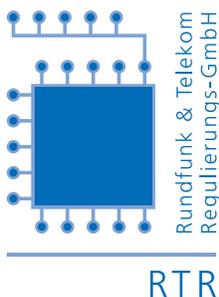


„Ich lerne mit jeder Sendung!“

Bildungsleistungen und Beiträge zum lebensbegleitenden Lernen des nichtkommerziellen Rundfunks in Österreich



„Ich lerne mit jeder Sendung!“

Bildungsleistungen und Beiträge zum lebensbegleitenden Lernen des nichtkommerziellen Rundfunks in Österreich

Mag. Helmut Peissl

Mag.^a Dr.ⁱⁿ Meike Lauggas

gefördert aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung

**Schriftenreihe der
Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH**

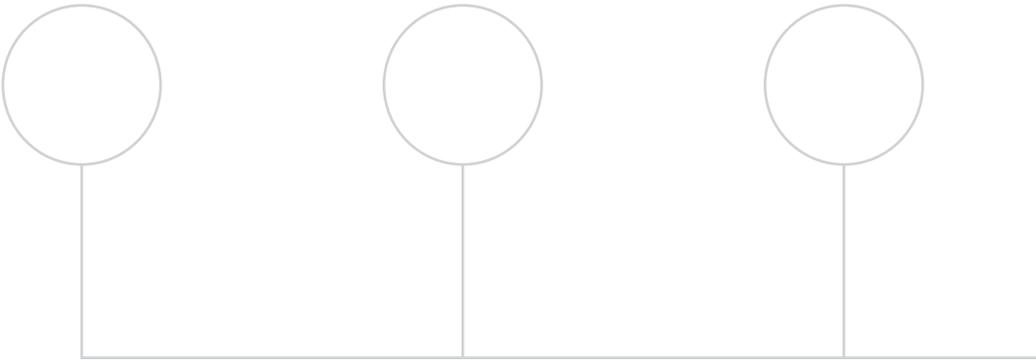
Band 2/2016

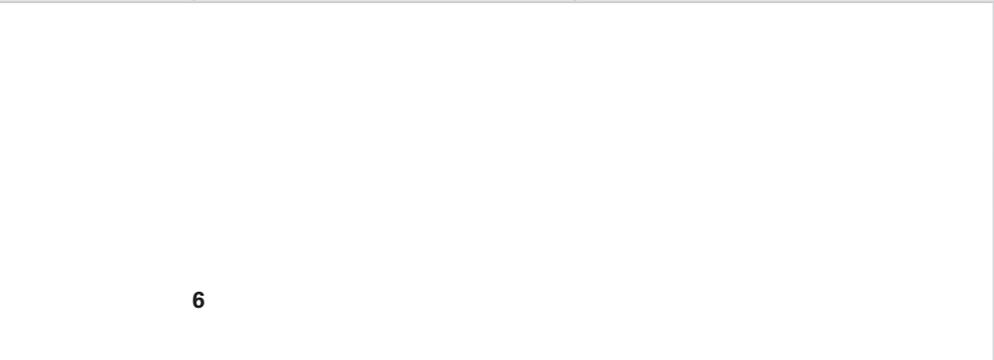


Inhaltsverzeichnis

	Vorwort der Bildungsministerin Dr. ⁱⁿ Sonja Hammerschmid _____	7
	Vorwort von Dr. Alfred Grinschgl, RTR _____	9
	Abstract Deutsch _____	11
	Abstract English _____	13
1	Einleitung _____	17
1.1	Ziele und Forschungsfragen _____	19
1.2	Bedeutung von Community Medien im internationalen Kontext _____	23
1.3	Bildung, Lernen und Schlüssel-/Kompetenzen _____	30
1.4	Forschungsstand zum Bildungserwerb in Community Medien _____	37
1.4.1	Community Medien im Kontext kritischer (Medien-)Pädagogik _____	38
1.4.2	Encoding/Decoding als Lernmodell _____	40
1.4.3	Qualität medialer Partizipation als Voraussetzung für Eigenständigkeit _____	42
1.5	Methodisches Vorgehen _____	49
2	Bildungsprogramme des nichtkommerziellen Rundfunks _____	57
2.1	Angebotserhebung für 2013 _____	57
2.2	Wahrnehmung der Angebote _____	62
2.3	Barrieren und Hürden _____	64
2.4	Wünsche und Erwartungen _____	67
3	Lernen im nichtkommerziellen Rundfunk _____	73
3.1	Umgang mit Technik _____	73
3.2	Sprechen und Sprache _____	82
3.3	Teilhabe und Auseinandersetzung _____	89
3.4	Kontaktaufnahme _____	94
3.5	Umgang mit medialen Öffentlichkeiten _____	104
3.6	Mut und Spontaneität _____	113

4	Anerkennung der Bildungsrelevanz	121
4.1	Zertifizierung und Akkreditierung von Ausbildungsprogrammen	122
4.2	Portfolios zur Kompetenzerfassung	128
4.3	Bildungsrelevanz von (ausgezeichneten) Sendungen	129
4.4	Einordnung in die acht Schlüsselkompetenzen	130
5	Zusammenfassung und Anregungen	139
6	Literatur- und Linkverzeichnis	153
7	Anhang	165
7.1	AutorInnen	165
7.2	Dank	166
7.3	Abbildungen	167
	Impressum	169





Vorwort der Bildungsministerin Dr.ⁱⁿ Sonja Hammerschmid

Die österreichische Bildungspolitik hat ein klares Bekenntnis dazu abgegeben, Strategien zum lebensbegleitenden Lernen auf allen Ebenen zu unterstützen. Unter den im Dokument „LLL:2020 – Strategie zum lebensbegleitenden Lernen in Österreich“ beschriebenen zehn Aktionslinien findet sich auch jene zur „Verstärkung von ‚Community-Education‘-Ansätzen mittels kommunaler Einrichtungen und in der organisierten Zivilgesellschaft“, zu denen die 17 nichtkommerziellen Sender in Österreich gehören. Diese bieten seit 1998 eine Plattform für all jene Bevölkerungsgruppen, die kaum Möglichkeiten haben, in der Medienlandschaft Gehör zu finden. In Freien Radios und Community TVs gestalten Menschen Medieninhalte in vielen Sprachen und erzählen aus vielen Perspektiven. Sie finden dort nicht nur den Raum für Experimente mit Radio und Fernsehen, sondern auch Lern- und Begegnungsräume, in denen sie mit ihren medialen Bedürfnissen willkommen sind und in der Gestaltung unterstützt werden.

Mit der vorliegenden Studie wurde erfolgreich der Versuch unternommen, die Bildungsleistungen nachzuzeichnen, die bei der Mitarbeit in einem Freien Radio oder einem offenen TV-Sender möglich sind. Die Ergebnisse sind überraschend umfangreich, da auch Formen von informellem Lernen auf verschiedenen Wegen einbezogen wurden. Hiermit kann schlüssig aufgezeigt werden, dass zusätzlich zur Stärkung von vorschulischen und schulischen Angeboten Aktivitäten von Erwachsenen, Jugendlichen und Kindern im Freizeitbereich ebenso lehrreich sind. Die Lernenden stehen dabei im Mittelpunkt, orientieren sich an ihren vorhandenen Kompetenzen und können mit den von ihnen selbstgewählten Inhalten an die Öffentlichkeit gehen. Dass die beteiligten Personen dabei vielfach Spaß und Freude erleben, ist eine der besten Voraussetzungen für einen unbeschwerteten und interessengeleiteten Zugang zur Erlernung neuer Fähigkeiten. Im Rahmen der selbstbestimmten Mediengestaltung lernen sie vorerst für sich, in der Folge können sie das Erlernte aber ebenso in anderen Lebensbereichen nutzen. Deshalb macht es Sinn, solche informell erworbenen Kenntnisse sichtbar zu machen. Die Bundes-



regierung arbeitet an Verfahren, solche Kompetenzen in allen Bildungssektoren anzuerkennen, um den Menschen auch beruflich etwas in die Hand geben zu können.

Die Weiterbildungsprogramme aber auch das informelle Lernen in nicht-kommerziellen Sektoren können somit als Bildungsbereiche gesehen werden, in denen die Grundprinzipien von Chancengerechtigkeit und Nachhaltigkeit optimal umgesetzt werden.

Bildungsministerin Dr.ⁱⁿ Sonja Hammerschmid

Vorwort von Dr. Alfred Grinschgl, RTR

Mut und Spontaneität in den Bildungsangeboten des nichtkommerziellen Rundfunks

Was die finanzielle Unterstützung des nichtkommerziellen Rundfunks durch die Republik Österreich – und damit auch die öffentliche Anerkennung dieser wichtigen medialen Informations- und Unterhaltungsleistungen – betrifft, brauchen wir uns vor anderen Ländern Europas in keinsten Weise zu verstecken: Nicht alle Staaten in der Europäischen Union finanzieren mit Steuermitteln „Freie Radios“ oder „Community-TV-Stationen“ und nicht alle machen das in der gleichen Höhe wie dies Österreich macht: Jedes Jahr haben wir von der RTR, einer Einrichtung der österreichischen Bundesregierung, die Möglichkeit, 3 Mio. Euro in den nichtkommerziellen Rundfunk zur Qualitätsverbesserung zu investieren.

Ein nicht unwesentlicher Teil dieser 3 Mio.– nämlich in den letzten Jahren nahezu 300.000,- Euro – förderte stets Ausbildungs- und Fortbildungseinrichtungen, Kurse und Seminare. Freilich wissen wir sowie auch alle Damen und Herren, die mit diesem Thema befasst sind, auch, dass ein wenig mehr als 3 Mio. an Förderungen dem nichtkommerziellen Rundfunk noch besser dienen würde ...

Ein sehr wesentlicher Punkt ist für mich persönlich, dass die nichtkommerziellen Sender nicht nur von den Eigentumsverhältnissen, sondern mental, ethisch und kulturell unabhängige Einrichtungen sind, die die feste Absicht haben, unterrepräsentierten gesellschaftlichen Gruppen die Möglichkeit zur medialen Mitgestaltung zu geben (siehe auch Seite 22).

Und so sind auch die Bildungsangebote eingerichtet: Natürlich gibt es auch Seminare zum Thema Interview, Moderation, Stimm- und Sprechtraining, so wie die Angebote auch bei den kommerziellen Medien ausgerichtet sind. Aber jedenfalls kommen einige Themen dazu, die man anderswo kaum findet, wie etwa „interkulturelles Medientraining“, „Workshops zu Gender Mainstreaming, Sexismus und Rechtsextremismus in der Jugendkultur“ oder „Balkan Calling – eine Woche Workshop mit Germanistikstudierenden aus Bosnien-Herzegowina und Albanien“.

Andere Formen der Ausbildung als im Mainstream sowie Mut und Spontaneität sind ganz besondere „Zuckerl“ der Ausbildung im nicht-kommerziellen Rundfunk. Für die großartige Zusammenfassung in dieser Schriftenreihe danke ich besonders herzlich Herrn Mag. Helmut Peissl sowie Frau Mag.^a Dr.ⁱⁿ Meike Lauggas. Vielen Dank auch dem Bundesministerium für Bildung für die finanzielle Unterstützung!

Alfred Grinschgl

Geschäftsführer des Fachbereichs Medien der RTR

Abstract Deutsch

In der vorliegenden Studie wurden die Bildungsleistungen und Beiträge zum lebensbegleitenden Lernen untersucht, die die rund 130 Beschäftigten und ca. 3.000 ehrenamtlichen SendungsgestalterInnen, aber auch SchülerInnen, Studierende, Lehrlinge, PraktikantInnen und weitere Personen in organisierten Fortbildungen und in informeller Weise im nichtkommerziellen Rundfunk in Österreich erwerben können. Hierfür wurden die Weiterbildungsprogramme von 2013 von elf der insgesamt 17 Freien Radios und Community TVs untersucht, weitere Daten wurden 2013 bis 2015 durch eine Online-Befragung aller in Sendern Mitwirkenden, durch Interviews mit zehn Expert_innen und durch je einen Forschungsworkshop und ein Fokusgruppengespräch generiert.

Die Ergebnisse wurden in sechs Themenfelder unterteilt, in denen Lernprozesse in Workshops aber auch in informeller Weise verdichtet stattfinden: Der Umgang mit Technik (1) ist der unmittelbar benennbarste Bereich erwerbbarer Kompetenzen, der am meisten genutzt wird und zugleich stark entmystifizierende Wirkung hat; das Mikrofon nimmt dabei besonderen Stellenwert ein, da es bestärkende Effekte auf Selbst- und Fremdwahrnehmung der Gestalter_innen bewirkt (Sprechen und Sprache, 2); wesentlich erhöhte Teilhabe und Auseinandersetzung (3) mit gesellschaftlichen Kultur-/Angeboten sowie vermehrtes eigenes Lesen und Schreiben sind Konsequenzen dieser Medienarbeit, womit auch der große Bereich der Kontaktaufnahme (4) mit anderen Menschen im Studio, in Fortbildungen, für Sendungen usw., im Speziellen auch in der Konfrontation mit Personen des öffentlichen Lebens, zusammenhängt – dabei werden Sozialkapital und soziale Kompetenzen stark ausgebaut; der Umgang mit medialen Öffentlichkeiten (5) erhält professionalisierte Herangehensweisen an fremde aber auch die eigenen Sendungsprodukte, Mut und Spontaneität (6) werden dabei besonders häufig als arbeitskonstituierende Elemente benannt, die lustvolles Lernen ermöglichen. Als (individuell und in je unterschiedlichem Ausmaß) besonders förderlich kristallisierten sich die Bedingungen heraus, ohne lange Anfahrtswege oder Ausbildung mit dem Senden unmittelbar anfangen zu können bzw. Learning by Doing; persönliche Kontakte im Sender zu haben, selbstständig und interessengeleitet frei wählen zu können, ob und was gelernt wird und inhaltliche sowie formale Freiheit bei der Gestaltung von Sendungen.

Die im nichtkommerziellen Rundfunk erwerblichen Kompetenzen entsprechen in hohem Ausmaß allen acht EU-Schlüsselkompetenzen und demonstrieren sein Potenzial als Bildungseinrichtung, was mit Praktikumsplätzen und Lehrstellen und in Kooperationen mit Bildungsträgern und Arbeitsmarktservice bereits anerkannt wird.

Mit entsprechenden Kompetenz-Zertifizierungen werden international unterschiedliche Erfahrungen gemacht, da die Heterogenität der Sendungsgestaltenden eine breite, teils widersprüchliche Ausgangssituation bewirkt: Während Portfolios oder Diplome für einige stärkende Selbstvergewisserung bedeuten, haben sie für andere die abschreckende Wirkung, sich in einer Bildungsinstitution mit all ihren Mechanismen (und Zwängen) wiederzufinden. Auch steigt für die Sender damit die Bürokratisierung, die Komplexitätserhöhend wirkt und Entfremdung sowie Abhängigkeiten herstellt. Werden jedoch persönlicher Kontakt, Freiheit, Unkonventionalität und Leistungsungebundenheit als wesentliche Voraussetzungen für die Entwicklungen eines selbstgesteuerten Bildungsinteresses ermöglicht, das nicht nur aus ökonomischen Nutzinteressen gefördert wird, kann Bildungserwerb im nichtkommerziellen Rundfunk in hohem Ausmaß und nachhaltig erfolgen.

Auf Grundlage der Studienergebnisse wurden Anregungen entwickelt, die sich einerseits an Verantwortliche im Handlungsbereich der bildungs-/politischen Institutionen sowie andererseits an jene des nichtkommerziellen Rundfunks richten.

Abstract English

“With every show I learn something!”

Educational services and contributions to lifelong learning by community radio and TV in Austria

The current study investigates educational services and contributions to lifelong learning, which 130 employees and approximately 3,000 volunteers as-well as pupils, students, trainees, interns, and others may acquire in community broadcasting in Austria, both through organised further training or informally. To this end the training programmes offered in 2013 by 11 out of 17 community radio and TV stations were analysed, additional data were collected during 2013-2015 by initiating an online survey of all contributors to those stations, by interviewing 10 experts and by conducting a exploratory workshop and a focus group discussion.

The results were divided into six topics where learning processes are condensed by the means of workshops but also informal training: The *use of technology* (1) is the immediately identifiable area of acquirable competences which is most frequently exploited and at the same time has a strongly demystifying effect; the microphone becomes an item of particular significance because of its empowering effect with regard to the perception of the self and the other which it produces in presenters (*speech and language*, 2); significantly higher *participation and interaction* (3) in/with social and cultural offers as-well as an increase in writing and reading are a direct consequence of such media work, which is in turn related to the major area of *establishing contacts* (4) with other people in the studio, through further training, for broadcasts, etc., especially also in interaction or confrontation with public figures – thereby drastically expanding social capital and social skills; *interactions with the public media* (5) benefit from a professionalised approach towards third-party shows as-well as towards those of community broadcasters own productions; *courage and spontaneity* (6) are particularly often quoted as constituent work elements which permit enjoyable learning experiences. Emerging as especially beneficial (depending on the individual and to a varying extent) are the following conditions: the absence of long commutes or studies permitting a direct and

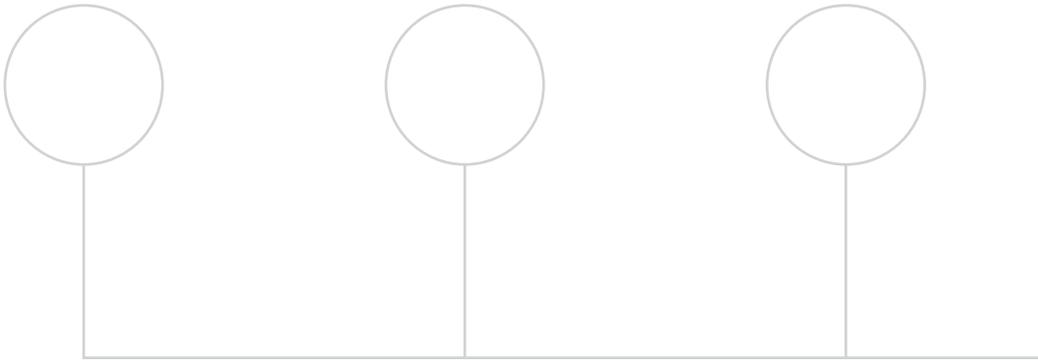
immediate start at the broadcaster and learning-by-doing respectively; personal contacts within the community radio or TV station, the ability to determine independently and based on interests if and what will be studied, as-well as freedom in the creation of broadcasts with regard to content and form.

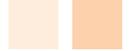
Competences acquired through community broadcasting comply largely with all eight EU key competences thus demonstrating its potential as educational institution, which has already received acknowledgement through internship placements and apprenticeships and in various co-operations with education providers and the Public Employment Service Austria.

International experiences differ with regard to suitable competence certifications since the heterogeneity of producers and contributors causes a broad and partially conflicting initial situation: Whereas portfolios or diplomas imply an increase in self-assertion for some, to others they might act as a deterrence through their association with educational institutions and all their mechanisms (and obligations). Similarly, the stations are confronted with a rise in bureaucracy, which adds complexity and produces alienation and dependencies. If, however, personal contact, freedom, nonconformism, and an affinity to performance are established as essential prerequisites for the development of self-determined educational interests, which in turn are not first and foremost related to economic utility, then educational attainment in community radio and TV can to a great degree be substantial and sustainable.

Based on the results of this study proposals were developed, which on the one hand are addressed to policy makers and officials within relevant educational and political institutions, and on the other hand, those that are addressed to all participants in community radio and TV.

(Übersetzung Karina Knaus)





1 Einleitung

Community Radio is 10 % Radio and 90 % Community.
Zane Ibrahim, Bush Radio/Cape Town

Radio ist das Leitmedium des informellen Wissens.
Martin Bernhofer in der Rede zum Radiopreis der
Erwachsenenbildung 2014

*Medienkompetenz meint grundlegend nichts anderes als die Fähigkeit,
in die Welt aktiv aneignender Weise auch alle Arten von Medien
für das Kommunikations- und Handlungsrepertoire
von Menschen einzusetzen.*
Dieter Baacke

In Österreich engagieren sich derzeit weit über 3.000 Menschen ehrenamtlich in 14 Freien Radios und drei Community TVs und können dabei in einer sehr breiten Palette von Tätigkeiten aktiv werden und lernen. Seit der Jahrtausendwende hat die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Community Medien und ihrem vielfältigen Angebot, aber auch den zahlreichen Bedeutungsebenen, auf denen sie gesellschaftliche Funktionen erfüllen, deutlich zugenommen. Ihre Beiträge zur medienpolitischen Auseinandersetzung, der Partizipation von medial unterrepräsentierten Gruppen, dem Einsatz von Mehrsprachigkeit und der persönlichen Weiterentwicklung fanden im europäischen wie auch internationalen Kontext wissenschaftliche Aufmerksamkeit.

Die Aspekte von Partizipation, Zugang, Aus- und Weiterbildung sind dabei Merkmale des nichtkommerziellen Rundfunks, die sich nicht nur in der Praxis als zentrale Qualitäten erweisen, sondern auch wesentliche Definitionsgrundlage in Dokumenten europäischer und internationaler Institutionen, in Mediengesetzen oder Förderrichtlinien darstellen. So unterstreicht das Ministerkomitee des Europarates in seiner Erklärung zu Community Medien die: „... crucial contribution of community media in developing media literacy through the direct involvement of citizens in the process of creation and distribution of media content, as well as through the organisation of training programmes, issues that are particularly important in the digital environment ...“ (Europarat 2009).

Im Engagement als meist ehrenamtliche MedienmacherInnen lernen weltweit hunderttausende Menschen nicht nur Radio- oder TV-Programme zu gestalten, sondern setzen sich dabei mit genau jenen Themen auseinander, die für ihre Lebensrealität wichtig sind. Medieninhalte anderer Sender lernen sie infolgedessen differenzierter zu rezipieren, wie dies auch in der Pädagogik der Unterdrückten von Paolo Freire dargestellt worden ist (Freire 1971). Für viele Gruppen und Menschen bedeutet die Beteiligung im zugangsoffenen, nichtkommerziellen Rundfunk eine wichtige Möglichkeit zur gesellschaftlichen Teilhabe, sie erleben dort einen – und oft den einzigen – Raum, wo sie ihre Stimme öffentlich erheben können. Im Gegensatz zu Angeboten sozialer Medien wie Facebook oder YouTube bieten Freie Radios und Community TVs eine konkret fassbare technische und soziale Infrastruktur an, die als Orte der Begegnung und des Austauschs offenstehen.

Community Medien erfüllen weiters durch ihre vielfältigen, häufig mehrsprachigen Angebote die Funktion in der Gesellschaft, kulturelle Unterschiede und Vielfalt sicht- und hörbar zu machen. Damit werden neben den Partizipationsmöglichkeiten auch Nähe und Unmittelbarkeit hergestellt, sodass das bewusst wahrgenommene Zusammensein verschiedener Menschen vergegenwärtigt wird, was als wesentlich für die Vermittlung von als fremd Wahrgenommenem gilt (Sobers 2010, Kapuscinski 2008).

Implizit mitverhandelt wird in vielen der vorhandenen Studien und Deklarationen, dass die sendungsproduzierenden und senderorganisierenden Personen, teils aber auch Studio-Gäste, indirekt Involvierte, HörerInnen und SeherInnen, vielfältige Kompetenzen erwerben, die weit über die Fähigkeit zur Gestaltung von Radio- oder TV-Programmen hinausgehen. Es wird davon ausgegangen, dass nichtkommerzielle Sender Bildungsfunktionen übernehmen. Dieser Aspekt wurde bisher allerdings erst ansatzweise explizit berücksichtigt, erste Studien gibt es dazu von Peter Lewis für England und von Irena Cvetković für Irland. (Lewis/Jones 2006, Cvetković 2010). Für den nichtkommerziellen Rundfunk in Österreich gab es diesbezüglich bislang keine entsprechende Untersuchung.

Wie virulent die Frage der Bildungsleistungen von Community Medien auf lokaler und regionaler Ebene derzeit ist, zeigen Kooperationen zwischen Veranstaltern des nichtkommerziellen Rundfunks und

Institutionen der formalen und nicht-formalen Bildung. So waren aus Österreich Freie Radios an zwei europäischen Entwicklungspartner-schaften beteiligt: Radio B138 im Rahmen von Connecting Communities und das Freie Radio Salzkammergut im Projekt ESPRIS. Im Rahmen der Grundtvig-Lernpartnerschaft „FormaRadioForMe“ haben ProjektpartnerInnen von Community Medien aus acht Ländern ein Kompetenzport-folio erstellt, in welchem Kompetenzen aufgelistet sind, die sich ehrenamtliche MitarbeiterInnen in Freien Radios erwerben können (siehe Kapitel 4.2).

1.1 Ziele und Forschungsfragen

Ziel der vorliegenden Studie ist somit ein detaillierter Einblick in die Bildungsleistungen Freier Radios und Community TVs sowie die Ortung möglicher Synergieeffekte bei Kooperationen mit anderen Bildungs-trägern. Konkret soll weiters überprüft werden, welchen Beitrag zum informellen Lernen der zugangsoffene, nichtkommerzielle Rundfunk in Österreich neben Aus- und Weiterbildung leistet, der damit – neben den bereits erwähnten gesellschaftlichen Wirkungsweisen – auch eine Rolle als Akteur in der Community Education einnimmt. Zur Orientierung galten uns folgende Forschungsfragen, die weitergehend nach Erwei-terung der Zielgruppen und auch der Einordnung der Bildungsleistungen in die von der EU-Kommission formulierten acht Schlüsselkompetenzen dienten:

- Welche Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten bietet der nicht-kommerzielle Rundfunk in Österreich an und wie haben sich diese Angebote im Laufe der Zeit verändert?
- Was lernen im nichtkommerziellen Rundfunk engagierte Menschen zusätzlich zur konkreten Produktion von Sendungen (informelle Bildung)?
- Welche Good-Practice-Modelle gibt es in anderen EU-Ländern, um das Bildungspotenzial der Community Medien zu erschließen?
- Welche Erweiterung der Bildungsangebote im nichtkommerziellen Rundfunk wären geeignet, um verstärkt Menschen aus benachteiligten Gruppen in die Sender aber auch in Bildungsprozesse einbinden zu können?

- Welche Formen der Anerkennung wären geeignet, damit Menschen die im nichtkommerziellen Rundfunk erworbenen Kompetenzen auch im Berufsleben benennen und nutzen können?
- In welchen der acht Schlüsselkompetenzen für lebenslanges Lernen lassen sich die Bildungsleistungen des nichtkommerziellen Rundfunks verorten?

Eingangs wird der aktuelle Stand der Anerkennung der Bedeutungsebenen von Community Medien auf internationaler Ebene skizziert (Kapitel 1.2), anschließend werden in Kapitel 1.3 lern- und bildungstheoretische Positionen dargestellt, die die Begrifflichkeiten liefern, die dieser Studie zugrunde liegen. Ergebnisse aus vorhandenen Arbeiten über Bildungsbeiträge von Community Medien werden im folgenden Kapitel 1.4 dargestellt, dem Ausführungen über das methodische Vorgehen folgen (Kapitel 1.5).

Empirisch erhoben und ausgewertet wurde das Aus- und Weiterbildungsangebot im Jahr 2013 von elf der 17 nichtkommerziellen Sender in Österreich. In einem Forschungsworkshop mit Ausbildungsverantwortlichen wurden tiefergehend die Fragen bearbeitet, welche Angebote angenommen werden, welchen Stellenwert sie erhalten und welche neuen Wege der Aus- und Weiterbildung, aber auch Anwerbung von GestalterInnen dabei gegangen oder überlegt werden (Kapitel 2). Diese formalisierten, aber sogenannten nicht-formalen Bildungsmöglichkeiten wurden um Untersuchungen erweitert, die auf das informell Gelernte abzielten, indem ein Fokusgruppeninterview mit SendungsmacherInnen sowie Interviews mit ExpertInnen, aktuellen und ehemaligen GestalterInnen durchgeführt wurden. Die Ergebnisse hinsichtlich aller Lernformen wurden in mehreren Analyseschritten in thematische Bereiche untergliedert und sind in Kapitel 3 dargestellt.

Mit Blick auch in andere europäische Länder haben wir verschiedene Praktiken der Akkreditierung sowie Zertifizierung von Bildungsleistungen in Community Medien erhoben und Kompetenzerfassungs-Werkzeuge wie Portfolios einbezogen. In den Kapiteln 4.1 und 4.2 diskutieren wir unter Hinzuziehung von ExpertInnenmeinungen deren Vor- und Nachteile. Bemessen werden können Bildungsleistungen auch an der Qualität der produzierten Programme, die sich unter anderem an der Auszeichnung von Sendungen durch Preise festmachen lässt. Sendungen von Freien Radios in Österreich haben in Konkurrenz mit öffentlichen und

kommerziell geführten Sendern in den letzten Jahren sehr häufig solche Auszeichnungen erhalten, sodass auf der Ebene des Produkts eine vorangegangene Bildungsleistung der Sender angenommen werden kann, die wir als Anerkennungsform von außen mit berücksichtigt haben (Kapitel 4.3). Abschließend überprüfen wir in Kapitel 4.4 die Zuordenbarkeit der auf diesen verschiedenen Wegen erhobenen Kompetenzen zu den acht Schlüsselkompetenzen, wie sie vom Europäischen Parlament formuliert wurden (2006) und im Kapitel 4.4 dargestellt werden. Unsere Schlussfolgerungen haben wir als Empfehlungen in die zwei Handlungsbereiche unterteilt, und zwar in jenen, der sich an nichtkommerziellen Sender wendet, und jenen der bildungs-/politischen Institutionen (Kapitel 5).

Das Bundesministerium für Bildung und Frauen¹ hat die Studie „Der nichtkommerzielle Rundfunk in Österreich – Bildungsleistungen und Beiträge zum lebensbegleitenden Lernen“ 2013 und 2014 gefördert. Die Ausrichtung der österreichischen Bildungspolitik ist im Dokument „LLL:2020 – Strategie zum lebensbegleitenden Lernen in Österreich“ niedergelegt, das von einer interministeriellen Arbeitsgruppe unter Einbeziehung von sozialpartnerschaftlichen Einrichtungen und wissenschaftlicher Expertisen erstellt und im Juli 2011 von der Österreichischen Bundesregierung verabschiedet worden ist. Insofern ist dieses Projekt in den erwähnten österreichischen bildungspolitischen Zusammenhang eingebettet und bezieht sich dabei hauptsächlich auf die Aktionslinie zur Verstärkung von „Community-Education“-Ansätzen mittels kommunaler Einrichtungen und in der organisierten Zivilgesellschaft. Weitergehende Ausführungen diesbezüglich finden sich in Kapitel 1.3 „Bildung, Lernen und Schlüssel-/Kompetenzen“. Die 2015 übermittelten Ergebnisse des Forschungsberichts an das Bundesministerium für Bildung und Frauen stellen die Basis für diese ausführliche Langform der Studie dar.

¹ Ab 1.7.2016: Bundesministerium für Bildung.

Bezeichnungspraxis „nichtkommerzieller Rundfunk“ und „Community Medien“

Wurde aufgrund der Gesetzeslage bis 1998 in Österreich noch von illegal betriebenen Piratenradios gesprochen, so konnte mit der Legalisierung ab diesem Zeitpunkt von Freien Radios die Rede sein. Dies änderte sich mit der Inbetriebnahme des ersten nichtkommerziellen Fernsehens 2005 in Wien (Okto TV), sodass heute additiv die Bezeichnung „Freie Radios und Community TVs“ oder zusammengefasst die Formulierung „nichtkommerzieller Rundfunk“ gebräuchlich ist. Inhaltlich erfolgte vielfach also eine Verschiebung von „frei“, das breitere Assoziationen als „frei von Werbung“ zulässt, hin zu „nichtkommerziell“. Dieser Begriff nimmt stärker Bezug auf den neuen rechtlichen Rahmen, wonach diese Medien als dritter Sektor neben kommerziellen und staatlichen durchgesetzt wurden. Im Zuge dieser neuen Situation wurde 2010 der Fonds zur Förderung des Nichtkommerziellen Rundfunks bei der RTR (Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH) eingerichtet, der einen großen Teil der Finanzierung durch öffentliche Mittel gewährleistet. Diese kommen aus jenem Teil der Rundfunkgebühren, die dem allgemeinen Bundesbudget zufließen. Seit 2013 ist dieser Fonds mit 3 Mio. Euro dotiert, die zu 80 % für Programmproduktion und zu jeweils 10 % für Aus- und Weiterbildung sowie für Forschungsprojekte zur Verfügung stehen. So wurden im Jahr 2013 die Ausbildungsaktivitäten des nichtkommerziellen Rundfunks mit 273.843,- Euro und 2014 mit 285.832,- Euro gefördert.

Im internationalen Kontext finden sich hingegen als Begriffe „Community Medien“, im Deutschen mitunter auch „Gemeinwohl-Medien“ oder „Bürgerradio bzw. -fernsehen“. Damit werden wiederum die AkteurlInnen hervorgehoben und der Zusammenhang zu diversen ehrenamtlichen bzw. Community Aktivitäten vergegenwärtigt. Erwähnt sei an dieser Stelle, dass im internationalen Vergleich aber Unterschiede existieren: Manche Community Radios könnten ohne kommerzielle Werbung gar nicht existieren, da nicht in allen Ländern öffentliche Gelder zur Verfügung stehen und Spenden bzw. Mitgliedsbeiträge nicht ausreichen; und nicht alle Sender werden ausschließlich von ehrenamtlich Tätigen betrieben; auch die „Offenheit“ der auch sogenannten „Open-Channel“-Sender bzw. der „Offenen Kanäle“ wird mehr und weniger restriktiv ausgelegt. Gemeinsam ist den Sendern jedoch eine

gewisse Unabhängigkeit von staatlichen Sendern und die Absicht, unterrepräsentierten gesellschaftlichen Gruppen die Möglichkeit zur medialen Mitgestaltung zu bieten.

In unserem Text sprechen wir für die heutige Situation hauptsächlich von nichtkommerziellem Rundfunk und – häufig im Zusammenhang mit entsprechender Forschungsliteratur und Einrichtungen in anderen Ländern – von Community Medien: Inhaltliche Unterschiede zwischen diesen Bezeichnungen machen wir damit aber keine.

Binnen-I und Sternchen*²

Wir freuen uns, mit der Verwendung des Binnen-I uns einer mittlerweile weitgehend etablierten Form geschlechtergerechter Sprache bedienen zu können, durch die in Vermeidung des generischen Maskulinums auch Menschen weiblichen Geschlechts einbezogen werden. Allerdings entgehen wir damit nicht des Bezugs auf eine zu Recht kritisierte vermeintliche Zweigeschlechtlichkeit. Im Rahmen dieses Textes können wir darauf nur selbstkritisch hinweisen.

Die gesellschaftliche Bezeichnung und individuelle Selbstbezeichnung von Personen als Frauen* und Männer* ermöglicht Kommunikation im Rahmen dieser geschlechtlichen Kategorien. Mit dem Sternchen* werden allerdings Selbstverständlichkeiten hinterfragt, was Frauen* oder Männer* seien, und auch die Vereinheitlichung dieser Personen als homogene Gruppe mit gleichen Ausgangsbedingungen und gesellschaftlichen Handlungsräumen.

1.2 Bedeutung von Community Medien im internationalen Kontext

Internationale Institutionen wie die Vereinten Nationen (2010), die UNESCO (2008 u. 2013) und die OSZE (2007), aber auch europäische Institutionen wie der Europarat (2007) und das Europäische Parlament (2008) befassen sich seit einigen Jahren vermehrt mit der Bedeutung

² Zu finden auf den Seiten 25, 48, 51, 65, 82, 106, 122, 141 und 142.

von Community Medien und ihren Potenzialen zur Stärkung einer lebendigen Demokratie. Diese Form der Aufwertung und Anerkennung steht in engem Zusammenhang mit der wissenschaftlichen Auseinandersetzung, aber auch mit dem engagierten Auftreten der VertreterInnen von Community Medien, die sich auf europäischer Ebene im *Community Media Forum Europe* (CMFE) und weltweit in der *Association mondiale des radiodiffuseurs communautaires* (AMARC) zusammengeschlossen haben. Auf einige zentrale Aspekte und Bedeutungen, die den Community Medien von internationalen Institutionen zugeschrieben werden, soll hier im Folgenden genauer eingegangen werden.

UNESCO und Vereinte Nationen

Die UNESCO hat sich bereits in den 1970er-Jahren für eine weltweite Demokratisierung des Mediensystems eingesetzt. Mit der *McBride-Kommission* beauftragte sie damals eine hochrangige Gruppe von WissenschaftlerInnen eine Studie zur Bedeutung der Kommunikation für die demokratische Entwicklung zu verfassen. Der *McBride-Bericht* wurde 1980 unter dem Titel *Many Voices, One World* veröffentlicht (McBride 1980). Die AutorInnen argumentieren, dass angesichts der voranschreitenden Mediatisierung der Rolle von horizontalen, partizipativen Medienstrukturen für die Demokratie große Bedeutung zukommt:

„Democratization can be described as a process whereby: (a) the individual becomes an active partner and not a mere object of communication; (b) the variety of messages exchanged increases; and (c) the extend and quality of social representation or participation in communication is augmented.“ (McBride 1980/2004: 166)

Als geeignete Medien für horizontale Kommunikation werden unterschiedliche Formen partizipativer Medien wie Community Radios und Community TVs angeführt, die zu dieser Zeit vor allem in den USA in großer Zahl entstanden waren. Seither beschäftigt sich die UNESCO immer wieder mit der Bedeutung von Community Medien.

Die Vereinten Nationen verabschiedeten im April 2010 den Bericht des UN-Sonderberichterstatters für die Meinungsfreiheit und Medienfreiheit, Frank La Rue (United Nations 2010). Der aktive Zugang zu Kommunikationsmitteln wird darin als ökonomisches und soziales Recht definiert.

Besondere Bedeutung kommt der Durchsetzung dieses Rechts für benachteiligte Gruppen wie Frauen*, Kinder, Menschen in Armut, MigrantInnen und ethnische Minderheiten zu. Community Medien wird bei der Umsetzung dieser Rechte eine zentrale Rolle zugeschrieben:

„67. Protecting disadvantaged social groups’ right to freedom of expression requires Governments to create a legal framework for telecommunications which is based on democratic principles and which seeks to provide access to all sectors of society. Community-based media should serve as a tool for local communities and should be representative of their diverse interests.

68. The Special Rapporteur defines community-based media as non-governmental, public interest radio stations and print media that are run by civil society institutions, organizations or associations and any type of non-profit organization run by indigenous peoples for educational, informative, cultural or communal goals purposes. These media work for the development of different sectors of a territorial, ethno-linguistic or other community. They share their communities’ interests, challenges and concerns and seek to improve the quality of life of their community and to contribute to the well-being for all its members. They must not be used as instruments for political campaigning.“ (United Nations 2010: 11)

Die Existenz und der Betrieb von unabhängigen Medien der Zivilgesellschaft werden hier als wichtige Faktoren für das Funktionieren lokaler Gemeinschaften definiert. Die Bedeutung dieser Medien für die lokale Bevölkerung wird als öffentlicher Wert beschrieben, der im Sinne von *Public Value* zu verstehen ist. Als zentrales Merkmal von Qualität wird die Nichtkommerzialität, die lokale Verankerung und die gemeinschaftliche Organisationsform dieser Medien hervorgehoben.

In den jüngsten Überlegungen der UNESCO in ihrem *Global Media and Information Literacy Assessment Framework* (UNESCO 2013) wird die Rolle der Zivilgesellschaft und von Community Medien im Zusammenhang ihres Referenzrahmens zur internationalen Erhebung von *Media and Information Literacy* (MIL) betont. Die UNESCO unterstreicht dabei die Bedeutung von *Media and Information Literacy* im Zusammenhang mit den Menschen- und Grundrechten und hebt besonders die Bedeutung aktiver Mediengestaltung hervor:

„A media- and information-literate person must not only be a consumer of information and media content, but also a responsible information seeker, knowledge creator and innovator, who is able to take advantage of a diverse range of information and communication tools and media. MIL is defined as a set of competencies that empowers citizens to access, retrieve, understand, evaluate and use, create, as well as share information and media content in all formats, using various tools, in a critical, ethical and effective way, in order to participate and engage in personal, professional and societal activities.“ (UNESCO 2013: 17)

Media and Information Literacy gliedert sich nach diesem Konzept in drei Ebenen:

- Dem Erkennen von Bedürfnissen und dem Wissen, wo und wie Informationen zu finden sind.
- Dem Verstehen, Beurteilen und Evaluieren der Inhalte.
- Der Fähigkeit, Inhalte zu gestalten sowie Inhalte zu beobachten und zu nutzen.

Abbildung 1: Media and Information Literacy und ihre Komponenten

MIL component	MIL subject matters
1. Recognizing the demand for, being able to search for, being able to access and retrieve information and media content	1.1. Definition and articulation of a need for information 1.2. Search for and location of information and media content 1.3. Access to information, media content and media and information providers 1.4. Retrieval and holding / storage of information and media content
2. Understanding, assessment and evaluation of information and media	2.1. Understanding of information and media 2.2. Assessment of information and media content, and media and information providers 2.3. Evaluation of information and media content, and media and information providers 2.4. Organization of information and media content
3. Creation, utilization and monitoring of information and media content	3.1. Creation of knowledge and creative expression 3.2. Communication of information, media content and knowledge in an ethical and effective manner 3.3. Participating in societal-public activities as active citizen 3.4. Monitoring influence of information, media content, knowledge production and use, as well as of media and information providers

Quelle: UNESCO 2013: 58

Den Begriff *Media and Information Literacy* (MIL) greift auch die *European Association for Viewers Interest* (EAVI) in ihren jüngsten Empfehlungen auf (EAVI 2014) und spricht sich für ein Konzept von Media Literacy, das soziale, ethische und kulturelle Aspekte umfasst, aus. Dieses sollte sich jedoch nicht nur auf dessen Anwendbarkeit im ökonomischen Sinn beschränken. 2008 hatte das Europäische Parlament in einem Bericht bereits die Anerkennung von Media Literacy als neunte Schlüsselkompetenz gefordert. Die acht Schlüsselkompetenzen werden im folgenden Kapitel näher dargestellt.

Europarat

Der Europarat betont die besondere Bedeutung von Community Medien sowohl in Bezug auf ihren Beitrag zur Förderung der Medienvielfalt vor dem Hintergrund wachsender Medienkonzentration (Europarat 2007),

aber auch hinsichtlich ihres Beitrags zu gesellschaftlichem Zusammenhalt und zum interkulturellen Dialog (Europarat 2009). Im Handbuch *Living together* fasst Lange (2009) die zentralen Aspekte zusammen:

„In today’s radically changed media landscape, community media can play an important role, notably by promoting social cohesion, intercultural dialogue and tolerance, and by promoting a culture of understanding between different ethnic, cultural and religious groups in civil society.

The Declaration on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue stresses that community media are able to boost public debate, political pluralism and awareness of diverse opinions, notably by providing various groups in society – including cultural, linguistic, ethnic, religious or other minorities – with an opportunity to receive and impart information, to express themselves and to exchange ideas. According to the Declaration, community media have also the capacity of fostering community engagement and democratic participation at local and regional level.“ (Lange 2009: 32)

Die hier erwähnte *Declaration on the Role of Community Media in Promoting Social Cohesion and Intercultural Dialogue* (Europarat 2009) wurde vom Ministerkomitee des Europarates beschlossen und stützt sich auf den ausführlichen Expertenbericht *Promoting social cohesion. The role of community media* (Lewis 2008). Peter Lewis, der Autor des Berichts, beschäftigt sich im Rahmen seiner Forschungstätigkeit seit Langem intensiv mit der Rolle, die nichtkommerzielle Community Medien auch im Kontext des Lifelong Learnings spielen. Er konstatiert, dass durch die aktive Einbeziehung einer Vielzahl von ehrenamtlichen SendungsmacherInnen sich diese im Rahmen der Medienarbeit wichtige Fähigkeiten und Kompetenzen aneignen, die infolge auch ihre beruflichen Chancen erhöhen (Lewis 2008: 24).

Europäisches Parlament

Im Europäischen Parlament befasste sich seit 2007 der Kulturausschuss mehrfach mit der Rolle von Community Medien. Zur Schaffung einer Grundlage für die weitergehende Debatte beauftragte der Ausschuss vorerst das Forschungsinstitut *Kern European Affairs* (KEA) mit der Erstellung der Studie *The State of Community Media in the European*

Union (KEA 2007). In dieser Studie zeichnet das Forschungsinstitut ein buntes, aber fragmentiertes Bild der Community Medienlandschaft in Europa. Als gemeinsame Merkmale von Community Medien in allen europäischen Ländern werden ihr Beitrag zur Stärkung des gesellschaftlichen Zusammenhalts, des lokalen Empowerments sowie des interkulturellen Dialogs unterstrichen.

Auf Grundlage dieses Berichts beschloss das Europäische Parlament im September 2008 die *Resolution on Community Media in Europe* (Europäisches Parlament 2008a), in der unter anderem die EU-Kommission aufgefordert wird, für mehr Anerkennung und Unterstützung Freier Radios und anderer Community Medien zu sorgen und deren Beitrag zu Medienpluralismus und kultureller Vielfalt im Rahmen der Politikgestaltung stärker zu berücksichtigen. In der Resolution werden explizit auch bildungspolitische Aspekte angesprochen:

„(C)ommunity media promote intercultural dialogue by educating the general public, combating negative stereotypes and correcting the ideas put forward by the mass media regarding communities within society threatened with exclusion, such as refugees, migrants, Roma and other ethnic and religious minorities (...) (C)ommunity media can play a significant role in training programmes involving external organisations, including universities, and unskilled community members, and act as a valuable hub for work experience; points out that training people in digital, web and editorial skills through their participation in community media activities provides useful and transferable skills; (...)“ (Europäisches Parlament 2008a)

Ebenso wie in der gleichzeitig beschlossenen *Resolution on Concentration and Pluralism in the Media in the European Union* (Europäisches Parlament 2008b) empfiehlt das Parlament explizit die Gewährung staatlicher Beihilfen, damit der nichtkommerzielle Mediensektor seine Funktion in einer sich wandelnden Gesellschaft erfüllen kann. Auf europäischer Ebene wird besonders die Förderung über den Europäischen Sozialfonds und über das Lifelong-Learning-Programm empfohlen.

Der Existenz und dem Betrieb unabhängiger Medien der Zivilgesellschaft wird von unterschiedlichen internationalen Institutionen eine große Bedeutung für das Funktionieren lokaler Gemeinschaften zugemessen. Die Rolle dieser Medien für die lokale Bevölkerung wird als öffentlicher Wert, als *Public Value*, beschrieben. Als zentrale Qualitätsmerkmale

werden die Nichtkommerzialität, die lokale Verankerung und die gemeinschaftliche Organisationsform dieser Medien hervorgehoben. All diese Merkmale finden sich auch in der Charta der Freien Radios Österreichs (VFRÖ 2007), womit sich der nichtkommerzielle Rundfunk in Österreich klar zu einer Reihe von Grundsätzen verpflichtet, die ihn für viele (ehrenamtliche) Beteiligte auch zu einem wichtigen Lernort zur Aneignung zahlreicher Kompetenzen macht (Peissl 2007: 94).

Dass Community Medien im Zuge von umfassenden Empowerment-Maßnahmen auch Bildungsleistungen erbringen, fand somit Einzug in die internationalen Anerkennungsformen ihres gesellschaftlichen Beitrags. Eine Konsequenz daraus ist, sie als solche auch wertzuschätzen und zu fördern.

1.3 Bildung, Lernen und Schlüssel-/Kompetenzen

Was ist Bildung, wie passiert Lernen, worin bestehen Kompetenzen? Das sind bildungs- und erziehungswissenschaftliche Fragestellungen, auf die es seit Jahrhunderten unterschiedliche Perspektiven und Antworten gibt. Jeweilige Ansichten und Konzepte fanden vielfachen Niederschlag bzw. prägen Erziehungs-, Unterrichts- und Weiterbildungswesen. Für unsere Fragestellungen sind das zentrale Begriffe, die definiert und hiermit in ihrer Anwendung dargestellt werden.

Ursula Frost beschreibt Bildung als einen Weg, durch den Menschen ein Weltverhältnis gewinnen und ihr Menschsein verstehen und gestalten (2008: 297), anhand dessen sie lernen, sich angemessen (wie immer dies definiert sei) in gesellschaftlichen Strukturen und Systemen zu bewegen (298). Dazu seien verschiedene Fertigkeiten notwendig, zu denen sie auch die Medienkompetenz zählt. Grundsätzlich soll Bildung im aufklärerischen Sinne zu Selbstbestimmung führen (299), einzelne Personen stärken, sie in ihren Fähigkeiten und Fertigkeiten auf ein gleiches Maß mit anderen führen und sie – nach Humboldt – in ihrer persönlichen Einzigartigkeit fördern (303). Bildung beinhaltet somit auch immer eine gewisse Distanznahme zur Wirklichkeit, die gerade erlebt wird, und beinhaltet das Potenzial, sich nicht nur auf Existierendes zu beziehen, sondern auch zu denken, was sein könnte, spricht, was durch Bildung dazugewonnen werden könnte. Reinhard Hörster (2010: 45) lokalisiert demnach Bildung in einem konstanten Spannungsfeld zwischen neuen und alten Bildungsgütern: Bildungserwerb sei ständig nötig und zugleich von ständiger Wertminderung bedroht, weil neue Erfahrungen gemacht

werden und alte ablösen. In diesem Zusammenhang spricht er auch den historisch durchgehenden Gebrauchskontext des Bildungsbegriffs an, wonach immer wieder Kontroversen auftraten, inwiefern Bildung nützlich sein soll und für wen. In diesem Fahrwasser bewegt sich teilweise auch diese Studie, wenn nach den *Bildungsleistungen* in nichtkommerziellen Sendern mit der Perspektive gefragt wird, wie diese am Arbeitsmarkt geltend gemacht werden könnten. Unser Fokus schließt allerdings jenen Bildungsgewinn ein, der zu Selbstbestimmung und Stärkung der persönlichen Einzigartigkeit sowie gesellschaftlichen Integration führt.

In diesen kurz dargestellten Beschreibungen von Bildung ist Lernen als die dahin führende Tätigkeit bereits angesprochen worden. Alfred K. Trembl und Nicole Becker (2010: 103) stellen grundsätzlich fest, dass eine einheitliche Definierbarkeit des Lernbegriffs nicht möglich sei und auch sein Anwendungsgebiet in Alltags- und Wissenschaftskontexten inzwischen unübersichtlich weit sei. In wissenschaftlicher Verwendung orientieren sie sich beim Lernen an den Vorgängen, die aus Erfahrung entstehen und zu Verhaltensveränderungen führen. Grundlegend ist demnach die Veränderung eines Zustandes, bei dem Lernen einen Erwerb darstellt, der aus Gewohnheit, aber auch unbewusst stattfinden kann. Lernfähigkeit bedeutet also eine unspezifische Offenheit, die sich angesichts spezifischer Umweltanreize entfalten kann (105). Auch Käte Meyer-Drawe beruft sich auf diese Perspektive der Verhaltensveränderung aufgrund von Erfahrung (2008: 391) und sieht im Lernen einen kumulativen und fortschreitenden Prozess, der die flexible Anpassung an wechselnde gesellschaftliche Herausforderungen ermöglicht. Lernen sei dabei vom Paradoxon gekennzeichnet, dass es Wissen bereits voraussetzt, um Neues lernen zu können. Neben der bereits erwähnten Erfahrung und Nachahmung nennt sie weiters das Erkennen und den Prozess der Sinngebung, der im Lernen stecke. Nach Petzelt beziehe der Mensch im Lernen Stellung, was sein Wollen als Notwendigkeit dafür voraussetzt (399). Lernen sind somit Vollzüge, in denen Lernende sich nicht nur mit einer Sache konfrontieren, sondern immer auch mit sich selbst in dieser Position (401).

Mit diesen Lernbegriffen lässt sich das entsprechende Feld in nichtkommerziellen Sendern gut umfassen: Voraussetzungen, um überhaupt lernfähig sein zu können, sind berücksichtigt als Vorerfahrungen, und die Verhaltensänderung auf der Basis einer unspezifischen Offenheit gilt als Resultat des Lernens.

Der Unterrichtssektor gilt heute als Ort des formalen Lernens. An Schulen, Hochschulen und Universitäten wird jedoch auch Vieles mehr gelehrt und gelernt, von der Anerkennung hierarchischer Systeme über Pünktlichkeit bis hin zu gruppendynamischen Prozessen, sozialen Zugehörigkeiten und Rollenverteilungen. Nicht zuletzt sind hier die heiß umkämpften Felder der Durchmischung und Integration von Menschen unterschiedlicher sozialer, kultureller, sprachlicher Herkunft, körperlicher und geistiger Fähigkeiten lokalisiert. Diese dabei erwerbbaaren Kompetenzen rücken zunehmend ins Bewusstsein und werden additiv als informelles Lernen gefasst. Seit dem erhöhten Interesse von Europarat und Europäischer Kommission an Weiterbildung von Menschen im Arbeitsmarkt seit Mitte der 1990er-Jahre erfahren sie in besonderem Ausmaß Anerkennung als wertvolle Ressource. Dieses – vielfach unbewusste – Lernen erfolgt auch außerhalb klassischer Bildungseinrichtungen in zahlreichen weiteren gesellschaftlichen Feldern, wie unter anderem Community Medien. Dementsprechend werden komplexe bildungswissenschaftliche Diskurse zu Definition und Abgrenzbarkeit der Konzepte von formalem und informellem Lernen geführt, den sozialen Räumen dafür, den jeweiligen Zielsetzungen und nicht zuletzt gesellschaftlichen Absichten dahinter. Käte Meyer-Drawe kritisiert in dieser Ausdifferenzierung in formales, nicht-formales (in Einrichtungen außerhalb der klassischen, staatlichen Einrichtungen) und informelles Lernen die Verwässerung der genuin pädagogischen Auffassung, wonach jedes Lernen als „Lernen von etwas durch jemand bestimmten“ sei (2008: 392). Spätestens hierbei könne keine Differenz von Lernen zu anderen Veränderungen und auch kein Bezug mehr zu Lerninhalten festgemacht werden. Eine Kritik, die kaum aufgenommen wird, nachdem das Interesse an der Nutzung jeder Form von Lernen so groß ist, dass diese Ausdünnung des Lernbegriffs vernachlässigbar scheint. Diese Dreiteilung hat sich faktisch weitgehend und in vielen politischen Dokumenten als Ausgangspunkt durchgesetzt. Bernd Overwien hat exemplarisch die historische Entwicklung des Begriffs „informelles Lernen“, inhaltliche Abgrenzungen und Veränderung, die Übernahme im deutschsprachigen Raum sowie den zunehmenden Einfluss internationaler Organisationen auf das weltweite Bildungsgeschehen nachgezeichnet (Overwien 2005 u. 2013b). Demnach wird diese Lernform seit Beginn der 1980er-Jahre erforscht und durchlief verschiedene Wandlungen. Waren die Absenz von pädagogischem Personal und die Einbettung in das tägliche Leben vorerst Voraussetzungen, wurde Autonomie im Rahmen von Gemeinschaften

zunehmend wichtiger (101). Foley erwähnt 1999 neben praktischen Fähigkeiten und auf politische Systeme bezogene Analysekompetenzen auch Medienkompetenz als Lernfeld und bezieht sich mit informellem Lernen auf die Bewusstwerdungsprozesse nach Paulo Freires Befreiungspädagogik, wonach dem naiven ein kritisches Bewusstsein folgen kann, das anschließend zur kritischen Praxis als Bewusstwerdung über Gesellschaft und der eigenen Rolle darin befähigt (zitiert nach Overwien 2013b: 102). Im deutschsprachigen Raum werden bereits 1997 die hohen Lernpotenziale innerhalb von handelndem Lernen im freiwilligen Engagement herauskristallisiert, wodurch zahlreiche Kompetenzen inklusive Verantwortungsübernahme erworben werden, die aufgrund des informellen Lernens von besonders hoher Nachhaltigkeit seien (Gugel und Jäger 1997, zitiert nach Overwien 2013b: 104 f.). Abschließend diskutiert Overwien zwei problematische Aspekte des aktuellen Booms rund um informelles Lernen: Zum einen gibt es eine begriffliche Unschärfe und verschwimmende Grenzen zwischen informellem Lernen und informeller Bildung. Diese sieht er lösbar anhand von David Livingstones Definition: „Im Unterschied zum informellen Lernen ist informelle Bildung dann gegeben, wenn Lehrende oder Mentoren Verantwortung dafür übernehmen, dieses Lernen zu gestalten“ (zitiert nach Overwien 2013b: 108). Das große Interesse in Wirtschaftskontexten an der Nutzbarmachung von informellem Lernen andererseits sieht er als häufig versuchten Schleichweg für billigere Weiterbildung: Jegliches Interesse und sämtliche Betätigungen von betrieblichen MitarbeiterInnen in ihrer Freizeit sollen dabei als Bildungserwerb definiert werden, um konkrete, mit Kosten verbundene Weiterbildungen obsolet zu machen. In diesem engen und technizistischen Verständnis von Lernen würden wesentliche Kompetenzen ausgeklammert, wie sie Oskar Negt in einem erweiterten Kompetenzbegriff für eine Welt der Umbrüche formuliert (Overwien 2013a: 15): Kompetenz mit gesellschaftlichen Zusammenhängen umzugehen, Identitätskompetenz, interkulturelle, ökologische, historische und Gerechtigkeitskompetenz seien zusätzlich notwendig. Grundsätzlich fordert Overwien Verantwortlichkeit als weithin vernachlässigte wesentliche Kompetenz ein. Am Potenzial von informellem Lernen lässt sich dennoch festhalten: „Es ist ein wichtiges Feld des Kompetenzerwerbs, das durchaus auch aus emanzipatorischer, subjektorientierter Perspektive Bestand hat, Voraussetzung für weiteres Lernen ist und auch eingebunden und gefördert werden kann“ (Overwien 2013b: 109). Mit dieser Perspektive erforschen wir in den folgenden Kapiteln auch die möglichen informellen Lernleistungen im nichtkommerziellen Rundfunk.

Schlüsselkompetenzen und lebensbegleitendes Lernen

Mit Kompetenzen werden Fähigkeiten und Fertigkeiten umfasst, die es ermöglichen Tätigkeiten und Vorgänge durchzuführen und zu erlernen. Unterschieden wird in personale, soziale, methodische und fachliche Kompetenzen. Diese Definition liegt auch Kompetenzportfolios und ähnlichen Instrumenten zugrunde, die in Kapitel 4 dargestellt werden. Damit sollen Fähigkeiten und Fertigkeiten sichtbar und bewusst werden, die nicht über herkömmliche Zertifikate oder Diplome attestiert werden. Hiervon ausgehend wurden in weiterer Folge sogenannte Schlüsselkompetenzen definiert: In Reaktion auf Veränderungen auf dem europäischen Beschäftigungssektor wurden vom Europarat beginnend mit den 1960er-Jahren neue Strategien zur Umschulung und Weiterbildung entwickelt, die eine breitere und flexible Einsetzbarkeit von ArbeitnehmerInnen ermöglichen sollen. 1995 erschien von der Europäischen Kommission das Weißbuch „Lehren und Lernen. Auf dem Weg zur kognitiven Gesellschaft“ und 1996 wurde das „Europäische Jahr des lebenslangen Lernens“ ausgerufen, was im Jahr 2000 im „Memorandum über Lebenslanges Lernen“ mündete (http://erwachsenenbildung.at/themen/lebenslanges_lernen/europaeische_bildungspolitik/rueckblick.php). 2006 wurden acht Schlüsselkompetenzen des lebenslangen Lernens festgelegt, die ihr jeweiliges Wissen und ihre Fähigkeiten und Einstellungen umfassen (Europäisches Parlament 2006):

1. Muttersprachliche Kompetenz
2. Fremdsprachliche Kompetenz
3. Mathematische Kompetenz und grundlegende naturwissenschaftlich-technische Kompetenz
4. Computerkompetenz
5. Lernkompetenz – „Lernen lernen“
6. Soziale Kompetenz und Bürgerkompetenz
7. Eigeninitiative und unternehmerische Kompetenz
8. Kulturbewusstsein und kulturelle Ausdrucksfähigkeit

Um die EU zum „wettbewerbsfähigsten und dynamischsten wissensbasierten Wirtschaftsraum“ zu machen, wurde lebenslanges Lernen zum zentralen Mittel erklärt und die Strategien „Europa 2020“ und „Allgemeine und berufliche Bildung 2020“ entwickelt.

In diesem Kontext wurden wie erwähnt die Konzepte von Lernen und Bildung erneut diskutiert, was auch die Aufmerksamkeit für die Bedeutung von informellem Lernen neben dem bekannten formalen inkludierte. Basis dafür wurde die Vorstellung von lebenslangem Lernen, das von der Kindheit bis ins hohe Alter stattfindet, in anerkannten und Freizeitinstitutionen, aber auch in der sozialen Interaktion, überall also, wo es zu Kompetenz- und Qualifikationserweiterungen kommt, die gesellschaftlich und vor allem am Arbeitsmarkt genutzt werden können. Neben „lebenslangem Lernen“ wurde auch der weit seltener verwendete Begriff des „lebensbegleitenden Lernens“ eingeführt, der in Österreich hauptsächlich verwendet wird. Während andere EU-Staaten unterschiedliche Auslegungen ihren Programmen zugrunde legen (Frankreich: Bildung als persönliches Recht, England: zweckorientierte Bildung), orientiert sich die österreichische Bildungspolitik seit 2010 an dieser Definition und hat sie im Dokument „LLL:2020 – Strategie zum lebensbegleitenden Lernen in Österreich“ dargestellt. Es enthält zehn Aktionslinien mit strategischen Vorhaben, denen fünf Leitlinien und vier Grundprinzipien zugrunde liegen.

Die zehn Aktionslinien sind:

1. Stärkung der vorschulischen Bildung und Erziehung als längerfristige Grundvoraussetzung
2. Grundbildung und Chancengerechtigkeit im Schul- und Erstausbildungswesen
3. Kostenloses Nachholen von grundlegenden Abschlüssen und Sicherstellung der Grundkompetenzen im Erwachsenenalter
4. Ausbau von alternativen Übergangssystemen ins Berufsleben für Jugendliche
5. Maßnahmen zur besseren Neuorientierung in Bildung und Beruf und Berücksichtigung von Work-Life-Balance
6. Verstärkung von „Community-Education“-Ansätzen mittels kommunaler Einrichtungen und in der organisierten Zivilgesellschaft
7. Förderung lernfreundlicher Arbeitsumgebungen
8. Weiterbildung zur Sicherung der Beschäftigungs- und Wettbewerbsfähigkeit
9. Bereicherung der Lebensqualität durch Bildung in der nachberuflichen Lebensphase
10. Verfahren zur Anerkennung nicht-formal und informell erworbener Kenntnisse und Kompetenzen in allen Bildungssektoren

Die fünf Leitlinien lauten:

- Lebensphasenorientierung
- Lernende in den Mittelpunkt stellen
- Life Long Guidance
- Kompetenzorientierung
- Förderung der Teilnahme an lebensbegleitendem Lernen

Als Grundprinzipien liegen dem zugrunde:

- Gender und Diversity
- Chancengerechtigkeit und soziale Mobilität
- Qualität und Nachhaltigkeit
- Leistungsfähigkeit und Innovation

Im Jahr 2020 soll ein Abschlussbericht über die Erreichung der Ziele und weitere Empfehlungen vorliegen. An diesem Konzept der Regierung gibt es aber auch Kritik von unterschiedlichen bildungs-/wissenschaftlichen Seiten, die sich an der Orientierung an der Anpassungsleistung, dem Lernen als individualisierende Pädagogisierungsstrategie und faktischen Pseudofreiwilligkeit festmacht, was einem aufklärerischen Bildungsbegriff als Akt der Befreiung aus der Unmündigkeit konträr gegenübersteht. Auch die inhärente Positionierung von Lernen als Investition in zu verwertendem Humankapital wird abgelehnt (zusammengefasst zu finden unter: erwachsenenbildung.at).

Bildungswissenschaftliche Begrifflichkeiten rund um Lernen blieben davon nicht unbeeinflusst und trotz unterschiedlicher Auslegungspraxis in verschiedenen Ländern, grundsätzlicher Kritik und verschiedener Definitionstraditionen werden nun Organisationsformen des Lernens in der Definition der Europäischen Kommission durch den Grad an Zertifizierung und Intentionalität aus der angenommenen Perspektive der Lernenden vielfach verwendet. Dabei wird zwischen formalem, nicht-formalem und informellem Lernen in folgender Definition unterschieden (Europäische Kommission 2001: 9, 33–35):

Formales Lernen

Lernen, das üblicherweise in einer Bildungs- oder Ausbildungseinrichtung stattfindet, (in Bezug auf Lernziele, Lernzeit oder Lernförderung) strukturiert ist und zur Zertifizierung führt. Formales Lernen ist aus der Sicht des Lernenden zielgerichtet.

Nicht-formales Lernen

Lernen, das nicht in Bildungs- oder Berufsbildungseinrichtung stattfindet und üblicherweise nicht zur Zertifizierung führt. Gleichwohl ist es systematisch (in Bezug auf Lernziele, Lerndauer und Lernmittel). Aus Sicht der Lernenden ist es zielgerichtet.

Informelles Lernen

Lernen, das im Alltag, am Arbeitsplatz, im Familienkreis oder in der Freizeit stattfindet. Es ist (in Bezug auf Lernziele, Lernzeit oder Lernförderung) nicht strukturiert und führt üblicherweise nicht zur Zertifizierung. Informelles Lernen kann zielgerichtet sein, ist jedoch in den meisten Fällen nichtintentional (oder „inzidental“/beiläufig).

Die vorliegende Studie erhebt die nicht-formalen Angebote zur Aus- und Weiterbildung, die nichtkommerzielle Sender in Österreich anbieten, und die Erfahrungen, die damit gemacht wurden. Die informellen Bildungspotenziale für Aktive bei Freien Radios und Fernsehstationen wurden ebenfalls in Teilen erhoben, um ein komplexes Bild der Bildungsleistungen der Sender zeichnen zu können.

1.4 Forschungsstand zum Bildungserwerb in Community Medien

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem nichtkommerziellen Rundfunk und im weiteren Kontext mit Community Medien oder dem dritten Rundfunksektor (Dorer 2004) erlebt seit der Jahrtausendwende starken Aufschwung. Die untersuchten Aspekte umfassen einen weiten Bogen von der innovativen Praxis des Sektors, seiner Bedeutung für gesellschaftliche Partizipation über seinen Beitrag zum Empowerment benachteiligter Gruppen, zu Community Development und Community Learning bis zu seiner friedensfördernden Rolle in Konfliktzonen (Atton

2002, Cammaerts u. Carpentier 2007, Carpentier 2011, Coyer et al. 2007, Day 2009, Forde et al. 2010, Gordon 2012, Howley 2005 u. 2010, Lewis et al. 2006, Pajnik u. Downing 2008, Rennie 2006, Rodriguez 2001 u. 2011). Community Medien werden als Teil der Zivilgesellschaft definiert, deren Funktionieren sich Marktgesetzen nicht unterordnet, sondern sich an den sozialen Bedürfnissen der Beteiligten orientiert. Aktivitäten und Inhalte entstehen vor allem aus dem ehrenamtlichen Engagement der Beteiligten.

„(...) (C)ommunity radio is unavoidable part of civil society. It exists through the kind of voluntary participation in community institutions that define this often misunderstood social arena. (...) (C)ommunity radio exists to create social networks through means that are not market based. The character of the relationships formed within this particular type of civil institution are not formed by audiences or listeners, but by participants, defined by relationships in which all listeners are assumed to be potential contributors.“ (Fairchild 2010: 25)

1.4.1 Community Medien im Kontext kritischer (Medien-)Pädagogik

Bereits 1971 betont Paolo Freire in seiner *Pädagogik der Unterdrückten* die Bedeutung dialogischen Lernens als emanzipatorische Methode, die die Hierarchie zwischen LehrerInnen und SchülerInnen auflösen soll. Wichtig für diese Unterrichtspraxis ist dabei ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Reflexion und Aktion: „In der problemformulierenden Bildung entwickeln die Menschen die Kraft, kritisch die Weise zu begreifen, in der sie in der Welt existieren, mit der und in der sie sich selbst vorfinden. Sie lernen die Welt nicht als statische Wirklichkeit, sondern als eine Wirklichkeit im Prozess (zu; Anm.) sehen, in der Umwandlung.“ (Freire 1991: 67)

Giroux und McLaren (1995) greifen Freires Konzept auf und unterstreichen die wachsende Bedeutung und Notwendigkeit kritischer Pädagogik in einer Zeit des ungebremsen Neoliberalismus, der alle Lebens- und Gesellschaftsbereiche der Logik des Marktes und der Verwertbarkeit unterordnet. Sie plädieren dafür, Lernformen zu finden und zu fördern, die besonders geeignet sind, marginalisierte Gruppen zu unterstützen. Gerade in der mehrsprachigen, von Migration geprägten Gesellschaft sollten SchülerInnen und StudentInnen verstehen lernen, wie sich konfliktuelle soziale Beziehungen in ihren Habitus eingeschrieben haben. Es geht ihnen dabei um das Finden und Stärken eines Selbstbewusstseins, das ein Erkennen der eigenen Subjektivität in der

kapitalistischen Gesellschaft erst ermöglicht und so zur Voraussetzung für die Erweiterung der Handlungsfähigkeit (agency) wird (Winter 2004: 9). Auch der Erziehungswissenschaftler Heinz Moser bezieht sich in einem ähnlichen Sinn auf Freire, wenn er partizipative Videoarbeit als Medienpädagogik zur Alphabetisierung sieht, die es den beteiligten Personen ermöglicht, Bilderwelten kritisch zu dekonstruieren (Moser 2000: 225).

Einen anderen Zugang zum Verständnis von Community Medien als Lernorte in mehrsprachigen Gesellschaften öffnet Douglas Kellner mit seiner Vorstellung einer kritischen Medienpädagogik. Kellner verweist mit dem Begriff *multiple literacies* auf die vielen verschiedenen Kompetenzen, die in den heutigen Kulturen und Gesellschaften gebraucht werden, um Zugang zu gesellschaftlicher Öffentlichkeit zu haben und um interpretieren, kritisieren und partizipieren zu können (Kellner 2005: 283). Mit der Möglichkeit, Medieninhalte selbst zu gestalten und diese über das populäre Medium Radio oder TV zu verbreiten, wächst das Potenzial für die Entstehung von kritischen (Gegen-)Diskursen und die Befähigung der BürgerInnen zu weiterreichender demokratischer Beteiligung. Kellner verweist dabei explizit auf die Bedeutung kritischer Medienpädagogik, die BürgerInnen dazu ermächtigen kann, Botschaften, Ideologien und Werte in medialen Texten zu entschlüsseln, so der Manipulation zu entgehen und eigene Formen des Widerstandes zu entwickeln. Nach Kellner sollte eine kritische Medienpädagogik „politisch engagierten Medienaktivismus initiieren und fördern, um alternative Formen von Kultur und Gegenöffentlichkeiten hervorzubringen, die von entscheidender Bedeutung für eine lebendige Demokratie sind“ (Kellner 1995, zitiert nach Winter 2006: 36). In Bezug auf interkulturelle Medienbildung hebt Moser (2006: 62 f.) die Bedeutung von Medieninhalten in den Sprachen der Migrationsgruppen hervor, welche die lokale Kultur vermitteln, mitprägen und weiterentwickeln.

Im deutschsprachigen Raum war es vor allem der Erziehungswissenschaftler Dieter Baake (1997), der die Bedeutung der handlungsorientierten Medienpädagogik bei der Vermittlung von Medienkompetenz thematisiert hat. Er streicht dabei sowohl die Bedeutung der aktiven Mediengestaltung als auch die Rolle der sozialen Rahmung bei der Aneignung von Medienkompetenz heraus. Baake betrachtet Medienkompetenz als einen Bestandteil einer grundsätzlichen kommunikativen Kompetenz, die sich in vier Dimensionen gliedern lässt:

- Medienkritik
- Medienkunde
- Mediennutzung
- Mediengestaltung

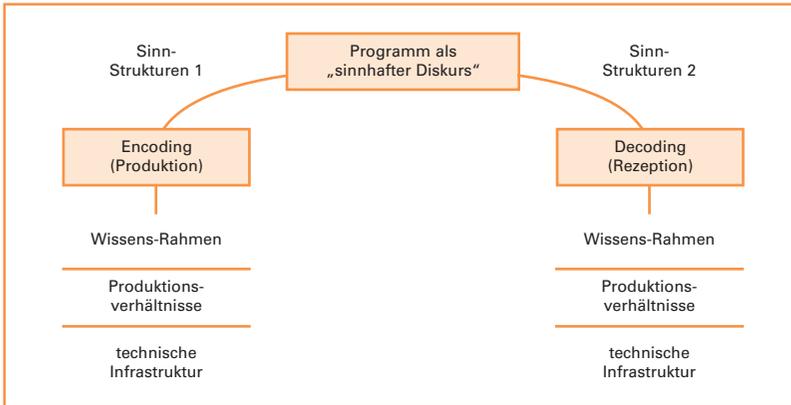
Nach Baake lässt sich Medienkompetenz aufgrund des raschen technologischen Wandels aber nicht mit festgelegten Curricula und strikten didaktisch-methodischen Vorgaben umsetzen, sondern kann am besten über Projektarbeit vermittelt werden (Baake 1997: 45 f.). Er stellt sein medienpädagogisches Konzept unter den Leitgedanken der Handlungsorientierung und betont die Bedeutung einer lebensweltlichen Ausrichtung. Projektarbeit soll dabei den pädagogischen Freiraum öffnen, der es ermöglicht, auf die Realitäten und Herausforderungen von Kindern und Jugendlichen einzugehen (Baake 1997: 67).

1.4.2 Encoding/Decoding als Lernmodell

Unter den WissenschaftlerInnen, die sich mit der lebensweltlichen Aneignung von Medieninhalten und der aktiven Rolle bei der Rezeption beschäftigen, kommt Stuart Hall eine besondere Bedeutung zu. Mit seinem Kommunikationsmodell Encoding/Decoding (Krotz 2009) öffnete er einen neuen Zugang zum Verständnis von Medienkommunikation. Hall stellte die in den 1970er-Jahren vorherrschenden Modelle der Massenkommunikation infrage und betonte die aktive Rolle der NutzerInnen von Medieninhalten sowie ihr Potenzial, idente Inhalte durchaus unterschiedlich zu lesen. Er unterscheidet dabei drei Lesarten: eine dominante, eine oppositionelle und eine zwischen den beiden ausgehandelte. Krotz übernimmt Halls Überlegungen und deren Auswirkungen für sein Verständnis von Kommunikation:

„Will man kommunizieren, ganz gleich, ob als Individuum, Rundfunkveranstalterin bzw. -veranstalter oder Filmproduzierender, ganz gleich, ob man sich mit Worten oder Gesten ausdrückt oder beispielsweise als Rundfunkveranstalter auf technische Systeme zurückgreift, so muss man, was man ausdrücken will, codieren, also in einen Zeichencode und nach dessen Regeln verpacken. Und wer Kommunikation verstehen will, muss die Zeichen, die sie oder er als sinnvoll und gemeint versteht, decodieren, also in die selbst gewählten und akzeptierten Kontexte setzen, und kann sie sich nur so aneignen, wie die folgende Abbildung des Encoding/Decoding-Modells zeigt.“ (Krotz 2009: 215)

Abbildung 2: Encoding/Decoding-Modell nach Hall



Quelle: Krotz 2009: 216

Auch wenn das Encoding/Decoding-Modell nicht für das Funktionieren von zugangsoffenen Medien konzipiert wurde, ermöglicht es auf einfache Weise die Bedeutung eigenständiger Medienproduktion als Voraussetzung für die Vermittlung von Medienkompetenz zu erklären. Zum kritischen Lesen oder Interpretieren von Medieninhalten ist die Kenntnis der jeweiligen Produktionsverhältnisse von großer Bedeutung. Menschen, die sich nicht speziell mit den Bedingungen von Medienproduktion und ihren Kontexten auseinandersetzen, fällt es vermutlich schwer, den Einfluss der Produktionsverhältnisse auf das Programm zu verstehen. Mit ihrer Rolle als ProduzentInnen von Inhalten im Freien Radio oder Community TV öffnen sich den ehrenamtlichen Programm-macherInnen neue Zugänge, um diese Bedingtheit der Inhalte zu erkennen und kritisch hinterfragen zu können – eine wichtige Grundlage für Medienkompetenz und eigenständige Meinungsbildung.

1.4.3 Qualität medialer Partizipation als Voraussetzung für Eigenständigkeit

Begriffe wie *Social Media* oder *Web 2.0* sind heute in aller Munde und konnten in den vergangenen Jahren gesellschaftlich etabliert werden. Die Internetplattformen und Web-Tools, die unter diesen Schlagworten zusammengefasst werden, reichen von kleinen alternativen Plattformen bis hin zu den hochkommerziellen und fast omnipräsenten Formen wie Facebook, Google oder YouTube. Angesichts dieser enorm unterschiedlichen Angebote gewinnt die Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Qualitäten medialer Partizipation an Bedeutung.

Rosemary Day (2009) zeigt in ihrer Studie zu Community Radios in Irland, welchen Beitrag sie beim Community Development, der Demokratisierung von Kommunikation und vor allem als Orte des aktiven Mitgestaltens spielen. Sie definiert sieben Niveaus unterschiedlicher Ausprägung von Teilhabe in Massenmedien, wobei die volle Partizipationsmöglichkeit auf Stufe sieben, die auch die volle Mitbestimmung und -gestaltung durch demokratische Besitzstrukturen umfasst, nur bei Community Radios zu finden ist.

Abbildung 3: Stufen von Partizipation in Massenmedien nach Day

Level	New Category	Type	Example	McCain & Lowe	Provided by
7	Full and Active Participation	Ownership by community	Community radio	Not allowed for	Community media
6	Self-management	Management and decision making open to community, unmediated by outside groups	Community radio	Self-management	Community media
5	Participation	Schedule, program planning, autonomous production after training by station, open to community	Access channels, community radio	Participation	Community and access media

Level	New Category	Type	Example	McCain & Lowe	Provided by
4	Mediated Participation	Producing and presenting programs	Access media, open channel broadcasters	Participation	Public service, commercial, community media
3	Controlled Participation	Presenting programs with professional producers	Guest spots	Participation	Public service, commercial, community media
2	Controlled Access	Speaking on air	Phone-in, talk-back radio	Access	Public service, commercial, community media
1	Reactive Access	Responding to content broadcast	Phone (off-air), fax, letter, email, SMS/texting	Access	Public service, commercial, community media

Quelle: Day 2009: 126 (Table 8.1: A New Framework for Participation in Mass Media)

Day greift bei ihren Überlegungen auf das Konzept von Shirley White (1994) zurück, die zwischen *Pseudo Participation* und *Genuine Participation* unterscheidet. *Pseudo Participation* meint kontrollierte Beteiligung, wie sie meist bei kommerziellen Beteiligungsprogrammen wie Castingshows oder Call-In-Sendungen vorkommt und bei denen der Eindruck scheinbarer Beteiligung erweckt wird. *Genuine Participation* ermöglicht hingegen volle Beteiligung, Mitsprache und Mitentscheidung der Communities oder der lokalen Bevölkerung im Sinne von Empowerment. Öffentlich-rechtliche oder kommerzielle Programme geben in der Regel nur Raum für *Pseudo Participation*, während für Community Radios *Genuine Participation* Teil ihres Selbstverständnisses darstellt.

Vermeintlich kostenfreie Angebote, bei denen NutzerInnen in der Regel mit der Preisgabe ihrer Nutzerdaten zahlen, scheinen auf Grundlage dieser Unterscheidung in einem anderen Licht. Diese Differenzierung ist gerade heute ganz wesentlich, weil immer wieder die Frage gestellt wird, welchen Zusatznutzen nichtkommerzielle Community Medien im Vergleich zu Facebook oder YouTube leisten. Angesichts der Enthüllungen zu geheimdienstlicher Überwachung und kommerzieller Nutzung von UserInnen-Daten bei Facebook, Google und Co. wird die Diskussion

mittlerweile kritischer geführt. Koen Leurs (2015) hat im Bezug auf die Nutzung solch kommerzieller Plattformen durch MigrantInnen in den Niederlanden eine Reihe von diskriminierenden Aspekten herausgefiltert, die sich schon alleine durch ihre Ausrichtung auf Mainstream-User als KundInnen ergeben. In Bezug auf die Algorithmen und Formatvorgaben von Facebook, Google und anderen hält er fest: „These hegemonic, mainstream positions and norms may restrict subaltern users in their ability to become active agents in their own representations.“ (Leurs 2015: 251). Mitsprache und Mitentscheidung der beteiligten Communities in Bezug auf Programm, Organisation und Infrastruktur bis hin zur Trägerschaft bei Freien Radios und Community TV kommt heute vielleicht sogar eine noch wichtigere Rolle zu, als vor dem Entstehen der kommerziellen Social-Media-Angebote.

Lernen durch Gestaltung

Einen anderen Zugang zu Bildungsfunktionen von Community Medien öffnet Helen Manchester (2008) mit ihrer Untersuchung *Learning through engagement in community media design*. Manchester betrachtet dabei die Funktion von Community Radios aus einer explizit bildungswissenschaftlichen Perspektive und betrachtet den Prozess der Mediengestaltung vor allem als Lernprozess. Als Grundlage ihrer Analyse greift sie dabei hauptsächlich auf das Konzept der *Multiliteracies* zurück, das von der *New London Group* (1996, zitiert nach Manchester 2008) formuliert wurde und sich auf vier Aspekte stützt:

- Situated Practice
- Available Designs
- Critical Framing
- Transformed Practice

Hinsichtlich der pädagogischen Zugänge von Community Medien betont Manchester besonders die Rolle der TrainerInnen als VermittlerInnen zwischen Inhalten, Gruppen und Kontexten (broker), Aktivierung mit dem klaren Ziel der Gestaltung von Sendungen, Prozessorientierung sowie ein flexibles Curriculum, das zumindest teilweise mit den TeilnehmerInnen verhandelbar ist. Kritisch sieht Manchester den Mangel an klaren pädagogischen Konzepten, was auch zu Schwierigkeiten bei der Vermittelbarkeit an Dritte wie z.B. FördergeberInnen führen kann. Eine weitere Qualität der Bildungsarbeit in Community Medien liege in

der Begegnung von TeilnehmerInnen mit unterschiedlichen Geschichten, aus unterschiedlichen Lebenswelten und mit verschiedenen Identitäten. Sie betont aber auch, dass der Widerspruch zwischen den großen Anforderungen an die Bildungsangebote und die TrainerInnen in den untersuchten Community Radios und den meist bescheidenen Ressourcen, die dafür zur Verfügung stehen, unaufgelöst bleibt.

Auf Grundlage ihrer bildungstheoretischen Arbeit begleitete Manchester in den letzten Jahren mehrere Projekte britischer Community Radios aus wissenschaftlicher Perspektive. Besonders interessant scheinen in unserem Zusammenhang die Ergebnisse aus der Begleitforschung zu *connect: transmit*, die Manchester (2013) im Bericht *More than yacking away: A review of youth learning opportunities in the community radio sector* zusammengefasst hat.

Das landesweit angelegte Projekt *connect: transmit* hatte die empirische Erfassung der Lernaspekte von Jugendlichen in Community Radios zum Ziel. Manchester führte dazu zahlreiche Interviews und Umfragen mit ehrenamtlichen und angestellten MitarbeiterInnen britischer Community Radios durch. Auf Basis dieser Daten fasst sie die zentralen Kompetenzen, die im Rahmen der aktiven Medienarbeit in Community Radios vermittelt bzw. von den jugendlichen ProgrammgestalterInnen erworben werden unter dem Aspekt *development of speaking and listening skills and capacities* zusammen. Diese Auflistung gibt eine eindruckliche Bandbreite von Fähigkeiten und Kompetenzen wieder:

- Teaching speaking and listening skills
- Interviewing
- Group work, discussion and confidence
- Speaking for different audiences
- Accent and dialect
- Expression/voice
- Analytical skills
- Planning (what to say)
- Negotiation and persuasion
- Development of other skills and capacities
- Employability skills
- Literacy and numeracy skills
- Media literacy
- New literacies
- Digital literacies

Die Verbesserung der Ausdrucksfähigkeit und das Gewinnen von Selbstvertrauen in der Kommunikation stehen klar im Mittelpunkt des Lernerfolges. Die Möglichkeit, im Radio auf Sendung zu gehen, bildet eine wichtige Motivation sich auf Lernen einzulassen und Manchester hält fest:

„Young people engaged in learning in community radio stations develop their speaking and listening skills and improve their confidence and assertiveness, as well as learning new digital and media literacies. The experience both increases their employability and encourages and enables them to be more aware of their local communities and to become more active citizens.“ (Manchester 2013: 37)

Infolgedessen empfiehlt Manchester die vermehrte Akkreditierung der Bildungsangebote von Community Medien. Darüber hinaus könnten Kooperationen mit anderen Bildungsorganisationen zur formalen Verbesserung und Aufwertung der Trainingsaktivitäten von Community Radios beitragen. Solche Kooperationen wären aber auch eine Chance, um leichter neue Zielgruppen in Bildungsprozesse einbinden zu können, die für traditionelle Bildungsträger eher schwer erreichbar sind. Manchester untermauert damit auch die Aussagen von Peter Lewis und Susan Jones (2006), die ihre langjährigen Erfahrungen und Erkenntnisse aus der wissenschaftlichen Begleitung von europäischen Community-Radio-Projekten in der Publikation *From the Margins to the Cutting Edge – Community Media and Empowerment* zusammenfassen. Sie gehen darin auf eine ganze Reihe von Ausbildungsprojekten ein und unterstreichen ebenfalls die wachsende Rolle von Community Medien als wichtige Lernorte in der zunehmend diversifizierten Gesellschaft.

Bürgermedien als Lehrwerkstätten

In Deutschland befassen sich seit den frühen 1980er-Jahren eine große Zahl von Studien mit Community Medien, den sogenannten Bürgermedien, in denen immer wieder auf den Bildungscharakter der Sender hingewiesen wird. Als Ziele der partizipativen Medienarbeit mit Jugendlichen wird etwa eine ganze Reihe von Kompetenzen aufgelistet, die sich Jugendliche dabei aneignen oder vertiefen (LPR 2003: 11). Darunter fallen die Wissensbeschaffung, die kritische Meinungsbildung, die Auseinandersetzung mit Politik, PolitikerInnen und demokratischen Entscheidungsprozessen, der kritische Umgang mit Meinungsforschung,

Projektplanung und -management, Teamarbeit sowie der Umgang mit Erfolgen und Misserfolgen. Die Chancen für den Erwerb sozialer und kommunikativer Kompetenzen ist demnach umso größer, je eigenständiger die Beteiligten in der Medienarbeit ein gemeinsames Produkt planen und umsetzen können. Die Chancen für den Erwerb demokratischer Kompetenz wird umso höher eingestuft, je aktueller die behandelten Themen sind. In den meisten deutschen Bundesländern bestehen heute Bürgermedien mit offenem Zugang und einer Verpflichtung zur Vermittlung von Medienkompetenz. Viele Bürgermedien-Sender bilden heute auch Lehrlinge für das Berufsbild *Mediengestalter Bild und Ton* aus. In der jüngsten Untersuchung der Ausbildungsleistungen des kommerziellen und nichtkommerziellen Rundfunks in Niedersachsen (Köpke/Möhring 2012: 87) wird betont, dass die Ausbildung in Medienberufen, besonders in den journalistischen, stets auch als umfassender Prozess der Persönlichkeitsentwicklung gesehen wird. Generell wird als Qualität das hohe Maß der Eigenverantwortlichkeit, die umfangreiche Mitsprachemöglichkeit der Auszubildenden sowie die Freiheit sich selber auszuprobieren hervorgehoben.

Community Education

Aus einer anderen Perspektive geht Niall Watters in der Studie *Community Radio in Ireland. Its Contribution to Community Development* (Watters 2003: 9) auf die Bedeutung von Community Radios als niederschwellige Lernorte ein. Watters betont, dass sich Handlungsansätze und Ziele von Community Radios mit jenen des Community Development im Wesentlichen decken:

„(C)ollective action, empowerment, participation, promoting social inclusion, emphasizing process as well as product providing information (...)“. Community Radios sollten deshalb nicht einfach als Medien verstanden werden, sondern explizit als AkteurInnen im Feld von Community Development und Community Education. Hinsichtlich einer Reihe von Zielgruppen wie Jugendliche, Arbeitslose, AlleinerzieherInnen und Angehörige ethnischer Minderheiten stehen die Trainingsangebote und Bildungsaktivitäten oft sogar im Vordergrund, weshalb die Community Medien auch explizit als AkteurInnen der Erwachsenenbildung betrachtet werden sollten.

Diese Überlegungen bestätigten sich in jüngster Zeit auch in Österreich im Rahmen von Projekten der Erwachsenenbildung, in denen Freie Radios als wichtige Partner involviert waren. Im Projekt *Connecting. Communities* gelang die Einbindung von Frauen* mit Migrationsgeschichte in längerfristige Lernprozesse durch aktive Medienarbeit. In der neuen Rolle als Radiomacherinnen öffneten sich den beteiligten Frauen* neue Perspektiven auf die eigenen Möglichkeiten und ihre Rolle im sozialen Umfeld.

„Radio machen ist eine wichtige Methode der politischen Bildung. Durch die aktive Auseinandersetzung mit politischen Themen und dem Dialog mit politischen Akteuren/innen oder diversen Funktionsträgern/innen wird das, besonders bei bildungsbenachteiligten Menschen häufig vorherrschende Gefühl der Ohnmacht durch die Erfahrung des ‚Gehörtwerdens‘, des ‚Mitredens‘ und ‚Mitentscheidens‘ ersetzt.“ (Beneke u.a. 2014: 15)

In der Modellbeschreibung *gehört : gelernt : beteiligt - Community Education in Österreich* (Beneke u.a. 2014) sind die Erfahrungen mit der Gestaltung von Radiosendungen als Lernmethode im Sinne von *Community Education* zusammengefasst. Das Projekt *Connecting. Communities* wurde im Zeitraum 2012 bis 2014 vom österreichischen Bildungsministerium und Mitteln des Europäischen Sozialfonds finanziert. Gemeinsam mit dem Projekt *Emanzipatorische Sprachlernmethoden im Salzkammergut* (ESPRIS), in dem besonders die mehrsprachige Sendungsgestaltung im Freien Radio eine wichtige Rolle spielte, wurden so erstmals zwei Bildungsprojekte, in denen Freie Radios und Radiomachen als Lernaktivität im Zentrum standen, auf dieser Ebene anerkannt und gefördert. Besonders bestätigt wurde die Bildungsrelevanz dieser Projekte, als im Jänner 2015 die MitarbeiterInnen von ESPRIS aus dem Freien Radio Salzkammergut für Ihre Sprachlernsendereihe *Pangea Lingua* mit dem Radiopreis der Erwachsenenbildung 2014 in der Kategorie interaktive Programme ausgezeichnet wurden.

Es lässt sich also zusammenfassen, dass die vereinzelt Studien, die es bislang zum Potenzial von Community Medien und nichtkommerziellem Rundfunk als Bildungsräume gibt, dieses umfassend aufzeigen und bestätigen können. Damit lassen sich zugleich neue Zielgruppen und neue Lernorte sowohl für Medien- als auch für Bildungsaktivitäten benennen. Erst in Ansätzen hingegen gibt es Überlegungen zu Koopera-

tionen von Community Medien mit herkömmlichen Bildungsträgern und zu Anerkennungs- sowie Formalisierungsformen dieses Bildungserwerbs, der jedoch zu einem wesentlichen Teil von seiner Informalität lebt.

1.5 Methodisches Vorgehen

Um Formen und Bedeutung von Lernen im nichtkommerziellen Rundfunk erfassen zu können, fiel die Entscheidung für die Verwendung eines Sets verschiedener methodischer Herangehensweisen.

So wurden in sechs Interviews folgende zehn **ExpertInnen** (neun persönlich und einer per E-Mail) entlang eines Leitfadens befragt. Die Hälfte davon spricht mit Kenntnis über die Situation in Österreich, die andere Hälfte aus der Perspektive aus anderen drei europäischen Ländern:

- Wolfgang Hirner (Österreich): Mitgründer einer nichtkommerziellen Radiostation und langjähriger Geschäftsführer dieser, heute freier Unternehmer (Berater für Umwelttechnologie), 25.11.2013 in Salzburg
- Stefan Vater (Österreich): Bildungswissenschaftler und Jurymitglied für Radiopreise, 20.12.2013 in Wien
- Dorothea Sauer und Heidi Gaube vom Verein akzente Voitsberg und Elisabeth Neubacher von der Radiostation B138 in Kirchdorf an der Krems (alle Österreich), 15.10.2014 in Graz
- Peter Lewis (England): Kommunikationswissenschaftler, schriftliches Interview per E-Mail am 15.2.2014
- Jack Byrne, Sally Galeano und Ciaran Murray von der Radiostation NearFM Dublin (Irland), 26.2.2014 in Dublin
- Ragnar Smittberg von der Radiostation Eskilstuna (Schweden), 14.6.2014 in Eskilstuna

Wir haben nach Einschätzungen und Erfahrungen mit Lernen und Bildungsprozessen in nichtkommerziellen Sendern gefragt und diese konkret mit den acht Schlüsselkompetenzen in Beziehung gebracht. Als Erfahrungen haben wir sowohl jene von anderen SendungsgestalterInnen einbezogen als auch jene, die die befragte Person gegebenenfalls selbst biografisch gemacht hat. In solchen Fällen haben wir weitergehend nach Interpretationen gebeten, inwieweit die eigenen späteren beruflichen Wege damit in Verbindung stehen könnten.

Die oben erwähnten Themen waren zum Teil auch im Gespräch bei zwei weiteren durchgeführten Interviews präsent, die auf die Recherche von **Good-Practice-Beispielen** fokussierten:

- Chrissy Moog und Steven Mundin von Sine FM (UK), 10.10.2013 in Doncaster
- Mary Dowson von BCB (UK), 12.10.2013 in Bradford

Als weiterer Schritt wurden alle Verantwortlichen für Weiterbildungsprogramme in den nichtkommerziellen Sendern in Österreich zu einem **Forschungsworkshop** eingeladen, der am 24.9.2013 in den Räumlichkeiten von Radio FRO in Linz stattfand. Es nahmen daran MitarbeiterInnen von sechs Stationen teil:

- Radio FRO (Linz)
- Aufdraht/Schulradio (Wien)
- Radio Orange 94.0/Kanal K (Wien)
- Radio B138 (Kirchdorf bei Krems)
- Radio Helsinki (Graz)
- Radiofabrik (Salzburg)

Bei diesem Workshop wurden die Fragen und Kontexte der Studie vorgestellt, Arbeitsthemen waren Praxis und Erfahrungen mit den Basis- und Weiterbildungsangeboten der Sender. Anschließend an den Workshop wurde ein 15-seitiges Protokoll verfasst und an alle Stationen geschickt, sodass auch Personen, die nicht anwesend waren, ihre Inhalte noch schriftlich einbringen konnten. Das hiermit ergänzte Protokoll wurde schlussendlich allen zur Verfügung gestellt, zahlreiche Inhalte daraus flossen in weitere Befragungen und in die vorliegende Studie ein.

Das **nicht-formale Aus- und Weiterbildungsangebot** der 17 nichtkommerziellen Radio- und TV-Stationen in Österreich wurde erhoben, indem alle Sender mittels Fragebogen angeschrieben wurden. Zusätzlich wurden die österreichweit von COMMIT angebotenen Workshops einbezogen, um exemplarisch für das Jahr 2013 einen Überblick über das gesamte Bildungsangebot zu erhalten. Gefragt wurde nach der inhaltlichen Ausrichtung der Veranstaltungen, den TeilnehmerInnenzahlen, Kooperationen mit Bildungsträgern und anderen Institutionen.

Die **Perspektiven von aktuell aktiven SendungsgestalterInnen** wurden auf qualitativer und quantitativ-explorativer Ebene erhoben:

- Im Grazer Sender Radio Helsinki fand am 9.12.2013 ein knapp dreistündiges **Fokusgruppengespräch** mit vier SendungsgestalterInnen statt: Sonja (Pensionistin), Anna (Studentin), Heinz (Pensionist) und Andreas (Angestellter). Mit zwei Frauen* und zwei Männern* konnte eine geschlechtliche Ausgeglichenheit erreicht werden, auch waren mit zwei pensionierten und zwei rund 30-jährigen Personen zwei Alterssegmente präsent. Im Gespräch kam weiters die Unterschiedlichkeit von Bildungsabschlüssen zum Tragen. Trotz der Bemühungen von MitarbeiterInnen von Radio Helsinki ist es nicht gelungen, Menschen zur Gesprächsteilnahme zu bewegen, die nicht deutscher Muttersprache oder nicht hauptsächlich in Österreich aufgewachsen sind. Durch die individuelle Schwerpunktsetzung bei der Sendungsgestaltung konnte zumindest durch eine nicht-deutschsprachige Sendung die Perspektive auf Mehrsprachigkeit ein klein wenig abgedeckt werden.
- Positionen von möglichst vielen SendungsgestalterInnen inklusive der MitarbeiterInnen in Sendern wurden explorativ und ohne repräsentativen Anspruch via anonymer **Online-Umfrage** eingeholt. Im Zeitraum 2. bis 14.12.2014 stand ein Fragebogen mit vier soziobiografischen und 16 inhaltlichen Fragen mit weiteren fünf Unterfragen („Wenn ja,...“) unter dem Link <https://www.soscisurvey.de/NKRFundLLL/> offen. Neben Fragen mit vorgegebenen Antworten, die ausgewählt werden konnten, wurden auch offene Fragen gestellt, bei denen die Personen eigene Formulierungen und Aussagen eintragen konnten. Die Aufforderung zum Ausfüllen wurde erstmals am 2.12.2014 an die 17 ProgrammkoordinatorInnen nichtkommerzieller Sender in Österreich geschickt, am 10.12.2014 folgte eine Erinnerung. Schlussendlich trafen über 100 ausgefüllte Bögen ein, wovon 102 bereinigt und ausgewertet werden konnten.

Die größte Herausforderung bei der Gestaltung des Online-Fragebogens und während des Fokusgruppengesprächs war die Konzentration auf Aussagen hinsichtlich informeller Bildungsleistungen, die – per definitionem – hauptsächlich nebenher und unbeachtet erfolgen. Solches prozesshaftes Erlernen von Kompetenzen erfolgt kaum bewusst und kann folglich nicht wirklich bewusst erzählt werden. Im Interview bringt die Bildungswissenschaftlerin Daniela Holzer diese Schwierigkeit der Befragung zum Ausdruck:

„... überhaupt benennen zu können, was man gelernt hat, welche Fähigkeiten, welche Wissensaspekte man sich angeeignet hat: Das zu benennen ist ja schon eine Schwierigkeit, es tun sich ja schon Pädagogikstudierende, die ja vom Fach sind, schwer ,Wie soll ich überhaupt ausdrücken, was ich kann und erst noch beschreiben, wie ich mir das angeeignet habe und vielleicht noch darüber nachdenken, was ich daran verbessern kann?‘ Das muss man sehr sensibel begleiten und ein Sprache finden, wie ich das benennen kann ...“

Sowohl im Rahmen des Fokusgruppen- als auch der ExpertInnen-interviews wurde deutlich, wie über die gemeinsamen Gespräche verschiedene – anfänglich teils verneinte – Bildungsleistungen bewusster wurden. Im Gruppengespräch stimulierten sich die Sprechenden mit ihren Antworten gegenseitig und unterstützten sich bei der Erinnerung, was Flick als spezifisches Potenzial von Fokusgruppeninterviews beschreibt (Flick 1999: 132). Auch lassen sich die auf dem Wege der Sendungsproduktion erworbenen Fähigkeiten sowohl in ihrem Erwerb, aber auch in ihrer Einsetzbarkeit irgendwann im Laufe des (Berufs-) Lebens nicht unbedingt aus der akuten Situation heraus benennen. Dafür braucht es einerseits angeleitete, gezielte Beobachtung, wie sie zum Beispiel von Gerd Bräuer als reflexive Praxis (Bräuer 2003) vorgestellt wurde. Andererseits lässt sich eine Veränderung bei eigenen Kompetenzen oft erst nach Jahren und mit themenorientiertem Rückblick erkennen und auf Tätigkeiten im nichtkommerziellen Rundfunk rückführen. Nicht zuletzt verändern Menschen kontinuierlich ihre Perspektive auf ihre (Bildungs-)Biografie und die Aspekte, die jeweils ausschlaggebend waren (Ecarius 1998).

In der Kombination aus ExpertInnen- und Good-Practice-Interviews, Forschungsworkshops mit SendermitarbeiterInnen und den Angaben von SendungsgestalterInnen selbst wurden beide Verfahren der Dokumentation von informell Erlerntem eingesetzt, nämlich die Fremdbeschreibung und die Selbstbeschreibung (Frank et al. 2005). Sendungen und ihre GestalterInnen vom nichtkommerziellen Rundfunk haben in den letzten Jahren vermehrt Preise und Auszeichnungen erhalten – und zwar in Konkurrenz mit jenen von professionellen JournalistInnen. Feedbacks und diese Form von Rückmeldungen werden zusätzlich als Fremdbeschreibungen bzw. -bestätigungen von Gelerntem als eine weitere Ebene einbezogen, nachdem davon ausgegangen werden kann, dass GestalterInnen in nichtkommerziellen Medien mit wenig bis keiner journalistischen Vorbildung diese zumeist ehrenamtliche Tätigkeit aufnehmen.

Alle erwähnten acht Interviews mit zwölf Personen als auch das Fokusgruppengespräch wurden vollständig und wörtlich transkribiert. Dialektale Ausdrücke wurden nicht beibehalten, Tipp- oder Grammatikfehler bei schriftlichen Angaben wurden korrigiert.

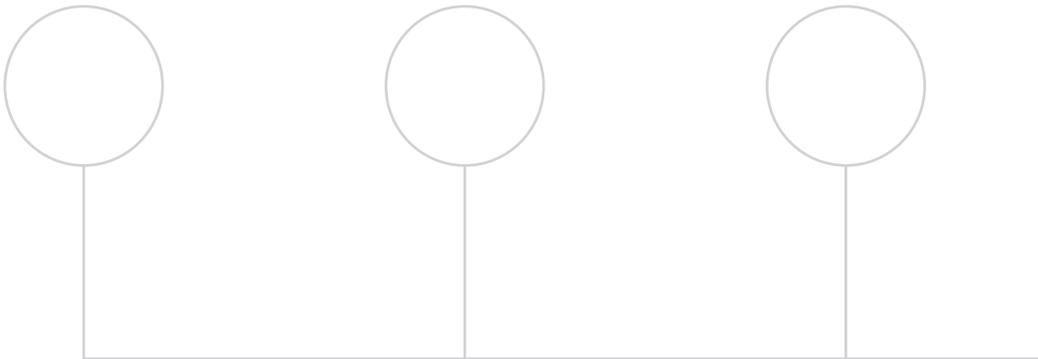
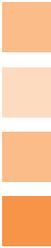
Erhoben wurden also zahlreiche unterschiedliche Erfahrungsebenen und Positionen von GestalterInnen und SendermitarbeiterInnen, die jedoch keine Gesamtheit repräsentieren sollen oder können. Wir haben viele verschiedene Stimmen und Perspektiven in unterschiedlichen Settings eingeholt, die nicht alle, aber außerordentlich viele Facetten an Bildungs- und Lernerfahrungen und den Bedingungen dafür im nichtkommerziellen Rundfunk sichtbar machen. Unser Anspruch war es also nicht, alle Lernmöglichkeiten im nichtkommerziellen Rundfunk erfassen und benennen zu können, sondern ihn als Ort des Lernens in Österreich fassbar zu machen. Somit untersuchten wir ein konkretes Phänomen, das in der Zielsetzung schon formuliert und mit den Sendern in ein konkretes vordefiniertes Handlungsfeld eingebettet ist.

Für die Auswertung haben wir uns inhaltsanalytisch angenähert, indem wir Kategorien gebildet haben, die wir aus den Antworten herauskristallisieren konnten (Mayring, zitiert nach Flick 1999: 212). Anfänglich haben wir alle Themen aufgenommen, die genannt wurden, und diese anschließend danach gewichtet, welche Bedeutung ihnen zugeschrieben wurde. Leitgebend waren dabei Verdichtungen von Themen, die entweder durch die Häufigkeit der Erwähnung entstanden sind oder durch die Bedeutsamkeit, die Tätigkeiten zugeschrieben wurden. Dies erfolgte teils direkt, teils aber auch in Nebengeschichten oder in beiläufigen Bemerkungen versteckt. Damit konnten auch Themen identifiziert werden, die – vorerst – nur von einer Person hohe Gewichtung erhielten, was in weiteren Schritten aber die Perspektive auf dieses Thema grundsätzlich eröffnete, sodass es weiter verfolgt und über zusätzliche Aussagen kontextualisiert oder strukturiert werden konnte. Diese Auswertungsschritte erfolgten zirkulär, die Kategorien wurden dabei wiederholt reduziert und durch die Einbeziehung von Kontextmaterial modifiziert. Zentral war für uns die Annäherung an die Vorstellungswelt der Sprechenden und deren Bedeutungszuschreibungen, eine Zugangsweise, die sich auf die „dichte Beschreibung“ von Clifford Geertz (2003) bezieht, eine Form, in der wir unsere Ergebnisse schließlich präsentieren.

Daraus ergeben sich – trotz aller Fülle an Material – auch (ressourcenbedingte) Einschränkungen hinsichtlich der Breite der befragten Personen: So waren alle Gespräche und auch der Fragebogen auf Deutsch, was bereits für viele Aktive im nichtkommerziellen Rundfunk eine Zugangsbarriere bedeutete. Weiters erfordert eine deutschsprachige Online-Umfrage sowohl Zugang zu Computer und Internet als auch Kenntnisse zur Bedienung sowie zur Befüllung eines Fragebogens, was eine weitere Schwelle darstellt. Im Laufe der Studie kristallisierte sich weiters das Thema heraus, wie hoch der persönliche Bezug, das Gefühl von Zugehörigkeit und Zuständigkeit für den Sender sei: Aspekte, die in nicht unerheblichem Ausmaße das Interesse und die Motivation, an solchen Erhebungen teilzunehmen, prägen.

Durch diese Einschränkungen kann davon ausgegangen werden, dass es noch weitere Lern- und Bildungserfahrungen gibt, die hier nicht vorkommen und die das Bild bereichern und komplexer gestalten würden. Die Fragestellung fokussiert jedoch, wie erwähnt, nicht auf eine vollständige oder repräsentative Erhebung aller erwerbbarer Kompetenzen, sondern versucht, Sender des nichtkommerziellen Rundfunks in Österreich als Institutionen zu beschreiben, in denen Bildungsleistungen erbracht werden.

Weiters hielten wir punktuell Rücksprache mit Aktiven in den Sendern, die eingeladen wurden, ihre Fragestellungen im Rahmen des Studienziels einzubringen. Insofern steht diese Studie auch in der Tradition von Begleitforschung mit und über nichtkommerziellen Rundfunk in Österreich.





2 Bildungsprogramme des nichtkommerziellen Rundfunks

Die Bildungsangebote der Sender und ihre Nutzung sind ein wichtiger Bereich, in dem die Sender den eigenen Bildungsauftrag umsetzen und dabei auf Bedürfnisse der meist ehrenamtlichen MitarbeiterInnen eingehen können. Aus- und Weiterbildung ist im nichtkommerziellen Rundfunk ein Handlungsfeld, das einerseits ganz wesentlich ist für die Qualitätsentwicklung der Programme, andererseits aber auch die Verantwortung birgt, unterschiedlichen Personen und Gruppen Zugang zu den Sendern überhaupt zu ermöglichen oder zu erleichtern. In diesem Kapitel stellen wir die Ergebnisse der Erhebung der Angebote der Sender im Jahr 2013 dar und diskutieren sie vor dem Hintergrund der Aussagen von ExpertInnen und Verantwortlichen für die Programmierung dieser Angebote.

2.1 Angebotserhebung für 2013

Alle 14 Freien Radios und drei Community TVs in Österreich wurden 2014 eingeladen, über ihre Aus- und Weiterbildungsaktivitäten im Jahr 2013 detailliert Auskunft zu geben. Erhoben wurden dabei nicht nur quantitative Aspekte, sondern auch die Bandbreite der Bildungsaktivitäten und die hierfür eingegangenen regionalen oder lokalen Kooperationen. Elf von 17 Sendern beantworteten die Umfrage, die damit durchaus repräsentativ für den gesamten Sektor ist. Zusätzlich zu diesen lokalen Angeboten gibt es noch die bundesweit senderübergreifenden angebotenen Veranstaltungen von COMMIT, die ebenso berücksichtigt wurden.

Thematisch lassen sich die angebotenen Themen vor allem in die Bereiche Media Skills, soziale und Bürgerkompetenzen und Workshops zur Reflexion der Medienarbeit einteilen. Der Schwerpunkt liegt bei Veranstaltungen zur Vermittlung von Media Skills, um TeilnehmerInnen möglichst rasch Zugang zur eigenständigen Medienproduktion zu ermöglichen.

2013 wurden unter anderem folgende Weiterbildungsthemen angeboten:

Im Community TV:

- Interview
- Moderation
- Stimm- und Sprechtraining/Sprechen in den Medien
- Qualitätsmanagement
- Videoschnitt und Videojournalismus
- Interkulturelles Medientraining
- Untertitelung

In den Freien Radios:

- Allgemeine und gruppen- oder projektspezifische Basisworkshops
- Moderation
- Interview/Interviewführung & Interviewtechniken
- Schreiben fürs Hören
- Sprachtraining/Sprech- und Stimmtraining
- Der gebaute Beitrag
- Einführung Featuregestaltung
- Akustisches Gestalten
- Jingleproduktion
- Musikredaktion
- Crossmedia Marketing
- Freies Radio, Podcasts & Social Media
- Kritik und Feedback
- Copyleft/Copyright
- Diverse Technikworkshops: Studioteknik, Audioschnitt, Computernetzwerk
- Workshops zu Gender Mainstreaming, Sexismus und Rechtsextremismus in der Jugendkultur
- Methodik und Didaktik für TrainerInnen
- Radioworkshops für Schulen, Kinder, Jugendliche und Studierende
- Medienkompetenz für MultiplikatorInnen

Projekte und Kooperationen

Die Auseinandersetzung mit der eigenen Rolle als Bildungsanbieter oder Lernort – besonders in der aufsuchenden Bildungsarbeit – spiegelt sich

in den zahlreichen Projekten wider, die Sender lokal oder in europäischen Partnerschaften initiieren oder mitgestalten. Die Bandbreite spannt sich dabei von klassischen Radio- oder TV-Workshops für Kinder und Jugendliche im Rahmen von schul- oder freizeitpädagogischen Projekten über Stadtteilradio bis zu Informationsreihen zur EU-Wahl und Projekten der kollektiven Aufarbeitung lokaler Geschichte. Bei den meisten dieser Aktivitäten geht es um weit mehr als um die Vermittlung von Medienkompetenz. Die Herausforderung, Projektthemen medial umzusetzen, eröffnet neue Möglichkeiten zur Vertiefung und Differenzierung der inhaltlichen Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Themen und gesellschaftlichen Zusammenhängen. Dass dieses Potenzial bereits an vielen Orten erkannt wird, belegt die Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen.

Kooperationen mit Bildungsträgern

Die Untersuchung der Kooperationen mit Bildungsorganisationen und -institutionen liefert wertvolle Hinweise für die Relevanz der Bildungsaktivitäten von Community Medien im Rahmen des lebensbegleitenden Lernens. Diese oft lokalen Kooperationen erweitern den Handlungsraum der Sender und ihrer Partner, sie eröffnen auf der anderen Seite aber vor allem neuen Personen und Gruppen den Zugang zu den Bildungsangeboten der Sender.

Einige der genannten KooperationspartnerInnen waren:

Arbeiterkammer, Gesellschaft für politische Bildung, Institut für Publizistik der Universität Wien, Tiroler Integrationsfonds, Schulpartnerschaften im Rahmen von p(ART)-Projekten, mehrere Pädagogische Hochschulen, Bundesinstitut für Erwachsenenbildung, Südwind Tirol, Berufsschulen, Pro Mente, berufliches Bildungs- und Rehabilitationszentrum, Frauenstiftung Steyr.

Beispiele für Kooperationen im Untersuchungszeitraum:

Kooperationen im Community TV:

- Rettet das Kind: Workshop und Produktion mehrerer Kurzclips und einer Sendung
- Start Stipendium: Workshop und Produktion mehrerer TV-Sendungen
- Lebenshilfe Salzburg: Studio- und Produktionsworkshop

- Erasmus StudentInnen: Videoproduktionsworkshop
- EU_Donauraum-Strategie: Empowering Young People – Connecting Europe: Kooperation mit den Kaufmännischen Schulen des bfi Wien und Kulturkontakt Austria
- „Nebenan Extra“: Kooperation mit VHS Polycollege Margareten/Wieden – Porträtgestaltung durch Kurs-BesucherInnen

Kooperationen der Freien Radios:

- „Kooperatives Arbeiten im Lernraum Radio ...“, gefördert von der Österreichischen Gesellschaft für politische Bildung
- Stadtteilradio: Versuch über die Kooperation mit Stadtteilbüros Menschen zu erreichen, die nicht selbst den Zugang zum Radio finden
- „Balkan Calling“ – eine Woche Workshop mit Germanistikstudierenden aus Bosnien-Herzegowina und Albanien
- Einführung und Produktion von Musiksendungen
- Integrationsplattform, Sendeserie
- „Networks“ – EU-Projekt unter Beteiligung von Freien Radios und LehrerInnen, Ziel: Radio als Methode in der Schule einsetzen
- Check your choice – Info-Countdown zur EU-Parlamentswahl 2014
- Memory under construction: giving voice to forgotten memory – zur Rolle Freier Radios in der Diversifizierung kollektiver Geschichte
- Kooperationen mit Schulen im Rahmen des Programms p[ART]
- mehrtägiger Radioworkshop im Rahmen des Theaterfestival „Luaga und Losna“
- Mädchenradioprojekte im Rahmen von: „Come On“, Förderprogramm des Landes NÖ

Praktika und Lehrstellen

Auch wenn Kompetenzerwerb im nichtkommerziellen Rundfunk im Bereich des nicht-formalen und noch mehr im Rahmen informellen Lernens stattfindet, gibt es auch Angebote und Aktivitäten, die vom Setting her dem formalen Lernen zurechenbar sind. Im Rahmen unserer Befragung betrifft das anerkannte (Pflicht-)Praktika von Studierenden, Lehren und Weiterbildungen in Kooperation mit dem oder im Auftrag des Arbeitsmarktservice (AMS). In diesem Bereich zeigen sich große Unterschiede zwischen den Radios oder TV-Sendern in den Landeshauptstädten mit Universitäten und Fachhochschulen und den Radios im

ländlichen Umfeld. Alle Sender in Universitätsstädten bieten Praktikumsplätze an, teilweise sind diese auch bezahlt. Im untersuchten Zeitraum wurden Praktika von 35 Personen absolviert.

Lehrstellen bieten vier von elf Sendern, also ca. 1/3 der Befragten an. Dies hängt nicht nur von der Größe der Organisationen ab, sondern steht auch im Zusammenhang mit den räumlichen Möglichkeiten. Diese Lehrstellen teilen sich auf drei Berufsbilder auf:

- Medienfachmann/-frau – Medientechnik
- Mediendesign
- Informationstechnologie – Informatik

Kooperationen mit dem oder im Auftrag des zuständigen Arbeitsmarktservice (AMS) waren nur bei drei von elf Sendern zu finden. Es handelt sich dabei einerseits um Aktivitäten im Rahmen von Bildungskarenzen und andererseits um eine neun-monatige Qualifizierungsmaßnahme und ein vierwöchiges Medienmodul für 14 TeilnehmerInnen. Bei der Umsetzung von AMS-Kooperationen ist zu bemerken, dass sich diese nicht auf die städtischen Sender beschränken. Am Beispiel von Radio B138 in Kirchdorf/Krems zeigt sich, dass bei entsprechender Anerkennung der vielfältigen Funktionen des lokalen Radios, dieses auch in Qualifizierungsmaßnahmen seitens des zuständigen AMS eingebunden werden kann.

Individuelle und lokale Interessen

Aus den Gesprächen mit den Ausbildungsverantwortlichen wurde deutlich, dass die Aus- und Weiterbildungsangebote immer wieder überdacht und überarbeitet, mitunter manche Themen mangels Interesse auch wieder abgesetzt werden. An einigen Orten geht nach Einschätzung der Verantwortlichen die Nachfrage nach Workshops zurück bzw. die Interessierten fühlen sich eher von den weiterführenden Angeboten von COMMIT angesprochen, die gleichzeitig einen Austausch mit ProgrammgestalterInnen aus anderen Sendern ermöglichen. Widersprüchlich sind die Aussagen zu Workshops für sehr spezifische Zielgruppen, die besonders unterstützt werden sollen. Einerseits werden Ausbildungen durchaus für einzelne spezielle Gruppen gestaltet (z.B. eine queer-feministische Lehrredaktion), andererseits erlischt das Interesse daran dann auch wieder recht schnell. An den Radios im kleinstädtischen oder ländlichen Raum werden die Grundschulungen nicht regelmäßig, sondern eher

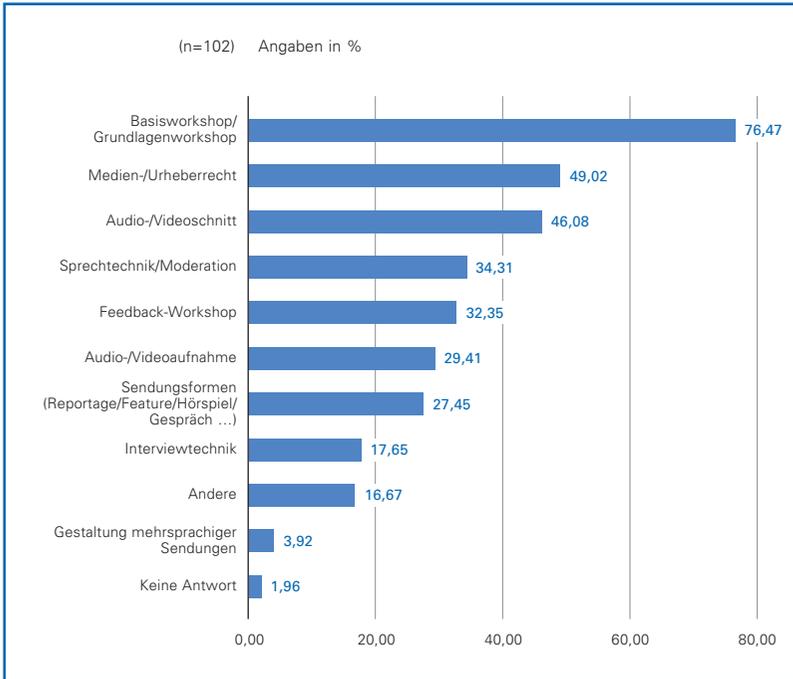
bedarfsorientiert und individuell oder in ganz kleinen Gruppen abgehalten. Die InteressentInnen werden teilweise auch persönlich von MitarbeiterInnen oder erfahrenen SendungsmacherInnen eingeführt und während ihren ersten Sendungen begleitet.

2.2 Wahrnehmung der Angebote

Im Rahmen der Online-Umfrage wurde erhoben, welche Workshops die MitarbeiterInnen bereits besucht haben, welche sie gerne besuchen würden und welche Weiterbildungsangebote sie vermissen. Außerdem wurde gefragt, was davon abhält, Weiterbildungsangebote zu besuchen. Bei allen Fragen waren Mehrfachantworten möglich.

Bei der Auswertung der Daten fällt auf, dass zwar nicht alle, aber über 70 % der Befragten den Basis- bzw. Grundlagenworkshop der Freien Radios und Community TVs absolviert haben. Demnach gibt es auch Wege, ohne Bewältigung dieser Einstiegshürde auf Sendung zu gehen. An zweiter Stelle stehen Workshops zum Thema Medien-/Urheberrecht, die von 49 % der Befragten besucht wurden, gefolgt mit 46 % von solchen zu Audio- & Videoschnitt. Das Schlusslicht mit 4 % bilden Workshops, die die Gestaltung mehrsprachiger Sendungen zum Inhalt haben.

Abbildung 4: Workshops, die die Befragten absolviert haben



Anmerkung: Mehrfachauswahl
Quelle: Eigene Auswertung

Im offenen Eingabefeld wurden noch folgende Workshopbesuche genannt:

- Kommunikation
- Lehrredaktion Radio FRO
- Kreative Beitragsgestaltung
- Diskussionsleitung/Diskussionen moderieren
- Konzeptkunst und spontane Interaktion (Civilmedia)
- Musikjournalismus
- Blogverwaltung, Verlinkung mit Facebook & Co.
- Cross Media Publishing
- Rhetorik
- Mehrsprachigkeit

- Videojournalismus-Kurs (beinhaltet Video- u. Audio/Aufnahme-Schnitt)
- Themen zu Organisation und Projektarbeit
- EU-Förderungen

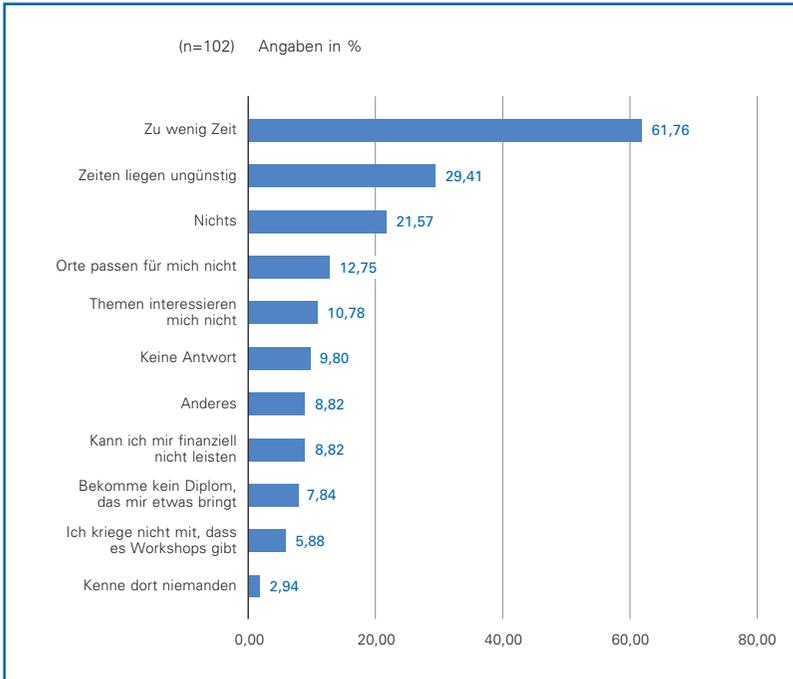
In absoluten Zahlen besuchten 905 neue ProgrammacherInnen Basisworkshops. Das lässt für alle 17 Sender auf fast 1.400 Teilnahmen an Basisworkshops schließen. Andere Workshops wie Schulworkshops und ähnliche Veranstaltungen wurden von 2.381 TeilnehmerInnen besucht, wobei diese Teilnahmen nicht zwingend zu einem längerfristigen Engagement als ProgrammacherIn führen. An den weiterführenden Veranstaltungen von COMMIT haben im selben Zeitraum 201 Personen teilgenommen, insgesamt bildeten sich also 3.487 Personen fort. Hochgerechnet auf alle 17 Sender kann von über 5.000 Personen ausgegangen werden. Diese Zahlen scheinen im Verhältnis zur Zahl der SendungsmacherInnen durchaus plausibel; eine regelmäßige Vollerhebung wäre allerdings sinnvoll und hilfreich, um die quantitative Relevanz der Bildungsaktivitäten besser sichtbar machen zu können.

Im Vergleich zur Ausbildungspraxis in anderen Ländern fällt auf, dass dem Thema Medien- und Urheberrecht von den Sendern in Österreich ein höherer Stellenwert zugemessen wird. Dies lässt auf ein hohes Maß an Verantwortung schließen, um rechtliche Konflikte möglichst von vornherein zu verhindern. Dieses Vorgehen wird insofern bestätigt, dass seit dem Sendestart der ersten Freien Radios 1998 nur wenige medien- oder urheberrechtliche Auseinandersetzungen erfolgt sind.

2.3 Barrieren und Hürden

Als wichtigster Faktor für die Verhinderung einer Teilnahme an weiterführenden Workshops wurde von 61,76 % der Befragten Zeitmangel genannt. Eng damit verbunden ist auch der Grund, der mit 29,41 % am zweitöftesten genannt wurde: Die Zeiten der Workshops liegen ungünstig. Dass die Themen nicht interessant seien, gaben nur 10,78 % der Befragten an. Finanzielle Aspekte sind kaum ausschlaggebend, da dieser Punkt nur von 8,82 % der Personen genannt wurde. Niemanden bei den Workshops zu kennen, ist nur für 2,94 % der Befragten ein Hindernis (siehe Abbildung 5).

Abbildung 5: Verhinderungsgründe für Workshops



Anmerkung: Mehrfachauswahl
Quelle: Eigene Auswertung

Aus der Sicht der Ausbildungsverantwortlichen gibt es einige Gruppen, die generell schwerer erreichbar sind, sowohl in Bezug auf ihre Einbindung als SendungsmacherInnen, als auch auf ihre Teilnahme an Weiterbildungen. Als spezielle Zielgruppen wurden genannt: Blinde bzw. Menschen mit Beeinträchtigungen, Frauen*, Menschen mit Migrationshintergrund, Jugendliche und SeniorInnen. Für diese Zielgruppen bedarf es spezieller Angebote und besonderer Anstrengungen, um sie zu erreichen.

Dass für manche Zielgruppen sehr spezifische Angebote und Projekte notwendig sind, bestätigt auch die Praxis der Radioschule klipp+klang in der Schweiz. Die Rolle von Fördervorgaben für spezifische Altersgruppen oder bestimmte soziale Gruppen wurde auch von Steven Mundin vom Community Radio Sine FM in Doncaster (UK) angesprochen:

„Skills for 19+ people – that is one part of work that may be funded. There is the money from the lottery fund coming from a much wider group of people taking people from 14 up to 70/70+ this is quite a large range of ages. Yes for sure, the last project that we delivered for the lottery fund had a number of targeting people from black and minority communities, so we have to involve people from different more diverse communities in the services that we provide.“

Viele Bildungsverantwortliche sind sich bewusst, dass der Zugang zu den Bildungsangeboten am Sender für manche Menschen und Gruppen bereits mit großen Hürden verbunden ist, was speziell für medial unterrepräsentierte und bildungsbenachteiligte Personen gilt. Die Bedeutung alternativer Ausbildungsorte und aufsuchender Bildungsangebote wurde deshalb mehrfach thematisiert. Bei Radio Helsinki in Graz wird deshalb versucht, Menschen an öffentlichen Plätzen anzusprechen, Radio FRO in Linz hat eine Kooperation mit einem Pflegeheim gestartet und in der Schweiz wurde in einem erfolgreichen Projekt mit einer Jugendstrafanstalt kooperiert. Auch Radio Orange 94.0 in Wien hat Erfahrung mit aufsuchender Medienarbeit, etwa mit Kinderworkshops im Park beim Studio. In diesem aufsuchenden Bereich gibt es noch großen Bedarf an Austausch, worauf COMMIT mit Workshops zu Community Development und Outreach reagiert hat. Die Erfahrungen aus England und Irland dürften hier besonders wertvoll sein, weil im Selbstverständnis dieser Sender die sozialen Aspekte von Community Development wesentlich stärker verankert sind. Mary Dowson von BCB (Bradford, UK) betonte die Bedeutung, die der Wahl der geeigneten Orte, an denen Workshops oder andere Bildungsaktivitäten stattfinden, zukommt:

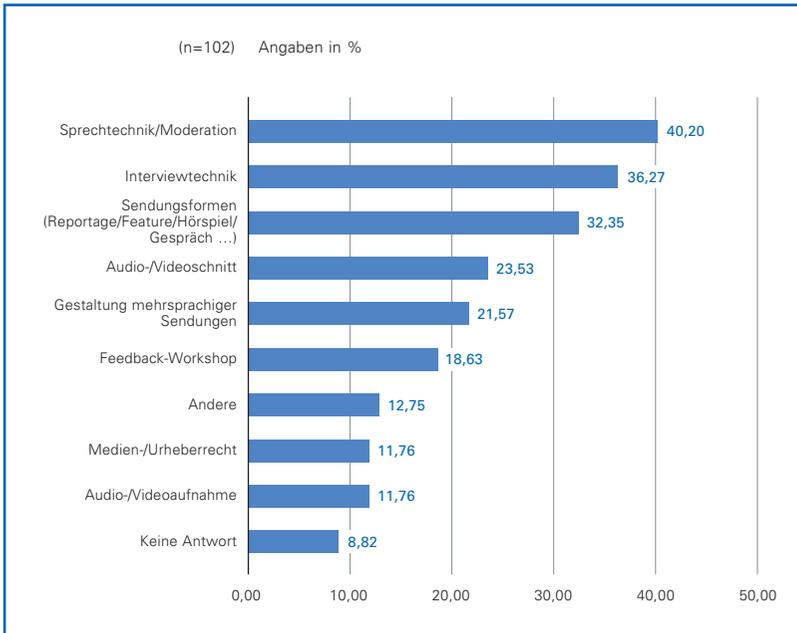
„... we try to be as inclusive as we can, specifically by going out and finding people and offering our opportunities. If we would sit in our radio station and wait for people to come there would be mostly middle age white man. If we want to be inclusive we have to go to people and say to them this is for you we will come to you, we will bring you, we will find you rather than waiting for people knocking on our door. ...as we work in communities we actually deliver training in community centers and we bring them into the studios for some training. We try to deliver some training in the community where people feel safe and comfortable rather than all the training at BCB and that's very important because asking people to come to a radio

station in the city center can be quite difficult sometimes. If we start training in a venue where they feel comfortable because there is their children in the nursery or in the school then we can bring them to the radio station for some of the sessions.“

2.4 Wünsche und Erwartungen

Bei den Weiterbildungswünschen der Befragten wurde „Sprechtechnik/Moderation“ mit 40,20 % am häufigsten genannt, gefolgt von „Interviewtechnik“ und „Sendungsformen“ durch ein Drittel der Befragten. Dies ist ein deutlicher Hinweis darauf, dass ein großer Teil der SendungsmacherInnen an einer Verbesserung der Sendungsgestaltung und ihrer persönlichen Präsentation interessiert ist. Auch das Themenfeld „Gestaltung mehrsprachiger Sendungen“ wird von mehr als einem Fünftel der Befragten gewünscht. Am seltensten mit 11,76 % wurden hingegen „Medien-/Urheberrecht“ und „Audio-/Videoaufnahme“ erwähnt, was vermutlich daran liegt, dass diese Themenbereiche im Allgemeinen bereits in den Basisworkshops der Freien Radios und Community TVs ausführlich behandelt werden (siehe Abbildung 6).

Abbildung 6: Weiterbildungswünsche der Befragten



Anmerkung: Mehrfachauswahl
Quelle: Eigene Auswertung

Im Rahmen der Gespräche mit Ausbildungsverantwortlichen wurden auch noch weitere Themenwünsche für die Weiterbildung identifiziert:

- Recherche
- Qualitätssicherung im Journalismus bzw. in der Redaktion
- Workshops mit erfolgreichen JournalistInnen inkl. Möglichkeit zu Vernetzung und Austausch
- Objektivität im Journalismus
- Positions-, Funktions- und Aufgabenverteilung einer Redaktion
- Wie baue ich „Social Justice“ im Radio-Grundkurs ein
- Methoden „train the trainer“

Mehrfach wurde festgehalten, dass der/die AusbilderIn der Basisausbildung meist auch später die wichtigste und oft einzige Bezugsperson für neue SendungsgestalterInnen bleibt. Diese persönliche Bindung ist dann ein entscheidender Angelpunkt für die Bindung an den Sender und ein längerfristiges Engagement. Mit der vertrauten Person aus der Ausbildung können auch nach der Grundschulung viele Personen am leichtesten reden, was mitunter zu überfordernden Situationen für den/die AusbilderInnen führt, weil sie an den meisten Sendern gar nicht für diese Rolle vorgesehen sind. An mehreren Sendern werden SendungsmacherInnen systematisch auf Weiterbildungsmöglichkeiten angesprochen, besonders wenn den Senderverantwortlichen die jeweilige Sendung qualitativ verbesserungswürdig erscheint. Als Aktivität zur Qualitätsverbesserung der Sendungen wurde an einigen Orten auch das Konzept von Feedback-Workshops aus der Schweiz übernommen. Der Fokus liegt auf kollegialem Feedback, das auf Lust an der Auseinandersetzung mit anderen SendungsmacherInnen setzt und zur Erhöhung der Kritikfähigkeit beitragen soll. Auch aus diesen kritischen Auseinandersetzungen ergeben sich mitunter spezifische Weiterbildungswünsche.

Emotional und sehr informativ gestalteten sich Antworten und Kontroversen im Rahmen des Forschungsworkshops mit den Weiter- und Fortbildungsbeauftragten auf die Frage, was sie sich wiederum von den SendungsgestalterInnen (an Kompetenzen und mehr) wünschen würden. Diese Frage hat auch schriftlich viele Rückmeldungen bewirkt, auch von denjenigen, die per E-Mail den Bericht ergänzt haben, wurde das bereits Genannte nachdrücklich bestätigt („doppelt unterstrichen!“), sodass implizite Bildungswünsche an die GestalterInnen deutlich wurden.

Am allermeisten wünschen sich die Ausbildungsverantwortlichen von den GestalterInnen Identifikation mit dem Gesamtprojekt und damit einhergehend mehr freiwillige Verantwortungsübernahme. In Zusammenfassung mehrerer Rückmeldungen wurde hier genannt: „sich als Teil eines Kollektivs/eines Projekts fühlen, sich damit identifizieren, sich mehr als Community verstehen und Angebote und Veranstaltungen besuchen (Stammtische, Generalversammlungen, Feste etc.), nicht nur *Ego-Show* abziehen und *Schrebergärten* aneinanderreihen; benutztes Geschirr selbst abwaschen, übers Radio reden und Sendungen von anderen GestalterInnen anhören; Newsletter und Infomails lesen (interne PR); Lobbying für den Sender machen; nicht nur herumjammern („raunzen“)“. Hinsichtlich der Sendungsgestaltung werde der Freiraum

für Neues, Experimentelles, Mutiges oder Visionäres zu wenig genutzt und die Sendungen zu sehr an vorhandene Formate angepasst. Generell wird beklagt, dass Weiterbildungsangebote zu wenig wahrgenommen und der enorme Organisationsaufwand dahinter zu wenig geschätzt werde. Diesbezüglich wurde auch die verbreitete Unverbindlichkeit bei der Anmeldung und der tatsächlichen Teilnahme erwähnt, was möglicherweise damit zusammenhängt, dass bei Absage der TeilnehmerInnen diesen keine Kosten erwachsen – die Sender hingegen trotzdem TrainerInnen bezahlen müssen. Die Folgen der Unverbindlichkeit werden zumeist also von den Sendern getragen. An diesem Punkt schließt sich auch der Kreis zur kritisierten mangelnden Identifikation mit den Sendern durch zahlreiche GestalterInnen: Teils bezahlte, teils ehrenamtlich tätige MitarbeiterInnen halten die Senderbetriebe aufrecht und bieten Unterstützung und Weiterbildung an, was folgerichtig vielfach als Service wahrgenommen wird. Daran sind zum Teil nicht nur konkrete Lebensunterhalt sichernde Arbeitsstellen geknüpft, sondern es liegen zwei unterschiedliche Interessenlagen vor, die nur manchmal gemeinsam wahrgenommen werden: Während vielen MitarbeiterInnen an der Existenz dieser Sender als (politische) Projekte liegt, konzentrieren sich viele GestalterInnen ausschließlich auf ihre Sendungen, die sie auch in anderen Sendern (kommerziellen oder staatlichen) ausstrahlen würden. Viele sind nicht an einer Gegenöffentlichkeit oder Gesellschaftskritik orientiert, sondern haben nur keine andere (so niederschwellige) Möglichkeit, sich öffentlich einzubringen. Dies könnte zwar zu Kritik an der Gesellschaft führen, muss es aber nicht unbedingt. Dazu kommt noch der Aspekt der Größe von vorhandenen Sendern: Je größer (und häufig auch anonym) die Infrastruktur, desto geregelter müssen Kommunikation und Abläufe sein, woran sich alle dort Tätigen anpassen müssen. Dies bewirkt aber auch ihre Distanz zur Organisation, die nicht als gestaltbar wahrgenommen wird und für die sich SendungsmacherInnen föhlich auch nicht unmittelbar verantwortlich föhlen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass aus der breiten Palette von Aus- und Weiterbildungsangeboten vor allem die klassischen Angebote recht gut genutzt werden, dennoch besteht eine Kluft zwischen den artikulierten Weiterbildungswünschen und der realen Teilnahme an Weiterbildungen. Zeitliche Eingeschränktheit als häufigster Hindernisgrund ist hierfür die Erklärung. Ungewohnte Formate scheinen weniger den Erwartungen der SendungsmacherInnen zu entsprechen als klassische Workshops zu Media Skills oder explizit technischen Fertig-

keiten. Diese Formate erreichen eher einigermaßen bildungsvertraute Personengruppen. Mit aufsuchenden Workshops werden von mehreren Sendern Alternativen erprobt, um den Zugang für neue Gruppen zu erleichtern. Sichtbar wurde auch die soziale Relevanz von Weiterbildungen, die teils erste Bindungen zu anderen Personen im Sender oder – im Falle von senderunabhängigen Kursen – Einblick und Austausch mit GestalterInnen anderer Sender ermöglichen. Unmittelbarer Kontakt zu Personen im Sender ist ein wichtiges Bindungselement, das vielfach auch das eigene Verantwortungsgefühl für den Sender bedingt. Zusätzlich zum inhaltlichen Schwerpunkt eines Workshops lernen Personen im Rahmen dieser nicht-formalen Bildungsangebote jedoch noch weit mehr und auch voneinander. Dies wird im Zentrum des folgenden Kapitels stehen.



3 Lernen im nichtkommerziellen Rundfunk

Das folgende Kapitel ist entlang von Tätigkeiten und Haltungen organisiert, die inhaltsanalytisch auf der Basis der gesammelten Positionen und im Zuge mehrerer zirkulärer Durchgänge als besonders bedeutsam für Lernerfahrungen herauskristallisiert werden konnten. Während der Gespräche haben sich Hinweise und Angaben verdichtet, wann, wie und was Personen im nichtkommerziellen Rundfunk lernen können. Wir lassen ihren Selbst- und Fremdbeschreibungen großen wörtlichen Raum und unterteilen die dabei ersichtlich werdenden Kompetenzen in unseren anschließenden Analysen vorerst nicht weiter in gängige Kompetenz-Unterkategorien. Hierfür können die erhobenen Daten zu einem späteren Zeitpunkt oder für andere Zwecke genutzt werden. Unsere Analyse zielt vielmehr auf die grundsätzliche Erhebung von nicht-formalen und informellen Lernerfahrungen ab.

3.1 Umgang mit Technik

Die Handhabung von technischen Geräten ist ein Dreh- und Angelpunkt für die Teilhabe an Sendungsproduktionen und spielt bei Selbst- wie Fremdeinschätzungen des Bildungserwerbs in Sendern eine große Rolle. Nachdem die meisten Menschen mit dem Großteil der notwendigen Technik vorher kaum Berührungspunkte hatten, ist es auch der Bereich, in dem Lernleistungen am leichtesten benennbar sind, nicht zuletzt, weil der Nutzen dieses Wissenserwerbs unmittelbar erkennbar ist. Das schlägt sich auch – wie sich zeigen hat lassen – in den Bildungsangeboten der Sender und ihrer Nachfrage nieder. Mit Überwindung dieser ersten Hürde, die vielfach schwieriger erwartet wurde als sie sich schlussendlich herausstellte, ist bereits ein erster Schritt der Ermächtigung getan und eine erste Demystifizierung dessen, was es alles bedarf, um Radio- oder Fernsehsendungen zu produzieren:

„Und so, das war eigentlich ganz banal, und ich hab dann eben diese Grundschulung gemacht, und .. ja! .. 14 Tage später war ich on air! Also, das ging ganz schnell.“ (Sonja)

In diesem Zitat drückt sich mehrfach die Überraschung darüber aus, wie einfach und direkt der Weg zur eigenen Sendung erfolgt ist. Dem vorausgesetzt ist die Vorannahme, wonach die technische Hürde eine sehr hohe sei, dass der Kompetenzerwerb zur Gestaltung einer eigenen Sendung nicht nur umfangreicher, sondern auch langwieriger sich gestalten würde: „ganz banal“ und „ganz schnell“ bringen dies zum Ausdruck, die staunende Ungläubigkeit bleibt ein Stück auch im Unformulierbaren „und .. ja! ..“.

Diese Erfahrung birgt das Potenzial den Weg zum Erwerb weiterer Kenntnisse zu ebnen und ist ein Ansatzpunkt zur Charakterisierung von nicht-kommerziellen Sendern als lern- und bildungsrelevante Einrichtungen. Dazu auch Ciaran Murray von NearFM in Dublin:

„The training itself is a first step onto the learning ladder. So once you have done the initial training then you can get involved in with a lot of technical skills - with a lot of training that we deliver you would not expect to have huge technical skills after a few hours in studio, but if you don't do that training, you are not going to start that process.“ (Ciaran Murray)

Mehr und minder streng gehandhabte Voraussetzung für die Produktion einer eigenen Sendung ist bei allen Sendern der Besuch eines Basisworkshops (oder wie im obigen Zitat in einer „Grundschulung“), in dem die Bedienung grundlegender Gerätschaften, aber auch Medienrecht und Senderregeln vermittelt werden. Anerkennung dieser Bedingung in gleichzeitiger Überschreitung drückt Sendungsgestalterin Anna aus:

„Und was ich da auch sagen kann – weil es eh alle wissen – ich hab die Sendung schon fast ein Jahr gemacht, bis ich überhaupt die Workshops dazu gemacht hab .. (lachen), weil das schon so im ... es war grad so dieser .. dieser .. diese Notwendigkeit da, dass die Sendung wer übernimmt, dass ich gsagt hab: Trau ich mir zu, mach ich, probier ich. Und dann halt, wie ich einmal Zeit gehabt habe, die Workshops zu machen, hab ich sie nachgeholt.“ (Anna)

Dem vorangegangen war Annas Erzählung über ihren Zugangsweg zum Radiomachen, wonach sie aufgrund ihrer Sprachkenntnisse von anderen zwei Sendungsmacherinnen eingeladen worden war, bei ihnen mitzumachen. Dabei lernte sie die grundlegenden Kenntnisse, sodass sie sich

– als die anderen beiden nicht mehr weitermachen wollten – die alleinige Übernahme der Sendung gleich zutraute. Der Demystifizierungseffekt war also bereits während der Mitarbeit eingetreten, sodass sie erst ein Jahr später die Grundschulung quasi nachholte – im Wissen, dass sie diese eigentlich hätte vorher besuchen sollen. Ihre Motive für den späten Besuch kamen allerdings nicht mehr zur Sprache. Anna ist also über die sofortige praktische Tätigkeit in den Sendebetrieb eingestiegen und hat sich von den technischen Herausforderungen nicht abschrecken lassen:

„(...) meine erste Sendung war eine Katastrophe! Ich hab halt das technische Problem gehabt, ich bin ins kalte Wasser geschmissen worden, es hat nicht .. ich kann nicht einmal sagen, es hat was nicht funktioniert, weil ich wusste nicht einmal, wie eigentlich was funktioniert ..!“ (Anna)

Kontrastierend dazu sind zwei Beispiele aus Radiostationen in England und Schweden erwähnenswert: BCB (Bradford, UK) hat öfter mit Interessierten an Radioarbeit zu tun, die das angebotene 30-Stunden-Training von Interviewtechnik über Aufnahme, Bearbeitung, Studiobenutzung bis hin zu Medienrecht und -kompetenz nicht wahrnehmen wollen, aber auch nicht müssen:

„No they don't have to go through this training but we encourage people to. When people get in contact with us and say they want to get involved in the radio station, we encourage them to come on to a training course, because that also gives us time to get to know them, to know whether they are committed to the radio station whether they just have an idea what they might want to do. So it gives us time to understand also the ethos, the values of the community radio station, so we prefer people to come on to that training course. But not everybody does, especially people, which have some experience then, they don't always follow that pattern. I think it's better if they do, but in reality they don't.“ (Mary Dowson)

Mary Dowson zeigt hiermit auch eine weitere Dimension der Ausbildungskurse auf, die sich als soziale Kontaktaufnahme umfassen lässt. Wie sich noch zeigen lassen wird, ist für viele SendungsgestalterInnen der Kontakt mit jenen, die Kurse abgehalten haben, lange der wichtigste Bezug zum gesamten Sender. Dowson benennt hier aber auch das Bedürfnis bei den Senderverantwortlichen, die (zukünftigen) GestalterInnen

und ihre Haltung persönlich kennenzulernen. Die dabei auch inhärente Kontrollmöglichkeit wird bei Radio Eskilstuna in Schweden ganz explizit ausgesprochen, wo auch Senderverantwortliche darüber entscheiden, ob eine Sendung gut genug für die Ausstrahlung ist:

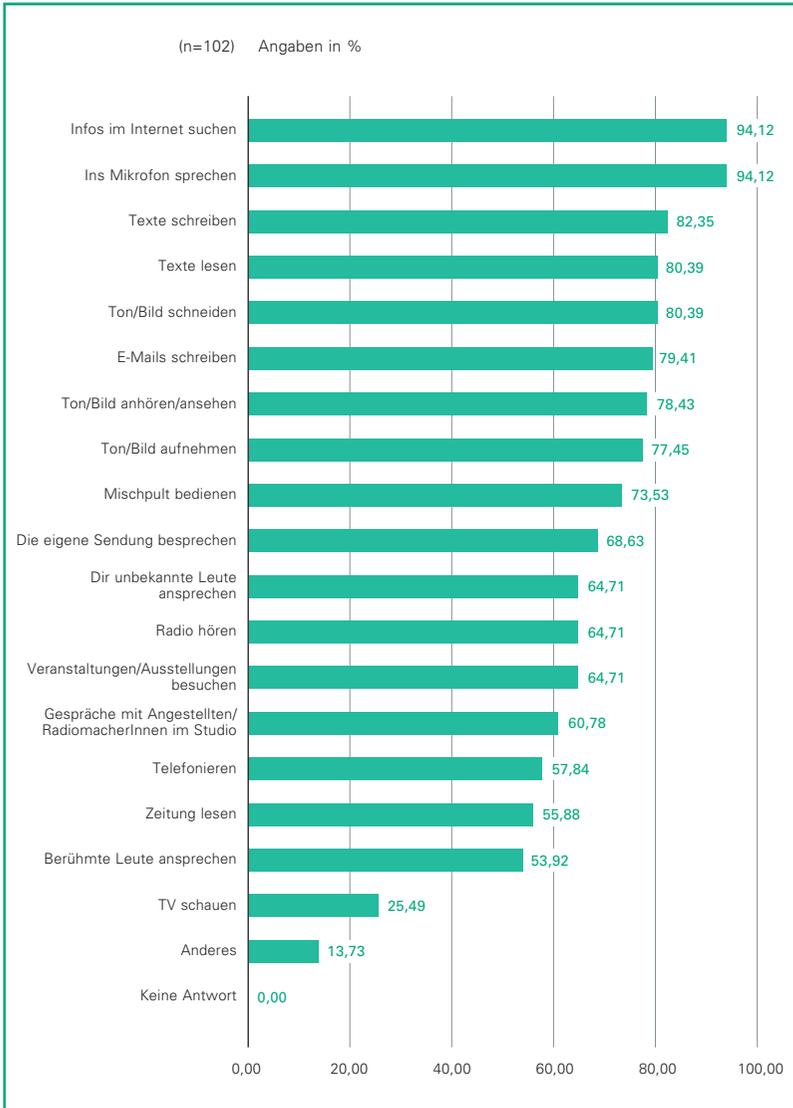
„We don't want them out on the ether before we think it's ok. We have a education material they could read. Then we listen to them and say, yes that's good. When they have come in, they have a good habit and it works on.“ (Ragnar Smittberg)

Im Forschungsworkshop mit den Ausbildungszuständigen der nichtkommerziellen Sender in Österreich wurde die Freiwilligkeit von Kursbesuchen ebenfalls diskutiert und die Meinung geteilt, dass nach dem Grundkurs ein Hinweis auf das (technische) Verbesserungspotenzial einer Sendung zwar mitunter an GestalterInnen herangetragen wird, niemand aber zu Fortbildung verpflichtet wird und auch nicht werden sollte. Auch in der Online-Umfrage gaben 76 % an, den Grundkurs besucht zu haben – was dafür, dass er bei den meisten Sendern eine der (zumindest inzwischen) wenigen zwingenden Bedingungen ist, eine relativ geringe Quote ist. Es zeigt aber auch auf, dass je nach Sender die Regelungen recht flexibel gehandhabt werden und der Weg zur eigenen Sendung verhandelt werden kann. Der Umstand, dass eine Basis-schulung zwar erwünscht oder vorausgesetzt wird, aber bei weitem nicht von allen auch absolviert wird, zeigt weiters, dass eine Umgehung dieser Bedingung dennoch nicht einen Ausschluss der Beteiligten nach sich ziehen muss. Weiters ist sie offensichtlich nicht unumgänglich, da Sendungen auch ohne das dort vermittelte Grundlagenwissen produziert werden können. Ähnliches zeigt sich bei einigen Antworten in der Online-Umfrage zu den Gründen, die einen Besuch von Fortbildungen verhindern: „genug Erfahrung“ bzw. „wenig Bedarf, da das meiste per Learning by Doing erlernt“.

Um das Verhältnis von technischen zu anderen Fähigkeiten, aber auch die grundsätzlichen Lernpotenziale in den Sendern zu erfassen, wurde bei der Online-Umfrage eine breite Palette von Tätigkeiten in zwei Schritten abgefragt:

„Was machst du alles im Rahmen deiner Sendungsproduktion/deiner Tätigkeit im nichtkommerziellen Rundfunk?“

Abbildung 7: Tätigkeitsbereiche im nichtkommerziellen Rundfunk



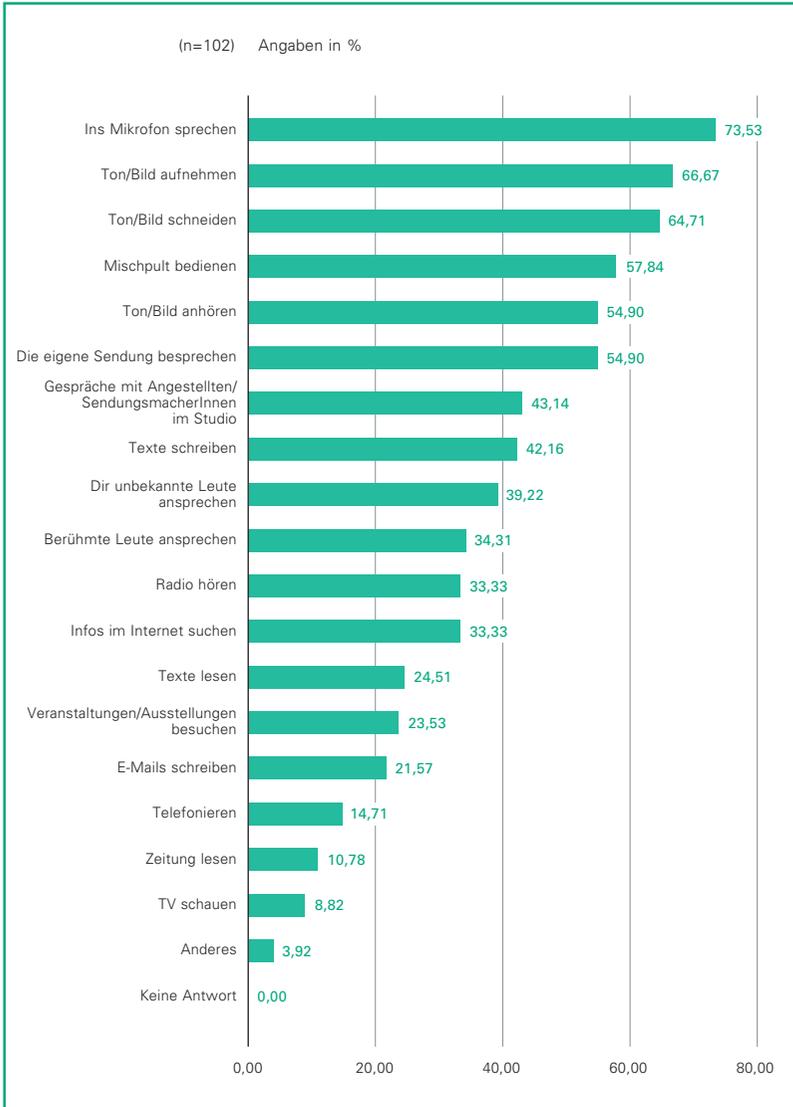
Quelle: Eigene Auswertung



Die erste Frage zielte auf Tätigkeiten, die TeilnehmerInnen generell ausführen, die zweite fokussierte auf mögliche Lernerfahrungen und -bereiche:

„Manche der genannten Tätigkeiten machst du vielleicht schon länger. Was davon machst du aber viel öfter, seit du im nichtkommerziellen Rundfunk tätig bist?“

Abbildung 8: Tätigkeitsbereiche seit Beitritt zum nichtkommerziellen Rundfunk



Quelle: Eigene Auswertung

Als explizit technische Tätigkeiten wurden dabei „Ton/Bild aufnehmen/anhören“, „schneiden“ und „Mischpult bedienen“ angeführt. Im offenen Feld, in das knapp 14 % weitere Angaben schrieben, wurden diesbezüglich noch „Beiträge online redaktionell betreuen“ und „Playlisten gestalten“ ergänzt.

Nachvollziehbarerweise werden die technischen Aspekte des Radio-machens von mehr als der Hälfte der Befragten erst vermehrt durch ihre Tätigkeit im nichtkommerziellen Rundfunk durchgeführt, ergänzt wurden an dieser Stelle keine technischen Tätigkeiten. Weiters wurde der Einsatz des Computers abgefragt, den beinahe alle Befragten (98,04 %) nutzen. Außerdem gab ein Großteil (77,45 %) an, für die Sendungsgestaltung Neues bei der Bedienung des Computers bzw. von Programmen gelernt zu haben. Die Angaben, was dabei konkret gelernt wurde, sind wiederum ausführlich und breit gestreut, beginnen bei der Bedienung des Computers, Nutzung des Computers als Kommunikationsmittel, Ordnen der Daten, Text- und Tonbearbeitung, Umgang mit freier Software, Down- und Uploading, der Nutzung von Websites, Online-Foren und Blogs, über Streamen, der Bedienung von Programmablaufsteuerungen bis hin zu spezifischen Bild- und Tonbearbeitungsprogrammen, wovon zahlreiche genannt wurden: Samplitude, Premiere, Final Cut, Linus, Cubase, Audacity, Bildbearbeitung mit Gimp, WineAmp, Audiograbber, Skype, Premiere Pro und Adobe Audition, FX-Bildbearbeitung, Logic Pro, Ableton Live, Open Source Radio Automations Software. Zusätzlich wurde noch die Programmiersprache HTML erwähnt. Offensichtlich führt die Sendermitarbeit bei einigen Personen zu einer tiefen Ausein- setzung nicht nur mit den technischen Geräten selbst, sondern weiter- gehend auch mit den Effekten, die diese ermöglichen wie Gestaltungs- formen, Sprache, Klang, Ton, Bild, deren Manipulation usw. So wurde bei der offenen Frage nach erwünschten Weiterbildungsworkshops auch „kreatives Sounddesign“, Gestaltung von Hörspielen und Reportagen sowie „Storytelling“ genannt.

Der Bildungswissenschaftler Stefan Vater betont den technischen Kompetenzerwerb durch Sendungsgestaltung, indem er auch beispielhaft auf die Nutzung des Computers eingeht. Leute lernen Schnittprogramme oder das Hochladen von Sendungen in Weiterbildungskursen und können dies dann auch am eigenen Computer zu Hause einsetzen bzw. noch grundlegender „ihren eigenen Computer unter Kontrolle kriegen“.

Interessanterweise hat im Zusammenhang mit der Computernutzung eine Person als Lerneffekt auch „Regeln einhalten“ angegeben. Dies entspricht dem in Kapitel 1.4 erläuterten Encoding/Decoding-Modell von Stuart Hall (Krotz 2009), wonach alle Kommunikation auf Zeichencodes mit bestimmten Regeln basiert: Nur unter Einhaltung dieser Regeln können Inhalte vermittelt bzw. anschließend auch verstanden werden. Insofern ist das „Regeln einhalten“ bei der Computernutzung nicht nur auf technische Bedienung reduzierbar, sondern stellt eine grundlegende Kommunikationskompetenz dar, „The Cultural Logic of Computation“, wie dies der Kulturwissenschaftler und ehemalige Programmierer David Golumbia benennt und in seiner Reichweite auf gesellschaftliche Strukturen analysiert (Golumbia 2009).

Weiters wurde erhoben, welche Tätigkeitsmöglichkeiten sich grundsätzlich den Befragten im nichtkommerziellen Rundfunk bieten. Neben fünf vorgegebenen nicht-technischen Antwortmöglichkeiten, nutzten knapp 18 % der Befragten das Selbsteingabefeld für „Anderes“, darunter fand sich die Aussage „Ich kann mich mit einem neuen Medium auseinandersetzen und lerne mich damit auszudrücken“, was auch technische Aspekte beinhaltet.

Im letzten Teil der Befragung – nach erfolgter Sensibilisierung für die eigenen Tätigkeiten und dem Bildungserwerb im Sender – wurde nochmals offen und ohne Vorgaben gefragt, ob etwas gelernt werden konnte, was den GestalterInnen wichtig ist. 87,25 % der Befragten beantworteten dies positiv, das erstaunliche Ergebnis dabei ist, dass 82 % von ihnen bei der offenen Frage, was konkret sie für sich Wichtiges gelernt hätten, teils sehr ausführlich Auskunft gegeben haben. Dies erfolgte selbst dann, wenn es Antworten waren, die zuvor bereits angekreuzt werden konnten. Zahlreiche technische Kompetenzen wurden genannt, Allgemeines wie Umgang mit Technik an sich, Mischpult und technischer Ausrüstung, Schnittprogrammen und Kamera neben Gestalterischem wie Konzepterstellung, Sendungsaufbau und -gestaltung, Tonbearbeitung oder Archivierung und Dateibearbeitung. Mehrere beschreiben an dieser Stelle auch ihre veränderte Haltung der Technik und dem Radiomachen grundsätzlich gegenüber: „Live Sendungen gut und gelassen durchführen“, „Die Angst vor dem Nichtbeherrschen der Studioteknik zu überwinden“, „Ich kann autonom eine Sendung machen“, „Jede/r kann Radio machen und sich ausdrücken“ oder wie es ein/e UmfrageteilnehmerIn in einer Angabe kombiniert: „Technik, Audioschnitt, Videoschnitt, Aussprache, Selbstvertrauen“.

Bei diesen und noch mehreren Einträgen kommt die erwähnte Demystifizierungserfahrung der technischen Abwicklung gegenüber zum Ausdruck, die in einen Zusammenhang zu Selbstständigkeit und Ermächtigung gestellt wird. Die Grenzen des Machbaren ließen sich mit (teils wenigen) neuen technischen Kenntnissen verschieben, was weiteren Raum für Machbares eröffnet. Lerntheoretisch erfordert der Kompetenzerwerb von Neuem jedoch auch das aktive Verlernen und Ablegen von Altem: Der Demystifizierungserfahrung von Technik ist vielfach eine Überhöhung vorausgesetzt, die gesellschaftlich auf vielen Ebenen eingeschrieben ist (z.B. in höherer Bezahlung von techniknahen Berufen im Vergleich zu sozialen) und weiters nach Geschlecht differenziert, wonach Technik überwiegend männlich konnotiert wird (Wetterer 2002, Cojocar u.a. 2014). Diese Einschreibungen bewirken unterschiedlich hohe Schwellenängste von Frauen* und Männern* hinsichtlich der Bedienbarkeit von sendungstechnischen Geräten, allerdings ermöglicht die kontinuierliche Auseinandersetzung mit ihnen auch Veränderungen dieser Geschlechterstereotype. Auch die Fortbildungszuständigen berichteten im Forschungsworkshop, dass es wesentlich einfacher sei, (junge) Männer* für Sendungsgestaltung zu gewinnen bzw. kommen diese häufiger von selbst als Frauen*. In der ersten Erhebung über die Beteiligungsgruppen in freien nichtkommerziellen Radios in Österreich konnte diese männliche Mehrheit ebenfalls belegt werden (Knoche u.a. 2001).

Es ist also ein Mythos, der die Technik als schwieriges – noch dazu als männlich konnotiertes – Hindernis erscheinen lässt, der aber durch demystifizierende Erfahrungen in der unmittelbaren Praxis einfach hinterfragbar wird. Da die Vergeschlechtlichung von Technik aber wenig bewusst ist bzw. reflektiert wird, gelangt dies auch nicht in ausgesprochene Überlegungen von SendungsmacherInnen. In einzelnen Veranstaltungen der Sender wird dies jedoch miteinbezogen, um Mädchen* und Frauen* verstärkt einzubinden.

3.2 Sprechen und Sprache

Medien wie Radios und Fernsehen sind Kommunikationswerkzeuge, bei denen Sprechen einen großen Raum als Kompetenz einnimmt. Sprechen ist untrennbar von Sprache, sei es der gewählten Form der Aussprache oder der Entscheidung für die Muttersprache oder Deutsch als Sprache der Mehrheitsgesellschaft in Österreich. Sprechen und Sprache wurden

im Rahmen unserer Erhebungen vielfach im Zusammenhang mit Ermächtigungserfahrungen erwähnt. Das Mikrofon stellte sich zunehmend als symbolisch und gestisch aufgeladener Gegenstand heraus, in dem sich zahlreiche Bedeutungen verdichteten. Und viel gesprochen wird auch anschließend an Sendungen in den verschiedensten Formen von Feedback, das sich GestalterInnen einholen, das sie erhalten und das Grundlage für (veränderte) weitere Sendungen ist und somit Lernbereitschaft inkludiert.

Bei der freien Eingabe im Feld „Was habe ich gelernt, was mir wichtig ist“ kommt kommunikativen Kompetenzen und dem Sprechen (ins Mikrofon) ein breiter Raum zu. Charakterisiert werden Sprechkompetenzen mit „auf jedes Wort zu achten, deutlich zu sprechen“, „Texte vorzulesen“, „zu einer Zuhörerschaft zu sprechen“, „sprachliche Genauigkeit“, „gewaltfreie Sprache“, „öffentlich sprechen“, „besser und freier zu reden“, „Mikrofonpraxis“, „Vermeiden von Sprechfehlern“, „kürzer und prägnanter sprechen“, „freieres Sprechen“, „Sprachtechnik Rhetorik“, „Aussprache“ und „bewusstes Sprechen“. Eine Person hat als für sie wichtigste Lernerfahrung den Satz formuliert „Ich habe die ‚Angst‘ vorm Mikro abgebaut.“.

Im Laufe des Fokusgruppeninterviews und in der Online-Befragung wurde der Akt des Sprechens am Mikrofon häufig als besondere Tätigkeit thematisiert, an der persönliche Zugänge und Veränderungen festgemacht wurden. „Ins Mikrofon sprechen“ ist auch jene Handlung, die als am häufigsten durchgeführte gewählt wurde und die von 73 % erst seit der Sendungsgestaltung erfolgt.

„Ich habe mir eigentlich nur angeeignet, langsamer sprechen. Das steht auch bei mir, wo ich schneide, (lacht) ganz groß steht das oben drüber: Langsam sprechen. Weil sonst verhaspelt man sich (...) Das kann ich ja dann alles rausschneiden, kein Problem. Das passiert schon. Aber das langsam Sprechen, speziell .. hab ich im Radio verwendet.“ (Heinz)

Alle vier TeilnehmerInnen beim Fokusgruppeninterview berichteten unaufgefordert relativ ausführlich über ihre Überlegungen und Haltungen zum Sprechen bei Radiosendungen. So legt die pensionierte Lehrerin Sonja großen Wert auf professionelle Ausdrucksfähigkeit im Radio. An einer anderen Stelle des Gesprächs meint sie, alle für die Radiotätigkeit

notwendigen Kompetenzen bereits mitgebracht zu haben und dabei nichts Neues gelernt zu haben, folgendes Zitat zeigt jedoch auch, wie sie ihre mitgebrachte Sprechkompetenz auf die veränderte Vermittlungssituation angepasst hat.

„Und manchmal mach ich auch Workshops für Sprecherziehung, weil mir das auch ein Anliegen ist, dass die Sprache .. Die Sprache im Radio ist für mich ja das .. quasi das .. ja, was das überbringen soll! Heißt, wenn die Sprache nicht stimmt, dann hab ich .. also weiß ich auch aus der Unterrichtstätigkeit her, dass .. das, was ich überbringen will, nicht so gut ankommt. Beim Unterricht kommt dann natürlich das Optische dazu, im Radio bleibt die Akustik übrig, und wenn die nicht stimmt oder wenn die .. ja .. vom, vom sprachlichen Duktus her nicht passt, dann bleiben die Hörer weg.“ (Sonja)

Die – auch unfreiwillige – Variabilität an Qualität bei der Sendungsproduktion wird von Anna im Zusammenhang mit dem Sprechen für eine Radiosendung thematisiert:

„Also .. für mich ist Sprache auch sehr wichtig und das ist lustig, weil es ist ein bisschen so ein Paradox, weil ichs manchmal schade find, dass auch diese .. ich hätte voll gerne mal eine Sprachausbildung machen, weil ich merk, da würd ichs interessant finden und im Radio, weil ich find, das ist einfach .. unleistbar. Deswegen mach ich keine. Und es funktioniert auch so, Gott sei Dank. Man hat da halt so die Möglichkeiten, und ich mach live und bin da nicht so perfektionistisch. ... (...) Und das ist etwas, das ich auf alle Fälle gelernt habe, dass ich aufpasse mehr auf die Sprache, dass ich versuche, einen Rhythmus reinzubringen, den ich so jetzt nicht unbedingt habe ...“ (Anna)

Hier wird ein aktiver Umgang mit der Normativität von Sprachstilen mehrfach sichtbar, Anna formuliert gleichzeitig den Wunsch nach professioneller Sprech-Fortbildung beim Radio, was auch bei der Online-Umfrage am häufigsten – gefolgt von Interviewtechnik – als Wunsch genannt wurde. Auch hier waren die Eingaben in das freie Feld für weitere Wünsche aufschlussreich, weil zwei von neun Angaben „richtiges Sprechtraining“ und damit in Verbindung stehend „Stimmtraining, Atemtechnik“ dieses eigentlich bereits vorgegebene Thema betreffen.

Dass es ein hohes Verantwortungsgefühl für die Sprache und die vermittelten Inhalte gibt, macht auch Andreas klar, der Sprechen und Moderation direkt als seine wichtigsten Lernerfahrungen benennt und wiederholt Vergleiche herstellt, die den Lerneffekt vergegenwärtigen:

„Ich bin sowieso einer, der weniger redet, und das Sprechen .. das haut jetzt hin. (...) am Anfang war es total .. nervös und so .. immer voraus denken müssen, ‚Was sage ich jetzt?‘ .. hab ich wohl nichts vergessen oder so .. aber jetzt geht das schon viel besser .. flüssiger ..“ (Andreas)

Die Aufmerksamkeit für unterschiedliche Kommunikationssituationen mit entsprechenden Herausforderungen findet sich auch in den in der Online-Umfrage frei eingegebenen Angaben zu wichtigem Gelerntem, wo mehrmals Moderation, Interviewführung und Rhetorik zusätzlich genannt wurden. Veränderungen hinsichtlich eigener Sicherheit und Selbstbewusstsein wird in zwei Einträgen vergegenwärtigt: „Frei und live im Studio zu moderieren. Das verschafft mir mehr Selbstbewusstsein und macht riesig Spaß“ und „Offen in ein Mikrofon sprechen und somit meine Unsicherheit, vor vielen Leuten zu sprechen, überwunden“. In diesen Zitaten kommt sehr klar zum Ausdruck, dass das Sprechen durch ein Mikrofon eine andere Qualität als alltägliches Sprechen hat. Das Gesprochene geht in eine Öffentlichkeit, in der die sprechende Person im Falle von Radiosendungen aber selbst in einer gewissen privaten Anonymität „verborgen“ bleibt – nur wenige Menschen erkennen sie an der Stimme. Diese Gleichzeitigkeit von Öffentlichkeit und Privatheit eröffnet den Menschen neue Möglichkeiten, die sie offenbar nutzen, die Spaß machen und auf das Selbstvertrauen (nicht nur) beim Sprechen positiv einwirken.

Insgesamt finden sich in den Aussagen zum Sprechen die Ansprüche, einerseits „richtig“ bzw. geschult zu sprechen und andererseits frei, authentisch, nicht perfektionistisch, im Dialekt, mit Akzent oder eben in der Muttersprache, die nicht Deutsch ist. Welches Sprechen und welche Sprache als tauglich empfunden wird, kann selbst definiert werden und muss nicht von außen vorgegebenen Standards entsprechen. Vielfalt zeigt sich hinsichtlich der möglichen Spielräume, aber auch bei den verschiedenen Kompetenzen und Vorstellungen, was jeweils mit Sprechen verbunden wird.

Dorothea Sauer vom Verein akzente Voitsberg ordnet die mit Sprechen verbundenen Fähigkeiten aber auch daraus resultierende Effekte weitreichend ein:

„Sich zu überlegen, wie drückt man sich aus, wie formuliert man etwas – nicht nur aus der eigenen Perspektive, sondern auch die Perspektive der Hörenden berücksichtigend – das geht für mich auch sehr stark in diese soziale Kompetenz über, zu schauen, an wen richte ich mich, wie bewege ich mich in meinem Umfeld als BürgerIn. So hat dieses Radiomachen ganz viel dazu beigetragen, sich in der Gesellschaft anders zu bewegen auch AkteurInnen gegenüber. Es hat die Machtpositionen verändert, weil wenn ich ein Mikrofon in der Hand habe, dann bin ich in einer sehr mächtigen Position zu einem Gegenüber und das hat sich auch gezeigt, wo sie (die SendungsgestalterInnen eines Projekts; Anm.) Personen des öffentlichen Lebens interviewt haben.“ (Dorothea Sauer)

Auch im Fokusgruppeninterview war immer wieder von dieser veränderten Rezeption die Rede, die SendungsgestalterInnen erleben, wenn sie mit einem Mikrofon in der Hand – quasi als Verlängerung ihres Körpers – auf Menschen zugehen. Sie berichten davon, dass sie sich viel ernster, sichtbarer und bedeutsamer wahrgenommen fühlen.

Elisabeth Neubacher von Radio B138 in Kirchdorf spricht anhand dieses Geräts von einer Empowerment-Funktion, von der die TeilnehmerInnen eines Radiomach-Projekts gesprochen haben: Mit dem Mikro wurden sie sichtbarer, ernster genommen und blieben – wie sich später herausstellte – auch in der Erinnerung der von ihnen interviewten Personen. Klar wird dabei das transformative Potenzial, wenn nicht nur in Bezug auf mögliche Zuhörende verschiedene Perspektiven eingenommen werden, sondern auch Machtverhältnisse aufgrund des buchstäblich verstärkten Sprechens sich verändern.

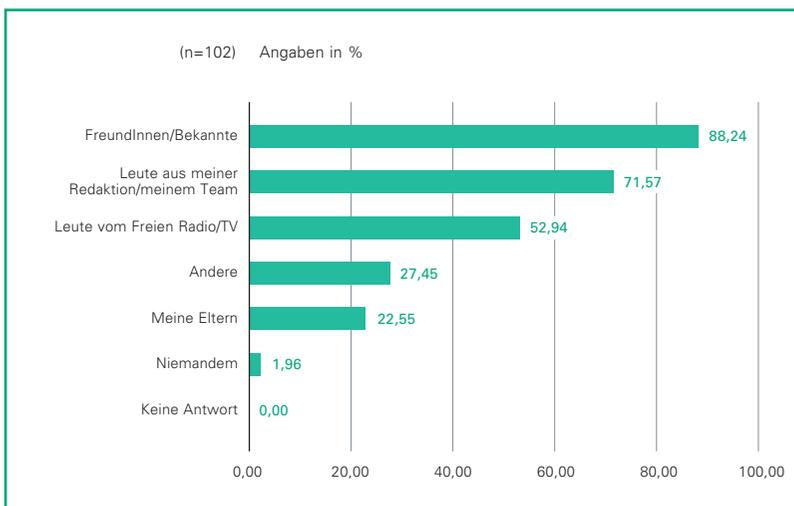
Sprachenvielfalt und mehrsprachige Programme im nichtkommerziellen Rundfunk in Österreich wurden bereits im Rahmen anderer Untersuchungen analysiert (bspw. Peissl u.a. 2010). Dabei konnten 23 verschiedene Sprachen ausgemacht werden, die in Freien Radios verwendet werden. In der Online-Umfrage haben wir einerseits gefragt, wie viele Sprachen die Mitarbeitenden selbst sprechen und weiters mit wie vielen Sprachen sie im Laufe der Sendung oder Tätigkeiten fürs Radio oder Fernsehen in Kontakt kommen und mit welchen. Nur 3 % gab

an, nur eine Sprache zu sprechen, die Hälfte spricht zwei, 28 % beherrscht drei. Insgesamt wurden 26 verschiedene Sprachen erwähnt: Albanisch, Arabisch, Bosnisch, Bulgarisch, Chinesisch, Dari, Deutsch, Englisch, Farsi, Französisch, Griechisch, Italienisch, Japanisch, Koreanisch, Kroatisch, Polnisch, Portugiesisch, Rumänisch, Russisch, Schwyzerdütsch, Serbisch, Slowenisch, Somalisch, Spanisch, Türkisch, Ungarisch und „einige afrikanische Sprachen“.

Der ehemalige Mitgründer und Geschäftsführer der Radiofabrik in Salzburg, Wolfgang Hirner, hat kritisch angemerkt, dass im nichtkommerziellen Rundfunk seiner Erfahrung nach zwar Sendungen in verschiedenen Sprachen produziert werden, dass es aber kaum Austausch zwischen diesen Gruppierungen oder über die Sendung hinaus mit der Mehrheitsgesellschaft gibt. Insofern würden hier Anspruch und gelebte Praxis auseinanderklaffen. Einzelne Projekte, wie z.B. „Sprechen Sie unsere Sprache“ von Radio Orange 94.0 haben aber auch Initiativen gesetzt, bei einigen Sendern gibt es weiters mehrsprachige Sendungen und Homepages. Brigitta Busch spricht generell von „Medien als sprachenpolitische Akteure“ (2004: 46), bei medialen Initiativen wie den nichtkommerziellen Sendern von „Ersatztribünen“ (287), die im Unterschied zu den dominierenden Medien der Vielzahl an Sprachen innerhalb der Gesellschaft Raum geben und dabei Wert auf Interaktivität legen, also der Aufhebung der Trennung zwischen MedienproduzentInnen und -rezipientInnen. Bei den nichtkommerziellen Sendern in Österreich ist der alltäglichen Betrieb faktisch aber auf Deutsch organisiert und es lässt sich davon ausgehen, dass das vorhandene Potenzial für Interkulturalität angesichts der vielen anwesenden Sprachen noch weit mehr genutzt werden könnte. Hierfür wären teils aber weitergehende Ressourcen notwendig. Insofern wiederholt sich zwar die auch gesellschaftlich dominierende Struktur, wonach mehrsprachige Personen sich an die Sender als – hauptsächlich – monolinguale Institutionen mit sprachlichen und sprachpragmatischen Konventionen (Busch 2013) wenden und sie mitgestalten, allerdings mit dem wesentlichen Unterschied, dass diese Konventionen nicht eine unhinterfragte Norm darstellen.

Viele GestalterInnen holen sich auf unterschiedliche Weise Feedback über ihre Sendungen und indem sie darüber sprechen.

Abbildung 9: Feedback



Quelle: Eigene Auswertung

Wie in der Grafik dargestellt ist, holen sich nur 1,96 % aller Personen kein Feedback von anderen Personen, 88,24 % holen es sich von FreundInnen und Bekannten, 71,57 % von Personen aus der Redaktion/ihrer Team und 52,94 % von Personen aus dem Freien Medium. Zusätzlich wurde noch eine sehr breite Palette an Rückmeldewegen angegeben, wobei „HörerInnen“ besonders häufig genannt wurden: Studiogäste, Leute, die meine Kontaktdaten auf der Homepage erfahren, JournalistInnen, KollegInnen, InterviewpartnerInnen, Interessierte, Mitstudierende, Homepage und Facebook, per Feedbackrunde, KundInnen, FreundInnen der interviewten/eingeladenen Person/en, Feedbackformular von Sendern, Feedbackformular des Cultural Broadcasting Archiv, E-Mail-Kontakt über Sender-Homepage und PassantInnen auf der Straße. Auffallend im Fokusgruppengespräch war, dass Kritik von außen an den eigenen Sendungen zwar ab und an vorkommt, eigentlich aber keinen großen Stellenwert einnimmt. Dies geht so weit, dass die Perspektive von HörerInnen in der Gestaltung zwar einbezogen wird, allerdings auch unbeirrt in Kauf genommen wird, dass gar niemandinhört. Sonja spricht den Zusammenhang zwischen möglichem Feedback und Lernerfahrungen explizit an:

„Ziel (ist es; Anm.) nicht, aber ich freue mich natürlich über ein Feedback, egal ob jetzt positiv oder negativ, weil ich lerne ja was draus. Aber an sich .. nicht, nein.“ (Sonja)

3.3 Teilhabe und Auseinandersetzung

Die Perspektive, eine Sendung zu gestalten, führt – wie sich im Laufe der Gespräche herauskristallisiert hat – zu einer erheblich gesteigerten Frequenz von Besuchen kultureller Veranstaltungen oder der Lektüre von Büchern und Zeitschriften durch die SendungsgestalterInnen. Diese werden persönlich rezipiert, was häufig Hand in Hand mit der möglichen Verwertung als Sendung geht. Als Intention ist dies abzugrenzen von gezielten Recherchetätigkeiten, was in der Praxis jedoch ineinander übergehen kann.

„Ich schau mir deswegen auch Dinge an, die ich vielleicht sonst nicht sehen würde, weil ich mir denke, das könnte spannend sein, vielleicht kann ich eine Sendung damit machen. Also es sind dann oft Dinge dabei, die .. wo ich sonst gesagt hätte: Ahh, ich bleibe zuhause. Oder schau mir den Film nicht an.“ (Sonja)

Bei der Online-Befragung haben 64 % auf die Frage, welche Tätigkeiten sie generell im nichtkommerziellen Rundfunk ausführen, „Veranstaltungen/Ausstellungen besuchen“ gewählt, ein knappes Viertel (23 %) von diesen tut dies allerdings erst seit ihrer Sendearbeit. Ergänzt wurde dies durch die selbstständige Eingabe von „Lektüre von Musikfachzeitschriften“, dem „Anschauen von Bildern und Filmen, Fotos machen“. Erst seit der Sendungsproduktion werden weiters Bücher gelesen und von einer anderen Person Bücher nicht nur gekauft, sondern auch in Bibliotheken ausgeliehen. Korrespondierend dazu wurde „unglaublich viel lesen“ von einer Person als Antwort auf die Frage, was die Sendungsproduktion ihr noch alles ermögliche, angegeben. „Texte lesen“ war eine Antwort, die auch vorgegeben war und von 24 % erst seit der Sendungsproduktion erfolgt.

„Ich habe natürlich andere Ansichten und andere Richtungen durch das, dass ich Radio mache. Speziell auch andere Interessen. (...) Ich lese jetzt Dinge, die ich vorher nie gelesen hätte. Oder ich gehe auch auf Leute zu, die ich vorher nie auf die Idee gekommen wäre.“ (Heinz)

Der Zusammenhang von Lesen mit Schreiben als Kompetenz wird im Wert von jenen 42 % GestalterInnen sichtbar, die durch die Sendungsgestaltung überhaupt erst angefangen haben, Texte auch selber zu schreiben. Diese ist nach technischen oder studiobezogenen Tätigkeiten die am häufigsten genannte, der erst seit der Sendungsgestaltung nachgegangen wird.

Weitere 21 % schreiben auch erst seither E-Mails. Im Fokusgruppeninterview bestätigt dies auch eine Gestalterin mit der Aussage:

„ich schreibe .. mir im Prinzip, was ich sende. Das heißt, ich hab daheim so einen dicken Ordner von den Sendungen!“ (Sonja)

Weiters führt die Sendungsgestaltung zur eigenen Auseinandersetzung mit „gewissen Themen .. und Dingen .., die sonst in der Medienwelt unterrepräsentiert sind“. Bei der offenen Eingabe von wichtigen Dingen, die gelernt werden konnten, finden sich zahlreiche Angaben zur kulturellen Partizipation seit der Sendungsgestaltung, die z.B. in ihrem Ausmaß sich verändert: „Zahlreiche Informationen und Details zu Themen, mit denen ich mich sonst vielleicht nicht in dem Maße beschäftigt hätte (hin und wieder zwar auch welche, mit denen ich mich nicht unbedingt hätte beschäftigen müssen, aber recht selten – es gibt ja sehr viele Freiheiten in Auswahl und Gestaltung).“

Beweggrund für die Produktion von eigenen Sendungen ist fast immer das Interesse an einer Thematik oder gewisser Musik, über die damit auch öffentlich verhandelt wird. Dies erweitert sich rückwirkend dahingehend, dass die mögliche Verwertung als Sendung wiederum zur Selbstmotivierung oder Legitimation für die Rezeption von kulturellen Angeboten dient:

„Deshalb machts mir so viel Spaß, vor allem weil ich dadurch natürlich wiederum für mich so viel zurück kriege, weil ich so viele Dinge selber sehen kann, weil ich eben sag: So, das schau ich mir an .. ähm, ich will eine Sendung darüber machen, oder vielleicht kann ich eine Sendung darüber machen. Und wenn's eine spannende Sache ist, freu ich mich dann immer wie eine Schneekönigin (lacht), wenn's was Tolles war, oder ärgere mich grün und blau, wenn's miserabel war, aber mir tuts nicht leid um die Zeit. Also, ich finde das für mich sehr, sehr bereichernd! Mir machts Spaß!“ (Sonja)

*„Oder bei der Musik ist es auch so, dass ich jetzt, seit ich wieder in Österreich lebe, viel weniger auf dem Laufenden bin, was französische aktuelle Musik betrifft. Mich aber dank der Radiosendung doch ein bisschen auf dem Laufenden halte, als ich es sonst tun würde.“
(Anna)*

In unterschiedlichem Ausmaß hat das mögliche Publikum für SendungsgestalterInnen eine Relevanz, die in die Sendungsproduktion einfließt. Dies war bereits Thema im Zusammenhang mit der verwendeten Sprache und der Perspektivenübernahme, um sich besser verständlich zu machen. Die Vorstellung, dass jemand den eigenen Gedanken oder Darstellungen in Radio oder Fernsehen zuhört, wirkt weiters auf die Auswahl von Inhalten durch SendungsgestalterInnen zurück:

*„Die meisten Themen, die ich da anspreche, (...) die würde ich, wenn ich diese Sendung nicht mache, in dem Rahmen nicht wirklich ansprechen. Oder nicht .. reflektieren für mich vielleicht schon, aber auch nicht wirklich mit irgendjemandem teilen. Also, das hat schon diesen Hintergrund, dass ich .. dass man weiß, damit kann man ein gewisses Publikum erreichen, auch wenn es ein kleines Publikum ist, und vielleicht .. und was damit zu einer Diskussion anregen oder ..“
(Anna)*

Generell lässt sich also schlussfolgern, dass die Produktion von Sendungen bei einigen GestalterInnen eine Intensivierung von Lesen und Schreiben als Tätigkeiten sowie der Auseinandersetzung mit Themen und den häufigeren Besuch von öffentlichen Kulturangeboten nach sich zieht.

In gewisser Wechselwirkung steht dieses erhöhte Interesse mit dem bereits erwähnten Recherchieren von Inhalten für eine Sendung. „Infos im Internet suchen“ ist neben dem „Ins Mikrofon sprechen“ die am häufigsten gewählte Tätigkeit, die bei der Online-Umfrage gewählt wurde – mit über 94 % tun dies fast alle. 33 % tun dies aber erst seit ihrer Rundfunkarbeit. Ähnlich motiviert ist wohl auch der hohe Wert von 24 % der Personen, die erst seither „Texte lesen“. Zusätzlich wurden noch „Recherchen außer Haus, bei Bahnfahrten, auf Bahnhöfen usw.“, „Ideen sammeln für neue Sendungen“ und „rundum sorgfältig recherchieren“ als Tätigkeiten angegeben. „Sich mit neuen Themen auseinanderzusetzen“

war auch eine Antwortmöglichkeit auf die Frage, was die Mitarbeit im nichtkommerziellen Rundfunk ermöglicht, der von über der Hälfte der Personen zugestimmt wurde. Dies sind sehr klare Befunde darüber, dass Menschen durch die Mitarbeit bei nichtkommerziellen Sendern insgesamt mehr an Gesellschaft und kulturellen Angeboten teilhaben.

Die Vermittlung der recherchierten Inhalte ist ein großes Thema für SendungsgestalterInnen. „Selber gestalten macht Spaß“ meinte ein/e ProduzentIn auf die Frage, was sie gelernt hätte, viele andere präzisierten weiters ihre erworbenen Recherche- und gestalterischen Kenntnisse: „Sendungsaufbau“, „Angewandte Dramaturgie“, „Inhalte vermitteln an HörerInnen“, „Aufbereitung und Bewertung von Themen/Interviews“, „Selbständiges erarbeiten und das zu präsentieren“, „Konzept erstellen – Sendung aufnehmen – erfolgreich kommunizieren“, „Vorproduktion (kreative Gestaltung) von Radiobeiträgen“.

Es zeigt sich dabei, dass der Gestaltung der Sendung von einigen SendungsmacherInnen große Aufmerksamkeit gewidmet wird, dass es ihnen nicht egal ist, wie es klingt und die Inhalte in ein gezieltes Verhältnis zu ihrer Form gebracht werden. Aber auch in diesem Bereich gibt es Spielräume, die individuell unterschiedlich genutzt werden. So steht bei manchen wiederum der Inhalt so stark im Mittelpunkt, dass die technische Gestaltung dabei auch bewusst vernachlässigt wird und die Konsequenzen in Kauf genommen werden:

*„Deswegen ist es technisch gesehen sicher nicht immer ... der Hit, die Sendung ... aber ich glaub, das wichtigere ist, was bring ich inhaltlich rüber, was für Gäste habe ich, welches Thema spreche ich an.“
(Anna)*

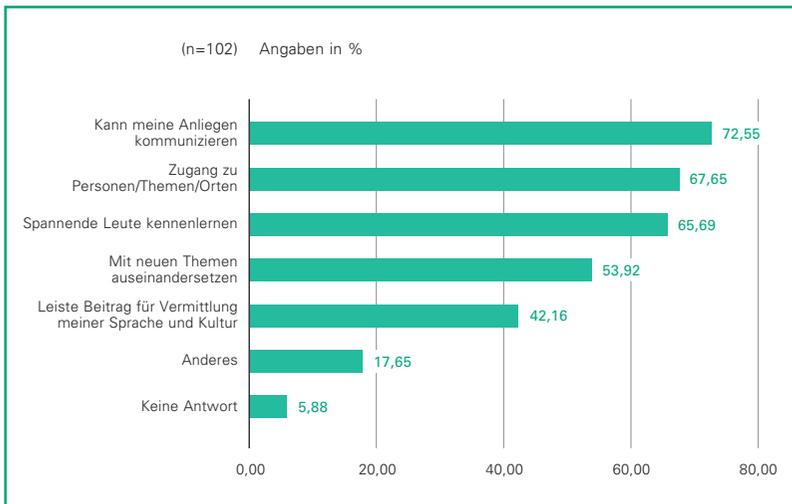
Dorothea Sauer und Heidi Gaube vom Verein akzente Voitsberg setzen aus ihrer Erfahrung mit SendungsgestalterInnen die Auseinandersetzung mit den Inhalten einer Sendung in Beziehung zu den gesamten Lernprozessen, die sich bei Recherche und Sendungsproduktion abspielen:

„Ich denk mir, der große Vorteil vom Radiomachen ist, dass es eines Verarbeitungsprozesses bedarf: Ich recherchiere und in dieser Verarbeitungssequenz das dann auch zu transportieren .. dort passiert auch genau dieser Übersetzungsprozess der dieses Lernen vom herkömmlichen Lernen – der Reproduktion – unterscheidet. Es ist eine andere Form von Verarbeitungsprozess.“ (Dorothea Sauer)

„Ich verarbeite, ich bearbeite und ich gestalte – und da fängt dann auch die Mitgestaltung an. Ich recherchiere, ich mach mir dann die eigenen Gedanken, ich hole Informationen ein und verarbeite das dann auch für irgendjemand anderen, wo ich glaub, dass die das brauchen können. Ich mach mir meine eigenen Gedanken und das führt dazu, dass das Gelernte auch zu Eigenen wird.“ (Heidi Gaube)

Diese Fremdbeschreibung deckt sich in weiten Strecken mit den Angaben in Online-Fragebogen und Interviews. 72,55 % der Befragten stimmten der Aussage zu, dass sie durch den nichtkommerziellen Rundfunk die Möglichkeit haben, ihre eigenen Anliegen zu kommunizieren, über die Hälfte kann sich auf diesem Weg mit neuen Inhalten beschäftigen, eine Person verknüpft die Frage, was ihr die Sendetätigkeit ermögliche, ganz grundsätzlich mit biografischer Selbstvergewisserung: „Zusammenfassung von Lebensthemen über einen längeren Zeitraum als eine Art Vermächtnis.“

Abbildung 10: Möglichkeiten, die der nichtkommerzielle Rundfunk bietet



Quelle: Eigene Auswertung

Es erfolgen also Lernprozesse nicht nur in der Auseinandersetzung mit dem Medium und den Sendungsinhalten, sondern weiters auch im Übersetzungsprozess der Gestaltung, bei der es bei den Sendern große Freiheit gibt. Diese stellt die Voraussetzung dafür dar, dass die Sender als Freiräume erlebt werden, in denen Experimente gewagt und Ideen gefahrlos ausprobiert werden können.

3.4 Kontaktaufnahme

Im Laufe der Erhebungen verdichtete sich „Kontaktaufnahme“ als Thema, das aus vielen verschiedenen Aspekten gespeist wird. So erfordert bereits die Produktion von Sendungen in so gut wie allen Fällen die Aufnahme von Kontakt mit einer Reihe von Personen: Angefangen von den Senderverantwortlichen im Studio über KollegInnen, mit denen produziert wird, bis hin zu Menschen, die interviewt oder ins Studio eingeladen werden.

So berichtet Sonja von ihrer Erfahrung mit Studiogästen und der Wirkung des Mikrofons:

„Denkt man sich oft, vor allem bei Künstlern, die sind, die müssen ja gewöhnt sein vor dem Mikro, äh mit dem Mikro zu arbeiten, da merk ich dann sehr, sehr oft: Die können auf einer Bühne stehen, und spielen oder reden, aber das Mikrofon vor der Nase zu haben (lacht), das ist für viele unheimlich schwierig. Und da ... weiß ich einfach, das ist vielleicht etwas, das ich gelernt habe, die Leute so zu motivieren im Studio, dass sie mir bereitwillig eine Stunde lang Rede und Antwort stehen. Also, ich kann das, glaub ich, ganz gut, die Leute aus der Reserve zu locken, und, und ihnen das .. also nach zehn Minuten haben sie das Mikro vergessen!“ (Sonja)

Wie bereits erwähnt ist das Mikrofon aufgeladen mit symbolischen Aspekten des Radio- oder Fernsehens an sich und verändert die Wahrnehmung der SendungsgestalterInnen im öffentlichen Raum und durch andere Menschen. In diesem Zitat wird sich Sonja im Zuge der Erzählung ihrer Lernerfahrungen bewusst, hinsichtlich ihrer sozialen Kompetenzen im Umgang mit interviewten Personen entwickelt zu haben – eine Kompetenz, die sie einerseits nicht erwartet hatte, die sie aber auch den öffentlichkeits- und medienerprobten „Künstlern“ voraus

hat, was ihr sichtlich schmeichelt. Hintergrund für diese Darstellung ist wiederum der Besuch von kulturellen Veranstaltungen, bei denen sie Menschen mit der Bitte um ein Interview anfragt – das heißt, mit ihnen in einen Kontakt tritt, der ohne Radiosendung wahrscheinlich nicht oder nur anders möglich gewesen wäre. Noch ungeplanter geht Anna immer wieder vor und beschreibt die Veränderung von Gesprächen, seit sie Radiosendungen gestaltet:

„Jetzt pack ich halt mein .. mein .. Radiogerät ein und frag, neben dem, dass wir so und so reden: Hast du Zeit, dass wir ein Interview machen?“ (Anna)

Eigene Interessen sind der Ausgangspunkt für mögliche Sendungen, was wiederum bewirken kann, dass aus allen Aspekten des eigenen Lebens auch im Zuge anderweitiger Aktivitäten Sendungen resultieren können. Das Aufnahmegerät wird dabei zu einem Gerät, das Zugang und Kontakt ermöglicht und immer mit dabei ist:

„Ich war jetzt grad in New York 14 Tage und hab dort ein Interview mit dem Georg Friedrich Haas gemacht, dem Komponisten, also, es macht Spaß!“ (Sonja)

„Ich hab ja sehr, sehr lange in Paris gelebt und wenn ich dort bin, nehme ich mein kleines Aufnahmegerät mit und .. schau, dass ich Interviews mache, das irgendwie in die Sendung einbring .. und so.“ (Anna)

Themen für die Sendung bieten sich in diesen Perspektiven faktisch überall an, was auch bedeutet, dass die Weltwahrnehmung generell sich dahingehend verändert, dass alles verwendet werden könnte. Kombiniert wird dies mit Überlegungen, wie etwas eingesetzt werden könnte bzw. welches Material hierfür angefertigt wird.

Intern kommt es auch über Begegnungen im Studio zu Kooperationen, die bei krankheits- oder urlaubsbedingten Abwesenheiten gegenseitige Ersatzdienste oder generelle Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Sendungen ermöglichen.

„Ich hab eine .. eine Radiokollegin, die vor mir die Sendung macht, das heißt Live Line, die hat auch sehr oft Gäste und wir schließen uns

sehr oft kurz und sagen: Machen wir zwei Stunden, machen wir von 10 bis 12 Uhr, reden wir über ein bestimmtes Thema, laden wir gemeinsam uns jemanden ein. Ich bring die Musik mit und .. das vergeht wie im Flug. Also wir machen das relativ oft oder einfach spontan oder wenn ich auf Reisen bin, also Helga, bitte, kannst meine Stunde übernehmen.“ (Sonja)

Der Sendeplatz ist in diesem Beispiel eine zufällige Komponente, über die diese beiden Sendungsgestalterinnen in Kontakt kommen konnten. Nachdem sich offenbar die beiden über ihre Sendungen ausgetauscht und sich auch kommunikativ gut verstanden haben, ist hier ein Konzept entstanden, das keine der beiden vorher geplant gehabt hat, von dem sie aber auf mehreren Ebenen profitieren: Sendeausfälle durch Abwesenheit werden vermieden, sie verlängern die Zeit, die sie gemeinsam auf Sendung sind, reduzieren möglicherweise den Vorbereitungsaufwand, weil für beide Sendungen nur ein Gast eingeladen wird, teils werden Kompetenzen auch verteilt (Sonja als pensionierte Musiklehrerin besorgt die Musik für die gemeinsame Sendung) und haben offensichtlich Spaß an der gemeinsamen Produktion, sodass die Zeit „im Flug vergeht“. Im Rahmen einer solchen Kooperation sind zahlreiche soziale und kommunikative Kompetenzen sowohl nach innen als auch nach außen notwendig und legen gleichzeitig die Basis, weitere wie das Delegieren von Zuständigkeiten oder gemeinsame Abstimmung zu entwickeln oder weiter auszubauen. Die dafür nötigen Fähigkeiten sind bis zu einem gewissen Grade sicherlich auch vorher schon vorhanden, können aber in jedem Fall aktiv gehalten oder sogar erweitert werden.

Ähnlich verhält es sich mit Sendungen, die von mehreren gestaltet werden, wo ressourcenbezogen die Tätigkeiten verteilt werden:

„Wir planen mit der zweiten ab und zu, die die Sendung schneidet, wenn ich grad keine Zeit habe. Wir planen dann oft vor, die zehn Sachen haben wir, die wir in diesem Jahr gerne machen würden. Mir fällt immer was anderes ein ...“ (Anna)

Die Bereitschaft zur Kontaktaufnahme als auch zur Kooperation führte mitten im Fokusgruppeninterview zu einer spontanen Anfrage: Nachdem Anna erzählt hatte, dass sie eine französisch-sprachige Sendung gestaltet, erzählte Sonja von zwei Kindern aus Frankreich, die in zwei Wochen bei ihr auf Besuch wären und fragt an, ob Anna die beiden zu sich ins Studio laden wolle. Anna zeigte sich interessiert. Einige Zeit

später konnte über Nachfrage in Erfahrung gebracht werden, dass diese Sendung mit den beiden Kindern tatsächlich stattgefunden hat. Dabei konnte Anna allerdings das Konzept ihrer Sendung, in der sie auf Französisch über französische Kultur berichtet, nicht wie gedacht realisieren: Die beiden Kinder aus Frankreich waren an französischer Musik völlig uninteressiert und ausschließlich auf US-amerikanische Chart-Hits fokussiert. Anna hat dies mit viel Humor hinsichtlich ihrer Vorannahmen über die Interessen dieser Kinder erzählt.

In dieser Episode zeigen sich sehr gut die vielen Formen von Kontaktbereitschaft und -aufnahme im Zuge von Sendungsproduktionen, die hier auch von Spontaneität und Flexibilität gekennzeichnet sind. In der selbstironischen Erzählung steckt weiters das Bewusstsein über eine Selbsterkenntnis.

Die Bildungswissenschaftlerin Daniela Holzer betont den zusätzlichen sozialen Lernertrag, der dazukommt, wenn Sendungen in Kooperation entstehen:

„Ich würd das als informelle Lernprozesse bezeichnen, wo, soweit ich das einschätzen kann, ganz viel gelernt wird im Tun. Wie ich das wahrnehme, sind es ganz viel kollektive Dinge, wo es nicht darum geht, dass Einzelpersonen etwas tun, sondern dass sie sich eben zusammentun und gemeinsam Sendungen gestalten, Projekte gestalten etc. Und damit auch diesen Schritt, der rausgeht aus dem ‚nur ich allein eigne mir etwas an‘ sondern ich lerne dann auch in diesen kollektiven Prozessen, nämlich nicht nur diese direkten Dinge, wo es darum geht das anzuwenden: wie mach ich Sendung, wie mach ich Radio, wie präsentiere ich etwas. Wo es sicher auch ganz stark darum geht, wie einige ich mich darauf, mit den anderen etwas zu tun.“ (Daniela Holzer)

Zur Kontaktaufnahme gehört aber auch die eigene Zugangsgeschichte zum Sender und das Bewerben der eigenen Sendung, wofür auf Menschen zugegangen werden muss, um sie informieren zu können. Purkathofer, Pfisterer und Busch haben in ihrer Studie über Geschichte und Organisation von Freien Radios in Österreich vier exemplarische Zugangswege herausgefiltert, wobei neben dem Ausbildungsangebot der Sender, medienpädagogischen Initiativen und gezielten Einladungen von NGOs und Gruppen selbst aktive RadiomacherInnen ausschlaggebend bei der Vermittlung des offenen Zugangs bzw. der Integration von neuen GestalterInnen sind (Purkathofer u.a. 2008: 42, 47–53). Von

Anna, die direkt über die praktische Gestaltung in die Rolle der Sendungsverantwortlichen gerutscht ist, war im ersten Kapitel bereits die Rede. Sonja und Andreas wurden ebenso von anderen SendungsgestalterInnen angeworben, für beide war das ihnen bereits bekannte Profil des Senders und für Andreas zusätzlich noch „das Feeling im Studio“ ausschlaggebend dafür, Sendungen selbst gestalten zu wollen. Heinz hingegen hat im Rahmen einer Lehrveranstaltung an der Universität an einer Radioschulung teilgenommen, bei der der Schulende von Radio Helsinki den Bedarf nach jemandem ausgesprochen hat, der/die seine Sendung übernehmen könnte. Die Kombination aus der Erfahrung in der Lehrveranstaltung mit der offenen Anfrage nach Interessierten motivierte Heinz, sich hier zu engagieren.

Auch in der Online-Befragung wurden die Zugangswege erhoben. Dabei wurde ersichtlich, dass Praktika und Besuche mit jeweils 4,9 % den geringsten Grund für die Tätigkeit im nichtkommerziellen Rundfunk darstellen. Die Empfehlung anderer SendungsmacherInnen mit 31,37 % steht an Häufigkeit des Zugangs an zweiter Stelle. Knapp öfter wurde „andere Gründe“ angegeben, die auch ausformuliert wurden. Dabei zeigt sich, dass viele davon „angesprochen“, „eingeladen“, „rekrutiert“ und „gedungen“ wurden, was nicht als eigener Punkt aufschien, sondern unter „von anderen SendungsmacherInnen gehört“ in offener Formulierung mitgemeint gewesen wäre. Gast in einer Sendung gewesen zu sein brachte 20,59 % zum nichtkommerziellen Rundfunk. Im freien Eingabefeld zum Thema, was die Tätigkeit beim nichtkommerziellen Rundfunk ermöglicht, hat eine Person die Anwerbung zum doppelsinnigen Thema gemacht: „Ich animiere andere, auch selbst ‚radio-aktiv‘ zu werden!“

Alle vier TeilnehmerInnen des Fokusgruppeninterviews sind also von jemandem angeworben worden, der oder die selbst bereits Sendungen gestaltete. Die Erfahrung, involviert worden zu sein, ist nicht unwesentlich für das eigene Involvieren bzw. Kontaktaufnehmen mit anderen Personen. Auch im Forschungsworkshop mit den Weiterbildungszuständigen wurde dieser Kontakt als häufiger Ausgangspunkt für ein Engagement erwähnt. Zusätzlich wurde dabei auch Thema, dass häufig jene Person, die eine Basisschulung abgehalten hat, auch außerhalb des Workshops die Ansprechperson für neue SendungsgestalterInnen bleibt. Die Kontaktaufnahme im Rahmen der Schulung ist oft der einzige Bezug, den GestalterInnen mit Verantwortlichen in den Sendern haben. Dies

kollidiert allerdings mitunter auch mit dem Selbstverständnis derjenigen, die Schulungen abhalten und diese Verbindung mit Ende des Workshops auch beendet sehen, sich darüber hinaus nicht unbedingt zuständig fühlen oder auch einfach nicht die (Zeit-)Ressourcen für weitergehende Kommunikation und Betreuung zur Verfügung haben. Die Bedeutung dieser Ansprechpersonen ist allerdings nicht zu unterschätzen, bezieht man Overwiens Definition von informeller Bildung ein, wonach die informelle Kompetenzweitergabe von der Bewusstheit der Lernprozesse durch die Handelnden gekennzeichnet ist (2013b).

Auf gleicher Ebene in Kontakt kommen die TeilnehmerInnen beim Besuch von Workshops, wo ebenso voneinander gelernt werden kann. Im Laufe des Fokusgruppeninterviews stellte sich beim Thema Musik in Sendungen zufällig heraus, dass Heinz und Sonja sich bereits aus einem gemeinsam besuchten Workshop kannten. Diese Begegnung hat bei Heinz die Veränderung seiner Sendungskonzepte bewirkt:

„Heinz: Ich mach im Hintergrund keine Musik mehr ... Da bist du schuld (an Sonja gewandt; Anm.!) Da hab ich zum Beispiel in einem Fall, da hab ich bei meinen Eröffnungen was drunter gegeben, sie war zufällig in einem Eck drinnen und hat das da auch gesagt, von da an habe ich aufgehört.

Sonja: Ja, nein, mir tut, ich denk mir, das ist eine Vergewaltigung .. zu allen Dingen ..

Heinz: .. vor allen Dingen, weil es ablenkt ..

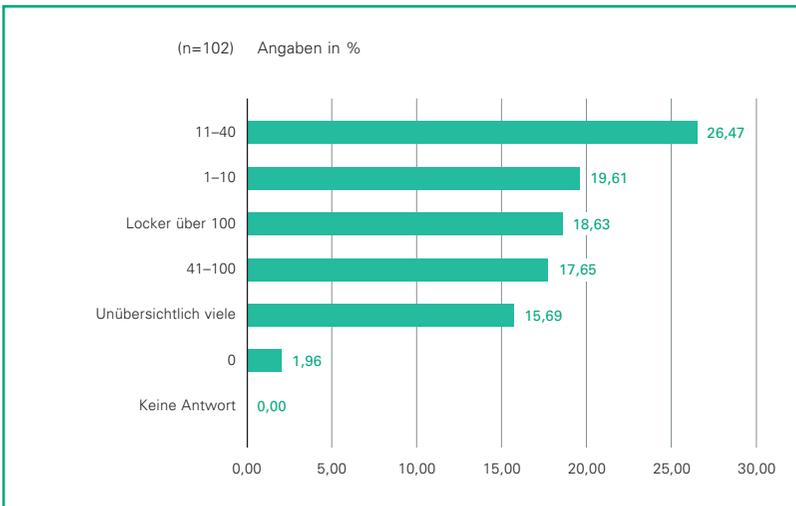
Sonja: .. immer Musik unterlegt! Wenn ich rede, dann rede ich und wenn Musik, dann spiele ich Musik und ich will auch nicht in Musik hineinquetschen!

Heinz: Na, na, aber so zwischendurch als Pause, wenn ich aufs Klo geh ..“

Sonja konnte offenbar Heinz davon überzeugen oder (mit dem Gewicht ihrer Kompetenz als ehemalige Musiklehrerin) einschüchtern, dass Musik nicht zur Unterlegung von Sprechbeiträgen eingesetzt werden soll – dies widerspricht ihren Ansprüchen an Musik. Heinz hat diese Kritik wohl angenommen, in dem kurzen Dialog zeigt sich aber auch eine gewisse Distanz zu dieser Auffassung. Er lässt es sich nicht nehmen, Musik trotzdem als Pausenfüller einzusetzen und drückt seinen verbliebenen Unwillen angesichts der Kritik an seiner Vorgangsweise mit einem Schuldvorwurf aus.

Angesichts dieser häufigen Erwähnungen von Kontakten wurde im Online-Fragebogen explizit erfragt, mit wie vielen Personen die SendungsproduzentInnen im Zuge ihrer Vorbereitungen oder Ausstrahlung von Sendungen in Kontakt treten.

Abbildung 11: Kontakte im nichtkommerziellen Rundfunk

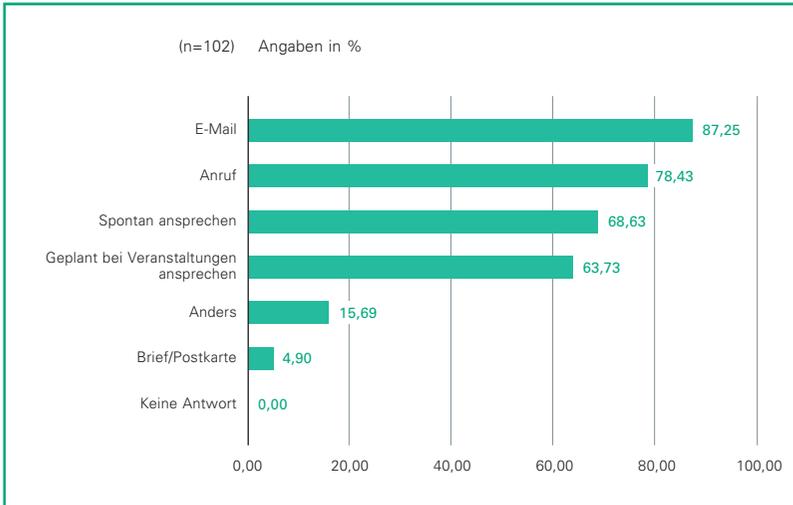


Quelle: Eigene Auswertung

Die Antworten auf diese Frage fielen durchmischt aus. Während ca. ein Viertel der Befragten (26,47 %) zwischen elf bis 40 Personen kontaktieren, haben 19,61 % der Befragten nur mit ein bis zehn Personen Kontakt. 18,63 % gaben an, über 100 Personen zu kontaktieren und 15,69 % bezeichneten die Anzahl ihrer Kontakte als unübersichtlich viele.

Die Kontaktaufnahme selbst erfolgt über unterschiedliche Wege. Während die Kontaktaufnahme per E-Mail mit 87,25 % die beliebteste Art zu sein scheint, nutzen 78,43 % der Befragten auch das Mobil-/Telefon. Über 60 % sprechen die Personen geplant bei Veranstaltungen oder spontan an. Brief/Postkarte sind mit 4,90 % das am wenigsten genutzte Mittel zur Kontaktaufnahme. SMS, Facebook bzw. Social Media wurden noch als weitere Formen angegeben, eine Person ist unterrichtenderweise zu dem Kontakt gekommen.

Abbildung 12: Kontaktaufnahme im nichtkommerziellen Rundfunk



Quelle: Eigene Auswertung

Die Bewerbung der eigenen Sendung ist eine weitere Form Kontakte aufzunehmen. Bei der Frage nach den genutzten Kommunikationsmitteln hierfür wird augenscheinlich, dass die beliebtesten Kommunikationsmittel elektronische Medien darstellen. An der Spitze mit 59,80 % findet sich auch hier die E-Mail wieder. Aber auch Social-Media-Kanäle werden von über 50 % der Befragten dafür genutzt, Homepages von 44,12 %. Ein Fehler unsererseits in der Gestaltung der Antwortmöglichkeiten wurde angesichts der Einträge unter „Anderes“ ersichtlich, wo 30 % auf die mündliche bzw. persönliche Informationsform hinwiesen, die nicht zur Auswahl stand. Gleichzeitig hat dieser Fehler auch sichtbar gemacht, wie aufmerksam der Fragebogen ausgefüllt wurde.

Die Relevanz von Kontaktaufnahme wurde im Fragebogen auch in Konkurrenz zu weiteren Möglichkeiten erhoben, die die Tätigkeit für den Sender den GestalterInnen eröffnet: Am häufigsten wurden die Kommunikationsmöglichkeit von Anliegen angekreuzt, dicht gefolgt von „Zugang zu Personen/Themen/Orten“ und „Spannende Leute kennenlernen“, was für 67 % bzw. 65 % der Befragten durch die Sendungstätigkeit realisiert werden konnte.

Im freien Eingabefeld zur Frage, was die Personen gelernt haben, das ihnen wichtig ist, wurden viele Aspekte eingetragen, die Kontaktaufnahme und den Umgang mit Menschen betreffend: „Arbeit in Gruppen“, „Community“, „mit Menschen und Themen sozial gerecht umzugehen“, „mich auf andere Menschen einzustellen und ihre Probleme wahr zunehmen!“, „den Umgang mit den Leuten verschiedener Herkunft, sozialen Lage, Bildung u.a.“, „Umgang mit Studiogästen, auf unbekannte/bekannte/berühmte Menschen zugehen etc.“, „interessante Leute ansprechen“, „mit verschiedenen Typen von Menschen umgehen“, „ich tue mir leichter neue Leute anzusprechen“ und „auf mir nicht bekannte Personen offen zuzugehen“. In Kontakt kommen mit verschiedenen Menschen, Herkünften, Ansichten usw. inkludiert im Rahmen dieser Auskünfte auch ein weitergehendes Interesse und Erweitern eigener Perspektiven.

Im Fokusgruppeninterview kristallisierte sich im Laufe der zweieinhalb Stunden heraus, dass Heinz dem Ansprechen von berühmten Personen für seine Sendung eine ganz besondere Bedeutung zusprach:

„Oder ich gehe auch auf Leute zu, die ich vorher nie auf die Idee gekommen wäre. Um Gottes Willen – ein Universitätsprofessor einfach so nebenbei zu fragen: Gebt mir bitteschön ein Interview zu dem und dem Thema! Und dann ganz erstaunt, dass er ja sagt! Noch dazu so einer wie der Strasser, der ja .. Profi ist, im Fernsehen und überall auftritt! Ich war ganz weg, wie sich der eineinhalb Stunden mit mir reingesetzt hat. Also, das sind alles so Dinge, wo ich gelernt habe: Aha, du kannst auch etwas bewegen, ohne dass du dich fürchten musst .. vor diesen Göttern!“ (Heinz)

Ähnlich äußert er sich noch mehrere Male und es wird sichtbar, wie geehrt er sich davon fühlt, dass Menschen, die für ihn offenbar den Status von (unerreichbaren) „Göttern“ einnehmen, die sonst im „Fernsehen“ auftreten, nun sich auch Zeit für ihn und seine Sendung nehmen. Er wäre „vorher nie auf die Idee gekommen“ und ist „ganz weg“, dass das für ihn durch die Sendungsgestaltung möglich ist. Auch in diesem Fall nimmt das Mikrofon die Rolle eines Gegenstandes ein, der den Sendungsgestalter zu seiner eigenen Überraschung auf gleiche Augenhöhe mit Personen hebt, die er als sehr weit außerhalb seiner Reichweite empfand: „Ich war eh erstaunt, dass er mich genommen hat.“ Die Ermächtigung über das Mikrofon geht also einher mit einer

Selbstaufwertung anhand des zugeschriebenen Wertes vom Gegenüber, die weiters die Lernerfahrung beinhaltet, dass durch die Sendungsproduktion Bedingungen entstehen, die ihm ein neues Selbstbild gewähren und ihm Handlungen erlauben, die er sich nie erwartet hätte.

Diese besonders hohe Bedeutung des Ansprechens von berühmten oder persönlich unbekanntem Personen wurde in diesem Gespräch von den anderen drei SendungsgestalterInnen nicht aufgegriffen, von uns deshalb aber in den Fragebogen aufgenommen, um die Relevanz für weitere GestalterInnen einschätzen zu können. Mit den vorliegenden Zahlen konnte diese Bedeutung bestätigt werden: 35 % bzw. 39 % geben bei der Auswahl an vorgegebenen Tätigkeiten, die erst durch die Sendungsgestaltung vermehrt durchgeführt werden, an, ihnen unbekannte oder berühmte Personen zu kontaktieren. Im freien Eingabefeld von anderen Möglichkeiten, die dieses Engagement ihnen erlaubt, fand sich ergänzend die Angabe „ich kann unverschämt PolitikerInnen und BeamtInnen ausfragen“.

Auch im internationalen Kontext ist der Kontakt mit anderen SendungsgestalterInnen ein wichtiges Merkmal z.B. im Rahmen von internationalen Kooperationen von Sendern, wo Leute aus verschiedenen Ländern sich treffen – eine Reisetätigkeit, die für viele sonst gar nicht erschwinglich wäre und wo Kennen-/Lernen auf mehreren Ebenen passiert:

„We have learning partnerships where we take learners to transnational meetings. That helps them in a way, because they learn more about Europe – even though it's so different from each other – they build relationships with other learners, they spend money in Europe (lacht).“ (Chrissy Moog)

Es lässt sich also zeigen, dass mit der Beschäftigung im nichtkommerziellen Rundfunk ein enorm hoher sozialer Faktor verbunden ist, der die SendungsgestalterInnen – in unterschiedlichem Ausmaß – mit vielen Personen in Kontakt treten lässt bzw. diese Kontaktaufnahme überhaupt erst ermöglicht oder trainiert. Analog der Angst vor dem Mikrofon wird häufig auch die Angst vor Autoritäten (berühmten Personen) abgelegt. Damit werden Handlungsfähigkeit und Kommunikationsradius erheblich erweitert sowie das persönliche Selbstvertrauen insgesamt erhöht. Kontakte und gegenseitiges Lernen finden sowohl innerhalb der heterogenen Gruppe von GestalterInnen einer Sendung wie auch ver-

schiedener Sendungen statt und richten sich im Zuge der Sendungs-
erarbeitung vielfach nach außen. Workshops der Sender sind wiederum
ein wesentlicher Ort für den Kontakt von GestalterInnen untereinander
und mit dem Sender, der damit buchstäblich einen Raum für informelle
Bildung darstellt.

3.5 Umgang mit medialen Öffentlichkeiten

Produktion und Ausstrahlung von eigenen Radio- bzw. Fernsehsen-
dungen bedeutet die Herstellung von Öffentlichkeit, von der es bei vielen
GestalterInnen recht präzise Vorstellungen gibt. Gleichzeitig geht diese
Herstellung auch häufig mit veränderter Rezeption und Nutzung anderer
Medien einher, was wiederum Einfluss auf die SendungsgestalterInnen
im nichtkommerziellen Rundfunk hat.

Im Fokusgruppeninterview hat Andreas sehr klar zum Ausdruck ge-
bracht, dass das Profil des nichtkommerziellen Rundfunks für ihn sowohl
Grund für die Aufnahme seiner Sendetätigkeit war als auch die Basis für
seine Sendungen darstellt:

*„ .. ich meine, ich habe den Radiosender schon vorher gekannt, ich
hab schon gewusst, dass es ein sehr eigenwilliger Sender ist, vor
allem, vor allem werden auch Musikrichtungen gespielt, die sonst
nicht gespielt werden, Jazz, Metall und solche Sachen ... Und es gibt
auch so einige Diskussionssendungen und so. Wie gesagt, sehr
eigenwillig, das habe ich schon sehr gut gefunden, dass es sowas
auch gibt, muss ich sagen. (...) Und größtenteils spiele ich Lieder .. die
so gut wie nie in kommerziellen .. Radiosendern gespielt werden.
Also .. das ist total .. Die Lieder, die ich spiele, haben ein gewisses
Club-Feeling, also, das ist überhaupt nicht für die breite Masse
gedacht, und .. und macht mir unheimlich viel Spaß.“ (Andreas)*

Auch für Sonja gilt die Selbstverpflichtung, im nichtkommerziellen Rund-
funk das zu spielen, was sonst nicht im Radio zu hören ist:

*„Ich spiele sehr viele neue Sachen, aber auch ältere Sachen und .. bei
den älteren Sachen schaue ich immer gerne drauf, dass das Raritäten
sind. Also, die sehr selten gespielt werden. Und wenn ich schon was*

... unbedingt was Kommerzielles spielen will, dann schau ich immer .. dass diese Platte, die schon längst in Vergessenheit geraten sind. So dass nicht immer, nicht das Geläufige.“ (Sonja)

Von kommerziellen Produkten nimmt auch Andreas explizit und wertend Abstand:

„Ja, wie gesagt, mir macht das auch unheimlich Spaß, wobei ich da Musik auflegen kann, die nirgends gespielt wird. Es gibt da oft Leute, die sich auch andere elektronische Stilrichtungen anhören wollen, sprich: Nicht immer nur der Kommerz. Und, ja, da weiß ich genau, ok, das ist klass, dass ich da Sachen spiel, die woanders nicht gespielt werden.“ (Andreas)

Anna ergänzt diese Haltung um einen weiteren Begriff, der die Gegenöffentlichkeit inkludiert, die durch den nichtkommerziellen Rundfunk geschaffen wird:

„Und bei der Musik ist mir auch wichtig, dass ich keine Mainstream-Sachen bring, französische Sachen in Österreich ... bekannt machen werde ich sie damit nicht, aber wenigstens anklingen lassen, die man sonst nirgends hört.“ (Anna)

Unkonventionalität und Abgrenzung von Mainstream vergegenwärtigt sie auch mit ihrer Erzählung über eine Weihnachtssendung zu einem unüblichen Termin:

„Ich mache dafür im Sommer die erste Weihnachtssendung des Jahres mit dem ... dem Kabarettisten .. also so konterkariert ist natürlich auch eine lustige Sache! Das kann man hier ganz gut: Dinge, wie gesagt, einbringen, die man in einem offiziellen Radio nicht machen könnte.“ (Anna)

An dieser Aussage ist weiters die Differenzierung zu „offiziellem“ Radio interessant, was sich offensichtlich auf öffentliche oder kommerzielle, sprich hauptsächlich professionell betriebene Stationen bezieht. Indem sie diese aber als „offiziell“ titulierte, sagt sie auch, dass der nichtkommerzielle Rundfunk nicht offiziell sei. Daraus lässt sich schließen, dass sie das Freie Radio in Österreich als weniger legitimiert wahrnimmt, was zwar seit der rechtlichen Anerkennung des trialen Rundfunksystems

1998 nicht mehr stimmt, aber vermutlich aufgrund der „Unprofessionalität“ bzw. der Ehrenamtlichkeit aber als „Freizeitaktivität“ so bewertet wird.

Bei der Online-Befragung bestätigt sich das Bild, dass die Schaffung von Gegen- oder Alternativöffentlichkeiten eine wichtige Motivation für viele Befragte darstellt. Zahlreiche Personen haben in das freie Eingabefeld über weitere Möglichkeiten durch die Mitarbeit beim nichtkommerziellen Rundfunk eingegeben, dass unterrepräsentierte Realitäten oder z.B. ein „nicht ‚auto-zentriertes‘ Bild von Mobilität“, „zeitgenössische Literatur“ oder „Tabu-Themen“ vermittelt werden könnten und ganz generell, „dass man sich mit dem Einheitsbrei der Berichterstattung nicht zufrieden geben muss, sondern selbst aktiv werden kann“.

In welchem Verhältnis die Zahl der Interessierten an einer Gegenöffentlichkeit zu jener, für die das keine Bedeutung hat, steht, lässt sich auf Grundlage unserer Daten nicht klären. Zu relativieren sind diese Ergebnisse jedenfalls, da davon auszugehen ist, dass den Sendern besonders verbundene Personen auch in höherem Ausmaß den Fragebogen ausgefüllt oder sich für Interviews zur Verfügung gestellt haben. Dass viele GestalterInnen nur deshalb bei nichtkommerziellen Sendern aktiv sind, weil ihnen der (niederschwellige) Zugang zu anderen, mainstream-orientierten Stationen verwehrt ist, wurde an mehreren anderen Stellen immer wieder sichtbar: Im Forschungsworkshop mit den Verantwortlichen der Sender wurde dies thematisiert, weiters zeigt sich dies bei den Teilnahmen an Workshops durch Personen, die dieses kostenlose Angebot gerne persönlich und als berufliche Weiterbildung nutzen, aber anschließend keine Sendungen gestalten wollen. Weiter unten vorgestellte Berufsbiografien zeugen ebenfalls vom möglichen Wechseln zwischen solchen Sendern bzw. Öffentlichkeiten.

Die Öffnung der nichtkommerziellen Medien für Menschen, die nicht der weißen österreichischen Mehrheitsgesellschaft angehören, ist ein wesentlicher Grundsatz in der Charta der Freien Radios und ist dahingehend ein Stück weit auch eingelöst, als immerhin 26 Sprachen insgesamt in den Stationen gesprochen werden. Online haben mehrere Personen die Motivation für ihre Sendetätigkeit damit begründet, Interkulturelles, ihre Sprache oder Kultur zu vermitteln und eine Öffentlichkeit für spezifische Communities herstellen zu können. Dorothea Sauer vom Verein akzente Voitsberg berichtet von einem Projekt, in dem das Radiomachen für die teilnehmenden Frauen* mehrere Türen gleichzeitig geöffnet hat:

*„Auch ein Erfolg ist für mich, wenn man jetzt auf die Ebene der Zielgruppe geht – wir haben ja mit Frauen mit Migrationshintergrund gearbeitet – dass tatsächlich etwas passiert ist, dass nämlich der Blick auf diese Zielgruppe sich bei relevanten Akteuren und Akteurinnen in der Region verändert hat, weil diese Zielgruppe eine andere Form des Ausdrucks und der Präsentation gefunden hat über das Radiomachen. Auf der gesellschaftspolitischen Ebene, was diese Zielgruppe betrifft, hat sich unglaublich viel bewegt, aber auch bei den Personen selbst. Unglaublich viel an Empowerment und Möglichkeiten der Veränderung von Blickwinkeln ist da passiert.“
(Dorothea Sauer)*

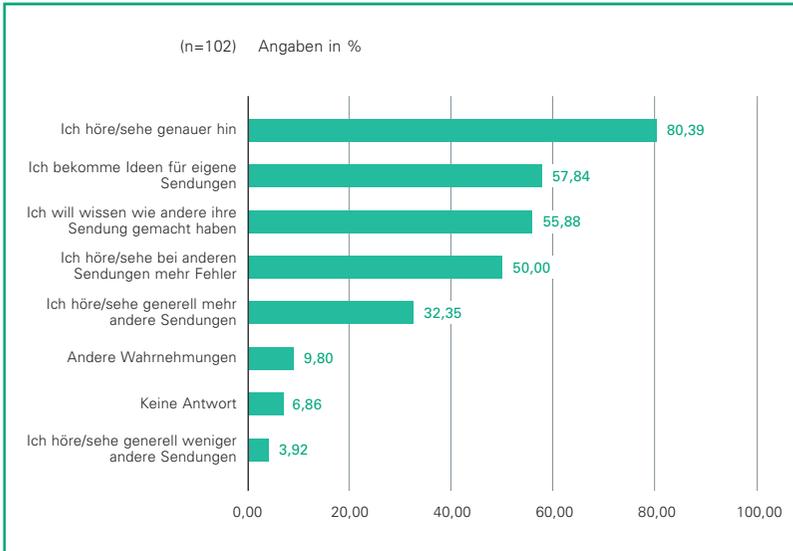
Für viele GestalterInnen ist es also wichtig, über den nichtkommerziellen Rundfunk Inhalte, Haltungen oder Musikrichtungen verbreiten zu können, die aus ihrer Perspektive sonst wenig Öffentlichkeit erhalten. Gegen- oder Alternativöffentlichkeiten zu schaffen, ist dabei das Ziel, für Radio Eskilstuna ist es sogar Voraussetzung für Sendetätigkeit, nicht allzu sehr am Mainstream orientierte Produktionen auszustrahlen. Für Menschen, die häufig auch unfreiwillig nicht zu diesem gesellschaftlichen Mainstream gehören oder gezählt werden, erlaubt der nichtkommerzielle Rundfunk mediale Einmischung, die sich teils in ergänzender Absicht an die gesamte Öffentlichkeit wendet, sich teils aber auch spezifisch an Angehörige von Subkulturen oder Minderheiten-Gruppen richtet. Dies alles kann für die verschiedenen GestalterInnen unterschiedliche Effekte und Lernerfahrungen mit sich bringen: Sie übernehmen (selbstgestellte) repräsentative Verantwortung, positionieren sich öffentlich und werden zu Ansprechpersonen, was wiederum auf ihr Selbstbild rückwirkt und – so zeigen viele Berichte und Online-Eintragen – selbstbestärkende Wirkung hat. Jedoch gibt es auch viele GestalterInnen, die sich mit ihren Ansprüchen an Vorbildern aus dem öffentlichen und kommerziellen Rundfunk orientieren und sich auch mit diesen Sendern identifizieren.

Der nichtkommerzielle Rundfunk ist häufig ein niederschwelliger Zugangsweg zur Medienbranche, mitunter aber nicht das eigentliche Ziel von GestalterInnen, die professionelle Karrieren anstreben, was kontroversiell diskutiert wird. Dass die in nichtkommerziellen Sendern erworbenen Fähigkeiten auch mit Blick auf berufliche Nutzbarkeit erworben werden, wurde von mehreren Seiten bestätigt. So kennen dies einige Fortbildungszuständige der Sender in Österreich aus den Feedbacks nach Workshopbesuchen.

Berufliche Verwertung ist selten der Grund für die Mitarbeit in nichtkommerziellen Sendern, was aber nicht ausschließt, dass dieses Engagement für spätere berufliche Schritte eine gute Voraussetzung bildet. Mehrere Personen haben auf diesem Weg eine professionelle Medienkarriere gestartet, die in beide Richtungen gehen kann oder so nicht unbedingt geplant war: Der ehemalige Radiopirat Rüdiger Landgraf war viele Jahre mitaufbauend bei Radio 88.6 beschäftigt, heute ist er Programmchef vom kommerziellen Privatsender KRONEHIT (Lauggas 2001). Hosea Ratschiller hat mit 16 Jahren beim nichtkommerziellen Kärntner Radio Agora angefangen, dann lange bei Radio Orange 94.0 in Wien mitgewirkt und ist nun seit einigen Jahren FM4-Ombudsmann und Gestalter verschiedener Sendungen dieses öffentlichen ORF-Senders. Eva Schmidhuber hingegen agiert in beiden Bereichen: Seit 1999 ist sie in der nichtkommerziellen Radiofabrik in Salzburg aktiv und derzeit deren Programmkoordinatorin, parallel dazu aber auch freie Mitarbeiterin in der Wissenschaftsredaktion des öffentlichen Senders Ö1 des ORF. In die nichtkommerzielle Richtung hingegen gewechselt ist Anna Michalski, die nach elf Jahren als Nachrichtensprecherin und -redakteurin bei KRONEHIT nun bei Campusradio 94.4 aktiv ist. Für diesen nichtkommerziellen Sender bietet weiters Dave Dempsy Trainings für neue SendungsmacherInnen an, selbst arbeitet er beim öffentlichen Sender FM4. Nicht im Medienbereich ist hingegen Oliver Jarosch gelandet, der viele Jahre Ausbildungsverantwortlicher von Radio FRO in Linz war und nun in teils ähnlicher Funktion Mitarbeiter des Arbeitsservice ist.

Mit der Produktion von eigenen Sendungen beginnt in fast allen Fällen auch eine Veränderung der Wahrnehmung von anderen Medien, speziell von angebotenen Radio- und Fernsehproduktionen. Sie dienen häufig als Vorbild, Anschauungsmaterial und Inspiration für eigene Sendungen. Im Online-Fragebogen wurde versucht, diese Veränderungen zu erheben.

Abbildung 13: Art der Wahrnehmungsveränderung



Quelle: Eigene Auswertung

Interessant ist, dass 87,25 % angeben, dass sich seit ihrer Tätigkeit im nichtkommerziellen Rundfunk ihre Wahrnehmung gegenüber anderen Radio- oder TV-Sendungen verändert hat: 80,39 % der Befragten geben an, genauer hinzuhören bzw. hinzuschauen, über die Hälfte der Befragten holt sich Ideen für eigene Sendungen und zeigt Interesse daran, wie andere ihre Sendungen gemacht haben. Genau die Hälfte aller Befragten sieht außerdem mehr Fehler bei anderen Sendungen als früher. Knapp 10 % gaben weitere spezifische Veränderungen im freien Eingabefeld ein: So wird „journalistische Fachkompetenz“ mehr bezweifelt, kritisches Bewusstsein hat sich erhöht, das Ausmaß von Werbung fällt nun auf, im Vergleich mit eigenen Sendungen werden Fehler erkannt, der „Ablauf der Automationssysteme (Musik-Mix, Übergänge, Eigen-)Werbeplatzierungen, Sendungsplatzierungen“ wurden in dieser Formulierung Thema, es entsteht „mehr Überblick, wie bestimmte Themen bereits aufbereitet wurden, und kann daher meinen Zugang besser auswählen“, „ich achte mehr auf Inhalt, Nebenbeihören (Berieselung) gibt es nicht mehr“ und es entstand das „Bewusstsein,

nicht mit dem Strom (mit-)schwimmen zu müssen“. Nach der „Technik“ und „berühmte Personen“ fällt hier für manche eine weitere Autorität vom Sockel: „Profis kochen auch nur mit Wasser.“ Eine Person hat aber explizit auch die gesteigerte Aufmerksamkeit für Sendungen des nicht-kommerziellen Rundfunks erwähnt: „Ich kenne mehr RadiomacherInnen und bin dann neugierig auf ihre Sendungen.“

Hören ist nicht nur in Bezug auf die Perspektivenübernahme der ZuhörerInnen relevant, auch SendungsgestalterInnen berichten von eigenen Veränderungen bezüglich des Hörens als aktiv erlebte Tätigkeit. Bei der Online-Umfrage wurde als wichtiges Gelerntes genannt: „konzentriert und aufmerksam zuhören“, „genauer zuhören“, „mich auf andere Menschen einzustellen und ihre Probleme wahrzunehmen“ und „das Denken und die Motive anderer Menschen besser zu verstehen“.

Auch im frei befüllbaren Feld über weitere Dinge, die gelernt wurden und den GestalterInnen wichtig sind, fanden sich zusätzliche Angaben zur veränderten Medienrezeption, die eine kritischere Haltung öffentlichen und privaten Sendern gegenüber zum Ausdruck bringen und den zunehmenden Erfahrungswert mit den vielen Facetten journalistischer Tätigkeit beinhalten inklusive der „Reflexion über die (eigenen) Maßstäbe von ‚gutem Journalismus‘“.

Dies bestätigte sich auch in mehreren Aussagen im Fokusgruppeninterview:

„Was sich schon geändert hat, dass ich ab und zu wieder gezielter eine Sendung höre mit einem Thema, das mich interessiert. Was ich früher gar nicht mehr getan habe, weil es mir einfach zu blöd war, was rauszusuchen, weil ich gefunden habe, dass ich 90 % sowieso nicht hören will.“ (Anna)

„Naja, ich hör dort anders hin, wenn ich den Sendungsmacher kenne, sagen wir mal so .. aber ansonsten geht es mir um die Inhalte eigentlich. Ich dreh dann schon .. ganz gezielt auf zu bestimmten Zeiten, weil ich weiß, jetzt kommt die oder die Sendung und das interessiert mich generell.“ (Sonja)

„Wenn ich wirklich mal hineinhöre, dann dient es dazu in erster Linie, um Erfahrungen zu sammeln: was könntest du anders, besser machen?“ (Heinz)

Die Ansprüche, wie gut, wessen Inhalt und für welche Öffentlichkeit die eigene Sendung sein soll, wird von vielen GestalterInnen selbst definiert – vielfach ist auch angeklungen, wie wichtig genau diese Selbstbestimmtheit ist, die eine wesentliche Motivationsbasis für Lernprozesse darstellt. Im Umgang mit Öffentlichkeit liegt das Lernpotenzial im generellen Zugewinn an Medienkompetenz und dem selbstgesteuerten Interesse an anderen Sendungen, die sowohl als Vorbild als auch zur Abgrenzung für eigene Konzepte und Realisierungen rezipiert werden. Kompetenzveränderungen zeigen sich in Selbst- und Fremdbeschreibungen hinsichtlich der Art der Wahrnehmung, der mitunter Fortbildungswünsche folgen, um Gehörtes oder Gesehenes auch umsetzen zu lernen. Selbstbild und teils auch Ansehen in gewissen Communities oder Subkulturen wandeln sich, sobald Personen die Möglichkeit haben, das mehrheitsgesellschaftlich Nicht-Repräsentierte doch an eine Öffentlichkeit bringen zu können, doch Raum und Aufmerksamkeit zu erhalten. Dorothea Sauer vom Verein akzente Voitsberg fasst dies für ihre Projekterfahrung konkret zusammen:

„Beim individuellen Lernen per definitionem geht’s stark darum, die eigene Kompetenz zu erweitern – ich kann jetzt was, das ich vorher nicht konnte. Beim Radiomachen passiert dieser Schritt immer mit der Überlegung, für wen mache ich denn jetzt das und wer könnte denn sonst noch was davon haben, und das trifft so ganz stark diesen Community Aspekt. Das ist so ein Schritt zu einer anderen Form von Lernen.“ (Dorothea Sauer)

Und Heidi Gaube ergänzt dies mit konkreten Beispielen:

„Was sich gezeigt hat, dass während des Projekts viele Frauen mit Ausbildungen begonnen haben, einen Arbeitsplatz gefunden haben und sich auch in der Öffentlichkeit – z.B. beim Elternabend – ganz anders präsentiert haben und dort auch die Rückmeldung bekommen haben, dass sie sich anders zeigen, dass sie anders sichtbar werden.“ (Heidi Gaube)

Hinsichtlich dieser vielen Aspekte rund um die Gestaltung von Öffentlichkeiten und Berufswegen lohnt der vergleichende Blick in andere Länder. So macht das schwedische Radio Eskilstuna das Unkonventionelle im Unterschied zu nichtkommerziellen Medien in Österreich sogar zur Bedingung, damit Leute ihre Sendung überhaupt

ausstrahlen dürfen. Nach Basiseinschulungen in Technik, Gestaltung und Medienrecht müssen Sendungen so lange verändert werden, bis Senderverantwortliche ihre Zustimmung für ihre Ausstrahlung geben. Auf die Nachfrage, wie denn die Kriterien festgelegt würden, die für eine Sendung erfüllt werden müssen, damit sie als gut und „anders“ genug beurteilt wird, stellt Ragnar Smittberg klar:

„We discuss them. We also like .. it should be a bit a different type of program, not so much mainstream. If they have a good idea, they should have the possibility to send it.“ (Ragnar Smittberg)

Hinsichtlich der möglichen Berufswege, die Menschen von den nichtkommerziellen Sendern zu Medienkarrieren führen, kann Steven Munding von Sine FM in England auf mehrere solcher Fälle verweisen:

„I think also directly some people involved with the radio station specifically, because they want to work in the radio as well as the people that progressed into education to follow media studies. There have also been people that have used it as a platform to get the skills to move directly into the radio field. We got to have a couple of our presenters gone into BBC and one into a big journalism company. So some people use it as a very gentle platform to develop the skills they need to enter an area of employment they actually access directly after gaining the experience within Sine FM.“ (Steven Munding)

Auch die Schweizer Radioschule klipp+klang, die Radioausbildung für die nichtkommerziellen Lokalradios organisiert und koordiniert, hat 2010 eine eigene Broschüre mit solchen Bildungsbiografien von ehemaligen SendungsgestalterInnen herausgegeben: „Radiobiografien – Die Bedeutung der Radioschule klipp+klang und des nicht-kommerziellen Radiosektors für die Ausbildung der Schweizer Radiobranche“ (Vasella 2010). Darin wurden zwei kleine Studien zusammengefasst, die die Nachhaltigkeit des Lernertrags durch das Engagement in diesen Sendern nachweisen.

3.6 Mut und Spontaneität

Im Zuge der vielen Gespräche häuften sich die Formulierungen rund um Mut, Überwindung, Spontaneität und sich trauen. Da diese stets in Vergleichen zu einem „Vorher“ erfolgten, haben wir dies als Aussagen identifiziert, in denen Veränderung und somit möglicherweise Lernen ausgedrückt wurden.

Heinz, der sich beeindruckt zeigt von der Angleichung der Augenhöhe an Universitätsprofessoren, seit er sie vor das Mikrofon bittet, hat sich dabei auch dezidiert die Erlaubnis geholt, deren Aussagen für die Sendung zu bearbeiten:

„Ich hab dann gesagt: ‚Herr Professor, das darf ich jetzt aber zerschneiden, nicht?‘ ‚Ja, ja, machen Sie, was Sie wollen damit.‘ (...) Das ist schon .. das ist super! Das .. (lacht) würde ich mich normal ja nie trauen!“ (Heinz)

Sichtbar wird hier, dass er sein Verhalten als Radiojournalist außerhalb dessen ansiedelt, was sonst für ihn „normal“ ist – und dazu gehört es nicht, nach eigenen Kriterien Aussagen von Menschen zu zerschneiden, die Respektspersonen für ihn darstellen. Das heißt auch, dass er seine sonstige Normalität, in der er mit Universitätsprofessoren nicht auf gleicher Augenhöhe spricht, verlassen und sich anders erleben kann, was ihn beflügelt und offensichtlich sehr gefällt. Fraglich bleibt dabei, inwieweit sich dieses neue Selbstbild oder Selbstvertrauen (berühmten Personen gegenüber) von ihm auch in andere gesellschaftliche Felder oder Tätigkeitsbereiche transferieren lässt – jedenfalls bleibt aber diese Erfahrung, dass er auch so wahrgenommen wird.

Prozesshafter sind Erfahrungen mit neuem eigenen Verhalten bei Andreas: Er berichtet von seiner Annäherung an eine Tätigkeit, die ihm anfangs nicht lag und an der er dennoch drangeblieben ist, sodass er heute mit seinem Lernerfolg zufrieden ist:

„(...) auf jeden Fall war es so, dass ... das live Moderieren, das hat mich am Anfang, hab ich mir schwer getan, aber bin immer wieder besser reingekommen ... weil ich genau weiß, vielleicht hören doch ein paar Leute zu, und die achten darauf, was ich sage und so, dass das besser ist.“ (Andreas)

Motivieren hat er sich von imaginären ZuhörerInnen lassen, die seine Referenz dafür darstellten, besser werden zu wollen – die Grundvoraussetzung für jedes Lerninteresse.

Ein Begriff, der sehr häufig im freien Eingabefeld verwendet wurde, um Dinge zu benennen, die Leute durch ihr Engagement beim nichtkommerziellen Rundfunk gelernt haben und die ihnen wichtig sind, ist „Überwindung“: So wurden Nervosität und Lampenfieber überwunden, die Unsicherheit, vor vielen Leuten zu sprechen, Angst ganz generell oder vor dem Mikrophon, „verborgene Restschüchternheit“ wurde abgebaut und „der klassische und wertvolle Blick ‚über den Tellerrand‘“ gewagt. Daraus lässt sich schließen, dass zur grundsätzlichen Bereitschaft der Menschen, Neues zu wagen und sich damit zu verändern, sie beim nichtkommerziellen Rundfunk Bedingungen vorfinden, die ihnen dies auch ermöglichen oder erleichtern. Eine davon ist die Freiheit für Fehler und Experimente: Beides hat keine schlimmeren Folgen, als dass die Leute selbst damit unzufrieden sind. Und selbst das hält sie dann nicht unbedingt auf, wie sich aus der Schilderung von Anna schließen lässt:

„... wie gesagt, ich machs erst seit einem Jahr, ich machs ... die ersten fünf, sechs Sendungen, das sind die ersten sechs Monate, die sehr, sehr spontan waren, ohne nachzudenken ... also es fließt immer mehr ein, dass ich mir Gedanken mache, wie kommts aus dem Radio wieder raus. Das lernt man auf alle Fälle. Ich habe einfach mehr aufgepasst und mit der Zeit .. ich glaub, die nächsten fünf waren immer noch sehr .. Limit, aber .. und es passieren mir jetzt auch noch .. Fehler. Aber ich hab halt den Vorteil: Ich bin nicht nervös, ich bin ... das ist ... (...) Dann sag ich halt: Ja, mei, tut mir leid, also, ich nehm das sehr locker.“ (Anna)

„Immer mehr“ fließt ein, dass Anna Sendungen auch aktiv gestalten möchte, dass sie vom erwünschten Endprodukt aus überlegt, wie sie da hinkommen könnte. Ein Weg war, dass sie „mehr aufgepasst“ hat und ihre Aufmerksamkeit erhöht hat. Ihr ist offensichtlich Spontaneität und Selbststeuerung sehr wichtig, diese bieten ihr den Freiraum, dass sie drauflos senden und ausprobieren und sich ganz auf die ihr wesentlich wichtigeren Inhalte konzentrieren kann. Ihren Umgang mit Fehlern bezeichnet sie dabei als sehr entspannt, was ihr ermöglicht, wiederholt Sendungen zu gestalten, die qualitativ am „Limit“ waren und ohne den Mut bzw. Spaß daran zu verlieren.

Spontan und eben nicht in einem Regelwerk von Vorgaben agieren zu können, bedeutet auch die Bereitschaft, sich auf Unvorhergesehenes einzulassen und Entscheidungen ohne lange Überlegungszeiten fällen zu müssen. In den Gesprächen aber auch in der Online-Umfrage wurde häufig mit Komparativformulierungen betont, dass dies einen Lerneffekt der Mitarbeit am nichtkommerziellen Rundfunk darstellt: „(Ich kann; Anm.) noch besser auf unvorgesehene Geschehnisse, technische Probleme reagieren, spontan“, „ich arbeite spontaner“ und Gelerntes in dieser Kombination „Kommunikation, Krisenmanagement, Erfindergeist, Gelassenheit, Selbstentfaltung“.

Spontaneität ist einerseits eine Arbeitsbedingung, auf die viele großen Wert legen:

„Ich geh oft ... drei Stunden vorher weiß ich nicht wirklich, was ich mach, was nicht heißt, dass es mich nicht interessiert oder ich mich nicht engagiere, aber ich mag einfach dieses Spontane.“ (Anna)

„... das ist das Schöne dran: Man kann wirklich relativ spontan sein, oder sehr spontan, und das ist .. ich möchte nicht anders arbeiten.“ (Sonja)

„Das heißt also, das schnelle Reagieren auf ein bestimmtes Thema, das ist natürlich auch etwas, was man auch lernt .. mit der Zeit .. und es macht mir Spaß.“ (Sonja)

Spontaneität ist andererseits auch ein Ausdruck der mit der Zeit gewonnenen Sicherheit:

„Na, ich war am Anfang schon nervös, weil es doch die erste Sendung war .. da weiß man .. da hab ich mir ein paar Stichwörter gemacht sicherheitshalber .. und .. es ist mit der Zeit immer flüssiger .. auch vom Reden und so .. spontaner auch .. muss nicht mehr so viel nachdenken, was sag ich jetzt, hab ich was vergessen zum sagen, es ist immer besser geworden.“ (Andreas)

Zwischen drei SendungsmacherInnen im Fokusgruppeninterview entwickelte sich ein lebhafter Disput zwischen jenen, die live und jenen, die vorproduziert arbeiten. In diesen Aussagen fungieren Spontaneität und Unmittelbarkeit als Unterscheidungsmerkmal in der Bevorzugung von geschnittenen oder live gesendeten Sendungen:

„Heinz: Ich habe zwar anfangs einmal (eine Live-Sendung; Anm.) gemacht, aber das Technik und Ding, das ist nichts für mich. Außerdem bin ich es nicht gewöhnt, ich mein, ich hab jahrzehntelang Lehrunterlagen zu Sachen gemacht, hab vorgetragen, war Fahrschullehrer und alles Mögliche, aber (lacht) Technikstudio ist nicht meins! Anna: Da, das ist bestimmt einer .. der Unterschiede mit Technik, weil ich mach nur Live-Sendungen ..

Sonja (spricht parallel zu Anna): .. ja, ich auch, aber Studioteknik ist kein Problem, aber das Zusammenschneiden, entsetzlich!

Anna: .. wobei ich exakt durch das Schneiden, ich hab das gelernt und geschnitten, das geht schon .. nur – ich find das (live senden; Anm.) auch tausend Mal einfacher. Das ist lustig, dass da (schaut zu Heinz) das Technische da liegt dir nicht ..

Heinz: Ja, ja ..

Anna: .. ja, da liegen deine Präferenzen...

Heinz: Vor allem ist es .. in der Vorproduktion kannst du super schneiden.“

Heinz kann mit seiner Haltung auf eine negative Erfahrung bei einer Live-Sendung zurückgreifen:

„Jedenfalls war es die erste und einzige Live-Sendung, die dazu geführt hat, dass ich noch 14 Hände gebraucht hätte und was weiß ich .. bei den Ohren und sonstige Dinge. Jedenfalls das war ein Grausen, so dass ich gesagt habe: Ok, du machst das in Zukunft im Schnitt.“ (Heinz)

Während sich Heinz hier speziell von Tempo und Gleichzeitigkeit der Handgriffe bei einer Live-Sendung überfordert fühlt, begründet Sonja ihre Vorliebe für die unmittelbare Ausstrahlung hingegen genau umkehrt, nämlich mit dem (vermeintlich niedrigerem) Ausmaß an Technikbedienung bei Live-Sendungen:

„Meine Sendung ... ist ... immer live, weil ich .. äh, einfach ein Techniktrottel bin (lacht), und nicht gern aufnahme vorher.“ (Sonja)

Der vierte Teilnehmer des Gesprächs, Andreas, hat vor seiner Mitarbeit beim nichtkommerziellen Rundfunk bereits Sendungen im Internet ausgestrahlt und ebenso eine klare Präferenz entwickelt:

„Da habe ich den Workshop dann gemacht und war von Anfang an begeistert ... Live-Sendung machen ist schon was eigenes! Man kann schon vom Notebook und Internet, das ist schon auch was Tolles, aber eine Live-Sendung ...“ (Andreas)

Bildungswissenschaftler Stefan Vater sieht sehr breite Lernmöglichkeiten, die in der Komplexität der Tätigkeiten, aber eben auch in der schnellen Reaktionsnotwendigkeit begründet liegen:

„Auch innerhalb der Community der RadiomacherInnen allein, innerhalb der Redaktionen, die Themen erarbeiten, beim Umgang mit AnruferInnen, bei der Technik, bei allem Möglichem, das ist wirklich ein ganz ein reiches Feld von sozusagen informellem Lernen, klarerweise! Weil da eben Austausch, weil da ein Design passiert von Radiosendungen, immer wieder und weil schnell reagiert werden muss, ja, da wäre Lernen dabei, ja, kann gar nicht anders sein.“ (Stefan Vater)

Bildungswissenschaftlerin Daniela Holzer kontextualisiert den Mut, den GestalterInnen immer wieder zeigen, in informellen Lernprozessen und deren Ertrag im Vergleich zu Kompetenzen, die via Zertifikate bescheinigt werden:

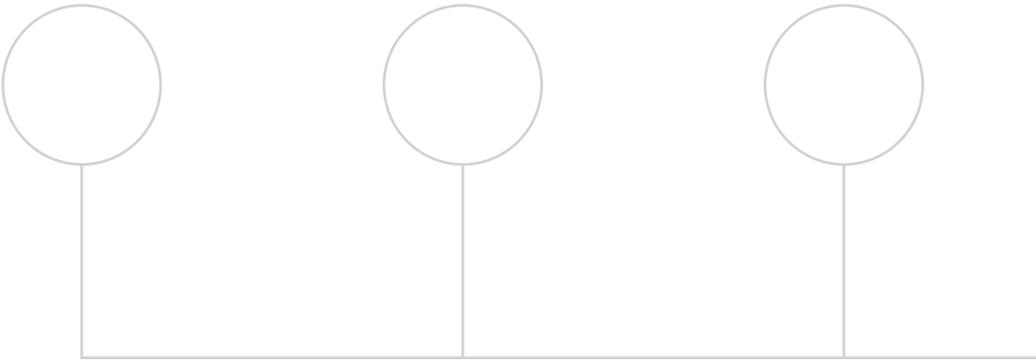
„Ich glaub, dass es in vielen Dingen, wo es um so kleine informelle Lernprozesse geht, sehr viel wesentlicher ist, als das irgendwo abgezeichnet zu haben, weil dann kommt herüber: Ich kann das, ich traue mir das zu. Da kommt ein Selbstbewusstsein raus – sich trauen, das nach außen zu tragen – und das oft viel mehr wirkt und auch beruflich relevanter sein könnte, als diese Dinge, die am Zertifikat, wo man oft erst nicht weiß, was wirklich dahinter steckt.“ (Daniela Holzer)

Sichtbar wird bei diesen verschiedenen Zugängen jedenfalls, dass eine Vorgangsweise entlang der persönlichen Vorlieben gewählt werden kann und die Personen sich kompetenz- und eben nicht defizitorientiert ihren jeweiligen Weg suchen: Das, was sie können, sich zutrauen oder interessiert, ist der Maßstab dafür, womit sie sich freiwillig beschäftigen. Dies bewirkt rückwirkend nicht nur einen übungs- und erfahrungsbedingten weitergehenden Ausbau dieser Stärken, sie entgehen in ihrem Lernprozess schlussendlich auch dem häufig demotivierenden Ansatz,

dort zu beginnen, wo ihre Kompetenzdefizite liegen und sich auf ihr Unvermögen zu konzentrieren. Lernen ist – wie sich hier sehr deutlich zeigt – mit kompetenzorientierter Herangehensweise ebenso möglich und wird im Sinne der Selbstbestimmtheit vorgezogen.

Auffallend ist, dass bei all jenen Personen, von denen Positionen eingeholt werden konnten, niemand von Erfahrungen oder Wünschen sprach, dass die technische Abwicklung einer Sendung an jemanden delegiert wurde oder werden könne. Zumindest im Rahmen der eingeholten Statements ist die eigene Produktion der gesamten Sendung unausgesprochener Standard und wird individuellen Gestaltungsbedürfnissen aber auch Umsetzungskenntnissen angepasst. Damit wird ein Stück weit die Lernform bestätigt, wonach Menschen Selbstbewusstsein generieren können durch das Verständnis, das sich im Durchlaufen des gesamten Herstellungsprozesses in allen Schritten aufbaut.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass unmittelbare soziale Kontakte vor Ort und in Schulungen sowie das Gefühl der Freiheit für eigene Maßstäbe und Entscheidungen zentrale Voraussetzungen für die Mitarbeit bei nichtkommerziellen Sendern sind. Die Produktion von Rundfunksendungen erweist sich nicht nur als Möglichkeit, Öffentlichkeit mitzugestalten, sondern hat weitreichende Wirkungen auf die Personen selbst. Neben den Fertigkeiten, die sie zur Bedienung der nötigen Geräte brauchen, erwerben oder intensivieren sie eine enorme Bandbreite an Fähigkeiten, die vom Umgang mit Sprache und Sprechen über Rechercheformen und Inhaltsverarbeitung, Kontaktaufnahme, Teilhabe und Rezeption von kulturellen Angeboten bis hin zu Textproduktion und Medienkritik reichen. Wesentlich erscheint uns, dass damit veränderte Weltwahrnehmung und Selbstpositionierung in der Gesellschaft als Effekte resultieren, die wiederum die Grundlage dafür bilden, sich auf Lernprozesse überhaupt einzulassen oder Freude am Ausbau von Fähigkeiten zu empfinden oder zu entwickeln.





4 Anerkennung der Bildungsrelevanz

In diesem Kapitel ordnen wir die erfassten Kompetenzen den acht Schlüsselkompetenzen des lebenslangen Lernens zu, wie sie vom Europäischen Parlament (2006) definiert wurden und etwa auch im Rahmen der Kompetenzportfolios der ehrenamtlichen Arbeit zugeordnet werden. Als Fremdbeschreibungen von Lernerfahrungen scheint uns hier auch noch die externe Anerkennung von Bedeutung, die sich etwa in der Zertifizierung von BildungsanbieterInnen oder TrainerInnen und der Akkreditierung von spezifischen Bildungsangeboten äußern kann. Die Begriffe Zertifizierung und Akkreditierung werden nicht immer eindeutig und trennschaft eingesetzt. Wir orientieren uns hier an der Einordnung und Gebrauchsweise in Österreich im Rahmen der Initiative Basisbildung, der Weiterbildungsakademie bzw. von Ö-Cert.

Der Begriff Zertifizierung kommt aus dem Lateinischen und setzt sich zusammen aus *certes* – gewiss, sicher, bestimmt – und *facere* – schaffen, machen, verfertigen. Bildungsorganisationen als Lerndienstleisterinnen müssen sich etwa nach einem gültigen Qualitätsmanagementsystem zertifizieren lassen (z.B. LQW, EduQua, ISO 29990, wien-cert u.a.), um im Rahmen von Ö-Cert anerkannt zu werden. Die Anerkennung im Rahmen von Ö-Cert stellt einen österreichweit anerkannten Qualitätsnachweis dar, der auch Voraussetzung für die Förderung von Bildungsangeboten ist. Auch Personen können sich zertifizieren lassen, etwa als zertifizierte oder diplomierte ErwachsenenbildnerIn im Rahmen der Weiterbildungsakademie (<http://wba.or.at>).

Der Terminus Akkreditierung ist auf das lateinische *accredere* – Glauben schenken – zurückzuführen. In Österreich werden in der Erwachsenenbildung etwa einzelne Bildungsangebote oder Programme von der Weiterbildungsakademie oder Konzepte der Basisbildung im Rahmen der Initiative Erwachsenenbildung akkreditiert.

4.1 Zertifizierung und Akkreditierung von Ausbildungsprogrammen

Da es in Österreich kaum formale Formen der Anerkennung für die in Freien Radios und Community TVs erworbenen Kompetenzen gibt, scheint uns in dieser Frage ein Blick in andere EU-Länder hilfreich. Betrachtet man die Situation in Deutschland, der Schweiz, in Irland und Großbritannien, fallen besonders die Möglichkeiten der Community Radios zur Vermittlung akkreditierter Kurse in Irland und Großbritannien auf.

In Irland werden mittlerweile von den meisten Community Radios akkreditierte Kurse angeboten, die in einem außerschulischen Bildungsrahmen bzw. dem nationalen Qualifikationsrahmen eingeordnet und anrechenbar sind. Der nationale Dachverband der irischen Community Radios (CRAOL) ließ mittlerweile drei unterschiedliche Kursangebote bei der nationalen Akkreditierungsstelle QQI akkreditieren und unterstützt die Radios dabei, ihre jeweils lokalen TrainerInnen zu zertifizierten WeiterbildnerInnen auszubilden. Der nationale Qualifikationsrahmen in Irland umfasst insgesamt zehn Stufen und damit um zwei Stufen mehr als der Europäische Qualifikationsrahmen. Die Kurse Introduction to Community Radio und Skills for Community Radio sind auf den Bildungstufen 3 und 4 angesiedelt. Seit 2014 wird der Kurs Media Literacy Training angeboten, der von QQI auf der Stufe 5 eingeordnet wurde.

2013 haben in Irland etwa 300 Personen an diesen akkreditierten Kursen der Community Radios teilgenommen. Darüber hinaus bieten die Community Radios aber auch weiterhin Basiskurse an, die nicht akkreditiert sind und vor allem einen niederschweligen, unkomplizierten Zugang für neue interessierte Personen oder Gruppen zum Radio sicherstellen sollen. Die TeilnehmerInnen an diesen einfacheren Kursen waren in den ersten Jahren bei NearFM in Dublin vor allem jene Menschen, die sich aus eigener Initiative dafür interessiert und gemeldet haben. Seit einigen Jahren versucht NearFM vermehrt spezifische Zielgruppen anzusprechen und bei Bedarf die Betroffenen auch in ihrem Umfeld aufzusuchen. Zu diesen besonderen Zielgruppen gehören etwa Jugendliche, Frauen* und MigrantInnen, aber auch Menschen mit besonderen Bedürfnissen. Eine andere Zielgruppe sind Menschen mit Lernschwierigkeiten, für die bei NearFM besondere Trainings entwickelt wurden.

Die akkreditierten Kurse sind nun stärker durchstrukturiert und gehen inhaltlich teilweise tiefer als die einfachen Basisschulungen, womit sie der wachsenden Nachfrage nach Schulungsangeboten, die mit einem anerkannten Zertifikat abgeschlossen werden, entsprechen.

Die Situation in Großbritannien ist durchaus vergleichbar, wobei die Liste akkreditierter Kurse wesentlich länger ist. Allein zum Bereich „Radio Production“ listet die nationale Akkreditierungsstelle „Northern Council for Further Education“ (NCFE) 13 unterschiedliche Kurse auf den Niveaustufen 1 bis 3 auf. Der Umgang mit und der Einsatz von diesen akkreditierten Schulungsformaten ist zwischen den über 200 Community Radios in Großbritannien aber sehr unterschiedlich.

Im Rahmen unserer Untersuchung führten wir Gespräche mit den Verantwortlichen von Sine FM in Doncaster und von Bradford Community Broadcasting (BCB) in Bradford. Beide Community Radios liegen in Städten, die von der wirtschaftlichen Krise, dem Niedergang der traditionellen Industrien und hoher Arbeitslosigkeit geprägt sind. BCB begann 1993 als Festivalradio und hat seit zwölf Jahren eine fixe Sendelizenz. Das Radio hat sieben bezahlte MitarbeiterInnen und 250 freiwillige SendungsmacherInnen. Stark vertreten sind SendungsmacherInnen aus der pakistanischen und aus unterschiedlichen afrikanischen Communities. BCB bot anfangs sehr umfangreiche akkreditierte und geförderte Trainings im Umfang von drei Tagen/Woche über 15 Wochen an, die vor allem auch für die Qualifizierung von Arbeitslosen offenstanden. Mittlerweile musste BCB die Trainings aufgrund geänderter Förderbedingungen auf 30 Stunden reduzieren. Vor dem Hintergrund gekürzter Förderungen hat man bei BCB mittlerweile zwangsläufig beschlossen, die aufwändigeren, akkreditierten Trainings auslaufen zu lassen. Mary Dowson, die Geschäftsführerin von BCB, begründet das so:

„We have decided to stop accreditation at the moment for two reasons: the accrediting body became very bureaucratic, very expensive, at the same time we were not sure. All of the volunteers were very interested in accreditation: They wanted the practical skills but many of them were not interested in making a portfolio, producing evidence, pieces of writing etc. So there were two reasons we decided to stop accreditation, both came at the same time.

But we look to go back again to accreditation if it is what volunteers want.

I think it was important the motivation of volunteers to get accreditation. For the radio station it does not matter to ask, we want somebody who got the skills and understand the ethos of the radio station, and to be able to contribute to the radio station. So for the radio station point of view, if there is accreditation or not, this does not matter for the individual. Sometimes it is very important for them personally and they feel it would be useful for them in the future when they want to get a job or be involved with something else.”
(Mary Dowson)

Die Entscheidung, ob akkreditierte Kurse angeboten werden sollen oder nicht, richtet sich demnach vor allem danach, ob diese von den ehrenamtlichen SendungsmacherInnen gewünscht werden oder nicht. In manchen Fällen ist die formale Anerkennung mit einer entsprechenden Abschlusszeremonie sogar sehr wichtig. Mary Dowson erläutert das am Beispiel einer Frauengruppe, in der zwei Mitglieder zuvor überhaupt keinen Bildungsabschluss hatten:

„I remember one course we did with six women, and two of them had never any certificate in their life. Both of them had left school early, did not complete school, they never had a certificate. We had a ceremony to give them certificates and they brought their children just to show them getting the certificates – it was really important for them and it was good we could offer that.” (Mary Dowson)

Sine FM, das Community Radio in Doncaster, startete 2007 vorerst als Internetradio und sendet erst seit 2009 auf UKW. Ziel von Sine FM ist die Gestaltung einer Plattform für kreativen Ausdruck und eines offenen Community Radios im Sinne der gesellschaftlichen Diversität von Doncaster. Das Radio bezahlt derzeit 3,5 MitarbeiterInnenstellen und arbeitet mit über 70 VolontärInnen, die sich zumindest wöchentlich am Programm beteiligen und alle sechs Monate ihren Sendevertrag erneuern müssen. Diese Beschränkung zwingt das Radio und die VolontärInnen zu mehr Auseinandersetzung über die Inhalte der Radioarbeit und zur Beschäftigung mit der Frage, wohin sich die Leute entwickeln wollen. Zum Einstieg reicht ein fünfständiger Crashkurs. Ziel ist es aber, die Beteiligten zur Teilnahme an akkreditierten Kursen auf Level 1 und 2 zu motivieren. Die Teilnahme an den akkreditierten Kursen, die sich über zehn Wochen erstrecken, ist öffentlich finanziert und für die TeilnehmerInnen kostenlos. Die Akkreditierung erfolgt über das Northern

Council for Further Education (NCFE), das über 500 unterschiedliche Qualifikationen auf verschiedenen Niveaustufen vergibt. 2013 nahmen bei Sine FM 70 Personen an den Kursen auf Level 1 und 2 teil. Für die Verantwortlichen von Sine FM ist das Radio Werkzeug für Community Development und wichtiger Lernort, an dem sich Menschen unterschiedliche Kompetenzen aneignen können, die am Arbeitsmarkt anerkannt und verwertbar sind. Sine FM bietet neben den national anerkannten Kursen zu Radioproduktion auch Kurse zu Musikproduktion und -präsentation an. Durch die nationale Anerkennung dieser Kurse können TeilnehmerInnen auch an anderen Orten auf diese Abschlüsse aufbauen und sind für den Besuch weiterführender Ausbildungen qualifiziert. Chrissy Moog ist für die Aus- und Weiterbildung bei Sine FM verantwortlich. Sie betonte im Gespräch die Bedeutung der kurzen Workshops als niederschweligen Einstieg mit der Option, sich infolge für weiterführende, akkreditierte Weiterbildungen zu entscheiden:

„Well, we have crash course like a five hour workshop, and basically it's like a starting point for people who decide they want to go on to a higher level of training or that's enough for them. Then we also have a level 1 course which is mostly on radio production and a level 2 course, but basically those both courses focus on radio production, so writing scripts, interviewing, how to use the studio equipment, how to use the microphone, how to use a recorder – so it pretty much covers everything that we want them to know, that they can present their radio show independent.“ (Chrissy Moog)

Im fünfstündigen Einstiegsworkshop geht es vor allem darum, neue ProgrammacherInnen mit Sine FM vertraut zu machen und die Ziele des Radios zu vermitteln. Leute mit Vorwissen in der Radioarbeit können danach den anerkannten Kurs auf Level 2 belegen; wenn sie kein Vorwissen haben, sollten sie jedenfalls den Kurs auf Level 1 machen, was auch fast alle tun, die ihre eigenen Sendungen gestalten wollen. Der Kurs auf Level 1 umfasst 30 Stunden verteilt auf zehn Wochen. Solche Kurse auf Level 1 oder 2 bietet Sine FM auch für die Bereiche Podcasting, Musikproduktion oder elektronische Musik an. Nach Erfahrung der BetreiberInnen ist die Absolvierung solch anerkannter Kurse auch hilfreich, um einen facheinschlägigen Studienplatz an bestimmten Universitäten zu bekommen. In der Funktion als Bildungsanbieter kooperiert Sine FM auch mit einem lokalen College und ist für Vermittlung von Qualifikationen im Bereich Radio- und Musikproduktion auf Level 3 verantwortlich.

Obwohl der praktische Umgang bei der Umsetzung von Kursen mit formaler Anerkennung in den beiden Stationen unterschiedlich ist, wurde an beiden Orten die große Chance betont, sich im Community Radio nicht nur fachspezifische Kompetenzen anzueignen, sondern zu lernen, sich selbstbewusst zu präsentieren und zu kommunizieren und sich ganz allgemein mit der Informations- und Kommunikationstechnik vertraut zu machen.

Auch in Frankreich und in der Schweiz gibt es Versuche, akkreditierte Kurse zu verankern und auch für den Rundfunksektor eigene Berufsbilder zu entwerfen und zu verankern. So hat sich der Verband der nichtkommerziellen Lokalradios (UNIKOM) in der Schweiz gemeinsam mit VertreterInnen des öffentlich-rechtlichen und des kommerziellen Rundfunks sowie der Mediengewerkschaft auf einen Leitfadens zur Aus- und Weiterbildung von Programmschaffenden geeinigt. Der niederschwellige Zugang zu Medienberufen ist aber besonders im nichtkommerziellen Radio gegeben. UNIKOM und die Radioschule klipp+klang haben eine Reihe von Biografien dokumentiert, aus denen deutlich wird, welche wichtige Rolle das Engagement in einem partizipativen Radio für die weitere Bildungs- und Berufslaufbahn spielte.

Angelo Tinari, ein italienischer Einwanderer, der lange die italienische Redaktion bei Radio Lora in Zürich leitete, meinte in einem Interview (Peissl 2007: 69): „Für mich ist Radio Lora eine Universität, weil ich muss Zeitungen lesen – auch Schweizer Zeitungen. Ich habe immer eine Schere bei mir und schneide mir die Seiten aus. Dann am Samstag lege ich alles zusammen und brauche vier, fünf Stunden um zu sehen, was alles passiert ist, um die Interviews vorzubereiten, die Thematik.“

In Frankreich initiierte der Dachverband Syndicat National des Radios Libres (SNRL) mittlerweile mehrere Projekte im Rahmen der EU-Bildungsprogramme, die eine länderübergreifende Auseinandersetzung fördern und sich mit den Themen Anerkennung informell und nicht-formal erworbener Qualifikationen, Akkreditierung und dem Entwerfen neuer Berufsbilder für den nichtkommerziellen Rundfunk beschäftigen.

Die Frage nach der Sinnhaftigkeit formaler Anerkennung und der Zertifizierung von Bildungsangeboten im nichtkommerziellen Rundfunk lässt sich wohl auch aufgrund der Erfahrungen und der Praxis in den anderen untersuchten Ländern nicht eindeutig beantworten. In mehreren Gesprächen wurde die Bürokratisierung angesprochen, die eine

Zertifizierung von Bildungsangeboten mit sich bringt. Diese ist nicht nur ein Zusatzaufwand für die Sender in ihrer weiteren Rolle als Bildungsanbieter, sondern auch eine neue Hürde für jene potenziellen TeilnehmerInnen, die klassischen Bildungssituationen skeptisch gegenüberstehen oder negative Erfahrungen mit dem etablierten Bildungssystem gemacht haben. Relevant scheint uns in diesem Zusammenhang auch die Frage, wie offen und inklusiv die Auseinandersetzungen um Anerkennung und Vergleichbarkeit von erworbenen Kompetenzen etwa im Kontext der Nationalen Qualifikationsrahmen (NQR) in den einzelnen Ländern geführt werden. Geht es also wirklich darum, möglichst vielen Menschen eine Anerkennung ihrer Kompetenzen zu ermöglichen ohne mit abschreckenden, bürokratischen Prozessen konfrontiert zu werden, und will man dazu auch unkonventionelle Bildungsorte und -anbieter wie die Freien Radios und Community TVs einbeziehen? Oder geht es eher darum, etablierte Strukturen in neuem Kleid darzustellen? Die Bildungswissenschaftlerin Daniela Holzer hinterfragt die oft bürokratische Form der Anerkennungsprozesse und unterstreicht eher die Bedeutung kritischer Reflexion und Begleitung im Lernprozess als Voraussetzung dafür, dass sich die Lernenden vor allem selber bewusst werden, was sie können und dies auch selbstbewusst einsetzen und nach außen vertreten können:

„Eigentlich müssten Anerkennungsprozesse laufen in dem Sinn, dass ich Personen möglichst in ihrem gesamten Potenzial wahrnehme und nicht aufgrund von irgendwelchen formalen Bestätigungen und Zertifizierungen etc. Und de facto, wenn man am Arbeitsmarkt schaut, ist ja angeblich, wer mehr Zertifikate und das dickere Portfolio hat, mehr wert. Dabei weiß man, wenn es um Berufstätigkeit, um Einstellungsprozesse geht, überhaupt bei Bewerbungsgesprächen ganz andere Dinge ausschlaggebend sind. Ob ich dieses zertifizierte Teil habe, spielt wahrscheinlich eine kleinere Rolle, als wie kann ich mich kompetent zeigen. Kann ich zeigen, dass ich etwas kann, bis hin zu den Sympathiegeschichten, die sich einfach auswirken. Die Zertifikate spielen dann eine Rolle, wenn es um die ganz formalen Dinge geht. Ich brauch einen ganz bestimmten Schulabschluss vielleicht für bestimmte Berufe, bestimmte Studienabgänge, um die kommen wir nicht herum – alles andere ist ein Riesen-Zertifikatswesen, wo ich nicht wirklich glaub, dass das beruflich in einem formalen Prozess wichtig ist. Viel wichtiger ist, dass sich die Personen bewusst sind, was sie gelernt haben, das auch artikulieren

können, das vielleicht schon mal reflektiert haben, was heißt das für mich, wie verbind' ich das mit diesen Dingen und mit dem aufzutreten.“ (Daniela Holzer)

4.2 Portfolios zur Kompetenzerfassung

Parallel zu ExpertInneninterviews mit Schulungsverantwortlichen, aktiven und ehemaligen LeiterInnen von Community Radios und WissenschaftlerInnen, beteiligte sich ein Autor der vorliegenden Studie, Helmut Peissl, für COMMIT aktiv an der Auseinandersetzung zum Kompetenzerwerb im Community Radio in der Lernpartnerschaft „Education formelle, non formelle, informelle dans les radios associatives en Europe: reconnaissance et valorisation des compétences acquises par les bénévoles (FormaRadioForMe)“. Im Rahmen dieser Partnerschaft setzten sich VertreterInnen aus elf Community Radios und Weiterbildungsorganisationen aus acht Ländern mit sehr unterschiedlichen nationalen Rahmenbedingungen in mehrsprachig geführten Arbeitstreffen mit der Frage auseinander, welche Kompetenzen sich Freiwillige im Rahmen von Community Radios aneignen können. Anschließend wurden diese den acht Schlüsselkompetenzen der Europäischen Kommission zugeordnet. Das Ergebnis dieses Arbeitsprozesses wurde in einem Kompetenzportfolio zusammengefasst, das online abrufbar ist (http://commit.at/fileadmin/user_upload/Formaradio_JobSkillsPortfolio.pdf). Darin geht es explizit um die Anerkennung von Community Radios als Bildungseinrichtungen: „This document (...) recognises the educational benefit of community radio.“ (S. 10). Die acht Schlüsselkompetenzen erfuhren insgesamt 111 Unterkategorien, die einzeln abgefragt wurden, wobei die Personen sich selbst innerhalb einer fünfteiligen Skala einschätzten, „to help the work of all community radio stations in evaluating the skills and personal development of their volunteers (...)“ (S. 10). Zusätzlich wurden 20 personenbezogene, 14 soziale und 54 sich nur auf den Radiokontext beziehende Kompetenzen zur Selbstbewertung vorgelegt. Insgesamt beantworteten die Personen also 199 Kompetenzfragen. Dem vorausgesetzt wird jedoch, dass alle RadiomacherInnen Kompetenzen in Ausdrucksfähigkeit, kritischem Denken, persönlicher Initiative und sozialem Netzwerken erwerben. Das Portfolio soll weiters in ganz Europa als Kompetenznachweis (bei der Arbeitssuche) vorgelegt werden können, nicht-formal und informell Erlerntes werden dabei analog zu formalen Abschlüssen anerkannt (S. 12).

In Frankreich erfuhr das Portfolio unverhofft zusätzliche Bedeutung, als es vom Centre de liaison entre l'École et les Médias d'information (CLEMI) aufgegriffen wurde, um den Kompetenzerwerb bei der medienpädagogischen Arbeit an Schulen einzustufen.

In Österreich hat mit ähnlicher Intention der Ring Österreichischer Bildungswerke 2005 ein Portfolio über den Kompetenzerwerb im freiwilligen Engagement erstellt und dazu einen Lehrgang für zertifizierte PortfoliobegleiterInnen entwickelt (Ring Österreichischer Bildungswerke 2008). Zur Selbsteinschätzung durch Engagierte selbst liegt weiters seit 2006 das „Portfolio für Freiwillige“ vom Europäischen Zentrum für Wohlfahrtspolitik und Sozialforschung und dem Verband Österreichischer Volksbildungswerke vor (2006).

Diese Übersicht über Zertifizierungs-, Akkreditierungs- und Portfolioinitiativen zeigt die Bandbreite dessen auf, was zur Erfassung von individuellen Bildungsleistungen im nichtkommerziellen Rundfunk bereits überlegt wurde oder Praxis ist.

4.3 Bildungsrelevanz von (ausgezeichneten) Sendungen

Im Rahmen unserer Umfrage unter den Ausbildungsverantwortlichen stellten wir auch die Frage nach dem Ausmaß der Programmteile mit Bildungsrelevanz. Die Frage war bewusst so offen gestellt, sodass die Antworten auf sehr subjektive Weise widerspiegeln konnten, wie die eigene Rolle in diesem Kontext reflektiert wird. Mit Angaben von 10 % bis 80 % zeigten die Antworten demzufolge eine enorme Bandbreite. Die Programmanalyse 2012 (Krone 2013: 159), die im Auftrag der RTR erstellt worden war, ergab im Vergleich für die 14 Freien Radios einen sehr hohen bildungsrelevanten Programmanteil im Bereich „Rundfunkpublizistik/Information“ mit über 70 %.

Als Indikator für die Bildungsrelevanz der Programme und vor allem der Qualität einzelner Produktionen dient die externe Beurteilung durch entsprechende Auszeichnungen im Rahmen des Radiopreises der Erwachsenenbildung. Dieser Preis wird seit 1998 von vier Organisationen (dem Wirtschaftsförderungsinstitut, der ARGE Bildungshäuser, dem Büchereiverband und dem VHS-Verband) vergeben. Im Rahmen dieser Auszeichnung wurden in 17 Jahren 88 Sendungen ausgezeichnet, 30 davon kamen aus dem nichtkommerziellen Rundfunk, die anderen Preise gingen vor allem an Sendungen von Ö1. Im Rahmen der Preisverleihung

2014 gingen sogar drei von sechs Auszeichnungen an Sendungen aus nichtkommerziellen Radios. Angesichts der minimalen Ressourcen, die den nichtkommerziellen Sendern vergleichsweise zur Verfügung stehen, können diese Auszeichnungen gar nicht hoch genug eingeschätzt werden.

4.4 Einordnung in die acht Schlüsselkompetenzen

Hintergrund für Portfolio- und ähnliche Initiativen ist die Erfassung von Kompetenzen, die Menschen auch im Zuge von Tätigkeiten außerhalb von klassischen Bildungseinrichtungen und der Erwerbsarbeit erwerben, die ihnen vielfach selbst nicht bewusst sind. Durch solche Kompetenz-erfassungen soll aber auch die Strategie lebenslangen Lernens vergegenwärtigt werden, die von den erwähnten acht Schlüsselkompetenzen des Europäischen Parlaments (2006) ausgeht. Im Folgenden ordnen wir die für diese Studie erhobenen Kompetenzen in diese ein, wobei wir die offizielle Definition jeweils an den Anfang stellen.

Muttersprachliche Kompetenz

Muttersprachliche Kompetenz ist die Fähigkeit, Konzepte, Gedanken, Gefühle, Tatsachen und Meinungen sowohl mündlich als auch schriftlich ausdrücken und interpretieren zu können (Hören, Sprechen, Lesen und Schreiben) und sprachlich angemessen und kreativ in allen gesellschaftlichen und kulturellen Kontexten – allgemeine und berufliche Bildung, Arbeit, Zuhause und Freizeit – darauf zu reagieren.

Die eigene Aufmerksamkeit für Sprache, genormtes oder individuelles Sprechen, das zunehmende Ausmaß an inhaltlicher Recherche, Lektüre und nicht zuletzt an der Produktion eigener Texte bewirken einen Ausbau der Sprachkompetenz, die weiters durch den vermehrten Besuch von Veranstaltungen und dem gezielten Hinhören bei oder für Interviews gefördert wird. Alle Ebenen muttersprachlicher Kompetenz werden also im Zuge von Tätigkeiten beim nichtkommerziellen Rundfunk erweitert, was auch für Menschen zutrifft, die Musiksendungen gestalten.

Fremdsprachliche Kompetenz

Die fremdsprachliche Kompetenz erfordert im Wesentlichen dieselben Fähigkeiten wie die muttersprachliche Kompetenz: Sie beruht auf der Fähigkeit, Konzepte, Gedanken, Gefühle, Tatsachen und Meinungen sowohl mündlich als auch schriftlich in einer angemessenen Zahl gesellschaftlicher und kultureller Kontexte – allgemeine und berufliche Bildung, Arbeit, Zuhause und Freizeit – entsprechend den eigenen Wünschen oder Bedürfnissen ausdrücken und interpretieren zu können (Hören, Sprechen, Lesen und Schreiben). Fremdsprachliche Kompetenz erfordert außerdem Fähigkeiten wie Vermittlungsfähigkeit und interkulturelles Verständnis. Der Grad der Beherrschung einer Fremdsprache variiert innerhalb dieser vier Dimensionen (Hören, Sprechen, Lesen und Schreiben) und innerhalb der verschiedenen Sprachen sowie je nach dem gesellschaftlichen und kulturellen Hintergrund, dem Umfeld und den Bedürfnissen und/oder Interessen des Einzelnen.

Im nichtkommerziellen Rundfunk werden zahlreiche verschiedene mehrsprachige Sendungsformate produziert, es wird mit Formen der Übersetzung und Gleichzeitigkeit unterschiedlicher Sprachen experimentiert und eigene Fortbildungsseminare dafür angeboten. Auch bemühen sich viele GestalterInnen um eigene Fremdsprachenkenntnisse und bringen diese in ihre Sendungen ein, was teils auch dem Anspruch geschuldet ist, sich von Mainstream-Medien abzugrenzen. Menschen, die nicht-deutschsprachige Sendungen in ihrer Muttersprache produzieren, setzen sich häufig mit der Vermittlung von ihren Inhalten und zwischen Kulturen auseinander. Die Begegnungen in den Studios, die Kenntnis von Programmen in vielen verschiedenen Sprachen ermöglichen vielen GestalterInnen die Erweiterung ihres Horizonts, sodass auch diese Kompetenz in unterschiedlichsten Formen gepflegt wird.

Mathematische Kompetenz und grundlegende naturwissenschaftlich-technische Kompetenz

Mathematische Kompetenz ist die Fähigkeit, mathematisches Denken zu entwickeln und anzuwenden, um Probleme in Alltagssituationen zu lösen. Ausgehend von guten Rechenkenntnissen liegt der Schwerpunkt sowohl auf Verfahren und Aktivität als auch auf Wissen. Mathematische Kompetenz ist – in unterschiedlichem Maße – mit der

Fähigkeit und Bereitschaft zur Benutzung von mathematischen Denkarten (logisches und räumliches Denken) und Darstellungen (Formeln, Modelle, Konstruktionen, Kurven, Tabellen) verbunden.

Naturwissenschaftliche Kompetenz ist die Fähigkeit und Bereitschaft, die natürliche Welt anhand des vorhandenen Wissens und bestimmter Methoden zu erklären, um Fragen zu stellen und auf Belegen beruhende Schlussfolgerungen zu ziehen. Technische Kompetenz ist die Anwendung dieses Wissens und dieser Methoden, um Antworten auf festgestellte menschliche Wünsche oder Bedürfnisse zu finden. Die naturwissenschaftliche und die technische Kompetenz sind mit dem Verstehen von durch menschliche Tätigkeiten ausgelösten Veränderungen und Verantwortungsbewusstsein als Bürger verbunden.

Die Einschätzung des Erwerbs oder Ausbaus dieser Kompetenzen ist nur sehr differenziert möglich: Grundsätzlich erfordert die Sendungsproduktion nicht wirklich mathematische oder naturwissenschaftliche Kenntnisse, die damit aber in Verbindung stehenden Fähigkeiten sind angesichts der Abstraktheit der Kommunikation vor Mikrofon und Kamera durchwegs inkludiert. Auf technischer Ebene hingegen werden besonders viel neues Wissen und Handfertigkeiten erworben, dabei dürfte die Tiefe des Verständnisses für technische Prozesse aber sehr zwischen den einzelnen Personen variieren. Festzuhalten bleibt jedoch, dass der nichtkommerzielle Rundfunk Demystifizierungserfahrungen in Bezug auf Technik ermöglicht, die nicht zuletzt auch das Potenzial beinhalten, Geschlechterrollenstereotype ein Stück weit aufzubrechen.

Computerkompetenz

Computerkompetenz umfasst die sichere und kritische Anwendung der Technologien der Informationsgesellschaft (TIG) für Arbeit, Freizeit und Kommunikation. Sie wird unterstützt durch Grundkenntnisse der IKT: Benutzung von Computern, um Informationen abzufragen, zu bewerten, zu speichern, zu produzieren, zu präsentieren und auszutauschen, über Internet zu kommunizieren und an Kooperationsnetzen teilzunehmen.

Zweifelsohne erhöhen Menschen durch ihre Mitarbeit bei nichtkommerziellen Sendern ihre Computerkompetenz, kaum jemand verwendet keinen für die eigene Arbeit. Auch in diesem Feld liegt eine große Bandbreite an Intensität vor: Während einige sich intensiv mit Schnitt- und Verarbeitungsprogrammen auseinandersetzen, beschränken sich andere auf die Bedienung der Gerätschaft im Studio und das Abspielen von CDs. Jedenfalls erhält der Umgang mit Computern eine alltägliche Selbstverständlichkeit.

Lernkompetenz

Lernkompetenz – „Lernen lernen“ – ist die Fähigkeit, einen Lernprozess zu beginnen und weiterzuführen und sein eigenes Lernen, auch durch effizientes Zeit- und Informationsmanagement, sowohl alleine als auch in der Gruppe, zu organisieren. Lernkompetenz umfasst das Bewusstsein für den eigenen Lernprozess und die eigenen Lernbedürfnisse, die Ermittlung des vorhandenen Lernangebots und die Fähigkeit, Hindernisse zu überwinden, um erfolgreich zu lernen. Lernkompetenz bedeutet, neue Kenntnisse und Fähigkeiten zu erwerben, zu verarbeiten und aufzunehmen sowie Beratung zu suchen und in Anspruch zu nehmen. Lernkompetenz veranlasst den Lernenden, auf früheren Lern- und Lebenserfahrungen aufzubauen, um Kenntnisse und Fähigkeiten in einer Vielzahl von Kontexten – zu Hause, bei der Arbeit, in Bildung und Berufsbildung – zu nutzen und anzuwenden. Motivation und Selbstvertrauen sind für die Kompetenz des Einzelnen von entscheidender Bedeutung.

Dies ist vermutlich jene Kompetenz, in der das größte und persönlich tiefgehendste Potenzial des nichtkommerziellen Rundfunks als Bildungs-ort besteht. Die Fülle der in der Definition genannten Fähigkeiten charakterisiert vielfach das Engagement in den Sendern, wie es sich auch in den Interviews niedergeschlagen hat. Speziell hinsichtlich der entscheidenden Grundlagen „Motivation und Selbstvertrauen“ konnte umfassend herausgearbeitet werden, in welcher eindeutiger Korrelation diese von den GestalterInnen mit den vielen Tätigkeiten im Kontext ihrer Sendungsproduktion in Verbindungen gebracht worden sind.

Soziale Kompetenz und Bürgerkompetenz

Diese Kompetenzen umfassen personelle, interpersonelle sowie interkulturelle Kompetenzen und betreffen alle Formen von Verhalten, die es Personen ermöglichen, in effizienter und konstruktiver Weise am gesellschaftlichen und beruflichen Leben teilzuhaben, insbesondere in zunehmend heterogenen Gesellschaften, und gegebenenfalls Konflikte zu lösen. Die Bürgerkompetenz rüstet den Einzelnen dafür, ausgehend von der Kenntnis der gesellschaftlichen und politischen Konzepte und Strukturen und der Verpflichtung zu einer aktiven und demokratischen Beteiligung, umfassend am staatsbürgerlichen Leben teilzunehmen.

Das hohe Ausmaß an kultureller und sozialer Teilhabe in den Studios und in der Gesellschaft sowie das gesteigerte Interesse an gesellschaftlichen, politischen und nicht zuletzt medialen Diskursen belegt den Erwerb dieser Kompetenzen durch die Rundfunkarbeit. Mit Unterzeichnung der jeweiligen Senderbedingungen kommt es auch zur Auseinandersetzung mit dem demokratiepolitisch ambitionierten Programm des nichtkommerziellen Rundfunks, was veränderte Aufmerksamkeit und Verantwortlichkeit erfordert.

Eigeninitiative und unternehmerische Kompetenz

Eigeninitiative und unternehmerische Kompetenz ist die Fähigkeit des Einzelnen, Ideen in die Tat umzusetzen. Dies erfordert Kreativität, Innovation und Risikobereitschaft sowie die Fähigkeit, Projekte zu planen und durchzuführen, um bestimmte Ziele zu erreichen. Unternehmerische Kompetenz hilft dem Einzelnen nicht nur in seinem täglichen Leben zu Hause oder in der Gesellschaft, sondern auch am Arbeitsplatz, sein Arbeitsumfeld bewusst wahrzunehmen und Chancen zu ergreifen; sie ist die Grundlage für die besonderen Fähigkeiten und Kenntnisse, die diejenigen benötigen, die eine gesellschaftliche oder gewerbliche Tätigkeit begründen oder dazu beitragen. Dazu sollte ein Bewusstsein für ethische Werte und die Förderung einer verantwortungsbewussten Unternehmensführung gehören.

Selbstständigkeit und die Freiheit für eigene Entscheidungen bei der Sendungsgestaltung sind zentrale Elemente für das Engagement vieler Leute bei den Sendern. Das Konzept des nichtkommerziellen Rundfunks setzt eine solche Bereitschaft zur Eigeninitiative bereits voraus und bietet mit den Basisschulungen und dem weitergehenden Fortbildungsprogramm die Grundlage, um sich unabhängig bewegen zu können, was auch umfassend genutzt wird. Der Anspruch, dass Menschen von der ersten Idee über sämtliche Produktionsschritte hin bis zur finalen Ausstrahlung in den Prozess eingebunden sind bzw. diesen selbst steuern, wird in jeder Hinsicht erfüllt und bewirkt rückwirkend den Ausbau von Kompetenzen, die analog zu unternehmerischen sind.

Kulturbewusstsein und kulturelle Ausdrucksfähigkeit

Anerkennung der Bedeutung des künstlerischen Ausdrucks von Ideen, Erfahrungen und Gefühlen durch verschiedene Medien, wie Musik, darstellende Künste, Literatur und visuelle Künste.

Neben der Lernfähigkeit liegt in dieser Kompetenz sicherlich der zweitgrößte Gewinn für SendungsgestalterInnen. Das Ausmaß an kultureller Partizipation nimmt erheblich zu, Kulturbewusstsein, aber auch die eigene Ausdrucksfähigkeit werden reflektiert, kulturelle Erlebnisse werden verarbeitet und der Kontakt zu Kulturschaffenden wird – angesichts der neuen Position als JournalistIn – aufgenommen. Dabei kommt es zu Austausch und Übernahme, vertieftem Verständnis und auch Interesse an der Begegnung mit neuen kulturellen Angeboten. Nicht zuletzt finden immer wieder ProtagonistInnen des nichtkommerziellen Rundfunks über diese Tätigkeit zu Berufen in künstlerischen, medialen und ähnlichen Sektoren.

Erinnert sei an dieser Stelle an die Forderung des Europäischen Parlaments 2008, wonach Media Literacy als neunte Schlüsselkompetenz anzuerkennen sei, was bis dato nicht erfolgt ist. Zusammenfassend lässt sich also feststellen, dass durch das Engagement im nichtkommerziellen Rundfunk alle acht Schlüsselkompetenzen – und faktisch auch eine neunte – erworben bzw. ausgebaut werden können, was entsprechend individueller Voraussetzungen und Interesse auch erfolgt.

Wie bereits erwähnt, hat die Österreichische Bundesregierung im Dokument „LLL:2020 – Strategie zum lebensbegleitenden Lernen in Österreich“ zehn Aktionslinien mit strategischen Vorhaben festgelegt, denen fünf Leitlinien und vier Grundprinzipien zugrunde liegen. Von den Grundprinzipien decken sich insbesondere „Gender und Diversity“ sowie „Chancengerechtigkeit und soziale Mobilität“ mit den Ansprüchen der Mitarbeitsgestaltung im nichtkommerziellen Rundfunk, während „Qualität und Nachhaltigkeit“ sowie „Leistungsfähigkeit und Innovation“ individuell unterschiedlich relevant sind; das Potenzial dafür ist im Bildungserwerb bei Freien Radios und Community TVs gegeben. Für informelles Lernen ist vor allem die Orientierung an „Leistungsfähigkeit“ jedoch als problematisch, weil kontraproduktiv, einzustufen: zu experimentieren, Fehler machen zu dürfen, ohne Vorgaben eigene Interessen verfolgen zu können sind wesentliche Merkmale des Engagements vieler SendungsmacherInnen und garantieren eine gewisse Niederschwelligkeit des Zugangs.

Den fünf Leitlinien „Lebensphasenorientierung“, „Lernende in den Mittelpunkt stellen“, „Life Long Guidance“, „Kompetenzorientierung“ und „Förderung der Teilnahme an lebensbegleitendem Lernen“ kann in diesen generellen Formulierungen aus Perspektive der Bildungsleistungen in nichtkommerziellen Medien entsprochen werden, sie sind aber nur partiell – je nach Zielgruppe – anwendbar oder relevant.

Einen sehr großen Beitrag leisten die nichtkommerziellen Sender mit ihrem Bildungsprogramm, aber auch als Orte umfassenden informellen Lernens im Rahmen dessen, was in folgender Aktionslinie 6 festgehalten ist: „Verstärkung von ‚Community-Education‘-Ansätzen mittels kommunaler Einrichtungen und in der organisierten Zivilgesellschaft“. Die Sender sind Teil der genannten organisierten Zivilgesellschaft und stehen ganz in der Tradition von Community Education, was sich mit den vorangegangenen Darstellungen der Erhebungsergebnisse über Lern- und Bildungsmöglichkeiten hat herausarbeiten lassen. Auch für die in der Aktionslinie erwähnten „Verfahren zur Anerkennung nicht-formal und informell erworbener Kenntnisse und Kompetenzen in allen Bildungssektoren“ konnten Beispiele aus diesem Sektor angeführt werden, was einmal mehr die Bildungsrelevanz des Engagements in nichtkommerziellen Sendern belegt. Je nach Zielgruppe können schlussendlich auch die Aktionslinien „Ausbau von alternativen Übergangssystemen ins Berufsleben für Jugendliche“, „Maßnahmen zur besseren Neuorientierung in Bildung und Beruf und Berücksichtigung von Work-

Life-Balance“, „Förderung lernfreundlicher Arbeitsumgebungen“, „Weiterbildung zur Sicherung der Beschäftigungs- und Wettbewerbsfähigkeit“ und „Bereicherung der Lebensqualität durch Bildung in der nachberuflichen Lebensphase“ Anwendung oder Gültigkeit in den Community Medien finden.

Abschließend sei daran erinnert, dass Freiheit und Freiwilligkeit sehr hohen Stellenwert bei den SendungsmitarbeiterInnen einnehmen und gezielte Formen der Nutzbarmachung ihres Bildungserwerbs die Gefahr birgt, den gegenteiligen Effekt zu bewirken. Für andere hingegen kann es nichtsdestotrotz eine große Bereicherung darstellen, über Portfolios und andere Anerkennungsformen zu erfahren, welche Kompetenzen sie faktisch haben – (teils) ohne es zu wissen oder sie benennen zu können. Mit dieser widersprüchlichen Gleichzeitigkeit hinsichtlich der Anerkennung der Bildungsleistungen und Beiträge zum lebensbegleitenden Lernen im nichtkommerziellen Rundfunk gilt es, einen konstruktiven Umgang zu finden. Dazu möchten wir mit einigen Überlegungen am Schluss der Studie Anregungen anbieten.



5 Zusammenfassung und Anregungen

Nichtkommerzielle Sender bzw. Community Medien existieren weltweit in sehr unterschiedlichen Formen und Größen, mit verschiedensten Reichweiten und Bekanntheitsgraden. Als wesentliche Merkmale gelten Nichtkommerzialität, lokale Verankerung und gemeinschaftliche Organisationsform. Ihre Bedeutung wurde in den letzten Jahren auch auf internationaler politischer Ebene hinsichtlich der Stärkung des gesellschaftlichen Zusammenhalts, des lokalen Empowerments sowie des interkulturellen Dialogs anerkannt und in zahlreichen Studien untersucht und bestätigt. In Österreich ermöglichte eine Gesetzesänderung 1998 freien Medien, sich – neben öffentlich-rechtlichem und kommerziellem – als dritter Sektor (legal) zu etablieren.

Menschen, die in nichtkommerziellen Sendern tätig sind, profitieren jedoch nicht nur hinsichtlich der oben erwähnten Aspekte, sie erlernen dabei auch eine Vielzahl von Kompetenzen, die weit über die Fähigkeit hinausgehen, eine Sendung zu gestalten. Diese Aussage wird vielfach als Tatsache formuliert, in internationalen Dokumenten erwähnt oder beruht auf persönlichen Eindrücken wie Erfahrungen. Einige wenige Forschungsprojekte in England und Irland konnten sie in den erwähnten Ländern bezüglich ausgewählter Aspekte auch nachweisen. Mit der vorliegenden Studie haben wir uns zwischen 2013 und 2015 der empirischen Überprüfung dieser Annahme für aktive ProgrammgestalterInnen in Österreich gewidmet.

Das Spektrum unserer Fragen zielte auf die Erhebung und Dokumentation des angebotenen sogenannten nicht-formalen Bildungsprogramms der 17 in Österreich existierenden Sender als auch auf die Erfassung des informell Gelernten. Weitergehend interessierten uns Modelle und Möglichkeiten der Anerkennung dieser Bildungsleistungen in Österreich und anderen europäischen Ländern, die Erreichbarkeit von Menschen aus gesellschaftlich und bildungs-benachteiligten Gruppen und die Verortbarkeit der erwerbbarer Kompetenzen in den acht Schlüsselkompetenzen, wie sie vom Europäischen Parlament formuliert worden sind. Hierfür haben wir SendungsgestalterInnen per Online-Fragebogen sowie im Rahmen eines Fokusgruppengesprächs befragt, ExpertInnen aus Österreich und europäischen Ländern um Einschätzungen und Vergleiche gebeten, haben das reale Bildungsprogramm von 2013 und

Positionen der dafür Verantwortlichen in den Sendern eingeholt und bereits existierende Anerkennungsformen dieser Bildungsleistungen erhoben.

Bezüglich der nicht-formalen Bildungsprogramme der nichtkommerziellen Sender haben wir erhoben, welche Themen diese abdecken, wie sie im Laufe der Zeit verändert wurden, wer erreicht wurde und wer eher weniger. Dabei hat sich gezeigt, dass den Angaben zufolge im Jahr 2013 3.487 Personen in den elf der insgesamt 17 existierenden Sender an Aus- und Weiterbildungsangeboten teilgenommen haben, was hochgerechnet auf alle Sender rund 5.000 Menschen sind (sechs kleinere Sender haben uns ihre Angebote nicht zukommen lassen). Gruppen von SchülerInnen und Studierenden, die im Rahmen ihres Lehrprogramms in die Sender kommen, sind dabei mitgerechnet. Angesichts der geschätzten 3.000 Personen, die in österreichischen Sendern aktiv sind, zeugt dies dennoch von einer überdurchschnittlichen Fortbildungsfreudigkeit. Für die Organisation zuständigen Personen allerdings ist dies nicht immer wahrnehmbar: Diese klagen über häufige Unverbindlichkeit bei Anmeldungen und geringer Wertschätzung des Aufwandes, den es zur Realisierung von den meistens kostenfrei besuchbaren Workshops bedarf. Diese Unzufriedenheit steht – wie sich noch zeigen lässt – in einem größeren Zusammenhang von unterschiedlichen Erwartungshaltungen zwischen SendungsgestalterInnen und (Teilzeit-)Angestellten oder Verantwortlichen in Sendern.

Inhaltlich steht die grundsätzliche Zugänglichkeit zur eigenständigen Produktion von Sendungen seit Jahren ungebrochen im Vordergrund der Bildungsprogramme, es sind Angebote im klassischen Bereich der unmittelbaren Media Skills, die am meisten genutzt werden. Diese Konzentration ergibt sich nicht zuletzt daraus, dass die Absolvierung des sogenannten Grundworkshops bei vielen Sendern die Bedingung dafür darstellt, on air gehen zu dürfen. Diese Regelung wird öffentlich kommuniziert, nichtsdestotrotz hat sich herausgestellt, dass es vor allem bei bestehenden Sendungen häufige Praxis ist, auch ohne Grundworkshop Sendungen zu übernehmen. Die dafür nötigen Kompetenzen werden entweder von GestalterInnen, die schon länger senden, an die Neuen übermittelt oder mit jeder Sendung sendend im Sinne eines „Learning by Doing“ dazugelernt. Bei kleineren Sendern ist dies oft die intendierte Form der Vermittlung, nachdem eigene Kurse für die wenigen Interessierten nicht eigens organisiert werden. Auch bei den Befragungen

sind diese „handwerklichen“ Kompetenzen die am leichtesten erwähnbaren, da sie unmittelbar einsichtig notwendig sind. Der fließende Übergang zwischen zuschauen, mitmachen und sukzessive mehr beitragen bis hin zur Übernahme der Sendung ist ein typischer Zugangsweg zu nichtkommerziellen Sendern: Fortgesetztes Schnuppern als zugestandene Unverbindlichkeit lässt möglichen Ambivalenzen und Unsicherheiten Raum, was einen wichtigen Hinweis für die Schaffung von niederschwelligem Zugang zu Sendern und zur Weiterbildung beinhaltet.

Im internationalen Vergleich werden in Österreich häufiger als anderswo Fortbildungen zu Medien- und Urheberrecht besucht, was einerseits auch in der Grundausbildung vorgesehen ist, andererseits von einem hohen Verantwortungs- bzw. Legitimationsbedürfnis zeugt; faktisch gab es seit 1998 kaum rechtliche Konflikte in diesem Bereich. Angebote, die sich an spezifische Gruppen richten (z.B. Technikworkshop für Mädchen* und Frauen*) oder die Austausch und Feedback unter GestalterInnen vorsehen, werden zwar wiederholt eingefordert, stoßen dann – bislang – aber nur für einen kurzen Zeitraum auf Interesse, sodass sie wieder eingestellt werden.

Die angebotenen Fortbildungen des nichtkommerziellen Rundfunks zielen auf die Umsetzung des Gelernten im Senderbetrieb. Im Laufe der Interviews und des Forschungsworkshops hat sich jedoch herausgestellt, dass Fortbildungen auch aus persönlichen oder berufsorientierten Gründen ohne die Absicht besucht werden, im anbietenden Sender je aktiv zu werden. Ähnliches gilt für Schulklassen, Gruppen aus Fachhochschulen und Universitäten, die Sender im Kontext des Unterrichts besuchen. Über das ausbleibende Folgeinteresse äußerten sich einige OrganisatorInnen der Bildungsprogramme in den Sendern zwar enttäuscht, es zeigt allerdings auch, dass diese Angebote attraktiv und zugänglich sein dürften. Das mag teils auch an den niederen Kosten liegen, was aber bei mangelnder Attraktivität nicht Grund genug für einen Besuch darstellen würde. Dies bestätigt sich auch in den Antworten auf die Frage, was als Barrieren und Hindernisse für den Besuch von Fortbildungen wahrgenommen wird: Zeitmangel oder ungünstige Lage der Workshopzeiten halten hauptsächlich davon ab, nur 10 % formulierten Unzufriedenheiten mit dem Angebot. Sprech- und Moderationstechnik sowie Gestaltungsgrundlagen von spezifischen Sendungsformaten sind die am häufigsten gewünschten Fortbildungen, die alle auf Optimierung der eigenen Produktionen zielen und damit klar Auskunft geben über entwickelte Weiterbildungsinteressen aufgrund der

Aktivitäten in Sendern. Diese Aussagen sind jedoch in erster Linie für einigermaßen bildungsvertraute Personengruppen gültig, was auch vielen Verantwortlichen in Sendern bewusst ist. Am erreichbarsten gilt nach wie vor die Gruppe junger, weißer Männer* aus der Mittelschicht, gefolgt von Personen am Beginn ihrer Pension, die gerne weiter aktiv sein wollen. Hingegen werden Menschen mit Migrationsgeschichte, junge Frauen* und Menschen mit Behinderungen schlechter erreicht. Als Strategie, die Diversität an Sendenden zu erhöhen, wurden bereits aufsuchende Workshops in Parks und dergleichen erprobt bzw. mobile Sendemöglichkeiten, z.B. mit dem Fahrrad, angeboten. Sowohl bei aufsuchenden als auch klassisch verorteten Weiterbildungsprogrammen spielen die Personen eine zentrale Rolle, die das Wissen vermitteln: In mehreren Gesprächen hat sich gezeigt, dass dieser (erste) persönliche Kontakt für neue bzw. interessierte GestalterInnen sehr wichtig ist und mit Abschluss z.B. des Grundworkshops nicht unbedingt endet. Auch in Sendern häufig anwesende (angestellte) MitarbeiterInnen berichten davon, dass sie auch nach Workshops als Ansprechpersonen gesehen werden, was allerdings nicht immer ihren Aufgabengebieten entspricht. Hier kollidieren mitunter Bedürfnislagen und wohl auch Realisierungsmöglichkeiten. Nichtsdestotrotz weist dies aber auf die Bedeutung der Person der Lehrenden und generell der persönlichen Bindung in Sendern hin, was in kleineren Sendern weniger Thema ist als in jenen mit einer größeren Infrastruktur.

In diesem Themenbereich angesiedelt sind auch die Wünsche, die Fortbildungszuständige in den Sendern an die GestalterInnen formulieren: Diese mögen doch auch mutigere, originellere und innovative Sendungen gestalten und sich für andere Produktionen wie auch den Sender als gesamtes Projekt interessieren. Darin kommt die bereits angesprochene Gleichzeitigkeit von unterschiedlichen Interessen in nichtkommerziellen Sendern zum Ausdruck: Während ein Teil politisch motiviert darin eine Form von Gegenöffentlichkeit sieht oder sich auf Basis der gemachten Erfahrungen für medienpolitische Fragen zu interessieren beginnt, werden die Sender von anderen als einziger Ort der medialen Partizipation ohne den Anspruch genutzt, dass dies gegen Mainstream-Öffentlichkeiten gewandt wäre. Auch in beruflichen Werdegängen hat sich nachzeichnen lassen, dass mehrere Karrierewege in nichtkommerziellen Sendern begonnen und in kommerziellen oder öffentlich-rechtlichen Stationen fortgesetzt wurden. Das widerspricht allerdings nicht unbedingt einer kritischen Haltung diesen Sendern und

einer bürgerlichen Öffentlichkeit gegenüber. Es zeigt aber auf, dass die Aktivität in nichtkommerziellen Sendern Ausgangspunkt für Berufsorientierung oder auch zur Entwicklung von beruflich relevanten Kompetenzen führen kann. Dies wird faktisch bereits dahingehend anerkannt, als Kooperationen mit Bildungsträgern und Arbeitsmarktservice, Praktikumsplätze und Lehrstellen – vor allem in größeren Sendern im urbanen Gebiet – zur gelebten Praxis gehören. Um weitergehendes Interesse am Funktionieren von Medienlandschaft und Informationspolitik zu entwickeln, bieten die nichtkommerziellen Sender viele Bedingungen, die den darin Tätigen im Sinne Freies Selbstermächtigung und Bewusstwerdungsprozesse über die Gesellschaft und ihre Rolle darin ermöglichen – die Bereitschaft an dem Interesse und etwaiger Einstellungsveränderungen kann aber nur gefördert und unterstützt, nicht aber verlangt werden (Overwien 2013b).

Die Erhebung der Bildungsangebote hat sowohl das Spektrum angebotener Workshops und damit in Zusammenhang stehenden Strategien der Sender nachvollziehen lassen, zugleich sind grundsätzliche Strukturen und Bedingungen sichtbar geworden, die den möglichen Bildungserwerb mitgestalten. Bei der Analyse der eingeholten schriftlichen und mündlichen Aussagen von SendungsproduzentInnen über ihre Erfahrungen mit der Sendungsgestaltung, aber auch ihre Einschätzungen über erzielte Lerneffekte konnten wir die Vielzahl an Fertigkeiten, Fähigkeiten und Kompetenzen in sechs große Bereiche ordnen, die konzentrierte Knotenpunkte des Lernens darstellen:

1. Umgang mit Technik
2. Sprechen und Sprache
3. Teilhabe und Auseinandersetzung
4. Kontaktaufnahme
5. Umgang mit medialen Öffentlichkeiten
6. Mut und Spontaneität

Der Umgang mit Technik (1) steht am Anfang allen Nachdenkens über Gelerntes und ist am leichtesten zu benennen. Dazu gehören die Bedienung von Aufnahmeegeräten, Kameras, Mischpult, Mikrofon, Kabel, Abspielgeräten, Computer, Schnitt- und Speicherprogrammen. Wiederholt wurde erzählt, dass die Scheu vor der Technik am größten war, erste Bedienungserfahrungen aber zu einer raschen und weitgehenden Entmystifizierung geführt haben. Auch stellte sich bei vielen die Erkenntnis

ein, dass das Verständnis für die technischen Geräte sehr eingeschränkt bleiben und trotzdem eine Sendung gestaltet werden kann. Nachdem offenbar keine negativen Konsequenzen folgen, wenn es dennoch zu (technischen) Pannen kommt, verlieren auch diese zur Erleichterung vieler GestalterInnen ihre Dramatik.

Das Mikrofon hat sich als höchst und mehrfach aufgeladenes Symbol von Radio- und Fernseh-SendungsproduzentInnen herausgestellt, mit ihm verknüpfen viele Leute auch besondere Erfahrungen in verschiedenster Hinsicht: Ihr eigenes Sprechen (2), das verstärkt und gesendet wird, wird ihnen selbst bewusster und ist für viele eine erste wichtige Hürde, die sie nehmen: Dies wird damit assoziiert, die eigene Stimme buchstäblich verstärkt zu erheben, sie (verfremdet) zu hören, öffentlich und hörbar zu sprechen. Häufig wird ganz gezielt eine Sprache (2) (Mutter- oder Fremdsprache, Dialekt, Mundart, Slang ...) gewählt, in der sie kommunizieren möchten und mit der sie sich dann vermehrt auseinandersetzen beginnen – auch im Kontext von Übersetzungsfragen oder mehrsprachigen Sendungen. Die Möglichkeit, in einer nicht-deutschen Muttersprache in Österreich on air gehen zu können, ist nicht nur für Angehörige dieser Sprachen von Bedeutung, sondern bewirkt auch den Kontakt mit dieser Sprache bei anderen GestalterInnen und den HörerInnen. Bei den Weiterbildungswünschen schlug sich diese erhöhte Aufmerksamkeit für Sprache und Sprechen ebenso nieder, indem Sprechausbildungen wiederholt Thema wurden. Die verlorene Angst vor dem Mikrofon wurde mehrfach als besonders wichtige Errungenschaft erwähnt und mit dem (verschüchterten) Verhalten jener Menschen verglichen, die vors Mikrofon gebeten werden: In solchen Situationen ist vielen GestalterInnen die eigene Fortgeschrittenheit und Entwicklungsgeschichte damit bewusst geworden; auch Stolz über die eigene Souveränität im Vergleich zu berühmten oder medienerfahrenen Menschen wurde formuliert. Lerntheoretisch entspricht dies der Verhaltensveränderung aufgrund von Erfahrung (Meyer-Drawe 2008: 391). Mit diesem technischen Gerät als sichtbar einsetzbarem Symbol werden die ProduzentInnen als solche wahr- und als RepräsentantInnen von Öffentlichkeit vielfach wesentlich ernster genommen und aufgewertet. Um Mikrofon, Sprache und Sprechen gruppieren sich zahlreiche v.a. informelle Lernerfahrungen, die das Selbstbild in bestärkender Weise verändern.

Die Produktion von Sendungen zieht in einem sehr hohen Ausmaß die Beschäftigung mit und Recherche von neuen Inhalten nach sich (3). Zahlreiche Veranstaltungen und kulturelle Angebote werden besucht, weil eine Sendung dazu geplant oder überlegt wird, was bereits ein spezifischeres Hinhören und -sehen bewirkt. Sehr häufig haben wir Aussagen erhalten, wonach Texte gelesen, Filme, Konzerte und Diskussionsveranstaltungen besucht werden, weil vielleicht eine Sendung daraus entwickelt werden könnte – und dass dieses erhöhte Interesse an gesellschaftlicher und kultureller Teilhabe und Auseinandersetzung erst seit der Sendermitarbeit eingesetzt hat. Auch eigene Lese- und Schreibfähigkeit nahmen für überraschend viele Personen durch ihre Mitarbeit beim nichtkommerziellen Rundfunk erheblich zu, dadurch begannen einige erst Büchereien aufzusuchen oder Literatur zu kaufen.

Die Weiterbildung, die dabei erfolgt, ist sowohl eine interessengesteuerte inhaltliche aber auch eine ausgeprägte soziale, weil anschließende Interviews oder Studioeinladungen die Kontaktaufnahme (4) mit Personen einschließen. Dabei setzen sich SendungsgestalterInnen mit diesen Menschen, mit Herkunft und Ansichten auseinander, übernehmen verantwortliche Führungsrollen in der Vermittlung des Ablaufs an Studiogäste und kooperieren mitunter mit Institutionen oder anderen SendungsmacherInnen. Als JournalistInnen – mit Mikrofon! – haben zahlreiche SendungsgestalterInnen die Scheu vor berühmten Personen oder sonstigen Autoritäten (ein Stück weit) abgelegt und davon profitiert, von diesen GesprächspartnerInnen anerkannt zu werden. In Kontakt mit Menschen und Öffentlichkeiten treten sie weiters bei der Bewerbung ihrer Sendungen, in Reaktion auf Feedback, bei der Koordination von Studionutzung und nicht zuletzt im Rahmen von Weiterbildungsworkshops, in denen sie sich neben den Lehrinhalten auch über gemeinsame Sendungserfahrungen austauschen. Die Bedeutung der lehrenden Personen in Workshops ist ebenso eine Kontaktaufnahme, auf die bereits hingewiesen wurde und in der sich spätestens jene „genuin pädagogische Auffassung“ bewahrheitet, dass jedes Lernen „Lernen von etwas durch jemand bestimmten“ sei (Meyer-Drawe 2008: 392). Insgesamt werden also auch off air sämtliche kommunikativen und sozialen Kompetenzen in zahlreichen Feldern herausgefordert und ausgebaut, eigene Position und Selbstbild können erprobt und bestärkt werden. Insofern bieten nichtkommerzielle Sender jene Rahmenbedingungen, in denen sogenanntes Sozialkapital aufgebaut werden kann, das sämtliche

Kontakte von Menschen als erneuerbare Ressourcen wertschätzt, da sie den gesellschaftlichen Zusammenhalt fördern (Vater/Kellner/Jütte 2011).

Durch die eigene Erfahrung, für ein Medium Inhalte aufzubereiten, beginnt bei fast allen GestalterInnen eine neue Aufmerksamkeit für die Gestaltung von Medienprodukten in anderen Sendern (5). Gelingendes aber auch Fehler der Profis werden nun gehört, und Inspirationen für die Gestaltung eigener Produktionen werden durch den Medienkonsum eingeholt. Manche entwickeln auf diesem Weg Bildungsinteressen an spezifischer Fortbildung für die Sendungsgestaltung. Die neue Form der Wahrnehmung von differenzierten Öffentlichkeiten ist für viele ein Thema, manche möchten gezielt Musik oder Inhalte bringen, die in anderen Sendern wenig Raum erhalten. Dabei hat sich gezeigt, dass sich die Position von Menschen in Communities oder Subkulturen durch ihr Öffentlichwerden als SendungsgestalterInnen verändert und sie zu Ansprechpersonen werden oder neue Rollen übertragen bekommen bzw. übernehmen. Andere wiederum erfreuen sich daran, sich an professionellen JournalistInnen zu orientieren und sich mit ihnen zu vergleichen und dabei in der Lage zu sein, selbst auch Öffentlichkeit bespielen zu können. Dass diese Vergleichsebene auch berechtigt sein kann, zeigt sich in den zahlreichen Auszeichnungen von Sendungen des nichtkommerziellen Rundfunks, die sich in der Konkurrenz mit Sendungen hauptsächlich des öffentlich-rechtlichen Sektors durchsetzen konnten. Immerhin ein Viertel der Befragten hat auch einen Presseausweis. Als wichtig hat sich dabei erwiesen, dass die qualitativen Ansprüche an die Sendungsgestaltung selbstdefinierte sind, dass sie also nicht irgendwelchen Standards genügen müssen und selbstgesteuert ihre Qualitätsansprüche definieren dürfen – die häufig sehr hoch oder eben an professionellen Sendungen angelehnt sind. Zusammengefasst hat sich an vielen Details nachweisen lassen, dass Medienkompetenz in allen Formen erworben und ausgebaut wird, für manche stellt dieses Engagement auch den Ausgangspunkt für berufliche Karrieren in der Medienbranche dar.

Als sechsten Bereich haben wir „Mut und Spontaneität“ (6) als zentrale Herangehensweisen identifiziert, die besonders häufig mit lustvollem Lernen in Zusammenhang gebracht wurden. Einigermaßen gefahrlos etwas ausprobieren zu können, spontan zu agieren oder agieren zu müssen, kam in zahlreichen Erzählungen als Ausgangssituation vor, in der lehrreiche Erfahrungen gemacht werden konnten oder in denen

GestalterInnen über sich selbst hinausgewachsen sind. Immer wieder wurde (kichernd) von Experimenten erzählt, die gut oder schlecht liefen, aber Erkenntnisse ermöglicht haben. Neben inhaltlichen Vermittlungsbedürfnissen hat sich klar herauskristallisiert, dass ungeplantes und auch unvorbereitetes Tun für viele Leute spaßbesetzte Erlebnisse darstellten, die sie an die Sendungsproduktion binden und einen spielerischen Zugang zu neuem Wissen und neuen Kompetenzen darstellen. In diesem Zusammenhang wird das Lernpotenzial auf der Basis seiner Definition als (plötzlich notwendige) Verhaltensänderung besonders sichtbar (Trembl/Becker 2010).

Es lässt sich also feststellen, dass im Rahmen von Sendungsgestaltungen beim nichtkommerziellen Rundfunk eine enorme Palette an Kompetenzen erworben werden kann, wofür spezifische Bedingungen (individuell und in je unterschiedlichem Ausmaß) besonders förderlich sind:

- Ohne lange Vorläufe oder Ausbildung mit dem Senden unmittelbar anfangen können bzw. Learning by Doing,
- selbstständig und interessengeleitet frei wählen können, ob und was gelernt wird,
- inhaltliche und formale Freiheit bei der Gestaltung von Sendungen, sprich: keine Produktivitäts- oder Leistungserwartungen erfüllen müssen, Freiheit für Fehler und Experimente,
- persönliche Kontakte im Sender,
- örtliche Nähe des Senders,
- Anbindung der Sendungsinhalte an den eigenen Lebensraum.

Dies entspricht in mehreren Aspekten jenen Bedingungen, die Reinhard Zürcher als förderlich für niederschwellige Zugänglichkeit zu nicht-formalem und v.a. informellem Lernen in der Erwachsenenbildung zusammengefasst hat, womit auch Menschen aus sogenannten bildungsfernen Kontexten erreicht werden können (Zürcher 2007). Auch lässt sich auf diese Weise mit dem Paradox umgehen, wonach jedes Lernen bereits Wissen voraussetzt (Meyer-Drawe 2008: 391).

Die von uns analysierten erwerbbaeren Kompetenzen entsprechen in hohem Ausmaß allen acht EU-Schlüsselkompetenzen und zeigen, dass der nichtkommerzielle Rundfunk neben demokratiepolitischer Bedeutung auch ein enormes Potenzial als Bildungseinrichtung mitbringt und bereits erfüllt. Diese Erkenntnis führt zu Forderungen, diese faktischen

Bildungsleistungen anzuerkennen und finanziell zu fördern. Daran ließe sich auch die Anrechenbarkeit von Sendungsgestaltungen und des Besuchs von entsprechenden Aus- und Weiterbildungsveranstaltungen im Rahmen von betrieblicher Weiterbildung ableiten, was mit der historischen Ankoppelung des Bildungsbegriffs an Nutzungskontexte einhergeht und in neoliberalen Wirtschaftszusammenhängen weiter zugespitzt wurde. Die Heterogenität der sendungsgestaltenden Individuen und Gruppen bewirkt eine breite, teils widersprüchliche Ausgangssituation, was die Anerkennung von Bildungsleistungen in Community Medien anbelangt: Während es für einige die Möglichkeit der stärkenden Selbstvergewisserung (z.B. mit einem Zertifikat oder einem Kompetenzportfolio) bedeuten würde, hätte ebendies für andere die abschreckende Wirkung, sich in einer Bildungsinstitution mit all ihren Mechanismen (und Zwängen) wiederzufinden. Nicht zuletzt haben weiters die Erfahrungen mit Akkreditierung und Zertifizierung in anderen Ländern auch gezeigt, dass diese wenig überraschend erhebliche Bürokratisierung nach sich ziehen, die Komplexitätserhöhend wirkt und Entfremdung sowie Abhängigkeiten herstellt. Beide Seiten müssen sich dann in auferlegte Strukturen einfügen, die auf Individualitäten genauso wenig Rücksicht nehmen können wie auf das Bedürfnis nach Freiheit, Unkonventionalität und Leistungsungebundenheit, was aber wesentliche Voraussetzungen für die Entwicklungen eines selbstgesteuerten Bildungsinteresses sind.

Innerhalb einiger Sender wurde diese Freiheit, im Rahmen der Charta der Freien Radios tun und machen zu können, was ihnen beliebt, als förderlich zur „Schreibergartenbildung“ problematisiert: Viele GestalterInnen ziehen ihre Ideen bzw. Sendungen durch, ohne Bezugnahme auf den Kontext des Senders oder auf andere Sendungen. Dass sie sich damit in einem community-orientierten Projekt befinden, das in Abgrenzung zu öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Sendern entstanden ist, nehmen sie maximal zur Kenntnis, es hat für sie aber kaum inhaltliche Relevanz. Sie beanspruchen so gesehen die Freiheit zum Desinteresse am Projekt, die allerdings auch die Absenz von Verantwortlichkeit dafür nach sich zieht. John Holford und Ruud van der Veen (2003: 5) charakterisieren den „Active Citizen“, der/die (wieder/mehr) Interesse an demokratiepolitischen Entscheidungsprozessen zeigt, in seiner/ihrer Verantwortung für die Gesellschaft, in der er/sie verankert ist, was sich in Achtsamkeit und Gerechtigkeitssinn äußert. Dies zu erlernen sei den AutorInnen nach aber weniger in schulischen und

formalen Bildungseinrichtungen möglich als in Situationen aktiver Teilnahme an der Gesellschaft. Active Citizenship sei demnach ein interaktiver lebenslanger Lernprozess, der handelnd, situationsbedingt und interessengeleitet stattfindet. Mit Overwien und Negt gesprochen wäre es umso notwendiger, Verantwortlichkeit, die nicht nur aus ökonomischen Nutzinteressen gespeist wird, als genauso wichtige Kompetenz anzuerkennen, um auch Nachhaltigkeit des Bildungserwerbs zu sichern (Overwien 2013a). Die jeweiligen KoordinatorInnen und die den Grundbetrieb der nichtkommerziellen Sender Aufrechterhaltenden stehen hier vor der Herausforderung, wie SendungsmacherInnen vermittelt werden kann, dass sie mit ihren Sendungen nicht nur diese, sondern auch das Gesamtprojekt Freier Radios und Community TVs mitgestalten. Dies entspricht der Überwindung von Schwellen, wie sie sich auch beim Bildungserwerb stellen: Entweder werden Hürden von jenen, die sie errichten, gesenkt, oder die Menschen ermächtigen sich selbst bzw. werden ermächtigt. So gesehen ist ein Teil der informellen Bildung im nichtkommerziellen Sektor jener, sich mit solcherlei neuen Strukturen, die Selbstermächtigung und gleiche Augenhöhe aller Involvierten implizieren, auseinanderzusetzen.

Mit dieser Studie hoffen wir, eine zusätzliche Perspektive hinsichtlich der Wirksamkeit von nichtkommerziellen Sendern herausgearbeitet zu haben: Die Bedeutung von Medien wird hauptsächlich in ihrer Wirkung nach außen beurteilt, danach, welche Diskurse und Inhalte durch welche Personen-/Gruppen in die Öffentlichkeit kommen können. Die Wirkung ist aber auch eine wesentliche nach innen – für die Person der Gestalterin oder des Gestalters. Dies schließt an Meyer-Drawes Definition von Lernen an, das nicht nur eine Auseinandersetzung mit einer Sache sei, sondern stets auch eine mit sich selbst (2008: 401). Die jeweilige Person braucht somit Anerkennung ihrer vorhandenen Ressourcen, Wertschätzung ihrer Erfahrungen und Gefühle, angemessene Arbeits- und Lernformen, -unterlagen und -räume. „Letzten Endes wäre also eine Lernkultur anzustreben, in der formales wie informelles Lernen Platz haben, das heißt, in der Lernende das ihren Interessen Entsprechende in der von ihnen gewünschten Weise unter menschenwürdigen Umständen lernen können, in der sie dabei unterstützt und in der ihre Lernergebnisse anerkannt werden“ (Zürcher 2007: 136). Sender des nichtkommerziellen Rundfunks in Österreich bieten in vielfacher Hinsicht Bedingungen, unter denen bei entsprechender (finanzieller) Ausstattung genau diese Bildungsleistungen möglich sind und wären, die nicht nur

an marktwirtschaftlichem Nutzen ausgerichtet sind, sondern Selbstbestimmung, gesellschaftliche Integration und Stärkung der persönlichen Einzigartigkeit ebenso befördern, womit Menschen mit unterschiedlichen Voraussetzungen und Lernerfahrungen erreicht werden können und noch mehr könnten.

Anregungen im Handlungsbereich der nichtkommerziellen Sender

1. Niederschwelligkeit durch **örtliche Nähe**, da zu große Organisationsstrukturen Anonymität befördern und zu weite Zugangswege erfordern: Viele kleinere Außen-/Studios in Ballungs- und ländlichen Gebieten wären sinnvoll.
2. **Learning by Doing** als solcher explizit benannter Zugang in der Aus- und Weiterbildung, bspw. Learning-by-Doing-Workshops on air.
3. Positionierung der **Sender als Freiraum** außerhalb von alltäglichen Strukturen, für freies und zielloses Assoziieren, Probieren, Experimentieren ohne Ergebnis- oder Produktivitätserwartung.
4. Übernahme von bewusster **Verantwortung für informelle Lernprozesse** in den Senderräumen durch anwesende MitarbeiterInnen, die – unweigerlich – eine Rolle als Vorbilder, Lehrende und MentorInnen einnehmen bzw. übertragen erhalten.
5. Feedback und Aufmerksamkeit als **Unterstützung beim (informellen) Lernprozess**.
6. **Mehrsprachigkeit auch als Teil des regulären Betriebs**: z.B. Technik erlernen in der Muttersprache, Beschriftungen, Unterlagen usw.
7. (Sozial- und bildungsbenachteiligte) Menschen in ihren **gewohnten Lebensumgebungen** ansprechen und einbinden (aufsuchender Zugang).
8. Gezielte Anwerbung von **Role Models** aus unterrepräsentierten, gesellschaftlich marginalisierten Gruppen zur Identifikation und als Vorbilder (beobachtendes Lernen).
9. Erhöhte **Aufmerksamkeit und Begleitung** durch geschulte MitarbeiterInnen für Personen und Gruppen, die aus vielen sozialen Netzen bereits hinausgefallen sind.
10. Möglichkeit für ein länger laufendes, intensives **Curriculum von zwei bis drei Monaten** (evtl. mehrmals pro Woche), um im Rahmen dieser Freizeitaktivität informelle Kompetenzen wie Konzentration, Verbindlichkeit, inhaltliches Dranbleiben, soziale Bindungsaufnahme usw. zusätzlich zu den formalen Inhalten aufbauen und trainieren zu können.

11. Regelmäßige **Vollerhebung des Bildungsangebots** als Monitoring zur Rolle der Sender als (entsprechend förderungswürdige) Bildungsinstitutionen.

Anregungen im Handlungsbereich der bildungs-/politischen Institutionen

1. Anerkennung des nichtkommerziellen Rundfunks in Österreich als **Akteur und Partner in der Bildungsarbeit und öffentliche Förderung aller entsprechenden Aktivitäten.**
2. **Sichtbarmachung der umfassenden Kompetenzen** durch in der Freiwilligenarbeit erprobte Formen wie z.B. das Ehrenamts-Portfolio, das Europäische Sprachenportfolio oder die Kompetenzenbilanz.
3. Verankerung von exemplarischen Angeboten der Bildungsberatung im Rahmen des nichtkommerziellen Rundfunks, um interessierte SendungsmacherInnen bei der **Reflexion ihrer Lernerfahrungen** zu unterstützen (evtl. mit Portfolios).
4. Aufnahme und Akkreditierung von Kompetenz-Modulen aus dem Bereich Freie Radios und Community TVs im **Nationalen Qualifikationsrahmen.**
5. **Kooperationen** der Erwachsenenbildungs-Einrichtungen mit partizipativen Sendern.
6. Verstärkte Verankerung von **Media Literacy/kritischer Medienbildung** als Kompetenz in der **Erwachsenenbildung.**
7. Verpflichtende Verankerung von Media Literacy und kritischer Medienbildung in der Ausbildung zur/zum zertifizierten bzw. diplomierten **ErwachsenenbildnerIn bei der Weiterbildungsakademie.**
8. Die Vermittlung von Media Literacy könnte auch im Rahmen der Basisbildung Bedeutung gewinnen – ein Pilotprojekt sollte dazu entwickelt, umgesetzt und evaluiert werden.
9. **Begleitforschung** über die Potenziale der Freien Radios und Community TVs als Lern- und Bildungsorte.
10. **Langzeituntersuchung** zur Klärung des Kompetenzerwerbs und -ausbaus von bildungsbenachteiligten Menschen durch die Mitarbeit bei Community Medien.



6 Literatur- und Linkverzeichnis

- Atton, Chris (2002): *Alternative Media*, London: Sage.
- Baacke, Dieter (1997): *Medienpädagogik*, Tübingen: Niemeyer.
- BBC (2004): *Building Public Value. Renewing the BBC for a digital world*, London: British Broadcasting Corporation.
- BCI (2001): *BCI Policy on Community Radio Broadcasting*, Dublin.
- Beneke, Elke u.a. (2014): *Community Education in Österreich. Beschreibung eines Partizipationsprozesses mit Frauen aus verschiedenen Kulturen. Modellbeschreibung: connecting communities*. Villach, EB projektmanagement.
- Blaschitz, Edith und Martin Seibt (Hg.) (2008): *Medienbildung in Österreich. Historische und aktuelle Entwicklungen, theoretische Positionen und Medienpraxis*. Wien: LIT-Verlag.
- Bräuer, Gerd (2003): *Schreiben als reflexive Praxis. Tagebuch, Arbeitsjournal, Portfolio*, Freiburg im Breisgau: Fillibach-Verlag.
- Busch, Brigitta (2004): *Sprachen im Disput. Medien und Öffentlichkeit in multilingualen Gesellschaften*, Klagenfurt/Celovec: Drava.
- Busch, Brigitta (2013): *Mehrsprachigkeit*, Wien: facultas.wuv UTB.
- Cammaerts, Bart und Nico Carpentier (Hg.) (2007): *Reclaiming the Media. Communication Rights and Democratic Media Roles*. Bristol, Intellect.
- Carpentier, Nico (2011): *Media and Participation. a site of ideological and democratic struggle*, Bristol: Intellect.
- Cedefop (2014): *European inventory on validation of non-formal and informal learning 2014. Executive summary*. [online] <http://libserver.cedefop.europa.eu/vetelib/2014/87250.pdf> [26.2.2015]
- Cojocaru, Eugenia, Waltraud Ernst, Peter Hehenberger, Helmut J. Holl und Ilona Horwath (2014): *Design for Gender: Bedienungsgerechte Maschinenentwicklung durch Expertise von MaschinenbedienerInnen*, in: Weg, Marianne und Brigitte Stolz-Willig (Hg.), *Agenda Gute Arbeit: geschlechtergerecht!* Hamburg: VSA- Verlag, S. 158–168.
- Cope, B. und M. Kalantzis, (2009): *Multiliteracies: New Literacies, New Learning, Pedagogies: An International Journal*, 4: S. 164–195, 2009. Routledge.
- Couldry, Nick (2010): *Why Voice Matters. Culture and Politics after Neoliberalism*, London: Sage Publications.
- Coyer, Kate et al. (Hg.) (2007): *The Alternative Media Handbook*, London: Taylor and Francis.

- Cvetković, Irena (2010): Media Literacy: Contribution of Irish Community Radio, Diplomarbeit am Dublin Inst. of Technology.
- Day, Rosemary (Hg.) (2007): Bicycle Highway. Celebrating Community Radio in Ireland, The Liffey Press: Dublin.
- Day, Rosemary (2009): Community Radio in Ireland. Participation and Multi-Flows of Communication, New York: Hampton Press.
- Dorer, Johanna (2004): Another Communication is Possible – Triales Rundfunksystem und die Geschichte der Freien Radios in Österreich, in: Medien & Zeit 3/2004. Wien, S. 4–15.
- EAVI (2014): Media Literacy European Policy Recommendations. [online] http://www.eavi.eu/joomla/images/stories/About_EAVI/eavi%202014%20media%20literacy%20eu%20policy%20recommendations.pdf [26.2.2015]
- Ecarius, Jutta (1998): Biographie, Lernen und Gesellschaft. Erziehungswissenschaftliche Überlegungen zu biographischem Lernen in sozialen Kontexten, in: Ralf Bohnsack und Winfried Marotzki (Hg.), Biographieforschung und Kulturanalyse. Transdisziplinäre Zugänge qualitativer Forschung, Opladen: Leske + Budrich, S. 129–151.
- Erler, Ingolf (2010): Der Bildung ferne bleiben: Was meint „Bildungsferne“?, in: MAGAZIN erwachsenenbildung.at. Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs. Ausgabe 10, 2010. Wien. [online] http://erwachsenenbildung.at/magazin/10-10/meb10-10_10_erler.pdf [16.7.2013]
- Europarat (2007): Recommendation Rec (2007) 2 of the Committee of Ministers to member states on media pluralism and diversity of media content. Strassbourg. [online] <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1089699> [16.7.2013]
- Europarat (2009): Declaration of the Committee of Ministers on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue. Strassbourg. [online] <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1409919> [16.7.2013]
- Europäische Kommission (2001): Mitteilung der Kommission: Einen europäischen Raum des lebenslangen Lernens schaffen. Brüssel. [online] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0678&from=DE> [16.7.2013]
- Europäisches Parlament (2006): Empfehlung 2006/962/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 18. Dezember 2006 zu Schlüsselkompetenzen für lebensbegleitendes Lernen. Amtsblatt L 394 vom 30.12.2006.

- Europäisches Parlament (2008a): Resolution on Community Media in Europe. adopted the 25th of September 2008. [online] <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P6-TA-2008-0456&language=EN&ring=A6-2008-0263> [16.7.2013]
- Europäisches Parlament (2008b): Resolution on Concentration and pluralism in the Media in the European Union. adopted the 25th of September 2008. [online] <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0459+0+DOC+XML+V0//EN> [16.7.2013]
- Europäisches Parlament (2008c): Media literacy in a digital world. adopted the 16th of December 2008. [online] <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0598+0+DOC+XML+V0//EN> [19.3.2014]
- Europäisches Zentrum für Wohlfahrtspolitik und Sozialforschung und Verband Österreichischer Volksbildungswerke (Hg.) (2006): Portfolio für Freiwillige. Ein Instrument zum Erfassen und Dokumentieren des Kompetenzerwerbs im Freiwilligen Engagement. [online] http://www.euro.centre.org/data/1157633383_36039.pdf [19.3.2014]
- Flick, Uwe (1999): Qualitative Forschung. Theorie, Methoden, Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Foley, G. (1999): Learning in Social Action: A Contribution to Understanding Informal Education, London: Zed Books.
- Forde, Susan et al. (2010): Developing Dialogues. Indigenous & Ethnic Community Broadcasting in Australia, Bristol: Intellect.
- Frank, Irmgard, Katrin Gutschow und Gesa Münchhausen (2005): Informelles Lernen. Verfahren zur Dokumentation und Anerkennung im Spannungsfeld von individuellen, betrieblichen und gesellschaftlichen Anforderungen, Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag.
- Freire, Paolo (1971/1991): Pädagogik der Unterdrückten, Stuttgart: Rowohlt.
- Freire, Paolo (2008): Pädagogik der Autonomie, Münster: Waxmann.
- Frost, Ursula (2008): Bildung als pädagogischer Grundbegriff, in: Gerhard Mertens, Ursula Frost, Winfried Böhm und Volker Ladenthin, Handbuch der Erziehungswissenschaft, Paderborn-München-Wien-Zürich: Verlag Ferdinand Schöningh, S. 297–311.
- Gaynor, Niamh und Anne O'Brien (2010): Drivers of Change? Community Radio in Ireland, Dublin: BAL.
- Geertz, Clifford (2003): Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme, Frankfurt/Main: Suhrkamp.

- Giroux, Henry A. und Peter McLaren (1995): Radical pedagogy as cultural politics. Beyond the discourse of critique and anti-utopianism, in: McLaren, Peter. *Critical Pedagogy and Predatory Culture. Oppositional Politics in Postmodern Era*, London: Routledge.
- Golumbia, David (2009): *The Cultural Logic of Computation*, Cambridge: Harvard University Press.
- Gordon, Jane (Hg.) (2012): *Community Radio in the Twenty-First Century*, Bern: Peter Lang.
- Hellmer, Silvia, Gert Dressel und Irene Wondratsch (2013): *An der Schnittstelle von Universität und Arbeitswelt. Biografische Methode und prozessorientiertes Lernen*, Heidelberg: Carl-Auer Verlag.
- Hepp, Andreas (2011): *Medienkultur. Die Kultur mediatisierter Welten*, Wiesbaden: VS-Verlag.
- Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk (Hg.) (2003): *Wir mischen mit! Ein Projekt zur praktischen Medienarbeit und politischen Bildung Jugendlicher*, Schriftenreihe der LPR Hessen, Band 17. München: Kopaed.
- Holford, John und Ruud van der Veen (Hg.) (2003): *Education and training for governance and active citizenship in Europe. Analysis of adult learning and design of formal, non-formal and informal educational intervention strategies. ETGACE project, final report (March)*. Brussels. [online] ftp://ftp.cordis.europa.eu/pub/citizens/docs/hpse-ct-1999-00012etgace_eur21533final.pdf [21.7.2015]
- Hörster, Reinhard (2010): *Bildung*. In: Heinz-Hermann Krüger und Werner Helsper (Hg.), *Einführung in die Grundbegriffe und Grundfragen der Erziehungswissenschaft*, Opladen-Farmington Hills: Verlag Barbara Budrich, S. 45–55.
- Howley, Kevin (2005): *Community Media. People, Places and Communication Technologies*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Howley, Kevin (Hg.) (2010): *Understanding Community Media*, Thousand Oaks: Sage Publications.
- IFLA (2011): *IFLA Empfehlungen zur Medien und Informationskompetenz*. [online] <http://www.ifla.org/files/assets/information-literacy/publications/media-info-lit-recommend-de.pdf> [16.7.2013]
- Jakubowicz, Karol (2009): *A New Notion of Media*. Background Text for the 1st Council of Europe Conference of Ministers responsible for Media and New Communication Services 28. - 29. May 2009, Reykjavik, Iceland.
- Kapuscinski, Ryszard (2008): *Der Andere*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- KEA (2007): The State of Community Media in the European Union. A study requested by the European Parliaments Committee on Culture and Education. IP/B/CULT/FWC/2006-169/Lot03/C01 27/09/2007. [online] [http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL-CULT_ET\(2007\)408943](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL-CULT_ET(2007)408943) [12.8.2016]
- Kellner, Douglas (2005): Neue Medien und neue Kompetenzen: Zur Bedeutung von Bildung im 21. Jahrhundert, in: Winter Rainer (Hg.): Medienkultur, Kritik und Demokratie. Der Douglas Kellner Reader, Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 264–295.
- Kellner, Douglas und Jeff Share (2007): Critical Media Literacy, Democracy and the Reconstruction of Education, in: Macedo, Donaldo und Shirly R. Steinberg. (Hg.): media literacy. a reader, New York: Peter Lang Publishing, S. 3–23.
- klipp & klang radiokurse (2008): Die Freien Radios als Bildungsraum, Zürich: klipp & klang.
- Knoche, Manfred, Andrea Grisold, Wolfgang Hirner und Meike Lauggas (2001): Endbericht zum Forschungsprojekt Entstehung und Entwicklung freier nichtkommerzieller Radios in Österreich, im Auftrag des BM für Verkehr, Innovation und Technologie, Salzburg.
- KOG (2009): Bundesgesetz über die Einrichtung einer „Kommunikationsbehörde Austria“ („KommAustria“) in der Fassung vom 17.6.2009.
- Köpke, Wilfried und Wiebke Möhring (2012): Ausbildung und Beschäftigung. Was leistet der private Rundfunk in Niedersachsen?, Schriftenreihe der NLM Band 28. Berlin: Vistas.
- Krenn, Manfred (2010): Gering qualifiziert in der „Wissensgesellschaft“ – Lebenslanges Lernen als Chance oder Zumutung?, FORBA Forschungsbericht 2/2010: Wien. [online] <http://forba.at/data/downloads/file/662-FB%202-2010.pdf> [16.7.2013]
- Krone, Jan und Alexander Rihl (2013): Programm- und Kommunikationsanalyse des nichtkommerziellen Rundfunks Österreichs im Medienwandel. Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, Band 2/2013, Wien. RTR. [online] https://www.rtr.at/de/inf/SchriftenreiheNr22013/30056_Band2-2013.pdf [17.2.2015]
- Krotz, Friedrich (2009): Stuart Hall: Encoding/Decoding und Identitäten, in: Hepp, Andreas, Friedrich Krotz und Tanja Thomas (Hg.) Schlüsselwerke der Cultural Studies, Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften, S. 210–223.
- LPR (2003): Wir mischen mit! Projekt zur praktischen Medienarbeit und politischen Bildung Jugendlicher. Schriftenreihe der LPR Hessen, Band 17, München: Kopaed Verlag.

- Lange, Yasa (Hg.) (2009): Living Together. A handbook on council of Europe standards on media's contribution to social cohesion, intercultural dialogue, understanding, tolerance and democratic participation, Council of Europe. Strassbourg. [online] <http://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?docum entId=0900001680483533> [12.8.2016]
- Lauggas, Meike (2001): Entstehungsgeschichte freier Radios aus Sicht der RadiopiratInnen. in: Knoche, Manfred, Andrea Grisold, Wolfgang Hirner und diess.: Endbericht zum Forschungsprojekt Entstehung und Entwicklung freier nichtkommerzieller Radios in Österreich, im Auftrag des BM für Verkehr, Innovation und Technologie, Salzburg, S. 63–89.
- Leurs, Koen (2015): Digital Passages: Migrant Youth 2.0. Diaspora, Gender and Youth Cultural Intersections, Amsterdam: Amsterdam University Press. [online] <http://oapen.org/download?type=document &docid=559550> [26.6.2015]
- Lewis, Peter M. (2008): Promoting social cohesion. The role of community media. report prepared for the Council of Europe's MC-S-MD group, Council of Europe. Strassbourg. [online] www.media.ba/mcsonline/files/shared/H-Inf_2008_013_en.pdf [12.8.2016]
- Lewis, Peter M. und Susan Jones (Hg.) (2006): From the Margins to the Cutting Edge. Community Media and Empowerment, New York: Hampton Press.
- Macedo, Donaldo und Shirly R. Steinberg (Hg.) (2007): media literacy. a reader, New York: Peter Lang Publishing.
- Manchester, Hellen (2008): Learning through engagement in community media design, thesis submitted to the University of Manchester for the degree of Doctor of Philosophy in the Faculty of Humanities.
- Manchester, Hellen (2013): More than yacking away. A review of youth learning opportunities in the community radio sector, Radio Regen: Manchester. [online] <http://bit.ly/yackingaway> (Zugriff am 17.2.2015)
- McBride, Sean (1980/2004): Many Voices, One World. Towards a New, More Juste, and More Efficient World Information and Communication Order, Lanham: Rowman & Littlefield.
- Meyer-Drawe, Käte (2008): Lernen als pädagogischer Grundbegriff, in: Gerhard Mertens, Ursula Frost, Winfried Böhm und Volker Ladenthin. Handbuch der Erziehungswissenschaft, Paderborn-München-Wien-Zürich: Verlag Ferdinand Schöningh, S. 391–402.
- Moser, Heinz (2000): Einführung in die Medienpädagogik. Aufwachsen im Medienzeitalter, Opladen: Leske + Budrich.

- Moser, Heinz (2006): Interkulturelle Medienbildung. In: Hugger, Kai-Uwe und Dagmar Hoffmann (Hg.). Medienbildung in der Migrationsgesellschaft. Beiträge zur medienpädagogischen Theorie und Praxis, Schriften der Medienpädagogik 39. Bielefeld: GMK.
- OSZE (2007): Joint Declaration on Diversity in Broadcasting, Wien. [online] <http://www.osce.org/fom/298257download=true> [12.8.2016]
- Overwien, Bernd (2005): Stichwort: Informelles Lernen. Zeitschrift für Erziehungswissenschaft, Jg. 8, Nr. 3, S. 339–355.
- Overwien, Bernd (Hg.) (2013a): Bildung für nachhaltige Entwicklung. Lebenslanges Lernen, Kompetenz und gesellschaftliche Teilhabe, Opladen-Farmington Hills: Verlag Barbara Budrich.
- Overwien, Bernd (2013b): Informelles Lernen – ein Begriff aus dem internationalen Kontext etabliert sich in Deutschland, in: Hornberg, Sabine, Claudia Richter und Carolin Rotter (Hg.), Erziehung und Bildung in der Weltgesellschaft, Münster: Waxmann Verlag, S. 97–112.
- Pajnik, Mojca und John D.H. Downing (Hg.) (2008): Alternative Media and the Politics of Resistance. Perspectives and Challenges, Ljubljana: Mirovni Institut.
- Peissl, Helmut (2007): Community Medien – Media Literacy & Empowerment. Ausbildung bei nichtkommerziellen Medien als Ermächtigung zur demokratischen Teilhabe. Diplomarbeit im Fach Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt.
- Peissl, Helmut und Otto Tremetzberger (2008): Community Medien in Europa. Rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen des dritten Rundfunksektors in 5 Ländern. In: RTR (Hg.): Nichtkommerzieller Rundfunk in Österreich und Europa. Band 3, Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, Wien: RTR, S. 115–258. [online] http://www.rtr.at/de/inf/SchriftenreiheNr32008/25161_Band3-2008.pdf [16.7.2013]
- Peissl, Helmut, Judith Purkarthofer, Petra Pfisterer und Brigitta Busch (2010): Mehrsprachig und lokal. Nichtkommerzieller Rundfunk und Public Value in Österreich. Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, Band 4/2010, Wien: RTR. [online] https://www.rtr.at/de/inf/SchriftenreiheNr42010/26969_Band4-2010.pdf [17.2.2015]

- Purkarthofer, Judith Petra Pfisterer und Brigitta Busch (2008): 10 Jahre Freies Radio in Österreich. Offener Zugang, Meinungsvielfalt und soziale Kohäsion – Eine explorative Studie. In: RTR (Hg.), Nicht-kommerzieller Rundfunk in Österreich und Europa. Band 3/2008, Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, Wien: RTR, S. 11–114. [online] http://www.rtr.at/de/inf/SchriftenreiheNr32008/25161_Band3-2008.pdf [16.7.2013]
- Prokopp, Monika (2010): Was bringt Kompetenzanerkennung – und wem? Ein Standpunkt. In: MAGAZIN erwachsenenbildung.at. Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs. Ausgabe 9, 2010. Wien. [online] http://erwachsenenbildung.at/magazin/archiv_artikel.php?mid=3360&aid=3364 [17.2.2015]
- Rennie, Ellie (2006): *Community Media, a Global Introduction*, Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Ring Österreichischer Bildungswerke (Hg.) (2008): *Engagement schafft Kompetenz. Informelles Lernen im Alltag. Das Kompetenz-Portfolio der Bildungswerke*. Redaktion: Bergauer, Angela, Wolfgang Kellner und Günther Signitzer. [online] http://ring.bildungswerke.at/file_download/12/Engagement_schafft_Kompetenz.pdf [12.8.2016]
- Rodriguez, Clemencia (2001): *Fissures in the Mediascape*, New York: Hampton Press.
- Rodriguez, Clemencia (2011): *Citizens' Media against armed conflict. Disrupting violence in Colombia*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Sennett, Richard (2012): *Zusammenarbeit. Was unsere Gesellschaft zusammenhält*, München: Hanser Berlin.
- Sobers, Shawn (2010): *Positioning Education within Community Media*. In: Howley, Kevin (Hg.): *Understanding Community Media*, Thousand Oaks: Sage Publications, S. 188–199.
- Steinert, Fiona, Helmut Peissl und Katja Weiss (Hg.) (2006): *Wer spricht. Interkulturelle Arbeit und Mehrsprachigkeit im Kontext Freier Medien*, Klagenfurt: Drava.
- Tremel, Alfred K. und Nicole Becker (2010): *Lernen*. In: Krüger, Heinz-Hermann und Werner Helsper (Hg.), *Einführung in die Grundbegriffe und Grundfragen der Erziehungswissenschaft*, Opladen-Farmington Hills: Verlag Barbara Budrich, S. 103–114.
- UNESCO (2013): *Global Media and Information Literacy Assessment Framework: Country Readiness and Competencies*, Paris: UNESCO.

- United Nations (2010): Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression, Mr. Frank La Rue. United Nations General Assembly, 20th April 2010. [online] <http://daccess-ods.un.org/access.nsf/Get?Open&DS=A/HRC/14/23&Lang=E> [17.2.2015]
- Vasella, Lucia (2010): Radiobiografien – Die Bedeutung der Radioschule klipp+klang und des nicht-kommerziellen Radiosektors für die Ausbildung der Schweizer Radiobranche. Forschungsbericht von klipp+klang zuhanden des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM. Zürich: klipp & klang. [online] <http://www.klippklang.ch/de/Radiobiografien/122> [17.2.2015]
- Vater, Stefan, Wolfgang Kellner und Wolfgang Jütte (Hg.) (2011): Erwachsenenbildung und Sozialkapital, Münster: Lit Verlag.
- VFRÖ (2007): Charta der Freien Radios Österreichs – überarbeitete Version beschlossen in der Generalversammlung am 12. Mai 2007 in Dornbirn. [online] <http://www.freie-radios.at/charta.html> [12.8.2016]
- Watters, Niall (2003): Community Radio in Ireland. Its Contribution to Community Development. A Report for the Community Radio Forum.
- Wetterer, Angelika (2002): Arbeitsteilung und Geschlechterkonstruktion. „Gender at work“ in theoretischer und historischer Perspektive, Konstanz: UVK.
- White, Shirley (Hg.) (1994): Participatory Communication. Working for Change and Development, Beverly Hills: Sage.
- Winter, Rainer (2004): Cultural Studies und Kritische Pädagogik, In: MedienPädagogik 2/03. OnlineJournal. [online] www.medienpaed.com/Documents/medienpaed/8/winter0402.pdf [17.2.2015]
- Winter Rainer (Hg.) (2005): Medienkultur, Kritik und Demokratie. Der Douglas Kellner Reader, Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Winter, Rainer (2006): Kultur, Reflexivität und das Projekt einer kritischen Pädagogik. In: Mecheril, Paul und Monika Witsch (Hg.): Cultural Studies und Pädagogik. Kritische Artikulationen, Bielefeld: transcript Verlag, S. 21–50.
- Wolter, Andrä, Gisela Wiesner und Claudia Koepernik (2006): Der lernende Mensch in der Wissensgesellschaft. Perspektiven lebenslangen Lernens, Weinheim: Juventa-Verlag.
- Zürcher, Reinhard (2007): Informelles Lernen und der Erwerb von Kompetenzen. Theoretische, didaktische und politische Aspekte, Materialien zur Erwachsenenbildung. 2/2007. [online] http://erwachsenenbildung.at/downloads/service/nr2_2007_informelles_lernen.pdf [17.2.2015]

Links

www.mediasmarts.ca

The healthy community radio station. Wits Radio Academy; Open Society Initiative for Southern Africa (OSISA), 2013, 72 p.

http://www.osisa.org/sites/default/files/healthy_radio_station_final_for_print.pdf

Community radio continuous improvement toolkit. New Delhi: Commonwealth Educational Media Centre for Asia (CEMCA); Hyderabad: UNESCO Chair on Community Media, University of Hyderabad, 2013, vi + 49 p.

<http://cemca.org.in/publicationhome/community-radio-continuous-improvement-toolkit-cr-cit-version-10#.V68xMjXB-Xk>

Community radio performance assessment system

Kathmandu: Community Radio Support Centre (CSRC), Nepal Forum of Environmental Journalists (NEFEJ), 2009, 86 p.

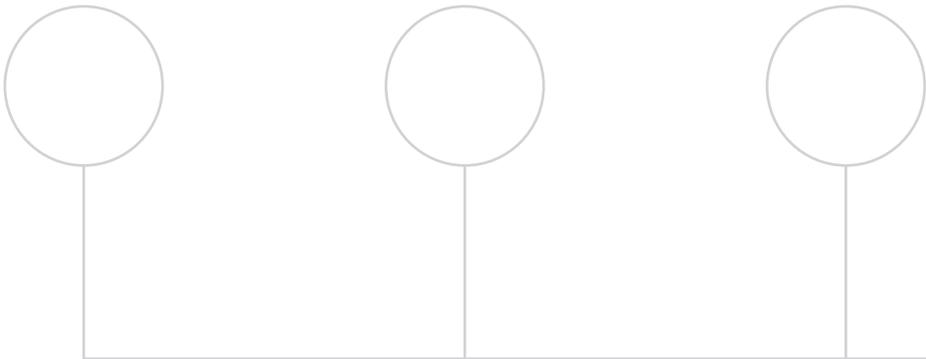
Strategien und Entwicklungen 1960 bis 2010:

http://erwachsenenbildung.at/themen/lebenslanges_lernen/europaeische_bildungspolitik/rueckblick.php

http://erwachsenenbildung.at/themen/lebenslanges_lernen/forschung/kritischer_diskurs.php

UNESCO – Media and Information Literacy (MIL):

<http://www.uis.unesco.org/Communication/Pages/information-literacy.aspx>





7 Anhang

7.1 AutorInnen

Helmut Peissl

Diplomstudium der Medien- und Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Medienpädagogik an der Alpe-Adria-Universität Klagenfurt, Abschluss des Lehrgangs Bildungsmanagement am Bundesinstitut für Erwachsenenbildung.

Geschäftsführer von COMMIT seit der Gründung 2010.

Forschungstätigkeit im Auftrag der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR):

Mehrsprachig und lokal – Nichtkommerzieller Rundfunk und Public Value in Österreich (2010) und Community Medien in Europa – Rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen des dritten Rundfunksektors in 5 Ländern (2008)

Expertentätigkeit für den Europarat im Rahmen des Berichts „Regional media and transfrontier co-operation“ und Beobachter für das Community Media Forum Europe im medienpolitischen Gremium des Europarates CDMSI.

1997 bis 2000 Gründungsgeschäftsführer von Radio AGORA in Klagenfurt/Celovec

Kontakt: hp@commit.at

Meike Lauggas

Promotion in Geschlechter- und Medizingeschichte, Absolvierung des Universitätslehrgangs für Beratungswissenschaft (akademische Supervisorin, Coach und Organisationsberaterin).

Lehrbeauftragte an Universitäten und Fachhochschulen, Forschungsmitarbeiterin, Coach, Supervisorin und Organisationsberaterin, Trainerin für Verhandlungs- und Kommunikationstechniken, Konfliktmanagement, Gender- und Diversitätskompetenz.

Forschungsprojekt im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie gemeinsam mit Manfred Knoche, Andrea Grisold, Wolfgang Hirner:

Entstehung und Entwicklung freier nichtkommerzieller Radios in Österreich (2001)

1998 bis 2004 Sendungsgestalterin bei Radio Orange 94.0

Kontakt: www.meikelauuggas.at

7.2 Dank

In den schlussendlich drei Jahren unserer immer wieder unterbrochenen und verzögerten Arbeit an dieser Studie haben uns zahlreiche Personen in unterschiedlicher Form unterstützt. Unser Dank gilt Herrn Robert Kramreither stellvertretend für das fördernde Bundesministerium für Bildung und Herrn Alfred Grinschgl stellvertretend für die RTR, die COMMIT langjährig unterstützt; wir danken weiters den zahlreichen AkteurInnen in nichtkommerziellen Sendern: unseren 25 InterviewpartnerInnen, die in Kapitel 1.5 namentlich und teils anonymisiert genannt sind ebenso wie Wolfgang Weritsch und Marlies Pratter von Radio Helsinki in Graz, Andi Wahl von Radio FRO in Linz für die Organisation von InterviewpartnerInnen und Räumlichkeiten; den KoordinatorInnen in den verschiedenen Sendern, die unsere Einladungen an SendungsgestalterInnen weitergeleitet und kommuniziert sowie Interesse an den Ergebnissen bekundet haben; den SendermitarbeiterInnen, die den Online-Fragenbogen ausgefüllt haben; den DiskutantInnen auf der Civilmedia 2015 in Salzburg, wo wir die Ergebnisse erstmals vorstellen und diskutieren konnten; Carla Stenitzer für umfassende Unterstützung und die Auswertung der Online-Umfrage und Henry Loeser für seinen Rat hinsichtlich dieser Befragungsform; Laura Ippen für Lektoratsarbeiten; Monika Kastner für Gedankenaustausch und Literaturtipps; Roswitha Hofmann für wissenschafts-methodischen Rat; Christian Kloyber für zahlreiche Hinweise auf aktuelle Kontexte und Verbindungen; Brigitta Busch für personelle, methodische und inhaltliche Hilfestellungen sowie ihr konstant offenes Ohr für unsere Fragen; Kordula Knaus für das wissenschaftliche Lektorat und ihre anhaltende Zuhöbereitschaft; Gabi Peissl für kritische Fragen.

7.3 Abbildungen

Abbildung 1: Media and Information Literacy und ihre Komponenten	27
Abbildung 2: Encoding/Decoding-Modell nach Hall	41
Abbildung 3: Stufen von Partizipation in Massenmedien nach Day	42
Abbildung 4: Workshops, die die Befragten absolviert haben	63
Abbildung 5: Verhinderungsgründe für Workshops	65
Abbildung 6: Weiterbildungswünsche der Befragten	68
Abbildung 7: Tätigkeitsbereiche im nichtkommerziellen Rundfunk	77
Abbildung 8: Tätigkeitsbereiche seit Beitritt zum nichtkommerziellen Rundfunk	79
Abbildung 9: Feedback	88
Abbildung 10: Möglichkeiten, die der nichtkommerzielle Rundfunk bietet	93
Abbildung 11: Kontakte im nichtkommerziellen Rundfunk	100
Abbildung 12: Kontaktaufnahme im nichtkommerziellen Rundfunk	101
Abbildung 13: Art der Wahrnehmungsveränderung	109

Impressum

Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

Band 2/2016: „Ich lerne mit jeder Sendung“

Bildungsleistungen und Beiträge zum lebensbegleitenden Lernen
des nichtkommerziellen Rundfunks in Österreich

Eigentümerin, Herausgeberin und Verlegerin:
Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR),
A-1060 Wien, Mariahilfer Straße 77–79
E-Mail: rtr@rtr.at, Internet: www.rtr.at

ISBN 978-3-200-04707-5

Für den Inhalt verantwortlich: Dr. Alfred Grinschgl (Geschäftsführer Medien),
Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

Grafik und Layout: Bulgarini Verlag und Werbeagentur, A-3053 Laaben, Gföhl 8

Verlags- und Herstellungsort: Wien
Einzelverkaufspreis: 10,- Euro

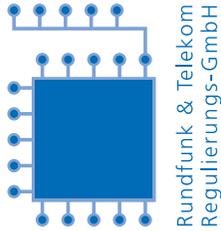
Copyright Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH 2016

Studienautorinnen und -autoren:
Mag. Helmut Peissl
Mag.^a Dr.ⁱⁿ Meike Lauggas

Diese Publikation steht unter der Creative Commons Lizenz CC-BY-4.0. Das heißt, die Texte und Forschungsergebnisse dürfen geteilt, vervielfältigt, weiterverbreitet und bearbeitet werden, sofern angemessene UrheberInnen- und Rechteangaben gemacht werden und ein Link zur Lizenz beigefügt wird. Änderungen müssen als solche ausgewiesen werden. Es dürfen keine zusätzlichen Klauseln oder technische Verfahren eingesetzt werden, die anderen rechtlich irgendetwas untersagen, was die Lizenz erlaubt.

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>





Rundfunk & Telekom
Regulierungs-GmbH

RTR