menschen auf Plakaten und Werbeanzeigen internationaler Nicht-Regierungsorganisationen (INGOs).

Wer sind diese Menschen, die wir ständig in entwicklungspolitischem Werbematerial sehen? Welches sind ihre Geschichten, abgesehen davon arm zu sein, abgesehen von den oft unwürdigen Lebensumständen? Was haben sie uns außer den schlechten Lebensbedingungen und dem mangelhaften Zugang zu Bildungs- und Gesundheitssystemen zu erzählen?

In meiner Bachelorarbeit möchte ich die Darstellung und Instrumentalisierung von Armut in entwicklungspolitischem Werbematerial von INGOs problematisieren und der Frage nachgehen ob und wie die Menschen des Globalen Südens selbst in entwicklungspolitischer Werbung dargestellt werden möchten. Dies werde ich am Beispiel zwei kolumbianischer Armensiedlungen analysieren in denen ich empirische Interviews durchgeführt habe. Mit der Untersuchung möchte ich einen neuen Aspekt in den Diskurs einbringen und dazu beitragen, dass die Stimmen der Menschen die in Werbematerial dargestellt werden, Gehör finden.

Zunächst werde ich in das Thema einleiten und einen theoretischen Überblick zur existierenden Literatur und dem aktuellen Forschungsstand geben. Anschließend werde ich darstellen wie Menschen des Globalen Südens oft portraitiert werden,

welche Stereotype in entwicklungspolitischer Kampagnenarbeit zu finden sind und wie diese Bilder unser Verständnis des Globalen Südens prägen. In diesem Kontext werde ich auch auf die Rolle von Macht eingehen. Anschließend möchte ich den zweiten Teil meines Forschungsprojektes in Kolumbien und die verwendete Methodik darstellen. Dies beinhaltet unter anderem meine Forschungsfrage, die Relevanz des Themas, den Feldzugang, die Probandenauswahl, sowie das Forschungsdesign. Im dritten Part werde ich die erhobenen Daten auswerten und die empirischen Ergebnisse zusammenfassen und diskutieren. Abschließend werde ich Handlungsempfehlungen skizzieren, wie die Erkenntnisse in die NGO-Praxis miteinbezogen werden könnten um Öffentlichkeitsarbeit und Spendenkampagnen der Entwicklungszusammenarbeit zukünftig partizipativer, legitimer und vielleicht sogar innovativer zu gestalten.

## **2. Theorie:**

### **2.1. Kontext, Literatur und Forschungsstand**

Organisationen veröffentlichen Bilder von Menschen in Not, um Spenden gegen soziale Ungerechtigkeit, für entwicklungspolitische Projekte oder für die Durchsetzung von Menschenrechten zu sammeln: Dabei zeigen die Bilder Opfer von Naturkatastrophen, bewaffneten Konflikten, extremer Armut oder den Folgen des Klimawandels.

Obwohl die meisten dieser dargestellten Menschen im Globalen Süden der Welt leben, werden sie überwiegend auf anderen Erdteilen und durch Organisationen des Globalen Nordens dargestellt. Beispiele sind Oxfam, die Kindernothilfe, das Rote Kreuz oder Brot für die Welt.

Westliche INGOs verwenden die Abbilder dieser Menschen mit einer guten Absicht: Sie treten in Aktion gegen soziale Ungerechtigkeit weltweit und sammeln Spenden um ihre Projekte zu realisieren. Eine bestimmte Art und Weise der medialen Darstellung scheint dabei effizient für den Spendenerwerb zu sein. Aber sind diese Bilder aus diesem Grund gleich gerechtfertigt und legitim? Reduzieren und instrumentalisieren sie -selbst wenn indirekt oder unbewusst- vielleicht die diversen Lebensumstände vor Ort? Kreieren und verfestigen sie Vorurteile und Stereotype über die Regionen und Menschen aus Entwicklungsländern?

Wer hat die Entscheidungsmacht, wie Menschen, Inhalte und Situationen dargestellt werden? Wer entscheidet, was und wie oft erzählt wird und auf welche Art und Weise?

Die Darstellung von Menschen und das Reproduzieren von "Otherness"<sup>1</sup> hat eine lange Geschichte, welche eng mit der Kolonisierungsgeschichte, Post-Kolonialismus und Rassismus verbunden ist. Für eine lange Zeit wurden Menschen in Entwicklungsländern als minderwertig betrachtet; später als passiv, hilflos und abhängig von ausländischer Hilfe. Westliche Machtbeziehungen beeinflussen noch immer den Diskurs und die Praxis und haben gravierende Auswirkungen: "When people portray us as victims, they don't want to ask us about solutions. Because people don't ask victims for solutions."<sup>2</sup>

Und so kreieren westliche Organisationen bis heute die medialen Bilder des Globalen Südens. Die Ideen von den dargestellten Menschen selbst werden noch immer ausgesprochen selten miteinbezogen.

Während verschiedene wissenschaftliche Disziplinen wie Politik, Wirtschaft, Anthropologie, Soziologie, Theologie oder Recht mit dem Thema internationaler Entwicklung arbeiten, ist die spezifische wissenschaftliche Literatur über mediale Bilder von Armut und Entwicklung sehr viel limitierter. Diese Quellen, meist in Form von wissenschaftlichen Zeitschriften, thematisieren oftmals die rassistischen und post-kolonialen Aspekte von durch INGOs verbreiteten Werbebildern. Andere Quellen behandeln die Kreation von Stereotypen und die Rolle von Macht. "Language (including text, discourse, and imagery) expresses relations of power."<sup>3</sup> Medien beeinflussen dabei unser Verständnis und tägliche Interpretation von der Welt.

Während INGOs früher üblicherweise mit erschütternden Fotos von verhungerten Menschen arbeiteten um Spenden zu generieren, wurden diese später kritisch in Frage gestellt und die Medienlandschaft veränderte sich. Die Zahl der grausamen Bilder von Elend und verhungerten Kindern verringerte sich und wurden mit der Zeit mehr und

---

<sup>1</sup> "Otherness" bezeichnet ein soziologisches Konzept das darstellt, wie Identitäten einer Mehrheit und einer Minderheit konstruiert und etabliert werden. Der Begriff kann sich auf Ethnien, Religion oder Gender beziehen und ist u.a. auch Thema des Werkes „Orientalism“ von Edward Said.

<sup>2</sup> Theo Sowa (2013): *We need the voice of African Women*. In: Andrew Quinn (2013): *Is there any space in the development debate for African experts?*

<sup>3</sup> Janice Nathanson (2013): *The Pornography of Poverty*. S. 1.

mehr von weniger anstößigen Bildern passiver, hilfloser und von Entwicklungshilfe abhängigen Opfern ersetzt. Dies zeigt einen Wandel der medialen Darstellungen, jedoch zeigt es wie postkolonialistische und rassistische Aspekte weiterhin NGOs und ihre Öffentlichkeitsarbeit beeinflussen. Nadita Dogra behandelt dieses Thema in ihrem Buch "Representations of global poverty". "[It] takes us beyond the 'negative/positive' debates of how poor people are represented within international development NGOs."<sup>4</sup> Sie untersucht, wie sich Unterschiede und Distanz zwischen dem Globalen Süden und dem Globalen Norden bilden; sowie die dargestellte Kollektivität von Entwicklungsländern. Darüber hinaus plädiert sie für differenzierter betrachtete und gestaltete Bildsprache, um soziale Probleme von Entwicklungsländern besser zu verstehen und zu portraituren.

Die Dokumentation "White Charity", welche Beiträge von Wissenschaftlern wie Dr. Grada Kilomba, Peggie Piesche, Dr. Aram Ziai und Prof. Dr. Klaus-Peter Köpping beinhaltet, thematisiert verschiedene Eigenschaften in entwicklungspolitischer Werbung welche Differenz und Idealisierung zwischen dem „Sie“ (Globaler Süden) und dem „Wir“ (Globaler Norden) herstellt:<sup>5</sup>

| <b>Darstellung des Globalen Südens</b> | <b>Darstellung des Globalen Nordens</b> |
|--|---|
| Arm                                    | Reich                                   |
| Hilflos und bedroht                    | Stark und einflussreich                 |
| Krank                                  | Gesund                                  |
| Ungebildet                             | Gebildet                                |
| Passiv                                 | Aktiv                                   |
| Kindlich                               | Erwachsen                               |
| Kollektiv                              | Individualistisch                       |
| Naturbelassen und traditionell         | Modern und zivilisiert                  |

*Tabelle 1: Darstellungseigenschaften White Charity*

---

<sup>4</sup> Emma Mawdsley (2011): *Book Review: Representations of Global Poverty*. S.1.

<sup>5</sup> Timo Kiesel, Carolin Philipp (2011): *White Charity*.

Arm, da wir Armut und eine große Kluft zwischen arm und reich meist mit Afrika und Regionen anderer Entwicklungsländern assoziieren. Bedroht, weil sie besonders anfällig sind für Naturkatastrophen, Klimawandel, bewaffnete Konflikte und Kriege und hilflos, da die dortigen Probleme scheinbar nicht vor Ort gelöst werden können. Schwach und krank sind ebenso wichtige Dimensionen, weil wir Krankheiten wie HIV/Aids, Ebola oder aktuell auch Zika oft mit Ländern des Globalen Südens verbinden. Ungebildet wird unter anderem durch die Promotion von Bildungsprojekten oder das Versenden von Abiturienten als freiwillige „Entwicklungshelfer“ in Schulen vor Ort visualisiert. Da sich die portraitierten Menschen nur ausgesprochen selten in einer Sprecher oder Handlungsposition befinden, wirken sie passiv und handlungsunfähig. Weiblich und kindlich, da meistens Frauen und Kindern porträtiert sind, denen eher weibliche oder kindliche Attribute zugeschrieben werden.<sup>6</sup> Kollektiv, weil einzelne Personen die Nöte der gesamten „Gemeinde“, „Region“, „Land“ oder sogar des ganzen Kontinents verkörpern.<sup>7</sup> Traditionell, weil Menschen in der Regel ohne Technologie, in einem ländlichen Kontext, in traditioneller Kleidung oder sogar nackt gezeigt werden. Dies ist vor allem erstaunlich angesichts der zunehmenden Armut in den Megastädten des Globalen Südens.

All dies zeichnet ein problematisches Bild von Menschen des Globalen Südens. Es reduziert Vielfalt und stellt die Menschen aus anderen Regionen als passive, hilflose, inaktive und abhängige Empfänger von Entwicklungshilfe dar.

Doch diese Aspekte reproduzieren nicht nur post-koloniale Stereotype, sondern, sie unterstreichen auch ein bestimmtes Idealbild des westlichen Bürgers:

“Save a child, donate now!”<sup>8</sup>

„[D]ie Welt mit nur 1€ am Tag verändern“.<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup> Interessant ist, dass im Gegensatz zu den porträtierten Frauen und Kindern im entwicklungspolitischen Kontext das mediale Bild des „Flüchtlings“ meist männlich ist.

<sup>7</sup> Differenzierte Ort- oder Länderangaben sind vor allem im afrikanischen Kontext kaum aufzufinden was ein generalisiertes Bild des Kontinentes voller Katastrophen, Armut und bewaffneter Konflikte gezeichnet, welches der Vielfalt an Ländern, Traditionen und Menschen nur selten gerecht wird.

<sup>8</sup> Website: Childfund (2014).

“£28 [...] could stop hunger for two families with a chicken, a goat, seeds, tools and training”.<sup>10</sup>

“Con una donación [...] puedes darle la oportunidad a un niño de asegurar sus derechos y devolverle la alegría que se merece”.<sup>11</sup>

“[S]killed or with no experience,<sup>12</sup> [...] help [to] make a difference in the futures of underprivileged children [...] in exciting, exotic and mythical locations”.<sup>13</sup>

Diese Slogans insinuieren *Du* kannst helfen und die Welt verändern, weil du *gebildet, reich, großzügig, motiviert* und *einflussreich* bist.

“[This] establishes a certain positioning of the DW [active giver] as saviour by projecting a problem before DW intervention that is solved after the intervention, leading to a happy end. [...] [This] also locates [the active giver and passive receiver] on a superior/inferior axis.”<sup>14</sup>

Dies stärkt das westliche Ich, während es das stereotype Bild von materiell benachteiligten Menschen in Entwicklungsländern weiter verfestigt.

Die hier ausgewertete Literatur thematisiert jedoch keine Lösungsansätze und die Prioritäten der dargestellten Menschen selbst. Während meiner Literaturrecherche konnte ich keine Arbeit dazu finden, wie Menschen des Globalen Südens selbst dargestellt werden möchten und welche Ideen und Möglichkeiten der Mitgestaltung von Bildern vor Ort existieren. Dies lässt vermuten, dass solche Herangehensweisen kaum bekannt sind, oder genutzt und untersucht werden.

Die vorliegende Forschungsarbeit kann somit aufgrund ihrer Fragestellung einen innovativen und relevanten Forschungsbeitrag leisten: sie zeigt Möglichkeiten für inklusivere Kampagnenarbeit auf und fördert damit Entwicklungszusammenarbeit

---

<sup>9</sup> Website: Kindernothilfe (2015).

<sup>10</sup> Website: Concern worldwide (2015).

<sup>11</sup> Website: UNICEF Colombia (2015).

<sup>12</sup> Vgl. Projects Abroad (2014): “You don't have to be a teacher [for] our Teaching projects abroad. There is no need to have a TEFL (sic!) qualification. [...] You don't even need to speak the local language”.

<sup>13</sup> Website: GVI (2015).

<sup>14</sup> Nadita Drogra (2012): *Representations of Global Poverty*. S. 62- 63.

weltweit partizipativer und legitimer zu gestalten.

## 2.2 Die Rolle von Macht

“We derive our understandings of global poverty from our ‘stock of knowledge’ which includes what we see, hear, know believe and feel about it”<sup>15</sup>. Dies macht es notwendig, die Art und Weise in der wir Menschen darstellen zu reflektieren und zu überdenken da dies beeinflusst was eine Gesellschaft zu wissen glaubt. Es benötigt Einfluss, Macht und Wissen um zu entscheiden was erzählt wird, wie oft und durch wen. “The fact that particular meanings and identities have been widely taken to be fixed and true is indicative of the inextricable link between power and knowledge.”<sup>16</sup> Durch das repetitive Hören von gleichen Geschichten und das Sehen von gleichen Bildern wird Wissen generiert, welches wir meist unbewusst als wahr interpretieren. “[This] creates stereotypes. And the problem with stereotypes is not that they are untrue, but that they are incomplete. They make one story become the only story”<sup>17</sup>.

Geschichten und Bilder können dabei so weit generalisiert werden, dass Menschen kaum noch fähig sind zwischen Regionen, sozialen Klassen, Geschlecht, Alter oder Religion zu unterscheiden. Außerdem verhindert die stetige Reproduktion von Stereotypen neue Ideen und Einfälle: Vielfalt wird reduziert, Stereotype bleiben in einer Gesellschaft bestehen und dies verstärkt das bereits erläuterte Phänomen von “Otherness“:

“[A] result of a discursive process by which a dominant in-group (“Us”, the Self) constructs one or many dominated out-groups (“Them,” Other) by stigmatizing a difference- real or imagined- presented as a negation of identity and this is a motive for potential

---

<sup>15</sup> Nadita Drogra (2012): *Representations of Global Poverty*. S. 1.

<sup>16</sup> Roxanne Doty (1996): *Imperial Encounters*. S. 7.

<sup>17</sup> Chimamanda Adichie (2009): *The Danger of a Single Story*. S. 5.

discrimination.”<sup>18</sup> “Negative othering involves the exploitation of power imbalances in relationships such that one gains at the expense of others.”<sup>19</sup>

Dies verstärkt Distanz und ermöglicht Ausbeutung auf Grund von Machtgefällen. Stattdessen könnten auch Gemeinsamkeiten beleuchtet und aufgezeigt werden oder welche Handlungsoptionen für die Veränderung des Status quo vorhanden sind.

Und der Kreislauf wiederholt sich immer wieder, da die kurzfristigen Ziele die langfristigen Ziele überwiegen: Erstens weil die genutzten Bilder durch Schuldgefühle Spender weltweit überzeugen. Zweitens weil INGOs durch die Kampagnenarbeit gegen soziale Probleme vorgehen und damit ein legitimes Ziel haben. Und schließlich werden die vorhandenen und funktionierenden stereotypen Bilder wieder verwendet, da es einfach ist und die Rahmenbedingungen gegeben sind. Partizipative Datenerhebung mit Menschen vor Ort ist komplex, aufwändig, steigert administrative Kosten und ist nicht für jede Kampagne oder Zielgruppe sinnvoll und lohnenswert.<sup>20</sup>

### **2.3. INGO Werbung globaler Armut heute**

Entwicklung wird in der Regel als etwas Positives betrachtet: Als das Steigen von Lebensstandards, Menschenrechten und globaler Gerechtigkeit – als etwas das von den Industrieländer bereits erreicht wurde und an anderen Orten noch nachgeholt werden muss.

Entwicklungsgelder werden fast ausschließlich im Globalen Norden gesammelt und von diesen an den Globalen Süden übermittelt, oft gekoppelt an Konditionen (“positive conditionality”) wie Good-Governance- und Demokratiestandards, Menschenrechtsdialoge und andere (westliche) Werte. Dies erlaubt Industrieländern die Darstellung von Entwicklungsländern in ihren Kampagnen, den Medien und im

---

<sup>18</sup> Jean- Francois Staszak (2008): *Other/Otherness*. S. 2.

<sup>19</sup> Collins Airhihenbuwa, Brandon Brown, George Petros, Shandir Ramlagan, Leickness Simbayi (2006): *HIV/AIDS and ‘othering’ in South Africa*. S. 68.

<sup>20</sup> NGOs stehen im Gegensatz zu Unternehmen unter hohem Druck die administrativen Kosten gering zu halten damit möglichst der volle Betrag der Spende auch im Projekt ankommt.

Diskurs zu kontrollieren. Es ermöglicht westlichen Organisationen für Menschen aus dem Globalen Süden zu sprechen, anstatt sie selbst zu Wort kommen zu lassen.<sup>21</sup>

Diese Darstellungen sind jedoch nicht immer falsch. In Entwicklungsländern finden wie viele von den existenten Stereotypen: Mangel an Bildung, Infrastruktur oder Gesundheitssystemen. Aber, sie sind genauso existent wie die vielen anderen Aspekte: Arme Menschen können hungrig sein, sie können aber auch ein Handy, einen Fernseher haben oder Klamotten der Marke Nike tragen. Menschen in Armenvierteln des Globalen Südens leben vielerorts nicht nur in menschenunwürdigen Lebensumständen. Während meiner Auslandserfahrungen und der Feldforschung in Kolumbien begegnete ich unzähligen Individuen, die groß träumen, hart arbeiten und ihre eigenen Projekte initiieren. Wie auch diese Studie zeigen wird, sind diese Menschen begierig ihre Ideen und Ambitionen zu verwirklichen und ihre eigenen Geschichten zu erzählen.

Eine empirische Analyse von Werbeplakaten, welche die bereits thematisierten Stereotype aufzeigen, wäre hier relevant. Ähnliche Werke sind jedoch im akademischen Diskurs bereits zu finden und würden den Rahmen dieser Arbeit übersteigen. Stattdessen möchte ich auf diese Werke verweisen<sup>22</sup> und mich auf die empirische Analyse meiner erhobenen Daten konzentrieren um die bisher wenig beachtete Frage zu beantworten ob und wie in Armut lebende Menschen des Globalen Südens selbst in Kampagnenmaterial von INGOs dargestellt werden möchten.

---

<sup>21</sup> In entwicklungspolitischer Kampagnenarbeit heute finden wir zahlreiche Bilder, in der die INGO, der Spender oder eine dritte „neutrale“ Stimme die Sprecherfunktion eingenommen hat.

<sup>22</sup> „Representations of Global Poverty“ von Nadita Dogra, „The Pornography of Poverty“ von Janice Nathanson, „Wir befreien Weltweit“ von Timo Kiesel und Tahir Della, „The visual representation of developing countries by developmental agencies and the western media“ von Shahidul Alam oder „The Danger of a Single Story“ von Lucy Crisp sind nur einige Beispiele.

### **3. Methodik:**

#### **3.1. Relevanz, Feldzugang und Forschungsziele**

Die Relevanz des Themas ist bedingt durch INGOs als Akteure in der Entwicklungszusammenarbeit, welche die öffentliche Meinung sowie den wissenschaftlichen Diskurs in Bezug auf die Wahrnehmung des Globalen Südens entscheidend mitbeeinflussen. Anstatt zu diskutieren wie Entwicklungsländer durch die Medien dargestellt werden oder den Fokus auf existente Probleme zu legen, werden in dieser Studie in Armut lebenden Menschen selbst nach Ideen gefragt und ihre Meinung wissenschaftlich erforscht.

Obwohl Armut in vielen Orten der Welt zu finden ist, ist Kolumbien ein äußerst relevantes Forschungsfeld: Der bewaffnete Konflikt, hat seit über 50 Jahren mehr als 5,7 Millionen Menschen (IDPs)<sup>23</sup> vertrieben und ca. 30,6% der Bevölkerung lebt unter der Armutsgrenze.<sup>24</sup> Warum Kolumbien als Forschungsland gewählt wurde, hat aber vor allem auch persönliche Gründe und betrifft in erster Linie den Feldzugang. Armenviertel<sup>25</sup> zu besuchen und dort zu forschen kann besonders für Ausländer schwierig und gefährlich sein. Persönliche Kontakte und die bisherige Zusammenarbeit mit TECHO Kolumbien<sup>26</sup> ermöglichte mir Zugang zu den Vierteln, Vertrauen und Hilfestellung und vereinfachte mein Projekt in vielerlei Hinsicht: Ich konnte in beiden Städten auf umfassende Unterstützung von kolumbianischen Freiwilligen und Familien bauen und Sprachkenntnisse und die Vertrautheit mit der kolumbianischen Kultur waren unentbehrliche Forschungswerkzeuge.

---

<sup>23</sup> UNHCR (2015): *UNHCR country operations profile – Kolumbien*.

<sup>24</sup> The World Bank (2013): *Poverty headcount Colombia*.

<sup>25</sup> Den Begriff "Slum" wird in dieser Arbeit nicht verwendet, da er negative konnotiert ist und oft mit Gewalt, illegalen Tätigkeiten und Elend assoziiert wird. Die Problematik des Slum Begriffes wird u.a. auch in wissenschaftlichen Arbeiten von Mike Davis, Ananya Roy oder Martin Fuchs thematisiert.

<sup>26</sup> Während meines Freiwilligendienstes 2012 habe ich bereits ein Jahr mit TECHO in Kolumbien zusammengearbeitet.

Meine Arbeit soll NGOs, die Medien aber auch die Betrachter animieren, die Bilder welche kreiert, verwendet und konsumiert werden reflektiert zu betrachten. Weitergehend hat diese Studie auch einen praktischen Bezug und wird voraussichtlich die Öffentlichkeitsarbeit der NGO TECHO beeinflussen.<sup>27</sup>

### **3.2. Eingrenzung des Themas und Forschungsfrage**

Die Wahl des Themas, die Eingrenzung bis hin zur Entwicklung einer konkreten Forschungsfrage muss als ein kontinuierlicher Prozess gesehen werden. Zunächst habe ich mich mit INGO Publikationen im Kontext ehrenamtlicher Tätigkeiten auseinandergesetzt und betrachtete kritisch die medialen Darstellungen, welche ein anderes Bild von in Armut lebenden Menschen zeichnete, als das, was ich durch meine Auslandsaufenthalte erlebt habe.<sup>28</sup> Auch nach einer ersten wissenschaftlichen Auseinandersetzung, hat mir die Perspektive der dargestellten Menschen selbst gefehlt. Aus dieser Problematik hat sich im Laufe der Themenfindung, der Datenerhebung und Auswertung schließlich in eine konkrete Fragestellung entwickelt: Möchten in Armut lebende Menschen des Globalen Südens in entwicklungspolitischem Kampagnenmaterial dargestellt werden und wenn ja, auf welche Art und Weise? Würden sie die Möglichkeit nutzen selber diesen Prozess zu beeinflussen? Und wenn ja, wie?

### **3.3. Forschungsdesign**

Um diese Frage zu beantworten, bin ich für einem Monat, nach Kolumbien gereist um in den Armenvierteln *Isla de León* in Cartagena de las Indias und in *Manantiales de*

---

<sup>27</sup> TECHO ist eine lateinamerikanische INGO welche durch eine enge Zusammenarbeit von jungen Freiwilligen und in extremer Armut lebenden Gemeinden charakterisiert ist. Der Communications Bereich von TECHO Deutschland (Gemeinsam TECHO e.V.) möchte die Ergebnisse dieser Studie zukünftig in die Erstellung von Werbematerialien miteinbeziehen. Auch die Teams in Medellín und Cartagena in Kolumbien haben Interesse geäußert die Erkenntnisse in ihre Arbeit mit einzubringen.

<sup>28</sup> In Kolumbien, Ghana, Indien und Thailand.

*Paz* in Medellín Menschen nach ihren Ideen und Bedürfnissen im Rahmen entwicklungspolitischer Kommunikation zu befragen.<sup>29</sup> Dadurch sollten Meinungen, Stellungnahmen und Ideen zu entwicklungspolitischer Kampagnenarbeit von Menschen in Armenvierteln gesammelt werden, die in entwicklungspolitischer Kampagnenarbeit bisher kaum berücksichtigt wurden,<sup>30</sup> deren Ideen und Meinungen aber unverzichtbar für den wissenschaftlichen Diskurs und die Praxis der entwicklungspolitischen Werbearbeit sein sollten.

Während meine Sekundärquellen sowohl qualitative als auch quantitative Quellen miteinschließen, sind meine Primärquellen bestehend aus Einzel- und Gruppeninterviews, Feldforschung und Bildern von Einwegkameras ausschließlich qualitativ und folgen einem anti-naturalistischen und positivistischem Ansatz.

Während des Forschungsprozesses wurden Elemente der *grounded theory* verwendet, bei der die lebendige Beziehung zwischen Theorie und Empirie im Zentrum steht.<sup>31</sup> Der Vorteil der *grounded theory* liegt im abduktiven und offenen Vorgang der Datenerhebung. Das gleichzeitige codieren und analysieren ermöglicht Flexibilität und die direkte Miteinbeziehung von Lernprozessen während jeder Stufe der Datenerhebung und Analyse. Zu jedem Zeitpunkt der Forschung kommt dabei ein „kontinuierlicher Dialog zwischen theoretischen Vorannahmen und den gewonnenen Daten [zustande], gleichsam „eine[r] spiralförmige[n] Hin- und Herbewegung.“<sup>32</sup>

So konnte ich beispielsweise meinen Interviewleitfaden bei jedem Interview etwas anpassen, Unklarheiten beseitigen oder individuelle Schwerpunkte setzen. Vor allem während der Datenerhebung habe ich von diesem ständigen Lernprozess Gebrauch gemacht, besonders für das Vernetzen von Inhalten aus unterschiedlichen Quellen.

Die drei Analyseschritte, *open coding*, *theoretical coding* und *selective coding* der

---

<sup>29</sup> Informationen zu den zwei Armenvierteln sind im Anhang dieser Arbeit zu finden.

<sup>30</sup> Seltene Beispiele wo die Meinungen dieser Menschen explizit erforscht wurden sind „Time to listen“ von Anderson, Brown und Jean, die Empfänger von Entwicklungshilfe nach ihren Meinungen befragt haben oder „Blickwechsel“, wo Meinungen in Entwicklungsländern zu deutschen Freiwilligen dokumentiert wurden.

<sup>31</sup> Peter Alheit (1999): *Grounded Theory*. S. 2.

<sup>32</sup> Ebd. S. 3.

*grounded theory*, haben das Erstellen, Analysieren und Abstrahieren von Codes, Kategorien und deren Beziehung untereinander ermöglicht.<sup>33</sup>

Die Interviews -geleitet durch einen semi-strukturellen Leitfaden- waren qualitativ ausgerichtet um Flexibilität, Tiefe und Diversität zu gewährleisten. Die Interviews erlaubten mir, neben der Verwendung von theoretischen Konzepten und wichtiger akademischer Literatur, bisher unbekannte Aspekte zu erfassen und lokale Meinungen und Sichtweisen der Menschen miteinfließen zu lassen.

### 3.3.1. Stichproben

Innerhalb des begrenzten Rahmens dieser Studie war eine kohärente und sorgfältige Stichprobe unabdingbar. Um Probanden zu akquirieren und möglichst diverse Meinungen zu meinem Forschungsthema zu erhalten, habe ich eine Mischung aus „*maximum variation*“ und dem „*Schneeballprinzip*“ angewendet. Dieses Prinzip erlaubte es, eine diverse Gruppe mit Menschen unterschiedlicher Hintergründe, unterschiedlichen Alters und Geschlechts zur Interviewteilnahme zu überzeugen. Dies stellte sich als eine Grundvoraussetzung heraus um tiefe Einblicke in die persönlichen Geschichten und Schicksale der Befragten zu erlangen.<sup>34</sup>

Die sieben Teilnehmer der Einzelinterviews waren vier Frauen und drei Männer; die Altersspanne streckte sich von 29 bis 70 Jahre.<sup>35</sup> Das Durchschnittsalter von Männern und Frauen betrug 46 Jahre, 36 Jahre unter den weiblichen Probanden und 58 Jahre unter den männlichen Probanden.<sup>36</sup> Die Probanden wohnten seit drei bis zwölf Jahren, durchschnittlich seit sieben Jahren in den jeweiligen Gemeinden. Durch die Bedingungen in den Vierteln leben alle Probanden nach Definition der UN daher seit

---

<sup>33</sup> Vgl: Keith Punch (2005): *Introduction to Social Research*. S. 205.

<sup>34</sup> Minderjährige Probanden wurden aus logistischen Gründen ausgeschlossen, sie haben jedoch, fasziniert von den Einwegkameras ihre Ideen durch das ein oder andere Foto miteinfließen lassen können.

<sup>35</sup> Personenprofile der Probanden sind im Anhang dieser Arbeit angeführt.

<sup>36</sup> Der große Altersunterschied lag vermutlich daran, das junge Männer tagsüber meistens außerhalb des Viertels arbeiteten waren und Frauen, oft mit Kindern zuhause einfacher für Interviews zu rekrutieren waren.

mindestens drei Jahren, in der Regel jedoch deutlich länger in einer Situation, die als extreme Armut bezeichnet wird.<sup>37</sup>

Dennoch, *maximum sampling* garantiert nicht selbstverständlich Repräsentativität, was durch die limitierte Interviewzahl im Rahmen einer Bachelorarbeit noch verstärkt wird. Da eine qualitativ ausgerichtete Bachelorarbeit jedoch selten einen Anspruch auf Repräsentativität erfüllen kann, erhoffe ich mir, dass die Ergebnisse meiner Arbeit lediglich dem Leser Einblicke ermöglichen. Weiter soll sie ein Verständnis für legitimere bottom-up Kampagnen fördern und aufzeigen wo weiteres Potential für wissenschaftliches Forschen liegt. Eine Ausweitung der Studie, auf mehr Probanden und Orte um repräsentative Ergebnisse zu gewährleisten wäre im Rahmen eines größeren Forschungsprojektes eine empirisch relevante Ergänzung zu den hier vorliegenden Ergebnissen.

### **3.3.2. Datenerhebung**

#### **3.3.2.1. Datenerhebung durch Interviews**

Meine empirische Datenerhebung und damit meine Primärquellen beinhalten sieben Einzelinterviews, ein Gruppeninterview, eine Präsentation des Viertel „El Faro“ für Fördergelder bei FonTECHO<sup>38</sup> für ein Gemeindezentrum, Feldforschung sowie vier Einwegkameras mit denen die Bewohner sich selbst und ihr Viertel fotografisch darstellen konnten. Diese Quellen sollen als vielfältige und sich gegenseitig ergänzende Daten verstanden werden, die ich in meine Analyse miteinbeziehe: „Bild und Textanalyse sind demnach nicht als konkurrierende, sondern als sich ergänzende Interpretationswege [zu betrachten.]“<sup>39</sup>

Wegen ihrer Vielfalt und ihrer Flexibilität sind Interviews für die verschiedensten Forschungssituationen in den Sozialwissenschaften beliebte Werkzeuge. Dennoch

---

<sup>37</sup> Laut Definition der UN können Menschen als in extremer Armut lebend bezeichnet werden, wenn mindestens zwei der Grundversorgungsmaßnahmen (Nahrung, sauberes Trinkwasser, Sanitäre Anlagen, Unterkunft, Zugang zu Gesundheitssystemen, Bildung und Informationen) nicht oder nicht ausreichend vorhanden ist. Dies ist der Fall in beiden Armenvierteln.

<sup>38</sup> Spendenfonds von TECHO bei denen sich die Bewohner von Armenviertel für anteilige Förderung ihrer Projektideen bewerben können

<sup>39</sup> Georg Peez (2006): *Fotoanalyse nach Verfahrensprinzipien der objektiven Hermeneutik*. S. 121.

sind sie situationsbedingt, kontextbezogen und abhängig von individuellen Persönlichkeiten.<sup>40</sup> Außerdem spielt der Bezug zum Thema und Ehrlichkeit und Vertrauen in der Interviewsituation eine wichtige Rolle.

Durch die Verwendung von einem semi-strukturellen Interviewleitfaden und einer semi-geschlossenen Methode war es möglich, Situationen und Reaktionen spontan zu interpretieren und Interviewfragen flexibel an die jeweilige Situation anzupassen. Ich konnte den Probanden Freiraum lassen auch ihre eigenen, meist sehr persönlichen Schwerpunkte im Interview zu setzen und diese bei Relevanz für meine Fragestellung in die Auswertung miteinzubringen.

### **3.3.2.2. Datenerhebung durch Fotos**

Fotos sind ertragreiche aber ambivalente Primärquellen und schließen eine ganz neue Dimensionen für die Beantwortung meiner Fragestellung mit ein: Welche Motive werden vom Fotografen gewählt? Wie werden die Menschen vom Fotografen dargestellt und wie präsentieren sie die dargestellten Menschen?

Fotografien sind Blicke auf die Welt, die wenigstens für einen Moment wahr waren und die trotz der unwiederbringlichen Ursprungssituation noch als Foto festgehalten wurden. In meinem Fall sind Fotos neben den Interviews wertvolle Primärquellen, da sie neben dem klassischen Textmaterial tiefe Einblicke in soziale Gefüge, Beziehungen und Wahrnehmungen ermöglichen.

„Fotografische Bilder wegen ihrer Vieldeutigkeit und Komplexität [...] zu vernachlässigen, hieße einen großen Bereich gesellschaftlicher Kommunikation und kollektiven wie individuellen Selbstausdrucks zu ignorieren“<sup>41</sup>

Sie visualisieren Dinge und Bedürfnisse, die unbewusst vorhanden sind, ungesagt bleiben oder nicht sofort erkenntlich sind. Die Fotos der vier Einwegkameras spiegeln wieder wie die Betroffenen der kolumbianischen Armensiedlungen sich selber und ihr Viertel wahrnehmen und wie sich und ihr Leben nach außen tragen möchten.

---

<sup>40</sup> Vgl. Keith Punch (2005): *Introduction to Social Research*. S. 176.

<sup>41</sup> Ulrike Pilarczyk, Ulrike Mietzner (2003): *Methoden der Fotografieanalyse*. S. 19.

Trotzdem ist gerade die angenommene Nähe zur Realität und des Authentischen kritisch zu betrachten. Fotos sind oft gestellt und nehmen einen Eingriff in eine natürliche Situation vor. „Fotos bilden nicht einfach Dinge, Menschen und Situationen ab; sie umgeben das Abgebildete immer mit einer Sphäre des Besonderen, des Ausgesuchten“. <sup>42</sup> Das Verhältnis von Technik und Zufall ist ambivalent: Was war geplant, überdacht, zufällig oder instinktiv?

Diese Punkte werden kritisch beleuchtet und als Herausforderung in die Fotoanalyse miteinbezogen.

Jede Kamera wurde an einen verantwortlichen Bewohner im Viertel verteilt und intern danach weitergereicht. Die Aufgabenstellung lautete festzuhalten, wie die Bewohner sich und ihr Viertel in der Öffentlichkeit durch Spendenkampagnen darstellen möchten.

### **3.3.3. Datenauswertung**

#### **3.3.3.1. Interviewauswertung**

Die Datenauswertung meiner Interviews wurde anhand eines *Minimaltranskripts* durchgeführt. Im Gegensatz zu *Feintranskripten* werden dabei nur tatsächlich gesagte Informationen verschriftlicht und nicht Betonungen, Pausen oder Tonhöhen. Ich habe mich für diese Methode entschieden um die relevantesten Aspekte der großen Materialmenge nicht aus den Augen zu verlieren und mich bei der Auswertung auf die Informationen zu konzentrieren, die besonders aussagekräftig für meine Fragestellung erschienen. <sup>43</sup>

Die Interviewinhalte habe ich nach und während des Transkribierens mit Codes versehen, um Themenfelder zu sortieren und die relevanten Inhalte für meine Fragestellung herauszufiltern. Codes wie „erfahrene Armut“, „Wahrnehmung von Armut“ oder „Ideen zur Verbesserung von Werbematerial“ sind Beispiele von Codes

---

<sup>42</sup> Burkhard Fuhs (2003): *Fotografie als Dokument qualitativer Forschung*. In: Ebd. S. 37.

<sup>43</sup> Aus Zeitgründen und dem Volumen der erhobenen Daten konnten nicht alle Teile der Interviews transkribiert werden. Die Transkribierprotokolle fokussieren sich daher auf die Antworten der Probanden und auf die inhaltliche Relevanz für die Beantwortung der Fragestellung.

an welchen ich die Aussagen meiner Probanden thematisch gesammelt und miteinander verglichen habe. Auch hier wurde von den dynamischen Hin- und Herbewegungen der *grounded theory* Gebrauch gemacht.

Um meine Arbeit und ihre Ergebnisse einer breiteren Leserschaft zugänglich zu machen, habe ich die relevantesten Stellen aus den Interviews ins Deutsche übersetzt. Durch die möglichst wörtliche Übersetzung wirken die Sätze oft steif und gestückelt. Zudem besteht die Gefahr, dass durch eine Übersetzung und die Wahl von Ausdrücken das Analyseergebnis beeinflusst haben könnte. Dem habe ich entgegen gewirkt, indem meine Analyse sich auf die spanischen Ausdrücke stützt. Die Originalzitate können dafür eingesehen werden und sind in digitaler Form dieser Arbeit beigelegt.

### **3.3.3.2. Fotoauswahl und Auswertung**

Da meine fotografischen Primärquellen bezüglich Themenfeld, Fotografen, Zeit und Ort bereits festgelegt waren, können existierende Methoden zur Fotoauswahl mir nur bedingt weiterhelfen. Aus diesem Grund habe ich selbst Kategorien zur Selektion entwickelt die subjektiv ausgewählt aber dennoch divers, nachvollziehbar und nachprüfbar sind.

In folgenden Kategorien wurden Punkte von 0-4 vergeben (0 für nicht gegeben/schlecht/nein, 4 bedeutet sehr gut/wichtig).

- 1.) Beantwortung der Fragestellung
- 2.) Aufgabenstellung beachtet
- 3.) Darstellung der Eigenschaften des Viertels
- 4.) Qualität
- 5.) Aussagekraft
- 6.) Relevanz des Kontextes
- 7.) Hintergrundinformationen bekannt
- 8.) Menschen als Hauptmotiv
- 9.) Perspektive des Fotografen relevant
- 10.) Perspektive der Fotografierten relevant

Im Anschluss wurden die Fotos mit der höchsten Punktzahl in die Analyse miteinbezogen.

Aus diesem Punkteschema habe ich die Fotos in zwei Gruppen eingeteilt: Eines mit Menschen im Vordergrund und eine zweite wo primär das Viertel dargestellt wurde. In dieser Arbeit liegt der Fokus auf der Darstellung von Menschen, da dies eine größere Relevanz für die Beantwortung meiner Fragestellung hat. Nichtsdestotrotz werde ich auch kurz darauf eingehen in welcher Art und Weise die Menschen ihr Viertel festgehalten haben.

### **3.4. Ethische Überlegungen**

Neben den Schwächen, der Validität und der Übertragbarkeit meiner Studie, welche im Kapitel 4.5 thematisiert werden, ist es wichtig ethische Aspekte meiner Feldintervention zu überdenken. Ist Vertrauen, Privatsphäre und Anonymität gewährleistet worden? Wie stark war die Intervention und welche Erwartungen habe ich vielleicht durch meine Studie vor Ort in meinen Probanden geweckt? Welche Risiken und Gefahren brachte die Studie mit sich?

Viele Bewohner aus „Manatiales de Paz“ in Medellín erinnerten sich noch an mich was mir gemeinsam mit der Begleitung durch Freiwillige sowohl Sicherheit als auch Offenheit zugesicherte. Die Familien haben einen engen Bezug zu TECHO, wovon auch ich als TECHO-Freiwillige profitieren konnte. Um Vertrauen zu gewährleisten und ehrliche, möglichst unbeeinflusste Antworten zu erhalten, habe ich die Interviews jedoch nur mit Personen durchgeführt, die ich nicht oder nur wenig vorher kannte.

Die Intervention in mein Forschungsfeld ist limitiert gewesen, da TECHO seit Jahren regelmäßig und eng mit den Gemeinden zusammenarbeitet. Ausgerüstet mit TECHO T-Shirt war ich eine von vielen Freiwilligen, die wöchentlich die Viertel besuchen. Auf der anderen Seite sind viele Bewohner Forschungsprojekte gewöhnt, da Fragebögen mit den Bewohnern immer wieder zu unterschiedlichsten Themen ausgefüllt werden.<sup>44</sup> Durch klares Erwartungsmanagement habe ich versucht die

---

<sup>44</sup> Viele der Viertel sind durch Migration entstandene illegal entstandene Siedlungen. TECHO setzt sich gemeinsam mit den Familien ein diese Viertel anzuerkennen und zu legalisieren. Besonders in

Erwartungen auf Veränderung durch meine Studie niedrig zu halten. Ich habe kommuniziert, dass die Interviews in erster Linie für die Verfassung einer wissenschaftlichen Arbeit in Deutschland verwendet werden und nur eventuell und bedingt praxisbezogene Anwendung durch die Öffentlichkeitsarbeit von TECHO Deutschland und Kolumbien findet. Dies schien auf Verständnis und Akzeptanz zu stoßen.

Außerdem habe ich Anonymität gewährleistet und stets eine mündliche Einverständniserklärung der Probanden einfordert um die Daten in dieser Arbeit und gegebenenfalls für TECHO verarbeiten zu dürfen.<sup>45</sup>

---

Medellín, werden daher regelmäßig Befragungen von staatlichen und nicht-staatlichen Organisationen durchgeführt.

<sup>45</sup> Viele der Bewohner sind Analphabeten, weshalb ich mich gegen eine schriftliche und für eine mündliche Einverständniserklärung entschieden habe. Diese sind am Ende der Interviews auf den Audioaufnahmen aufgezeichnet.

## **4. Empirie**

Betrachtet man offizielle Definitionen von Armut, so fokussieren diese sich meistens auf materielle Faktoren. Die Weltbank hat festgelegt, dass Menschen in Armut leben, wenn diese mit einem Einkommen von \$1.25/Tag oder weniger auskommen müssen; die UN setzt den Maßstab nicht nur am Einkommen fest, sondern auch am Zugang zu menschlichen Grundbedürfnissen wie Nahrung, sauberes Trinkwasser, Sanitäre Anlagen, Unterkunft, Zugang zu Gesundheitssystemen, Bildung und Informationen.<sup>46</sup>

Um zu beantworten, ob und wie die Probanden in entwicklungspolitischem Kampagnenmaterial dargestellt werden möchten, war es gewinnbringend diese Definitionen in Frage zu stellen und die individuelle Wahrnehmung von Armut meiner Probanden zu erfassen.

### **4.1. Wahrnehmung von Armut**

#### **4.1.1. Definition und Verständnis von Armut**

Zwei Trends waren bei den Antworten auf die Frage „Was bedeutet Armut für Sie?“ zu identifizieren: Auf der einen Seite beschrieben die Befragten die materielle Seite von Armut, auf der anderen Seite aber beleuchteten sie auch die mentale und körperliche Seite von Armut.

Die Antworten zu materieller Armut wurden meist bildlich beschrieben und oft an konkreten Beispielen aus dem persönlichen Leben verständlich gemacht. So auch Brenda, die Armut als alle Schwierigkeiten dieser Welt, als Hunger, Not oder keine Kleider zu haben, beschreibt.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Vgl. United Nations (1995): *Report of the World Summit for Social Development*. S. 93 ff.

<sup>47</sup> Vgl. Transkript Brenda. S. 3. Z. 98-100.

Als Desplazada<sup>48</sup> wurde diese Frau aus dem Chocó<sup>49</sup> vertrieben und lebt mit ihrem Mann und ihren vier Kindern seit sechs Jahren in einer Armensiedlung Medellíns. Ein anderer Bewohner aus *Manantiales de Paz* thematisierte die Erniedrigung, die durch die fehlenden ökonomischen Möglichkeiten und den niedrigen Lebensstandard einhergehen:

„Die Armut ist sehr hart, weil man auf diese Weise ein hartes Leben führt. Erniedrigt durch die Menschen [...]. Man lebt sehr schlecht! [...] Armut bedeutet viel Erniedrigung. [...] Das versteht man heute immer noch nicht gut, versteht man nicht gut.“<sup>50</sup>

Die Aussage des alten Mannes spielt wohl darauf ab, dass, obwohl Menschen seit geraumer Zeit versuchen Armut und soziale Ungerechtigkeit zu bekämpfen sich das Phänomen nicht erfassen und lösen lässt. Er problematisiert, dass Menschen, die eine Erniedrigung durch Armut nicht erlebt und gespürt haben, sie wohl nicht richtig nachvollziehen können und durch ihr Unverständnis, Menschen in Armut bewusst oder unbewusst erniedrigen. Weiter nennt er auch das Gefühl der Erschöpfung durch die schwierige Lebenssituation.

Eduardo aus *Isla de León* in Cartagena beschreibt die Armut als Unglück und Strafe:

„Ein Unglück. Ein Unglück, weil wir bestraft sind. Die Armut ist wie wenn du bestraft bist. [...] Wir durchleben Arbeit, wir durchleben Hunger, wir durchleben Nöte, wir haben nicht genug für dies, nicht genug für das. Immer sind wir erschöpft. [...] Nie sind wir eben komplett.“<sup>51</sup>

Er visualisiert diese gefühlte Strafe durch alltägliche Probleme und Schwierigkeiten und spricht er davon, dass man keine Arbeit oder Chancen findet. In den Vierteln existiert wohl das Sprichwort, dass die Armut ein Hundegesicht hat. Weil die akute Not in einer solchen Ausweglosigkeit mündet, dass sie Menschen verleitet schlechte Dinge zu tun und kriminell zu werden.<sup>52</sup>

---

<sup>48</sup> Durch den bewaffneten Konflikt in Kolumbien vertriebenen, meist vom Land kommenden Binnenflüchtlinge.

<sup>49</sup> Der Chocó ist ein Gebiet an der kolumbianischen Pazifikküste, in dem viele bewaffnete Gruppen agieren und viel Zwangsvertreibung stattgefunden hat.

<sup>50</sup> Transkript Carlos. S. 1. Z. 18-24.

<sup>51</sup> Transkript Eduardo. S. 4. Z. 152-157.

<sup>52</sup> Vgl. Transkript Eduardo. S. 5. Z. 217-227.

Eine Frau im Gruppeninterview in Cartagena im Gegensatz thematisierte wie stark und emotionsgeladen die Begriffe „arm“ und „Armut“ sind. Sie möchte eine Person nicht arm nennen, sondern ihren Zustand lieber durch einen Mangel oder eine Abwesenheit von bestimmten Aspekten oder Dingen beschreiben.<sup>53</sup> Die Verbindung von Armut mit einer Abwesenheit von bestimmten Aspekten trat mehrmals auf und wurde sowohl in der Präsentation als auch in den Interviews artikuliert.

„Er/sie hat nirgendwo zum schlafen... es kann ein Raum sein aus Plastik oder was auch immer, aber man hat nicht die Annehmlichkeit/den Komfort, den man zurück haben sollte: Von einem bequemeren Haus. [...] Sie haben keinen würdigen Raum, in dem sie leben können“.<sup>54</sup> „Nie, nie werden sie von dort wegkommen, aus diesem Haus aus Holz. Nie werden sie von da wegkommen, weil es sind Personen, die gerade genug für das tägliche Essen verdienen. Also reicht es nicht um dort wegzukommen. Also diese, diese Personen sind für mich die Menschen die Hilfe benötigen [...]“<sup>55</sup>

In ihrer Beschreibung beinhaltet Armut beispielsweise die Abwesenheit von einem „espacio digno“, einem menschenwürdigen Lebensraum, welches mit einem Gefühl von Wohlbefinden einhergeht. Außerdem thematisiert sie die Langfristigkeit von Armut da der tagtägliche Überlebenskampf verhindert grundlegend der Armutssituation eines Tages zu entkommen. Auch durch ihre Wortwahl „Personen die Hilfe brauchen“ wird der Begriff „arme Menschen“ oder „in Armut lebende Menschen“ erneut vermieden.

Auffallend ist wie die meisten Probanden von sich heraus eine ganz andere Art der Armut thematisierten. William teilte Armut in eine materielle und eine körperliche Armut ein. Eine materielle Armut beschrieb er als den Mangel an materiellen Dingen, was er visualisierte wie er ohne Schuhe in die Schule gehen musste und aus Scham mit den anderen Kindern nicht Fußball spielen konnte. In dessen Gegensatz stellte er körperliche Armut (psychologisch oder physisch), welche die Fähigkeit zu Arbeiten einschränkt oder nimmt. In diesem Kontext bezeichnet er einen Mensch in materiellen

---

<sup>53</sup> Transkript Gruppendiskussion. S. 2. Z. 120-124.

<sup>54</sup> Transkript Gruppendiskussion. S. 3. Z. 122-128.

<sup>55</sup> Transkript Gruppendiskussion. S. 3-4. Z. 134- S. 140.

Nöten nicht als „arm arm“, da dieser zumindest weiterhin sein Leben gestalten und verändern kann.<sup>56</sup>

Andere Probanden kamen zu ähnlichen Erkenntnissen und artikulieren eine materielle Armut und Bedürfnissen und eine spirituelle Armut des Geistes.<sup>57</sup>

„Es gibt einige Personen, die sind arm, aber weil... Wie erkläre ich das? Weil sie sich nicht um Menschen kümmern. [...] Es gibt Menschen, die möchten, dass alles auf sie zukommt und ihnen in die Hand gedrückt wird. Und so darf es nicht sein! Ja, man kann arm sein, aber steh auf! [...] Wie als ob sie, nicht aus diesem Kreislauf entkommen wollen.“<sup>58</sup>

Auch Maria José sagt: „Für mich kommt die Armut spirituell. [...]. D.h., es gibt viele Menschen die sagen „Nein, ich bin arm“, aber sie sind spirituell arm.“<sup>59</sup>

„Ich habe immer gesagt, dass die Armut nichts mit Dreck zu tun hat, nichts mit organisiert sein. Die Armut hat nichts damit zu tun, würde ich sagen. [...] [Die Armut] ist das Fehlen von Chancen. Die Armut existiert nicht nur im Strukturellen sondern auch im Bewusstsein und der Kenntnis. Mehr als alles ist es das, was es gibt. [...] Wir sind hier so in diesem Land, weil wir Analphabeten in vielen Dingen sind.“<sup>60</sup>

Die vielen Zitate zeigen wie relevant dieses letztere Verständnis und damit einhergehende die Differenzierung zwischen körperlicher und mentaler Armut in den besuchten Vierteln ist. Während die meisten Probanden individuelle Armut thematisierten, sprach Elys auch strukturelle oder institutionelle Armut an: auf der einen Seite durch ihre Aussage bezüglich dem Mangel an Berufs- und Bildungschancen, auf der anderen Seite durch den von ihr angesprochenen gesellschaftlichen Analphabetismus.

Euphorisiert durch die Präsentation und den Zusammenhalt in der Gemeinde des Viertels El Faro, versuchte sich ein Mann in der Gruppendiskussion mit einer

---

<sup>56</sup> Dies geht aus meiner Erinnerung und meinen Notizen hervor. Durch ein technisches Problem ist leider der mittlere Teil der Interviewaufnahme mit William vom 30.09.2015 verloren gegangen.

<sup>57</sup> Vgl. Transkript Eduardo. S. 3. Z. 181-182.

<sup>58</sup> Transkript Brenda. S. 3. Z. 126-133.

<sup>59</sup> Transkript Maria José. S. 3. Z. 96-98.

<sup>60</sup> Transkript Elys. S. 2. Z. 75-77; 57-60.

Negativabgrenzung von Armut: „Alles ist Engagement und Wille! Mit diesen Dingen gibt es keine Armut!“<sup>61</sup>

All diese Aussagen verdeutlichen, wie nicht nur im globalen Diskurs das Verständnis von dem was Armut bedeutet weit auseinander geht. Auch unter einer kleinen Gruppe von Menschen, die direkt davon betroffen sind, wird deutlich was für ein komplexes und schwer greifbares Phänomen Armut doch ist.

Obwohl es weltweit Bemühungen für ein inklusiveres, relatives Armutsverständnis gibt, so bleibt der Fokus dennoch weiterhin auf dem Einkommen oder anderen materiellen Aspekten. Im Gegensatz dazu lässt sich festhalten, dass das Verständnis von Armut der hier befragten Menschen eine einschränkende Lebensart impliziert und etwas, das mit bestimmten negativen Gefühlen einhergeht: Eine Strafe, ein Unglück, eine Erniedrigung, eine andauernde Unvollständigkeit durch einen Mangel oder eine Abwesenheit von bestimmten Dingen oder Aspekten, als etwas das zu Bösem verleitet, als Unwillen oder krankheitsbedingte Unfähigkeit zu arbeiten.

Das individuelle Gefühl der Armut, das mit der Andersbehandlung, der Ausschließung oder Erniedrigung einhergeht, scheint ebenfalls eine wichtige Rolle in den Erläuterungen meiner Probanden zu spielen und deutet darauf hin, dass das emotionale Gefühl von Armut einen wichtigen Teil des generellen Verständnisses von Armut meiner Probanden ausmacht.

#### **4.1.2. Wahrnehmung der eigenen Armut**

Nachdem das Verständnis von Armut unter meinen Probanden beleuchtet wurde, so ist es in diesem Kontext ebenfalls wichtig auf die individuelle Wahrnehmung von Armut einzugehen. Nehmen sich die Probanden selbst als „arm“ war? Bezeichnen sie sich als „arm“?

---

<sup>61</sup> Vgl. Transkript Gruppendiskussion. S. 5. Z. 198-199.

Auf die Frage „Erachten Sie sich selbst als eine in Armut lebende Person?“ erhielt ich verschiedene Antworten:

„Na klar. Man lebt einige Zeit in Armut.“<sup>62</sup> Carlos impliziert dabei, wie schwierig es ist aus der Armut auszubrechen und, dass man in einer solchen Situation oft verweilt. Auch Eduardo lacht und sagt: „Ob ich mich wie eine in Armut lebende Person wahrnehme? Klar!“<sup>63</sup>

Die Mehrheit der Probanden thematisierte jedoch ganz andere Aspekte:

„Wie sage ich das? Für Personen, die ich wirklich gesehen habe, fühle ich mich nicht arm. Dank Gott für das viele oder wenige, aber ich habe ein Dach über dem Kopf, ich habe einen Ort wo ich mit meinen Kindern schlafen kann; wenig, aber ich kann ihnen Nahrung geben. [...] Deshalb betrachte ich mich nicht als eine arme Person. Ich nehme mich so nicht wahr, weil ich wenigstens das Wesentliche habe. Es gibt andere Personen, die das nicht haben. Deshalb wäre es sehr ungerecht das zu sagen, wissend, dass es andere Menschen gibt, die es wirklich sind.“<sup>64</sup>

Brenda entzieht sich das Recht sich als arm zu bezeichnen und wiederholt, dass sie sich nicht als arm fühlt oder wahrnimmt, weil es ärmere Menschen gibt, denen gegenüber eine solche Aussage ungerecht wäre.

Im Gegensatz oder als Ergänzung zu seiner obigen Aussage sagt Eduardo, dass er sehr glücklich ist, weil er das Leben und viel Lebensmut hat um zu arbeiten und verschiedenen Dingen zu dienen.<sup>65</sup> Der Mann lebt mit seiner Frau in einer kleinen, dunklen selbstgebauten Hütte aus Holz, Zink und Plastik, hat keinen festen Job aber verkauft auf seinem Fahrrad Standmixer- und Reiskochereinzelteile.

Auf die Frage ob sie in einer Armutssituation lebt antwortet Elys: „In „Armut Armut“ nicht. Denn ich habe Lebenslust.“<sup>66</sup> Elys ist alleinerziehende Mutter von vier Kindern und findet trotz universitärem Abschluss keine Arbeit. Dennoch sieht sie sich nicht als „arm arm“ da sie motiviert ist voran zu kommen und weil sie die Motivation und Fähigkeiten hat ihre Situation zu verändern. Auch William hatte zwischen „arm“ und

---

<sup>62</sup> Transkript Carlos. S. 1. Z. 29-30.

<sup>63</sup> Transkript Eduardo. S. 8. Z. 328-329.

<sup>64</sup> Transkript Brenda. S. 3. Z. 112-119.

<sup>65</sup> Vgl. Transkript Eduardo. S. 6. Z. 279-280.

<sup>66</sup> Transkript Elys. S. 2. Z. 75-77.

„arm arm“ unterschieden. María José und Eduardo aus dem gleichen Viertel sehen dies ähnlich: „Ich fühle mich nicht arm, denn wenn jemand gesund ist, hat man bereits einen Reichtum.“<sup>67</sup>

„Da ist man auch reich. Zum Beispiel in der Seele, im Leben, im Herz, weil man den Lebensmut, den Willen, die Begierde und den Eifer zum arbeiten hat. Siehst du? [...] In diesem Punkt sind wir auch reich!“<sup>68</sup>

Die Aussagen auf die Frage, ob sich die Probanden selbst als arm wahrnehmen variieren und sind komplex, da kulturelle Aspekte, individuelle Persönlichkeiten und verschiedene Dimensionen von Armut hier eine Rolle spielen. Die Probanden lassen sich durch materielle Nöte als arm einordnen, sie artikulieren problematischen Lebensumstände- teilweise auf sich persönlich bezogen. Dennoch, bei der Frage ob sie sich selbst als arm wahrnehmen betonten viele Probanden einen ganz anderen Aspekt: ihre körperliche Unversehrtheit und ihren Willen voran zu kommen. Selbst wenn eingestanden wurde in Situation von Armut zu leben, so hat keiner der Probanden sich selbst als arm bezeichnet. Der wesentliche Unterschied liegt also darin die Armut auf die Situation und nicht auf den Menschen zu beziehen.

Die Gründe hierfür könnten verschiedene sein: auf der einen Seite bezeichnen sich die wenigsten Menschen selbst gerne als arm und wollen kein Mitleid für ihre Situation erregen. Gerade in den besuchten Vierteln wird viel Wert darauf gelegt nicht als arm aufzutreten. Es könnte jedoch auch bedeuten, dass „arme Menschen“ und „in Armut lebende Menschen“ zwei sehr unterschiedliche Dinge für die Probanden bedeuten. Aufgezeigt wird jedoch, wie bewusst sie sich ihrer Fähigkeiten und Motivationen sind ihr Leben aktiv zu gestalten und das dieser Reichtum nicht durch materielle Nöte ausgelöscht werden kann.

So sehr anders wirkten diese Menschen auf mich als die hilfsbedürftige Portraitierung, Inszenierung und Charakterisierung, welche wir hinter den Gesichtern aus Spendenkampagnenbildern vermuten.

---

<sup>67</sup> Transkript Maria José. S. 3. Z. 96-98.

<sup>68</sup> Transkript Eduardo. S. 4. Z. 174-177.

### **4.1.3. Die Auswirkungen des Armutsverständnisses**

Ich habe in Armensiedlungen Probanden ausgewählt um sicherzustellen, dass wirklich nur in Armut lebende Menschen<sup>69</sup> in meiner Stichprobe enthalten sind. Die Erkenntnisse dass die Probanden ihre Situation, nicht jedoch sich selbst als „arm“ bezeichnen hat gravierende Auswirkungen auf die Auswertung meiner Daten.

Obwohl ich ein Phänomen analysiere, mit dessen Umständen die Probanden alltäglich konfrontiert sind, scheinen sie sich selber nicht selbstverständlich in die Gruppe „armer Menschen“ miteinzubeziehen. Wenn sich aber die Probanden aus unterschiedlichen Gründen selber nicht als „arm“ wahrnehmen, so beantworten sie meine Fragen möglicherweise auch aus einer Außenperspektive.

Eine Außenperspektive könnte eine neue Dimension der Antworten eröffnen und Auswirkungen auf die Beantwortung der Fragestellung und die Ergebnisse dieser Studie haben. Wie möchten die befragten Bewohner selbst dargestellt werden oder wie möchten Sie, dass „arme“ Menschen dargestellt werden? Was artikulieren sie in diesem Zusammenhang und welche Faktoren spielen unterbewusst eine Rolle, die möglicherweise weder wahrgenommen, noch artikuliert werden?

## **4.2. Kontext der Fragestellung**

### **4.2.1 Vorwissen**

Entscheidend für die Beantwortung der Fragestellung ist ebenfalls das Vorwissen der befragten Probanden. Was wissen sie über Spendenkampagnen? Wie betrachten sie diese? Identifizieren Sie sich mit den dargestellten Menschen oder kennen sie gar keine Werbung in dem Kontext?

Obwohl viele der Familien kleine Fernseher haben, meist regelmäßig im Stadtzentrum unterwegs sind und trotz ihrer marginalisierten Situation die Stadt und Gesellschaft

---

<sup>69</sup> Gemessen am bereits erläuterten UN Maßstab des verhinderten oder mangelhaften Zugang der Befriedigung menschlicher Grundbedürfnisse.

reflektiert wahrnehmen, war wenigen bewusst wie in Armut lebende Menschen und für welchen Zweck durch INGOs portraitiert werden und zu welchem Zweck. Eine noch geringere Zahl wusste, dass sie selbst durch ihre Lebenssituation ebenfalls unter den Portraitierten sein könnten. Im Gruppeninterview mit sechs Bewohnern des Viertels El Faro und einigen TECHO Freiwilligen in Medellín stellte sich heraus, dass keiner der anwesenden Bewohner wusste, dass das Viertel von TECHO in der Öffentlichkeit dargestellt wird. Erstaunlicherweise haben sie nicht ein einziges Mal Werbematerial von TECHO gesehen.<sup>70</sup> Die sechs Bewohner kennen die Freiwilligen die mit Kameras im Viertel sind, sie kennen jedoch meistens nicht die Ergebnisse in Form von Fotos und Videos. Noch weniger können sie wissen mit welcher Strategie dieses Material von ihnen aufgekomen wird und auf welche Art und Weise es veröffentlicht wird.

Dennoch waren einige Bilder und Kampagnen unter den Probanden bekannt und Vorkenntnisse vorhanden. Ein Mann im Gruppeninterview schlug vor für die Öffentlichkeitsarbeit das kaputtteste Haus zu fotografieren. Er war der Meinung, dass nur etwas Hilfsbedürftiges zum Spenden anregen würde. Er wollte das älteste und instabilste Haus fotografieren, da dies etwas Lohnendes ist und zeigt was im Viertel gebraucht wird.<sup>71</sup> Dies impliziert die Vorannahme, dass Spenden nur mit traurigen, hilfsbedürftigen Bildern akquiriert werden können. Etwas später bestätigte er seine Aussage erneut und sagte, dass keiner helfen würde, wenn man die schönen Seiten des Viertels zeigt.<sup>72</sup> Auch andere Bewohner stimmten dieser Ansicht zu.

Im Gegensatz zu dieser weitverbreiteten Logik und Rhetorik von Spendenkampagnen versuchen TECHO-Freiwillige in der Praxis oft auf animierende Art und Weise Menschen zum spenden oder zum mitmachen zu begeistern. Auf die Frage einer TECHO-Freiwilligen, warum sie nicht auch die schönen Seiten des Viertels zeigen

---

<sup>70</sup> Vgl. Transkript Gruppendiskussion. S. 6. Z. 243-252.

<sup>71</sup> Vgl. Transkript Gruppendiskussion. S. 1. Z. 10-12.

<sup>72</sup> Transkript Gruppendiskussion. S. 2. Z. 71-72.

wollen antwortete ein Mann: „Weil wenn man nach einer Hilfe fragt, gilt es nicht das Gute zu zeigen. Weil sonst wird man sagen „Ah nein. Die brauchen nichts“.“<sup>73</sup>

Maria José sagt Menschen werden ohne Bildung, ausgenutzt, verzweifelt und hungrig dargestellt.<sup>74</sup>

Eine Probandin aus Medellín war vertraut mit Spendenkampagnenbildern und sagte das Menschen viel zu extrem dargestellt werden - als „mehr als arm“:

„Bilder, die ich gesehen habe, ja, sie zeigen sie zu extrem... mehr als arm, würde ich sagen. [...] Mir, also mir scheint es nicht richtig. Ja sie sind arm, aber [...] das es anders rüberkommt. Das man ein bisschen Leben und alles zeigt, obwohl sie arm sind. Stimmt's?“<sup>75</sup>

Stattdessen möchte sie, dass auch andere Aspekte außer der Armut, z.B. Ausschnitte des Lebens gezeigt werden. Durch dieses Zitat verdeutlicht sie, dass ihr die aktuelle Darstellung missfällt und, dass das gleiche Ziel vielleicht auch anders erreicht werden könne. Außerdem sagt sie, dass im Gegensatz zu Entwicklungsländern in Industrieländern Armut und „schlechte“ Dinge nicht gezeigt werden: „[...] [I]n einigen Ländern, die industrialisiert sind, gibt es Armut. Nicht so viel wie hier in Kolumbien, aber trotzdem. Aber die Industrieländer zeigen nur die schönen Seiten. Sie zeigen nicht die schlechten Seiten.“<sup>76</sup> Dies ist besonders im Kontext des Kapitels 2.2. zu betrachten in dem die Rolle der Macht zum Sprechen thematisiert wurde. Auch Elys thematisiert, dass man oft glaubt schöne Teile eines Landes zu sehen aber, dass dies nicht immer die Realität reflektiert.<sup>77</sup>

Um Daten besser vergleichen zu können, habe ich meinen Probanden aus einer Liste mit 15 Adjektiven<sup>78</sup> auswählen lassen, wie sie glauben, dass Menschen aktuell dargestellt werden.

---

<sup>73</sup> Transkript Gruppendiskussion. S. 4. Z. 161-162.

<sup>74</sup> Transkript Maria José. S. 5. Z. 224.

<sup>75</sup> Transkript Brenda. S. 7. Z.280-283.

<sup>76</sup> Transkript Brenda. S. 8. Z. 311-314.

<sup>77</sup> Vgl. Transkript Elys. S. 3. Z. 108.

<sup>78</sup> Siehe Fragebogen im Anhang. Hier wurden nur die Eigenschaften aufgelistet, die mindestens zwei Mal genannt wurden.



Abbildung 1: Wahrgenommene Darstellung von Armut

Die Auswertung in Abbildung 1 zeigt, dass meine Probanden ganz unterschiedliche Dinge wahrnehmen, jedoch die Darstellungen eher negativ belastet werten.<sup>79</sup> Dennoch hat weitestgehend eine kritische Reflektion gefehlt, da grundlegendes Wissen und problematische Aspekte unbekannt waren. Antworten auf diese Auswahl waren daher intuitiv und spontan und nur selten wurde ihre Auswahl mit Beispielen oder Begründungen untermauert. Nichtsdestotrotz lässt sich festhalten, dass auch unter den Befragten die Meinung vorherrscht, dass Menschen eher mit negativen, hilflosen Attributen dargestellt werden. Positive Aspekte wie stark, kreativ und glücklich werden dennoch von zwei von sieben Probanden gewählt. Sie skizzieren daher eine Landschaft von eher tristen aber nicht ausschließlich negativ belasteten Bildern.

Diese Annahmen sind vermutlich geprägt durch das Umfeld und die Erfahrungen der Bewohner. Probanden, die durch eigenes Engagement oder erhaltene Hilfen positive Erfahrungen mit NGOs gesammelt haben, sehen der Öffentlichkeitsarbeit von NGOs generell weniger kritisch entgegen als solche, die schlechte Erfahrungen gemacht

---

<sup>79</sup> Eine Probandin hat meine Fragestellung leider kaum verstanden, war sehr unkonzentriert und abgelenkt, weshalb ich ihren Fragebogen hier nicht miteinbezogen habe.

haben.<sup>80</sup> Deshalb ist es wichtig zu berücksichtigen ob die Probanden Öffentlichkeitsarbeit von NGOs in der Praxis mitgestalten.

#### **4.2.2. Partizipation in der Praxis**

Aus den Interviews, sowie durch meine jahrelange Erfahrung im entwicklungspolitischen Bereich wurde deutlich dass die Bewohner die Öffentlichkeitsarbeit von NGOs in der Praxis nicht mitgestalten. Während sie die tatsächliche Projektarbeit der Viertel aktiv mitgestalten, so sind es meist nur die Kinder, die ab und zu ein paar Fotos mit den Kameras der Freiwilligen schießen. Welche Fotos, Slogans und Videos mit welcher Strategie und für welche Kampagnen verwendet werden, können die betroffenen Bewohner in der Regel selber nicht beeinflussen.

Auf die Frage ob Personen aus Islá de León die mediale Darstellung beeinflussen antwortete Maria: „Nein. Ich glaube nicht.“<sup>81</sup> Maria José erwiderte: „Ein paar, aber es sind Wenige und Ausgewählte. Ich nicht.“<sup>82</sup> Brenda kommt zu einem ähnlichen Schluss und sagt das die Bewohner die Darstellung nicht beeinflussen: „Nein. Hier nicht. Hier schießen sie ein Foto und wenn es raus ist, ist es raus. Die Menschen ... daher also nicht!“<sup>83</sup>

Die Antworten der Befragten, wer dann die mediale Darstellung dieser Viertel beeinflusste bezog sich nicht nur auf NGOs, sondern auch auf Politiker, Journalisten u.ä.: „Diese Personen, welche die Fotos auswählen [...], es scheint mir, als könnten es die Bürgermeister, die großen Regierungen, die Administratoren, die... hm, vielleicht diese Personen sein.“<sup>84</sup> Brenda sagt: „Es wird die Presse sein, weil das sind die, die die Geschichten und alles aufnehmen. Sie entscheiden die Zufälligkeit[...]“.<sup>85</sup> Auch

---

<sup>80</sup> Carlo, der noch nie mit NGOs gearbeitet hat, war beispielsweise sehr viel kritischer als andere und wollte zu Beginn nicht am Interview teilnehmen, da er uns für Vertreter der Regierung hielt.

<sup>81</sup> Transkript Maria. S. 3. Z. 108.

<sup>82</sup> Transkript Maria José. S. 5. Z. 209-210.

<sup>83</sup> Transkript Brenda. S. 6. Z. 254.

<sup>84</sup> Transkript Eduardo. S. 8. Z. 349-351.

<sup>85</sup> Transkript Brenda. S. 6. Z. 236-238.

María José ist der Meinung das es die Medien sind: „Die Medien. Ja, die Kommunikationsmedien. Journalisten vor allem. Immer stecken sie ihre Nase in alle Orte.“<sup>86</sup>

William hingegen war der Meinung, dass neben der Presse auch die Bewohner die Bilder mitgestalten: „Na klar! Die Gemeinde auch! Weil wenn es keine Gemeinde gibt, was werden sie... Sie können keine Nachrichten kreieren. Verstehen Sie mich?“<sup>87</sup> Später fügte er hinzu, dass beim aufnehmen von Material meist nach Erlaubnis gefragt wird und die Gemeinde je nach Situation entscheiden kann ob sie kollaboriert oder nicht.<sup>88</sup> In seinem Beispiel bezieht sich das Kollaborieren jedoch auf die Bereitschaft der Bewohner von Vorfällen zu berichten oder auf Fotos abgelichtet zu werden, nicht aber auf eine Zusammenarbeit, bei der die Bewohner die Berichterstattung nachhaltig und gleichberechtigt mitgestalten können.

#### **4.2.3. Die Auswirkungen von Vorwissen und Partizipation**

Da die meisten meiner Probanden weder regelmäßig Spendenwerbung sehen,<sup>89</sup> weniger noch in die Öffentlichkeitsarbeit von NGOs miteinbezogen werden,<sup>90</sup> ist ihnen der Diskurs zu aktuellen Problemen und Herausforderungen in westlichen Ländern kaum bekannt. Dies hat Auswirkungen auf meine Fragestellung. Wenn mit Spendenbildern konfrontiert, ist selten das Bewusstsein und Hintergrundwissen vorhanden diese auch kritisch zu reflektieren. Die Antworten meiner Probanden sind dementsprechend spontan und intuitiv. Dennoch sind es wertvolle Beiträge, die ihre Wünsche und Bedürfnisse enthalten und für die Beantwortung meiner Fragestellung, gerade wegen ihrer unmittelbaren Spontanität, relevant sind.

---

<sup>86</sup> Transkript Maria José. S. 5. Z. 194-199.

<sup>87</sup> Transkript William. S. 3. Z. 102-203.

<sup>88</sup> Als Beispiele spricht er über Mordfälle und einen Brand der 2014 große Teile des Viertels zerstörte.

<sup>89</sup> Die Probanden werden durch ihre marginalisierte Situation weniger mit Spendenwerbung konfrontiert. (z.B. Abwesenheit von Spendenplakaten in Armenvierteln.)

<sup>90</sup> Siehe Ergebnisse aus Kapitel 4.2.2.

## 4.3. Forschungsfrage und Antworten

### 4.3.1. Darstellungsakzeptanz

#### Möchten die Probanden in Spendenkampagnen dargestellt werden?

Wie Menschen des Globalen Südens in entwicklungspolitischem Kampagnenmaterial dargestellt werden möchten impliziert eine infrage zustellende Grundannahme: Möchten in Armut lebende Menschen überhaupt durch die Medien repräsentiert werden und in entwicklungspolitischem Werbematerial zu sehen sein?

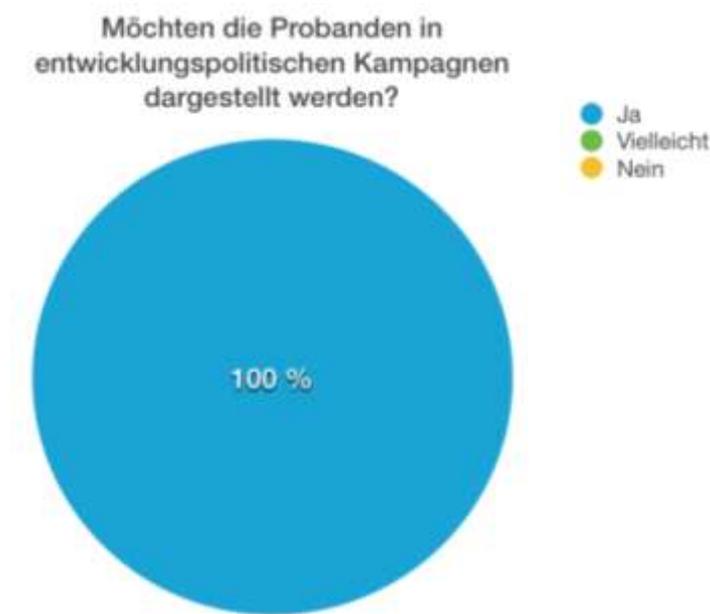


Abbildung 2: Darstellungsakzeptanz

Auch wenn die hier verwendete Stichprobe im Kontext der Gesamtheit an in Armut lebenden Menschen des Globalen Südens nicht repräsentativ ist, so sind die Antworten doch aussagekräftig: Alle Probanden wollen als Teil der Gesellschaft durch die Kommunikationsmedien in der Öffentlichkeit dargestellt werden und auch in entwicklungspolitischem Kampagnenmaterial. Wie aus den Einzelinterviews hervorgeht, sind alle sieben Probanden bereit persönlich in entwicklungspolitischem Werbematerial portraitiert zu werden, solange es einen legitimen Zweck erfüllt und beispielsweise durch Spendenakquise ihrem Viertel oder anderen bedürftigen Menschen zugute kommt.

Neben vielen „sí’s“ und „claro’s“ meiner Probanden antwortete Eduardo auf die Frage ob er in entwicklungspolitischem Kampagnenmaterial dargestellt werden

möchte: „Logisch, logisch, logisch. [...] Also ja! Warum nicht? Wenn es der Armutsbekämpfung zugute kommt“.<sup>91</sup> Auch Elys bestätigt das „Für die guten Dinge, na klar! Wenn es sich um prosperierende Dinge handelt. Also um irgendeinen Gewinn für uns zu erzielen“.<sup>92</sup> Auch Brenda kam zu einer ähnlichen Konklusion: „Ah na klar! Hör zu, für eine Wohltat für das Viertel: Ja! Weil ich will/brauche, dass dieses Viertel hier rauskommt! Das es sich nach vorne bewegt!“<sup>93</sup>

Hier zeigt sich, dass die Bewohner dieser Thematik offen gegenüber stehen und sogar bereit sind selbst dargestellt zu werden um sich für ihr Viertel- oder gegen Armut in anderen Orten einzusetzen. Der Eindruck, dass Menschen gerne fotografiert und dargestellt werden, wurde durch meine Beobachtungen im Feld bestätigt. Auch auf den Einsatz von Einwegkameras, haben die Bewohner erfreut reagiert und tatkräftig begonnen zu fotografieren und sich fotografieren zu lassen.

### **4.3.2. Darstellungsmotive**

#### **Was und wen möchten die Bewohner darstellen?**

Um herauszufinden, was und wen die Menschen aus ihrem Viertel darstellen möchten war es hilfreich die Fotos der vier Einwegkameras auszuwerten. Die Fotografen erhielten die Aufgabe ihr Viertel so zu fotografieren wie sie es nach außen darstellen möchten, aber auch in einer Art und Weise, dass die Bilder für die Spendenakquise verwendet werden könnten.

---

<sup>91</sup> Transkript Eduardo. S. 9. Z. 406.

<sup>92</sup> Transkript Elys. S. 2. Z. 90-91.

<sup>93</sup> Transkript Brenda. S. 6-7. Z. 262-264.

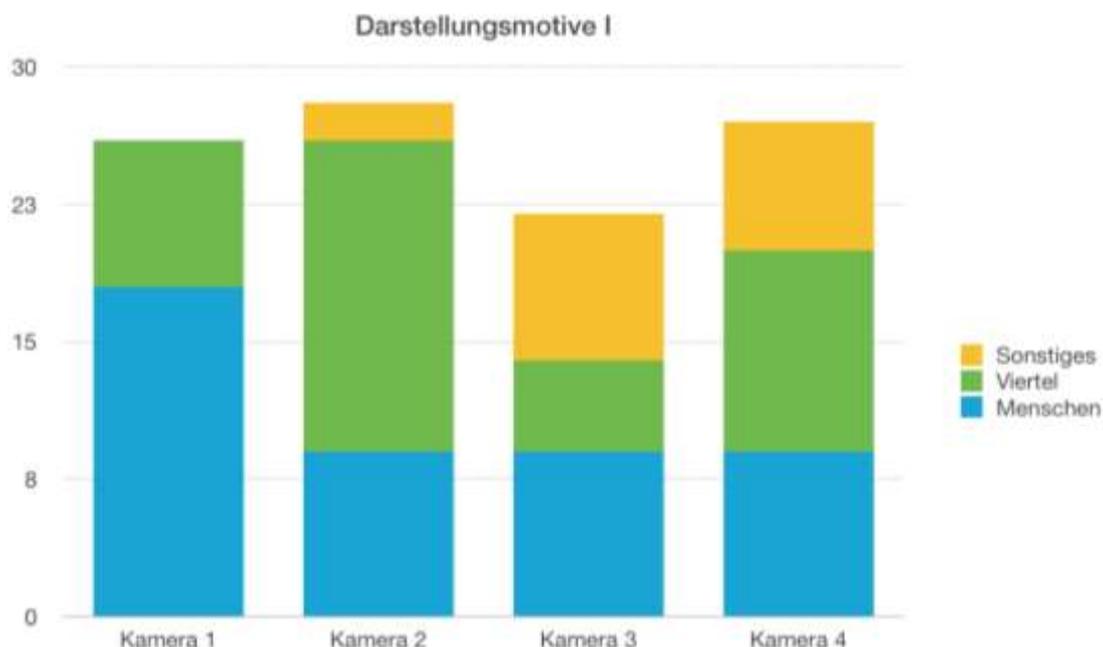


Abbildung 3: Darstellungsmotive I

Wie auf der Abbildung 3 zu sehen ist, sind Menschen und das Viertel, inklusive Häuser und Straßen ähnlich oft abgebildet. Während Menschen auf Kamera 1 und 3 das häufigste Fotomotiv bilden, ist auf den Kameras 2 und 4 das Viertel öfter dargestellt.<sup>94</sup> Von insgesamt 104 Fotos<sup>95</sup> stellen Menschen mit 45 Bildern das häufigste Hauptmotiv dar, dicht gefolgt von den meist äußerlichen Abbildungen des Viertels, welches in 41 Fällen das Hauptmotiv darstellte. Die Kategorie Sonstiges fällt, bis auf bei Kamera 3 relativ klein aus und beinhaltet Landschaftsbilder, Fußballposter, religiöse Abbilder oder Pflanzen. Die Ergebnisse von Kamera 3 sind verzerrt, da die Söhne ihrer Mutter die Kamera verwendet haben und die Fragestellung kaum beachtet haben.

Aus Grafik 3 lässt sich festhalten, dass die Fotografen und die fotografierten Menschen sowohl die Bewohner als auch das Viertel nach außen darstellen möchten.

---

<sup>94</sup> Je Viertel bildeten auf je einer Kamera Menschen und einmal das Viertel das Hauptdarstellungsmotiv

<sup>95</sup> Pro Kamera wurden unterschiedlich viele Fotos entwickelt: 1. Kamera= 26 Fotos, 2. Kamera= 28 Fotos, 3. Kamera= 27 Fotos und 4. Kamera= 23 Fotos. Während eine Fotoauswahl im Anhang zu finden sind, sind alle entwickelten Fotos in digitaler Form dieser Arbeit beigelegt.

Das Verhältnis scheint relativ ausgeglichen, obwohl Menschen etwas öfter als Motiv gewählt werden.<sup>96</sup>

Auffällig ist jedoch, dass obwohl vielfältige Seiten des Viertel dargestellt wurden, äußerst selten Einblicke in die Häuser durch Innenaufnahmen gewährt wurden.<sup>97</sup> Stattdessen wurden viele Häuser von außen gezeigt. Dies könnte auf der einen Seite bedeuten, dass ihnen die Innenräume nicht als Motiv einfallen oder, dass ihnen dies als irrelevant erscheinen. Es könnte aber ebenfalls bedeuten, dass sie bewusst keine Einblicke in die Innenräume ihrer Häuser gewähren möchten um sich eine gewisse Privatsphäre ihres Lebensraumes zu bewahren. Ein dritter Aspekt ist, dass sich die Bewohner tagsüber wenig in ihren Häusern aufhalten, da sich das Leben in den besuchten Vierteln größtenteils auf der Straße abspielt.

Vermutlich leisten alle drei Gründe im Viertel einen aktiven Beitrag zu den Ergebnissen und haben wohl in der Kombination zu dem Ergebnis geführt das kaum Hausinnenräume gezeigt wurden.

Da Menschen sowohl auf den Kameras, als auch in aktueller Spendenwerbung das häufigste Motiv bildet, ist es sinnvoll diese Kategorie genauer zu betrachten: Welche Menschen wurden auf den Kameras dargestellt und in welcher Zusammenstellung? Um diese Frage habe ich die Fotos einer Analyse der dargestellten Menschen unterzogen.<sup>98</sup>

Wie Abbildung 4, Abbildung 5 und Abbildung 6 zu entnehmen sind, habe ich nach Geschlecht und Alter ausgewertet wie oft welche Menschen auf den Fotos zu sehen sind und in welchen Konstellationen.

---

<sup>96</sup> In vielen Fällen sind Menschen und das Viertel dargestellt. In diesen Fällen wurde ein Hauptmotiv identifiziert.

<sup>97</sup> Bis auf die Söhne von Gloria die sich hauptsächlich sich selbst im Haus fotografiert haben, gibt es nur ein Foto wo man den Innenraum eines Hauses sieht.

<sup>98</sup> Hierfür wurden alle im Anhang aufzufindenden Fotos von Menschen miteinbezogen, welche nach den Kategorien aus Kapitel 3.3.3.2. ausgewählt wurden.

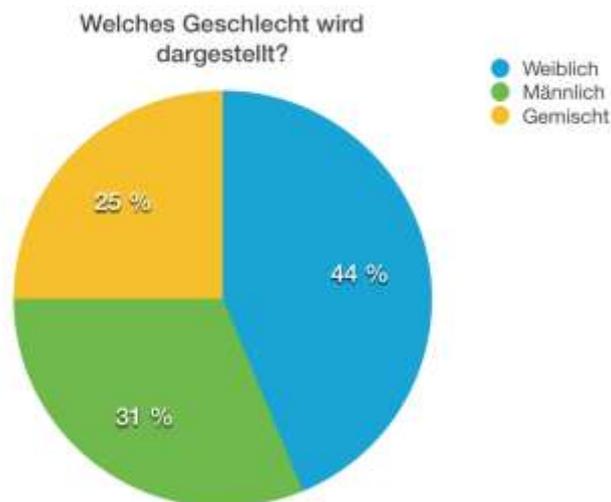


Abbildung 4: Darstellungsmotive II: Geschlecht

Wie Abbildung 4 zeigt, werden mit 44% meist weibliche Bewohner dargestellt. Männliche Personen werden auf 31% der Fotos gezeigt, während die gemischte Kategorie mit 25% ausfällt. Dies könnte widerspiegeln, dass Frauen tagsüber öfters im Viertel anzutreffen waren, meist im Besitz der Kameras waren und eine Vielzahl der Bewohner weiblich sind.<sup>99</sup>

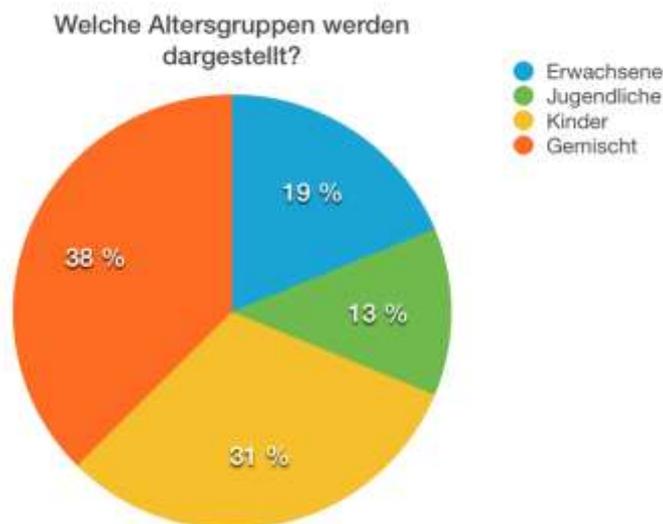


Abbildung 5: Darstellungsmotive III: Alter

Auch aus dem Alter der Fotografierten Menschen waren interessante Dinge zu entnehmen. Neben der gemischten Motivauswahl (38%), fiel auf, dass Kinder mit

---

<sup>99</sup> Dies trifft für Manantiales de Paz zu, Vgl. Informationen zu den Vierteln im Anhang, könnte aber auch in Isla de León der Fall sein.

31% die am häufigste fotografierte Gruppe darstellte. In 19%% der Fälle wurden Erwachsene als Motiv ausgewählt und Jugendliche in 13%. Jugendliche wurden am seltensten fotografiert und nur ausgesprochen selten in Kombination von anderen Altersgruppen.<sup>100</sup>

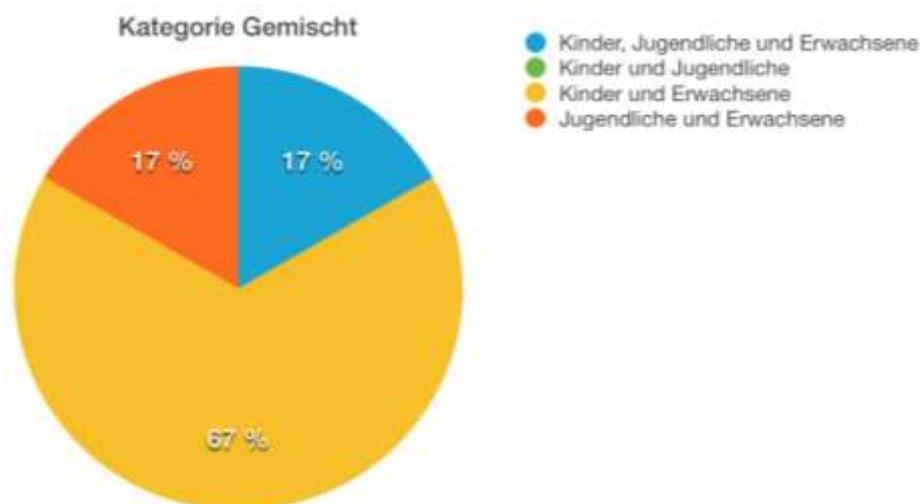


Abbildung 6: Darstellungsmotive IV: Kategorie Gemischt

Außer einmal waren Kinder in jeder Kombination der Kategorie „Gemischt“ anwesend, außerdem wurden nur einmal Kinder, Jugendliche und Erwachsene Zusammen abgelichtet. In fast allen Fällen der Kategorie Gemischt wurden daher Erwachsene (meist Frauen) zusammen mit Kindern gezeigt. Auch dies beleuchtet bereits thematisierte geschlechterspezifische Rollen- und Familienverhältnisse der Viertel.

### 4.3.3. Darstellungsmedium

#### **Durch welches Medium möchten die Probanden dargestellt werden?**

Um die Frage zu beantworten, wie Probanden kolumbianischer Armenviertel in entwicklungspolitischen Kampagnenmaterial von NGOs dargestellt werden möchten,

---

<sup>100</sup> Eine alleinige Auswertung der Kamera 3 hätte hier Jugendliche mehr in den Fokus gerückt. Die Söhne einer Frau aus Manantiales de Paz hatten ihr die Kamera entwendet und diese mit zahlreichen Selfies gefüllt, jedoch meine Aufgabenstellung vermutlich nicht beachtet.

war es interessant zu beleuchten welche Kommunikationsmedien unter den Probanden favorisiert wurden.

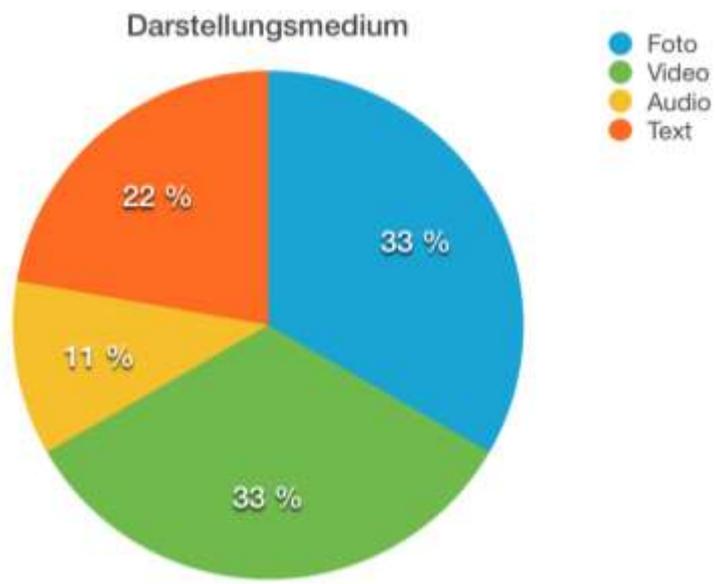


Abbildung 7: Darstellungsmedium

Wie Abbildung 7 zeigt, sind Fotos und Videos in den Einzelinterviews mit jeweils 33% das beliebteste Medium für die Darstellung in Spendenkampagnen. Es folgen Texte mit 22% und Audio mit 11%. Hierbei ist anzumerken, dass zwei Probanden von sich heraus jeweils zwei Medien angegeben haben (Video oder Audio und Foto oder Text). Diese sind hier doppelt aufgeführt. Die Kategorie Audio hatte ich nicht als Beispiel aufgeführt, es wurde aber dennoch von einer Probandin gewünscht.

Obwohl kein eindeutiger Trend zu erkennen war durch welches Medium die Probanden unbedingt oder gar nicht dargestellt werden möchten war auffällig, dass Videos und Audios eher von Probanden gewählt wurden, die sehr temperamentvoll, offen und herzlich mit mir gesprochen haben; das Medium Text hingegen eher von schüchternen Probanden bevorzugt wurde. Manche Probanden wollten selbst eine selbstbewusste und eigenständige Sprecherfunktion einnehmen, während andere eher hintergründig auftreten wollten. Auch hier zeigt sich, wie vielfältig die Bedürfnisse der Bewohner sind und wie diese mit den individuellen Persönlichkeiten der Probanden zusammenhängen.

#### 4.3.4. Darstellungsart- und Weise

##### Wie möchten die Probanden dargestellt werden?

###### 4.1.4.1. Artikulierte Darstellung

Auf die Frage, wie in Armut lebende Menschen und ihr Viertel in entwicklungspolitischem Werbematerial dargestellt werden sollten, gibt es vielfältige Wünsche, Ideen und Bedürfnisse. Generell ließen sich die Aussagen, wie auch im Rahmen der Darstellungsmotive in zwei Kategorien einteilen: auf der einen Seite beziehen sie sich auf Armut und die Lebensbedingungen der Bewohner, auf der anderen Seite auf die Darstellung der Bewohner selbst.

Viele Probanden artikulieren, dass sie die Armut und problematischen Lebensbedingungen darstellen möchten, um Spenden zu sammeln. So auch Maria José, die Hütten aus Plastik und Zink zeigen möchte, um der Welt zu zeigen, unter welchen Bedingungen manche Menschen leben müssen.<sup>101</sup>

Im Gruppeninterview kam eine Frau zu einem ähnlichen Schluss: „Ich würde zeigen was das Viertel braucht. Das sie für eine bessere Unterkunft Hilfe brauchen. Und man sollte die Personen motivieren bei den Aktivitäten mitzumachen.“<sup>102</sup> Hier bezieht sie sich nicht nur auf die Defizite des Viertels, sondern bringt eine motivierende Dimension mit hinein um Menschen für die Projekte und Aktivitäten zu begeistern. Brenda artikuliert, dass sie sich eine möglichst realitätsgetreue Darstellung von ihrem Viertel wünscht, mit all seiner Vielfalt „Das sie alles so zeigen wie es ist! Genauso, Mensch eben normal!“<sup>103</sup> Maria José kommt zu einem ähnlichen Schluss und sagt alles sollte gezeigt werden.<sup>104</sup>

Elys wünscht sich, dass darüber hinaus die persönlichen Vorstellungen und Bedürfnisse der, von den Projekten profitierenden Bewohnern dargestellt werden. Sie verdeutlicht dies am Beispiel eines Hauses. Wie stellt sich die Familie ihr zukünftiges Haus vor? Wie richtet Sie es sich ein?

---

<sup>101</sup> Vgl. Transkript Maria José. S. 6. Z. 264-266.

<sup>102</sup> Transkript Gruppendiskussion. S. 4. Z. 147-149.

<sup>103</sup> Transkript Brenda. S. 9. Z. 368-369.

<sup>104</sup> Vgl. Transkript Maria José. S. 6. Z. 264-266.

„Ich glaube, dass man die Realitäten so darstellen sollte, wie sie sind. Aber man sollte auch zeigen, dass es Personen gibt die Wünsche haben... ja, ein Haus ist am einstürzen, aber was möchte die Familie, wie stellt sie es sich vor? Also andere Sachen, nicht immer...“<sup>105</sup>

Diese Aussage impliziert eine leichte Unzufriedenheit mit aktuellen Darstellungsmustern, welche wohl immer ähnliche und einseitige Aspekte beleuchtet.

Obwohl viele Bewohner eine realitätsnahe Darstellung fordern, bleibt relativ unklar was dies genau bedeutet. Jeder Bewohner sieht sicherlich eine eigene Wirklichkeit des Viertels durch eine sehr persönliche Perspektive.

Elys wünscht sich eine Darstellungsweise, bei der nicht nur das Viertel, sondern auch die Bewohner und alle beteiligten Akteure und Freiwillige zu sehen sind.<sup>106</sup> Außerdem sollten die Bewohner glücklich dargestellt werden,<sup>107</sup> und dass sie Träume haben.<sup>108</sup>

Eduardo plädierte für eine ausgeglichene Darstellung, bei der neben Armut und Verzweiflung, Menschen als arm aber dennoch aktiv, stark und kreativ dargestellt werden.<sup>109</sup> William möchte als stark, aktiv, glücklich und am liebsten beim arbeiten gezeigt werden.<sup>110</sup> Nicht jedoch als hilflos: „Hilflos nein! Weil hier lebt man auch nicht hilflos!“<sup>111</sup>

Auch sollte gezeigt werden, wie das Viertel durch harte Arbeit der Bewohner und der NGOs entwickelt und vorrankommt, so Carlos: „Das man voran kommt, das man sich durch die Arbeit von euch (TECHO) und der Gemeinde entwickelt. [...] Aktiv, für die Zukunft der Gemeinden. Das man am arbeiten ist. Das ist für mich wichtig!“<sup>112</sup>

Auch Brenda sprach an, dass Werbekampagnen nicht nur auf die negativen Aspekte der in Armut lebenden Gemeinden eingehen sollte, sondern zeigen sollte wie kreativ, glücklich und stark die Menschen dennoch, oder gerade wegen ihrer marginalisierten

---

<sup>105</sup> Transkript Elys. S. 4. Z. 163-165.

<sup>106</sup> Vgl. Transkript Elys. S. 4. Z. 157.

<sup>107</sup> Transkript Elys. S. 3. Z. 140.

<sup>108</sup> Transkript Gruppendiskussion. S. 3. Z. 98.

<sup>109</sup> Vgl. Transkript Eduardo. S. 11-12. Z. 511-523.

<sup>110</sup> Vgl. Transkript William. S. 5. Z. 222-224.

<sup>111</sup> Vgl. Transkript William. S. 4. Z. 181-182.

<sup>112</sup> Transkript Carlos. S. 2. Z. 87-90.

Situation sind.<sup>113</sup> Sie selbst möchte Wort ergreifen und als der Mensch dargestellt werden, der sie ist: „Wie ich bin! Wie ich bin! Weil ich mag es nicht wenn man mir sagt was ich zusagen habe!“<sup>114</sup> Dies deutet darauf hin, dass sie mit einer passiven, stimmlosen Rolle in einem Werbeplakat wohl unzufrieden wäre, sondern selbst über sich und ihre Situation berichten möchte. „Ja, man weiß, dass es Dinge gibt, die man nicht sagen kann, stimmt’s? Aber das was man gerne macht, ist zu erzählen. Und nicht „Das ist das was du sagen musst“. Nein Mensch, nein! Sonst bleibt man mit dem Bedürfnis zu erzählen“.<sup>115</sup>

Während in der Gruppendiskussionen viele Bewohner wiederholt die unterentwickelten Seiten des Viertels zeigen wollten, bewunderte Ana, eine weitere TECHO Freiwillige, wie gegensätzlich die Bewohner in ihren Äußerungen während der Präsentation aufgefallen waren:

„Aber in keinen Moment während der ganzen Aktivität hattet ihr eine Durststrecke, sondern habt gezeigt wie stark [der Faro] ist. [...] Wenn TECHO nicht hilft, dann macht ihr es auch so! [...] Ihr habt gesagt „Wir haben kein Gemeindehaus. Deshalb haben wir keinen würdigen Ort um uns mit allen zu versammeln.“ [...] Aber das hat eine Minute gedauert. Stattdessen haben wir eine Stunde zugehört, wie ihr zusammenhaltet, wie ihr gemeinsam arbeitet. Warum? Damit dieses Gemeindehaus, was wir nicht haben erreicht werden kann!“<sup>116</sup>

Auch mir war aufgefallen, wie ausdrucksstark und zusammenhaltend die Bewohner für Spenden geworben haben und wie stolz sie auf das waren was sie bisher bereits erreicht hatten.<sup>117</sup> Umso überraschter war ich, wie in der anschließenden Gruppendiskussion immer wieder betont wurde, dass die ärmsten Seiten des Viertels gezeigt werden sollten. Als Begründung hieß es, dass nur durch die pessimistische Darstellung von Armut sich Spenden akquirieren ließen. In der Präsentation und durch die Fotos demonstrierten sie selber jedoch das Gegenteil: Dort wurde gerade nicht Mitleid erzeugt, sondern durch Motivation, Willenskraft und Stärke überzeugt.

Es schien ein entscheidender Unterschied präsent: Auf der einen Seite wie Bewohner

---

<sup>113</sup> Transkript Brenda. S. 7. Z. 295.

<sup>114</sup> Transkript Brenda. S. 9. Z. 367-369.

<sup>115</sup> Transkript Brenda. S. 8. Z. 334- 337.

<sup>116</sup> Transkript Gruppendiskussion. S. 3. Z. 100-103, S. 4. Z. 182-186

<sup>117</sup> Einiges des Geldes für das Gemeindezentrum haben die Bewohner bereits durch Flohmärkte und den Verkauf von T-Shirts eingenommen.

intuitiv agieren und sich präsentieren, auf der anderen Seite aber wie sie glauben wie sie dargestellt werden müssen um Erfolg bei der Spendenakquise zu haben. Die Dynamik des Gruppeninterviews ein eher negatives Bild des Viertels durch die materiellen Bedürfnisse zu zeichnen, stand jedoch auch im Kontrast zu den Aussagen in den Einzelinterviews.

Mit Hilfe einer Liste an Adjektiven wurden die Probanden in Einzelinterviews befragt, wie in Armut lebende Menschen in entwicklungspolitischem Spendenmaterial idealerweise dargestellt werden sollen.



Abbildung 8: Gewünschte Darstellung von Armut

Wie aus Abbildung 8 deutlich wird, sollen neben den problematischen Lebensbedingungen, auch die Charaktere der Bewohner wiedergespiegelt werden. Fast alle Bewohner vermieden ein ausschließlich negatives oder rein positives Bild. Dennoch wurde sichtbar, dass sich die negativen Aspekte meist auf problematische Lebensumstände bezogen, während die positiven Adjektive zahlreicher waren und den Bewohnern als Charaktereigenschaften zugesprochen wurden. Obwohl die Meinungen auseinander gingen, wollte keiner der Probanden in einer Opferrolle, als ausgenutzt, ungebildet oder hungrig dargestellt werden. Stattdessen brachten Probanden Aspekte wie aktiv, glücklich, stark und kreativ mit ein.

Zusammenfassend lässt sich daher festhalten: Während sich die Bewohner eine bedürfnisorientierte aber ausbalancierte und realitätsgetreue Darstellung des Viertels und der Armutssituation mit allen seinen Defiziten wünschen, ist ihnen wichtig, dass die Darstellung der Individuen nicht negativ belastet ist. Im Gegensatz zu den negativen Lebensumständen wird hier ein positiveres Bild der Bewohner gezeichnet: sie werden nicht nur als hilflos, passiv und verzweifelt gezeigt sondern sind in erster Linie durch positive und aktive Attribute charakterisiert.

#### 4.1.4.2. Fotografische Darstellung: Fotoanalyse- und Interpretation

Da eine ausführliche Fotoanalyse aller Fotos den Rahmen dieser Arbeit erheblich erweitern würde, möchte ich in diesem Kapitel lediglich einen Ausblick geben, welche Daten weiter analysiert werden könnten und in welche Richtung weitere Forschung relevant und ertragreich wäre.

Anhand einer Auswahl an 16 Fotos (siehe Kriterien Kapitel 3.3.5.) sollen die bisherigen Erkenntnisse untermauert oder widerlegt werden. Außerdem möchte ich analysieren, ob und in welcher Art und Weise die bereits diskutierten Stereotype aus dem Kapitel 2.1. in den Fotos der Viertel wieder zu finden sind.

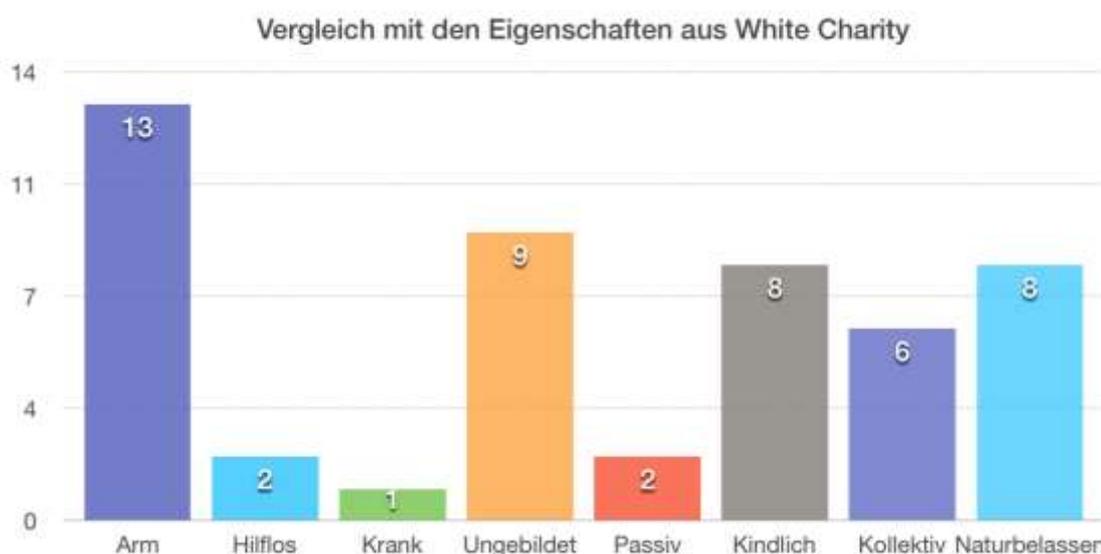


Abbildung 9: Vergleich mit den Eigenschaften White Charity

Wie Abbildung 9 zusammenfasst, lassen sich entscheidende Unterschiede aber auch Ähnlichkeiten feststellen. Wie auch auf existenten Spendenplakaten werden viele Bewohner als arm, teilweise auch als ungebildet, kindisch, kollektiv und traditionell dargestellt. Diese sind jedoch durchbrochen durch andere, gegensätzliche Aspekte welche im gleichen oder in anderen Fotos zu finden sind und die genannten Aspekte relativieren. Sie durchbrechen die Annahme eines Bildes und kreieren eine vielfältige Realität. Weiter sind einige Stereotype existenter Spendenplakatwerbung kaum oder gar nicht in den analysierten Fotos zu finden. Unter ihnen Aspekte wie Passivität, Krankheit oder Hilflosigkeit. Stattdessen werden positive Aspekte der Charaktere in den Fokus gerückt, welche die Bewohner als ausdrucksstarke und aktiv handelnde Individuen auftreten lassen.

#### **4.3.5. Veränderungsvorschläge**

Problematische Aspekte von entwicklungspolitischen Medienbildern aufzuzeigen ist ein wichtiger Beitrag. Um die aktuelle Situation jedoch nachhaltig zu verändern bedarf es weiterer Aspekte. Dazu gehört Sensibilisierung und Aufklärung, sowie Organisationen, die einen neuen Kurs einschlagen können und wollen. Während sich INGOs zwar immer häufiger freiwilligen Richtlinien, so genannten *Code of Conducts* unterziehen um besonders extreme Fälle von Rassismen und Stereotypisierungen zu vermeiden, so werden Menschen des Globalen Südens noch immer kaum in Kampagnenprozesse eingebunden.

Unter den Probanden waren folgende Ideen zu finden um entwicklungspolitische Kampagnenarbeit näher an die Bedürfnissen der Bewohner zu stellen:

Brenda gefällt es nicht, wenn Regeln auf Fotos aus irgendwelchen Vierteln festgesetzt werden.<sup>118</sup> Sie möchte nach ihren Ideen gefragt werden und aus einer Auswahl die Kampagnenfotos mit aussuchen dürfen:

---

<sup>118</sup> Vgl. Transkript Brenda. S. 9. Z. 367-369.

„Man könnte sich verschiedene Fotos die sie aufgenommen haben anschauen, sie könnten sie einem zeigen und dann [könnte man sagen]: „Dieses ja... Ah nein, dieses nicht... Dieses hat mehr Emotionen, dieses kaum, deshalb ist das hier besser.“ Stimmt's? Also so sage ich das, in meinem Konzept. Man entscheidet abhängig davon, welches Foto *wirklich* bewegt. Weil es gibt wirklich welche, die das nicht tun. [...]“<sup>119</sup>

Dabei scheint ihr besonders wichtig zu sein, dass ein Foto den Betrachter bewegt. In einem anderen Beispiel möchte sie selber die Situation der Aufnahme gestalten: „Ich würde gewisse Personen dort auf dem Fußballplatz versammeln. Redend, ich würde reden und einige Kinder anordnen die erzählen, dass sie sich wünschen das sie den Fußballplatz in Ordnung bringen. Genau so!“<sup>120</sup>

María wünscht sich, dass es ein Prozess ist der alle beteiligten Personen miteinschließt. Dabei meint sie vermutlich auf der einen Seite die Bewohner und auf der anderen Seite die Freiwilligen von NGOs wie TECHO, wie es in der Projektarbeit in dem Viertel der Fall ist.<sup>121</sup>

Auch Eduardo sagt „Ja, Ja, eine gemeinsame Arbeit!“<sup>122</sup> und thematisiert, dass Forschung betrieben werden sollte um entwicklungspolitisches Kampagnenmaterial zu verbessern. „Also zum Beispiel könnte man Forschungen und so was durchführen [...] Ja, man muss die Situation besuchen, kennenlernen und betrachten die hinter den Personen steckt.“<sup>123</sup> Damit spricht er an, dass die Menschen, die Kampagnenarbeit gestalten auch die komplexe Situation von Armut, in der so viele Menschen leben, erfassen und verstehen sollten.

---

<sup>119</sup> Transkript Brenda. S. 7. Z. 272- 276.

<sup>120</sup> Transkript Brenda. S. 8-9. Z. 347-349.

<sup>121</sup> Vgl. Transkript Maria. S. 5. Z. 233.

<sup>122</sup> Transkript Eduardo. S. 14. Z. 628. 367-339.

<sup>123</sup> Transkript Eduardo. S. 13. Z. 589-590, S. 14. Z. 618-619.

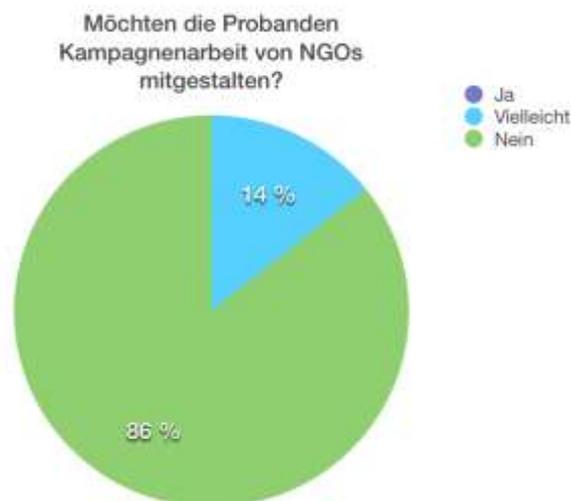


Abbildung 10: Mitgestaltungsbedürfnis

Auf die Frage ob die Probanden Interesse haben entwicklungspolitische Öffentlichkeitsarbeit mitgestalten möchten, erhielt ich, wie in Abbildung 10 zu erkennen ist fast nur zustimmende Antworten. Alle sieben Probanden wünschen sich gefragt und eingebunden zu werden und sind motiviert ihre Ideen einzubringen. Nur Maria José äußerte sich etwas zurückhaltender: „Wenn es anderen Menschen zugute kommt, vielleicht ja.“<sup>124</sup> Sie ist eine eher schüchterne Person und wirkte dennoch eher zu- als abgeneigt. Dieser Wunsch nach Miteinbeziehung sollte als ein Signal und Chance für die Akteure angesehen werden, welche die Erstellung von Werbematerial und den Diskurs aktuell gestalten.

#### 4.4. Zusammenfassung der Ergebnisse und Diskussion

Die ausgewerteten Daten zeigen, dass die hier befragten Probanden Armut in zwei verschiedene Kategorien einteilten. Auf der einen Seite artikulieren sie materielle Armut (wie Hunger, die unwürdige Wohnsituation oder Chancen- und Arbeitslosigkeit), auf der anderen Seite aber auch eine körperliche oder mentale Armut, welche den Körper und Geist betrifft und welche den Lebensmut voranzukommen einschränkt. Auffällig war, dass die in Armut lebenden Probanden

---

<sup>124</sup> Transkript Maria José. S. 5. Z. 189.

sich selbst meist nicht als arm bezeichnen. Stattdessen betonten sie ihren spirituellen und körperlichen Reichtum und die Motivation und Fähigkeit ihr Leben zu gestalten. Außerdem wurde selten das Wort „arm“ im Bezug auf eine Person verwendet sondern mit der Abwesenheit oder dem Fehlen von bestimmten Dingen umschrieben. Entscheidend war hier, dass Armut auf die Situation und Lebensumstände, nicht aber auf die individuelle Person zu beziehen.

Obwohl weder fundiertes Wissen zu Spendenkampagnen zu erfassen waren, noch die Probanden deren Entstehung beeinflussen, so zeigen die Daten dennoch, dass alle Probanden bereit sind, für einen guten Zweck portraitiert und dargestellt zu werden.

Obwohl in den Vierteln wenig Vorwissen zu entwicklungspolitischen Kampagnenmaterial existiert, so nehmen die Probanden existente Bilder eher negativ belastet, zu extrem und instrumentalisierend wahr. Sie wissen, dass dies die Spendenakquise effizient macht, aber auch, dass veröffentlichte Bilder nicht immer die Realität widerspiegeln.

Im Bezug auf die Darstellungsart und Weise haben sich dabei bestimmte Bedürfnisse herauskristallisiert: sie fordern eine möglichst realitätsgetreue Darstellung ihres Viertels und ihrer oft unwürdigen Lebensumstände. Sie wünschen sich, dass die Diversität und Vielseitigkeit des Viertels, und der Bewohner wiedergespiegelt wird und das gezeigt wird, welche Menschen und Charaktere hinter den Bewohnern stehen. Außerdem sind sie interessiert Kampagnenprozesse von NGOs mitgestalten und ihre eigenen vielfältigen Ideen in die Praxis einfließen zu lassen.

Trotz vieler Erkenntnisse bleiben viele Fragen offen. Ist die Partizipation von den dargestellten Menschen in Kampagnenprozessen von NGOs umsetzbar? Wie kann in der Praxis sichergestellt werden, dass Kampagnen sowohl inklusiv, als auch effektiv sind? Von welchen Faktoren ist dies abhängig und für welche NGOs ist dies sinnvoll angesichts unterschiedlicher Themenschwerpunkte, Ziele, Strategien und Arbeitsweisen? Wie würden sich die Darstellungen verändern und wie würde sich eine veränderte Darstellung auf das Spendenverhalten oder die gesellschaftliche Wahrnehmung auswirken?

## 4.5. Reliabilität und Validität

Forschungsprojekte sollten während ihrer gesamten Laufzeit Aufmerksamkeit und Überlegungen zu möglichen Problemen, Limitierungen und Schwächen der Forschung enthalten. Einige Probleme tauchen unerwartet während der Forschung auf, andere können im Vorhinein durchdacht, berücksichtigt oder sogar gelöst werden.

Im Rahmen der vorliegenden Studie hat die Methode der *grounded theory* erlaubt Lernprozesse kontinuierlich einzubeziehen. Vielfältige Probleme und Komplikationen wurden so gut wie möglich im Vorhinein antizipiert und Lösungsansätze erarbeitet. Dennoch sind auch Punkte offen und unklar geblieben.

Wussten die Probanden genug über das Thema um meine Fragen zu beantworten? Haben sie mir vertrauen können und ehrlich geantwortet? Hätten sie in einer anderen Situation anders reagiert? Welche vermeidbaren oder unvermeidbaren Faktoren haben bewusst oder unterbewusst bestimmte Antworten beeinflusst? In wie weit haben die Vorannahmen des Forschenden die Datenerhebung und Datenauswertung beeinflusst?

Es sind einige Beispiele, welche trotz vieler Überlegungen die Reliabilität und die Validität meiner Forschung beeinflusst haben.

Ich habe meine Arbeit kontinuierlich reflektiert, mir weiteres Wissen angeeignet und Lernprozesse einfließen lassen. Sich der Subjektivität und den Schwächen der eigenen Forschung bewusst zu sein und diese klar zu kommunizieren ist ein wichtiger Aspekt der wissenschaftlichen Arbeit.

Ein Mangel an lokalem, sprachlichem und thematischem Wissen könnte ebenfalls die Forschung beeinflusst haben. Trotz der Vertrautheit mit der kolumbianischen Kultur und dem Beherrschen des Spanischen, gab es immer wieder Wörter oder Dinge die ich nicht verstanden habe oder nachfragen musste. In Bezug auf die Interviewführung habe ich durch kolumbianische Freiwillige Unterstützung und Begleitung gesucht.

Viele Teile und Aspekte meiner Primärquellen hätten deutlicher analysiert werden können und sicherlich weitere, vertiefende Erkenntnisse hervorgebracht. Einen stärkeren Fokus auf die Fotos zu legen, eine andere Probandenauswahl zu befragen,

Pausen, Betonungen und non-verbale Kommunikation in der Interviewanalyse einzubringen sind nur einige Beispiele diese Forschung weiterzuführen. Diese Aspekte hätten jedoch das Ausmaß meiner Arbeit erheblich erweitert, was im Rahmen einer Bachelorarbeit nicht möglich gewesen wäre.

Die Repräsentativität der hier dargestellten Ergebnisse ist ebenfalls kritisch zu betrachten. Existieren doch in dem Viertel, in der Stadt, dem Land oder generell unter in Armut lebenden Menschen des Globalen Südens noch ganz andere Wahrnehmungen, Ideen und Bedürfnisse, die ich in meiner Arbeit nicht erfassen konnte. Da Bachelorarbeiten bezüglich Zeit, Geld, Kompetenz und Reichweite sehr limitierte Forschungsprojekte sind, erhoffe ich hier lediglich ein noch relativ unerforschtes Themenfeld zu behandeln, für das Thema zu sensibilisieren und durch die hier präsentierten empirischen Daten, Anregung für mehr Forschung und Anwendung in der Praxis aufzuzeigen.

## **5. Fazit**

In dieser Abschlussarbeit wurde der Frage nachgegangen ob und wie in Armut lebende Menschen des Globalen Südens in entwicklungspolitischem Kampagnenmaterial von NGOs dargestellt werden möchten. Im Rahmen dessen wurde relevante Literatur für einen theoretischen Hintergrund rezensiert und aufgezeigt inwiefern die hier bearbeitete Fragestellung den aktuellen wissenschaftlichen Forschungsstand ergänzt.

Die Relevanz des Themas ist bedingt durch einen post-kolonialen Diskurs und existente Stereotype, die durch Spendenwerbung im alltäglichen Leben immer wieder reproduziert und verfestigt werden. Die veröffentlichten Bilder unterliegen starken, globalen Beziehungen von Macht und Wissen und formen immer wieder neu wie wir uns selber und andere Menschen wahrnehmen. Aktuelle Spendenwerbung bestärkt westliche Spender in dem sie diese aktivieren und idealisieren. Im Gegensatz dazu werden Menschen des Globalen Südens als traditionell, ungebildet, unentwickelt, passiv und hilfsbedürftig darstellen; als unfähig eine Veränderung ihrer eigenen Lebensumstände zu initiieren. Dies widerspricht auf der einen Seite den komplexen Armutssituationen vor Ort als auch den vielseitigen Charakteren der Bewohner der Armensiedlungen auf der anderen Seite.

Um die genannte Fragestellung zu beantworten, wurde empirische Forschung in den kolumbianischen Armenvierteln *Isla de León* und *Manantiales de Paz* in den Städten Cartagena und Medellín durchgeführt. Dazu wurden verwendete methodische Ansätze qualitativer Datenerhebungs- und Auswertungsmethoden im Besonderen der *grounded theory* aufgezeigt und verwendet.

Die Ergebnisse der ausgewerteten qualitativen Einzelinterviews, der Gruppenpräsentation, der Diskussion und der entwickelten Kamerafotos zeigen, dass die hier befragten Probanden aus kolumbianischen Armensiedlungen nur begrenzt mit Darstellungsweisen und dessen Hintergründen vertraut sind und in den Prozess der

Kampagnenarbeit aktuell nicht eingebunden werden. Dennoch möchten sie durch die Medien und in entwicklungspolitischem Kampagnenmaterial dargestellt werden und sind ausnahmelos daran interessiert die Produkte der Kampagnenarbeit zu beeinflussen und mitzugestalten. Die Auswertung der Kameras zeigt, dass die Menschen sowohl das Viertel als auch dessen Bewohner zeigen möchten. Während die realitätsgetreuen aber dennoch sehr bedürftigen Seiten der Viertel, der Häuser und Straßen nach außen kommuniziert werden, um Aufmerksamkeit auf die Situation zu lenken und Hilfen zu generieren, so wollen die Menschen als starke Persönlichkeiten mit positiven Charaktereigenschaften dargestellt werden und nicht in erster Linie als hilflos.

Eine Balance dieser beiden Aspekte ist schwierig und subjektiv. Eine effektive Spendenkampagne zu gestalten die sowohl die Bedürfnisse der Bewohner gerecht wird, diese in die Gestaltung einbindet und gleichzeitig effektiv die Spendenbotschaft an die Empfänger richtet ist eine Herausforderung – aber eine, der sich INGOs stellen sollten. Ob und wie die Spendenbereitschaft durch eine veränderte Darstellung der in Armut lebenden Menschen im Globalen Süden in Spendenkampagnen beeinflusst wird ist ein hochinteressantes Thema, das im Rahmen dieser Arbeit jedoch leider nicht geklärt werden kann.

Aus einer moralischen Perspektive sollten Menschen die in Spendenkampagnen dargestellt werden wissen wie und zu welchem Zweck sie dargestellt werden. Aufklärung und Forschung sind hierbei erste Schritte. Weiter sollte ihnen die Möglichkeit eingeräumt werden diese Bilder mitzugestalten.

Die Auswertung der Daten dieser Arbeit lässt vermuten, dass eine inklusivere Kampagnenarbeit, die von meinen Probanden hier explizit gewünscht ist, Veränderung hervorbringen könnte. Spendenkampagnen haben die Macht Bilder und Wahrnehmungen von den Menschen zu gestalten. In diesem Fall von Menschen, die diese weder kennen, noch die Möglichkeit haben diese zu verändern. Moralisch gesehen sollte es ein Ziel sein, eine diversere und differenziertere Darstellung dieser Menschen zu ermöglichen, und Teilhabe und Partizipation zu fördern. Dies kann ein erster Schritt zu einer veränderten gesellschaftlichen Wahrnehmung sein, welche sich langfristig eventuell auf die Effektivität von Kampagnen auswirken könnte.

Trotz der vielen Beispiele die existierende Stereotype bestätigen und verfestigen, so gibt es auch Hoffnung für mehr Aufmerksamkeit und Reflexion in entwicklungspolitischer Kampagnenarbeit. Brot für die Welt hat auf Menschenbilder verzichtet und in diesem Kontext begonnen mit Bildern von Tellern zu arbeiten, TETO hat im Rahmen der Fußballweltmeisterschaft eine ausdrucksstarke, befähigende und partizipative Kampagne initiiert,<sup>125</sup> einige Organisationen trainieren ihre Mitarbeiter, erlassen und halten sich an Richtlinien.. Bilder von Elend und verhungerten Kindern auf Spendenplakaten sind heute eher die Ausnahme als die Norm. Entwicklungspolitische Akteure können und sollten hier jedoch noch stärker Stellung beziehen. “[Charity advertising] should stimulate new thinking and a sense of justice and responsibility, not provide a narcissistic escape from it.”<sup>126</sup>

Organisationen wie Glocal e.V., Rusty Radiator oder Zebrablogs, die differenziertere Berichterstattung fordern werden immer zahlreicher und finden vor allem durch die sozialen Medien Zuwachs. Videos wie “Radi-Aid“, “Who wants to be a volunteer“ oder “Adopt a Dane“ vervielfältigen sich und stellen etablierte Werte und Hierarchien in Frage. Diese Initiativen sollten unterstützt werden, sich vermehren und zunehmend Bewusstsein in der Mitte der Gesellschaft schaffen. Sie könnten darüberhinaus auch Hilfestellung anbieten und Kampagnengestaltungen begleiten.

Die Bewohner der Armenviertel *Manatiales de Paz* und *Isla de León* haben mir wertvolle Einblicke in ihre Ideen und Meinungen zu entwicklungspolitischem Werbematerial erlaubt und aufgezeigt welche Motivation und welches Potential ihre Ideen haben. Diese Meinungen sollten weiter und an anderen Orten erforscht werden um sowohl im wissenschaftlichen Diskurs als auch in der NGO Praxis der Kampagnenarbeit zunehmend Gehör und Zugang finden.

Um den Bogen zum Anfang dieser Arbeit zu schließen: “This is how we can create stories, which are not used to dispossess and to malign, but to empower and to humanise”.<sup>127</sup>

---

<sup>125</sup> Siehe TETO (2014): Anita Garibaldi. El desafío al campeón del mundo.

<sup>126</sup> Nadita Drogra (2012): *Representations of Global Poverty*. S. 193.

<sup>127</sup> Chimamanda Adichie (2009): *The Danger of a Single Story*.

## 6. Literaturverzeichnis

- Adichie, Chimamanda (2009): *The Danger of a Single Story*. TED Global.  
[Stand 20.11.2015] [http://www.ted.com/talks/chimamanda\\_adichie\\_the\\_danger\\_of\\_a\\_single\\_story](http://www.ted.com/talks/chimamanda_adichie_the_danger_of_a_single_story)  
[http://b.3cdn.net/ascend/2029fab7aa68da3f31\\_jqm6bn6lz.pdf](http://b.3cdn.net/ascend/2029fab7aa68da3f31_jqm6bn6lz.pdf)
- Airhihenbuwa, Collins; Brown, Brandon; Petros, George; Ramlagan, Shandir; Simbayi, Leickness (2006): *HIV/AIDS and 'othering' in South Africa: The blame goes on*. Health and Sexuality: An Interantional Journal for Research, Intervention and Care. Volume 8, Issue 1.
- Alam, Shahidul (2007) : *The visual representation of developing countries by developmental agencies and the western media*. Policy & Practice: A Development Education Review, Vol. 5, Autumn. S. 59-65.
- Alheit, Peter (1999): *Grounded Theory. Ein alternativer methodologischer Rahmen für qualitative Forschungsprozesse*. Göttingen. S. 1-19.  
[Stand: 06.02.2016] [http://www.global-systems-science.org/wp-content/uploads/2013/11/On\\_grounded\\_theory.pdf](http://www.global-systems-science.org/wp-content/uploads/2013/11/On_grounded_theory.pdf)
- Anderson, Mary B.; Brown, Dayna; Jean, Isabella (2012): *Time to listen. Hearing People on the Receiving End of International Aid*. CDA Collaborative Learning Projects Cambridge, Massachusetts. S. 135- 143.
- Sandra Borden (2013): *Exploiting Images of Poverty*. Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality, 28:2, S.134-137.  
[Stand: 07.04.2015] <http://dx.doi.org/10.1080/08900523.2013.784666>
- Cameron, John; Haanstra, Anna (2008): *Development made sexy: how it happened and what it means*. Third World Quarterly, Vol. 29, No. 8, 2008. S. 1475–1489.  
[Stand: 07.04.2015] <http://dx.doi.org/10.1080/01436590802528564>
- Childfund:  
[Stand: 10.12.2014] <https://www.childfund.org> <http://www.easycounter.com/report/childfund.org>
- Concern Worldwide:  
[Stand: 18.11.2015] <https://www.concern.net/en/donate/appeals/stop-hunger-children-halime>
- Crisp, Lucy (2011): *The Danger of a Single Story: How fundraising images used by INGOs continue to perpetuate racism in development*. University of London.
- Davis, Mike (2004): *Planet of Slums. Urban Involution and the Informal Proletariat*. New Left Review 26. S. 5-34.
- Dieckmann, Susanne (2011): *weiße Flecken in der antirassistischen Bildungsarbeit? Eine Analyse rassismuskritischer Bildungsmaterialien mit Methoden der Kritischen weißseinsforschung*. Universität Wien.
- Doty, Roxanne (1996): *Imperial Encounters. The Politics of Representation in North- South Relations*. 5. Band Borderlines. Minneapolis (MN): University of Minnesota Press.
- Drogra, Nandita (2012): *Representations of Poverty. Aid, Development and International NGO's*. London: I.B. Tauris & Co Ltd.
- Ehrenspeck, Yvonne; Schäffer, Burkhard (2003): *Film und Fotoanalyse in der Erziehungswissenschaft*. Leske + Budrich, Opladen. Theorie und Methodik der Film- und Fotoanalyse. S. 19-108.
- Global Vision International (GVI):  
[Stand:18.11.2015] <http://www.gvi.co.uk/volunteer-abroad/volunteer-children/>
- Fuchs, Martin (2006): *Slum als Projekt: Dharavi und die Falle der Marginalisierung*. In Ahuja, Ravi; Brosius, Christiane (2006): *Mumbai, Delhi, Kolkata. Annäherungen an die Megastädte Indiens*, Heidelberg: Draupadi Verlag. S. 47-64.
- Giles Hopkirk (1998): Challenging images of the developing world using slide photographs. Geographical Association. Vol. 23, No. 1. S. 34-35.

- Kiesel, Timo; Philipp, Carolin (2011): *White Charity*.  
[Stand: 19.11.2015 ] <http://whitecharity.de/film/>
- Kiesel, Timo; Della, Tahir (2014): *Wir befreien weltweit. Rassismuskritik und entwicklungspolitische Spendenwerbung*. [Stand:06.02.2016]  
[http://www.whitecharity.de/wp-content/uploads/Della\\_Kiesel\\_Wir-befreien-Weltweit.pdf](http://www.whitecharity.de/wp-content/uploads/Della_Kiesel_Wir-befreien-Weltweit.pdf)
- Kindernothilfe:  
[Stand: 20.11.2015] <http://www.kindernothilfe.de/kinderpatenschaft.html>
- Mawdsley, Emma (2011): *Book Review: Representations of Global Poverty*. Sage Journals. University of Cambridge, UK.  
[Stand: 18.11.2015] <http://gsp.sagepub.com/content/14/1/121.full.pdf+html>
- Nathanson, Janice (2013): *The Pornography of Poverty: Reframing the Discourse of International Aid's Representations of Starving Children*. York University. In: Canadian Journal of Communication, Vol 38 (1).  
[Stand: 18.11.2015] <http://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/viewFile/2587/2359>
- Peez, Georg (2006): *Fotoanalyse nach Verfahrensprinzipien der objektiven Hermeneutik*. In: Marotzki, Winfried; Niesyto, Horst: *Bildinterpretation und Bildverstehen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S.121-141.
- Projects abroad:  
[Stand: 20.11.2015] <http://www.projects-abroad.co.uk/volunteer-projects/teaching/>
- Roy, Ananya (2011): *Slumdog Cities. Rethinking Subaltern Urbanism*. International Journal of Urban and Regional Research 35.2. S. 223-238.
- Rusty Radiator: *Rusty and Golden Radiator Awards*  
[Stand: 05.02.2016] <http://www.rustyradiator.com/>
- Said, Edward (1979): *Orientalism*. First Vintage Books Edition.
- Sowa, Theo (2013): TED Change: *We need the voice of African Women*. In: Quinn, Andrew. (2013): *Is there any space in the development debate for African experts?*  
[Stand: 20.11.2015] <http://www.theguardian.com/global-development-professionals-network/2013/aug/23/aspem-new-voices-africa-fellowship>
- Staszak, Jean-Francois (2008): *Other/Otherness*. In: Kitchin, Rob; Thrift, Nigel (2009): *International Encyclopedia of Human Geography*, Oxford, Elsevier. Vol. 8. S. 43-37.
- Steyerl, Hito: Die Gegenwart des Subalternen. In: Spivak, Gayatri (2008): *Can the Subaltern Speak? Postkolonialität und subalterne Artikulation*. Wien: Verlag Turia + Kant.
- United Nations (1995): *Report of the World Summit for Social Development*.  
[Stand: 14.01.2016] <http://www.un.org/documents/ga/conf166/aconf166-9.htm>
- UNHCR (2015): *UNHCR country operations profile: Colombia*.  
[Stand: 20.11.2015] <http://www.unhcr.org/pages/49e492ad6.html>
- UNICEF Colombia: [Stand: 20.11.2015]  
<http://www.unicef.org.co/donar/?icid=DISP:granto:GGL:17-728x90:20150708>
- Universidad Autónoma Latinoamericana, Facultad Administración De Empresas (2013): *Documento Final Análisis Estudio Sociodemográfico Vereda Granizal Convenio Acnur*. Medellín, Colombia. S. 1-56.
- TETO (2014): Anita Garibaldi. El desafío al campeón del mundo.  
[Stand: 07.03.2016] <https://www.youtube.com/watch?v=Pt03gFeV4Pc>
- The World Bank (2013): *Poverty headcount ratio of national poverty lines. Colombia*  
[Stand: 20.11.2015] <http://data.worldbank.org/country/colombia>

## 7. Anhänge

### Personenprofile

| Name              | M/W | Alter | Wohnort & Zeit<br>MdP/IdL           | Bildung                     | Kommentar  |
|-------------------|-----|-------|-------------------------------------|-----------------------------|--|
| <b>Elys</b>       | w   | 29    | IdL seit 6 Jahren                   | Studium                     | - hat 4 Kinder<br>-Arbeitslos trotz Studium in Gesundheitsadministration                                 |
| <b>Maria José</b> | w   | 25    | IdL seit 4 Jahren                   | beendet 2016 das Abitur     | - hat 3 Kinder<br>- arbeitet als Hausfrau neben der Schule<br>- möchte Tierärztin oder Detektivin werden |
| <b>Eduardo</b>    | m   | 66    | IdL seit 3 Jahren                   | Grundschule                 | - Liebt das Land<br>- Verkauft Metalaufsätze für Küchenutensilien  |
| <b>Maria</b>      | w   | 62    | IdL seit 13 Jahren                  | 1-2 Jahre in Grundschule    | - Frau von Eduardo   |
| <b>William</b>    | m   | 39    | MdP seit 12 Jahren                  | Bis 11. Klasse              | - Binnenvertriebener<br>- liest viel die Bibel und möchte Orgel spielen lernen                           |
| <b>Carlos</b>     | m   | 70    | MdP seit 6 Jahren (seit Entstehung) | Keine Schulbildung erhalten | - Ist sehr krank, wünscht sich sehnlich wieder arbeiten zu können  |
| <b>Brenda</b>     | w   | 28    | MdP seit 6 Jahren                   | Abitur                      | - Binnenvertriebene des Chocó<br>- Engagiert sich in der „Casa de las victimas“<br>- hat 4 Kinder        |

## Informationen zu den Vierteln

|                         | <b>Isla de León, Cartagena</b>  | <b>Manantiales de Paz, Medellín</b>  |
|-------------------------|---|--|
| <b>Einwohnerzahl</b>    | 1.000 Personen  | 8.000- 10.000 Personen   |
| <b>Entstanden in</b>    | Ca. 2000-2001   | Ca. 2007-2008<br>Teile des Viertels waren jedoch lange davor vereinzelt rural besiedelt  |
| <b>Besonderheiten</b>   | Flach<br>Schlechte Infrastruktur<br>Unstabiler Boden (Sinkende Häuser, kaum Landwirtschaft möglich)   | Bergig<br>Fortbewegung besonders schwierig in der Regenzeit (Schlammhänge- und Straßen)<br>Zunehmende Projekte und Involvierung durch NGOs       |
| <b>Bewohner</b>         | Keine offiziellen Erhebungen bekannt  | 90,8% der Bewohner sind Desplazados (Binnenvertriebene) und 81% Frauen <sup>128</sup>  |
| <b>Probleme</b>         | Kein sauberes Trinkwasser<br>Infrastrukturelle Probleme (keine zementierten Straßen)<br>Unzureichend Elektrizität<br>Kaum politische Organisation und Repräsentativität | Kein sauberes Trinkwasser<br>Infrastrukturelle Probleme<br>Mangelhafter Transport<br>Unzureichend Elektrizität<br>Legalisierungsprozess im Gange |
| <b>TECHO aktiv seit</b> | 2012  | 2011   |

---

<sup>128</sup> Universidad Autónoma Latinoamericana, Facultad Administración De Empresas (2013): Documento Final Análisis Estudio Sociodemográfico Vereda Granizal Convenio Acnur. S. 9.

## Fotos

Die Fotos sind hier in zwei Teile eingeteilt. Auf der einen Seite Fotos von Menschen, die in dieser Arbeit im Vordergrund standen und auf der anderen Seite Fotos vom Viertel oder Teilen des Viertels, wie Häuser, Straßen, Einrichtung o.ä.

### Fotos von Menschen



*Foto 1: Isla de León, Kolumbien (2015).*



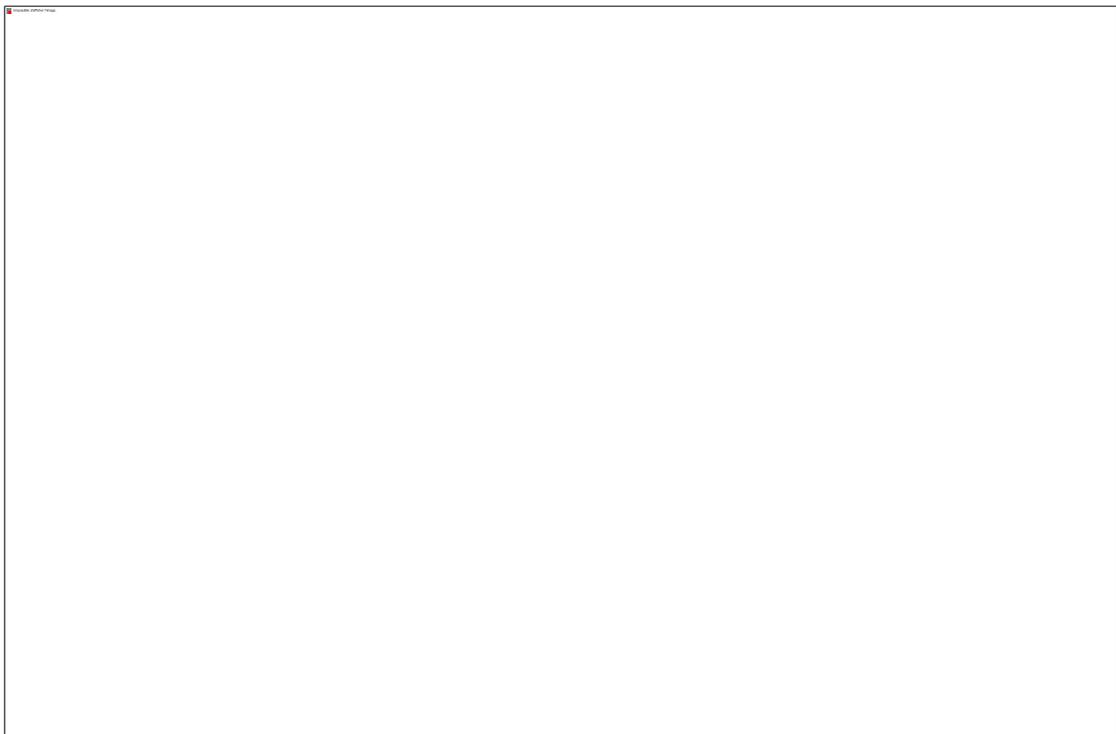
*Foto 2.: Manantiales de Paz, Kolumbien (2015).*



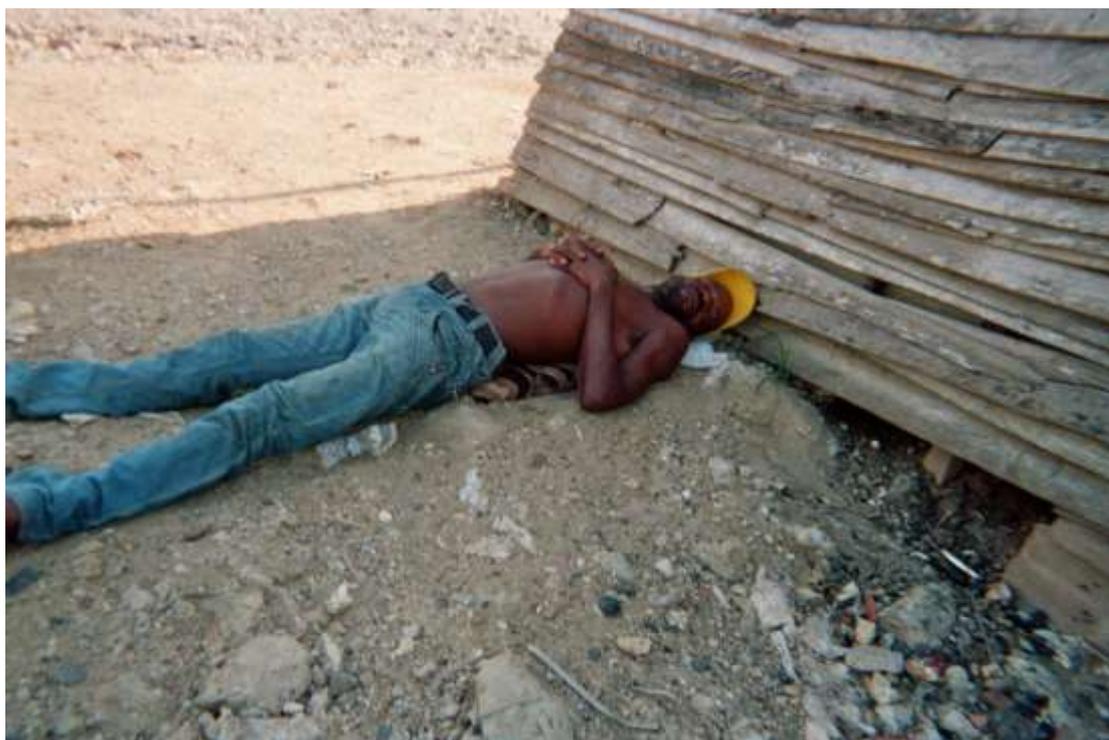
*Foto 3.: Manantiales de Paz, Kolumbien (2015).*



*Foto 4: Isla de León, Kolumbien (2015).*



*Foto 5: Manantiales de Paz, Kolumbien (2015).*



*Foto 6: Isla de León, Kolumbien (2015).*



*Foto 7: Manantiales de Paz (2015).*



*Foto 8: Isla de León, Kolumbien (2015).*



*Foto 9: Isla de León, Kolumbien (2015).*



*Foto 10: Isla de León, Kolumbien (2015).*



*Foto 11: Manantiales de Paz, Kolumbien (2015).*



*Foto 12: Isla de León, Kolumbien (2015).*



*Foto 13: Isla de León, Kolumbien (2015).*



*Foto 14: Isla de León, Kolumbien (2015).*



*Foto 15: Isla de León, Kolumbien (2015).*



*Foto 16: Isla de León, Kolumbien (2015).*

### **Fotos des Viertels**



*Foto 17: Isla de León, Kolumbien (2015).*



*Foto 18: Manantiales de Paz, Kolumbien (2015).*



*Foto 19: Isla de León, Kolumbien (2015).*



*Foto 20: Manantiales de Paz, Kolumbien (2015).*



*Foto 21: Isla de León, Kolumbien (2015).*



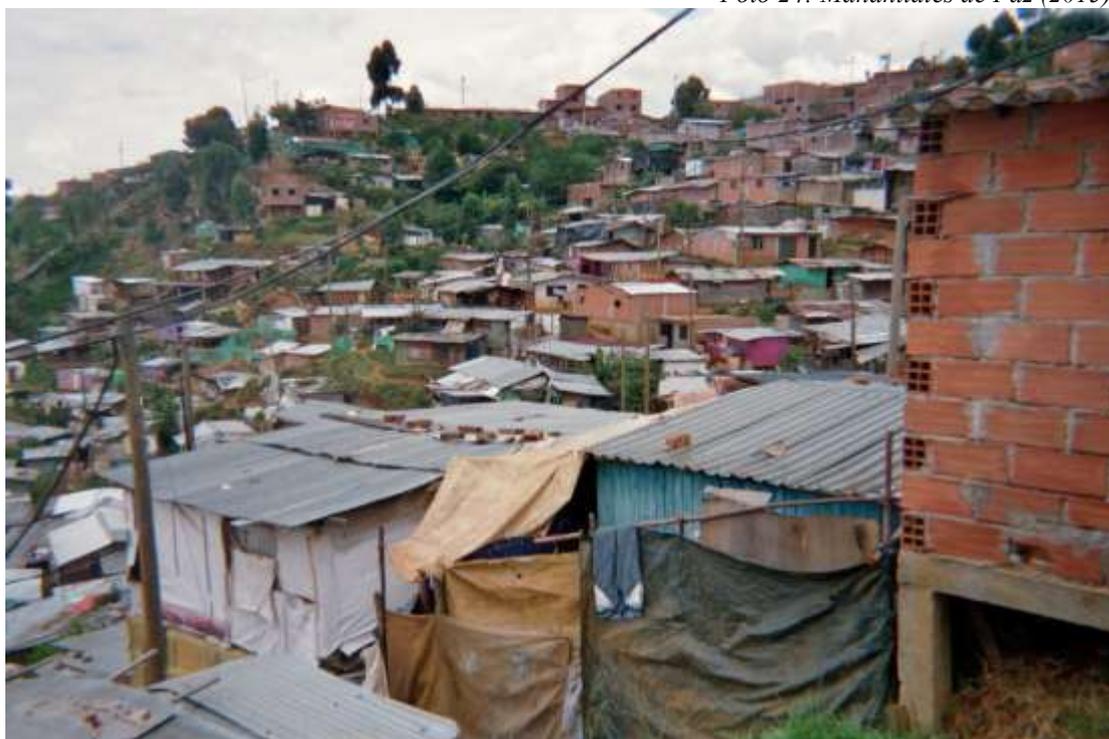
*Foto 22: Isla de León, Kolumbien (2015).*



*Foto 23: Isla de León. Kolumbien (2015).*



*Foto 24: Manantiales de Paz (2015).*



*Foto 25: Manantiales de Paz. Kolumbien (2015).*



*Foto 26: Manantiales de Paz, Kolumbien (2015).*



*Foto 27: Manantiales de Paz, Kolumbien (2015).*



*Foto 28: Manantiales de Paz (2015).*



*Foto 29: Manantiales de Paz (2015).*



*Foto 30: Manantiales de Paz, Kolumbien (2015).*



*Foto 31: Isla de León, Kolumbien (2015).*

## Zeitplan

| Phase    | Aufgabe   | Zeitraum                       |
|----------|---|--------------------------------|
| 1. Phase | Einlesen und Entwicklung von Ideen und Forschungsfragen <sup>129</sup><br>Erstellen eines Zeit- und Forschungsplans<br>Themenfindung und Betreuersuche<br>Bewerbung für finanzielle Förderung des Forschungsvorhabens | – Juli 2015                    |
| 2. Phase | Vorbereitung des Auslandsaufenthaltes<br>Planung der Kooperation mit TECHO<br>Erstellung des Interviewleitfadens<br>Erwerb von Interviewpraxis<br>Zeitplan für die Interviews und Feldforschung                       | August 2015                    |
| 3. Phase | Materialbeschaffung (Kameras etc.)<br>Interviewpartner und Begleitpersonen suchen<br>Kooperation mit TECHO<br>Datenerhebung in Kolumbien: Feldforschung und Interviews  | September –<br>Oktober 2015    |
| 4. Phase | Transkribieren der Interviews<br>Prüfungsanmeldung<br>Datenanalyse und Auswertung   | November –<br>Dezember<br>2015 |
| 5. Phase | Datenanalyse und Auswertung<br>Verfassen der Bachelorarbeit<br>Korrekturlesen<br>Abgabe   | Januar -<br>March 2016         |

---

<sup>129</sup> Dies wurde während der meisten Phasen des Forschungsprojektes fortgesetzt.

## Fragebogen

### Datos del encuestado:

Nombre:  ¿Hace cuanto vive en la comunidad?  
Edad:  Educación:   
Sexo:  Ocupación:

### 1.) Introducción:

- Cuéntanos un poco más de usted. (Características, cualidades, pasiones)
- ¿Qué es lo que más te gusta hacer/en la vida?
- ¿Cómo se ve usted in 10 años? ¿Qué quieres lograr en la vida?

### 2.) Pobreza:

- ¿Qué significa la pobreza para usted?
- ¿Qué piensa sobre personas en situación de pobreza? ¿Cómo son?
- ¿Qué cree usted que piensan las personas ricas sobre las personas pobres?

### 3.) Percepciones de pobreza (preguntas cerradas)

- Se considera usted como una persona viviendo en situación de pobreza?  
Si  No  No sé
- Has trabajado con ONGs (TECHO, Oxfam, litro de luz etc.) y como era la cooperación?  
Voluntario/a  Beneficiario/a  Otro
- ¿Quiénes crees que son los que deciden cuales imágenes o testimonios se transmitir al público al mostrar los escenarios de pobreza?  
Personas pobres  Las (ONGs)  Ambos  Otros  No sé
- ¿Crees que las personas viviendo en situación de pobreza deberían estar representados en el publico por los medios de comunicación? (para proyectos

del desarrollo, caridad, para sensibilizar la sociedad etc.)

Si  No  No sé

- ¿Quieres que organizaciones usen tu imagen para la publicidad de caridad u obras de beneficencia?

Si  No  No sé

- ¿Considera que personas en situación de pobreza están influyendo en cómo están representados por los medios de comunicación?

Si  No  No sé

- ¿Te gusta influir esto? ¿Quieres participar en el proceso?

Si  No  No sé

- ¿Cómo cree usted que son las imágenes que se están mostrando de las personas en situación de pobreza? (Elije 5)

|             |               |
|-------------|---------------|
| Pobre       | Pasivo        |
| Activo      | Sin educación |
| Desamparado | Abusado       |
| Fuerte      | Traumatizado  |
| Creativo    | Vulnerable    |
| Hambriento  | Victimizado   |
| Feliz       | Otro_____     |

- ¿Cómo deberían ser las imágenes que representan a una persona en situación de pobreza? (Elije 5)

|             |               |
|-------------|---------------|
| Pobre       | Pasivo        |
| Activo      | Sin educación |
| Desamparado | Abusado       |
| Fuerte      | Traumatizado  |
| Creativo    | Vulnerable    |
| Hambriento  | Victimizado   |
| Feliz       | Otro_____     |

#### 4.) Aspectos personales

- ¿Como de imaginas la vida de un país desarrollado? ¿Es mejor, peor y como es diferente?

- Si organizaciones quieren usar su imagen para su publicación, ¿Cómo quiere que ellos a usted lo/la representen?
  - Medio: Fotografía, Video, Texto
  - Características: hablar por si mismo, mostrar cualidades como: fuerza, creatividad, actividad, vulnerabilidad, pobreza etc.
- ¿Cuáles crees que son los escenarios e imágenes que se deben de mostrar al momento de recoger fondos (dinero) para campañas?
- ¿Si usted tenia que realizar un proyecto económico para la comunidad. Que realizarías? Como hiciera la publicidad?
- ¿Tiene ideas para mejorar las imágenes de cómo están representados las personas en situación de pobreza y de cómo es la mejor manera de incluirlos en el proceso de estar incluidos en campañas y publicidad de ONGs?

#### **5.) Uso de datos:**

- ¿Como te contaba, grabé toda la encuesta. Estas de acuerdo que uso los datos para mi investigación y de pronto para la publicidad de TECHO?
- ¿Quiere que uso los datos de manera anónima? (Quitar nombre etc.)

**Muchísimas gracias!**

## **Transkriptinformationen**

Durch die Menge an Primärquellen wurden die Protokolle als *Minimaltranskripte* angefertigt. Sie sind dementsprechend vor allem bei einer Relevanz für die Fragestellung verschriftlicht worden. Durch die Aufzeichnung in den Vierteln, wurde ich eine möglichst natürliche Umgebung bewahrt, dies ging jedoch zugunsten der Qualität. Durch Regen, Nebengeräusche und Unterbrechungen sind immer wieder einzelne Wörter oder Sätze unklar geblieben. Diese sind mit „(??)“ markiert, während für die Fragestellung nicht aussagekräftige Teile, die nicht transkribiert wurden, wurden mit „(...)“ markiert wurden.

Die Sprecher wurden mit dem ersten Buchstaben des Namens abgekürzt und sind zu Beginn des Protokolls erläutert.

Die spanisch sprachigen Transkribierprotokolle sind zusammen mit den Audiodateien auf der angehängten CD in digitaler Form dieser Arbeit beigelegt.

## **8. Eigenständigkeitserklärung**

Ich versichere hiermit, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit:

### **„Darstellungen von Armut oder Armut an Darstellungen?“**

Über die mediale Darstellung von in Armut lebenden Menschen im Kontext  
entwicklungspolitischer Kampagnenarbeit

*– Ein empirisches Forschungsprojekt über die Bedürfnisse und Ideen von  
Menschen in kolumbianischen Armenvierteln –*

selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe.  
Die Stellen, die anderen Werken dem Wortlaut oder dem Sinn nach entnommen  
wurden, habe ich in jedem einzelnen Fall durch die Angabe der Quelle, auch der  
benutzten Sekundärliteratur, als Entlehnung kenntlich gemacht.

Berlin, 08.03.2016

Ort/Datum

Helen Deacon