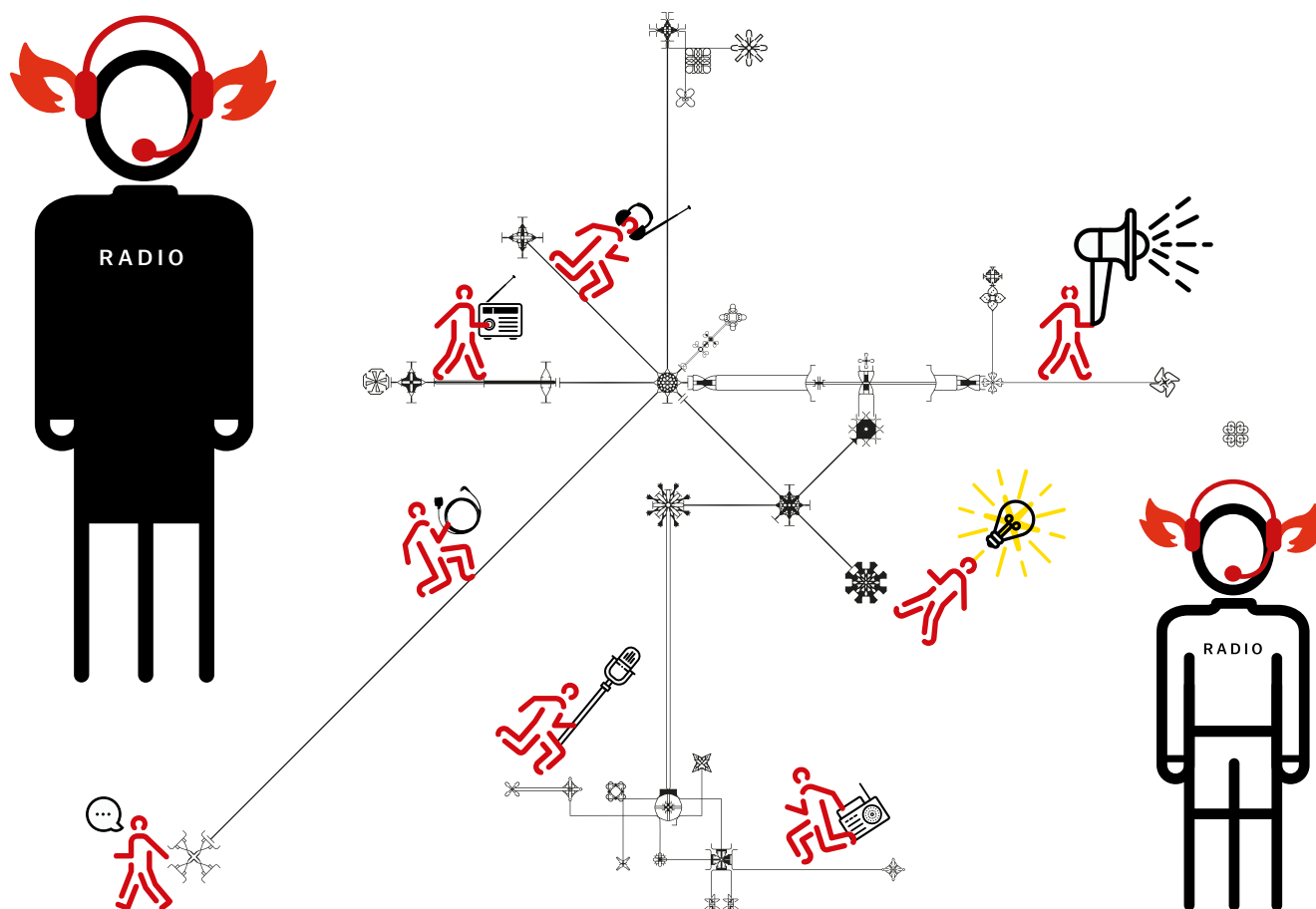


# Selbstbestimmt, niederschwellig und lustbetont

## Lernen durch die Produktion von Sendungen

**W**enn von Rundfunkmedien und Bildung die Rede ist, wird zumeist an das Lernen durch den Konsum von Sendungen gedacht. Aber auch jene, die die Sendungen produzieren, lernen dabei und dies kann sogar wesentlichlicher sein als die Bildungseffekte bei Hörer\_innen und Seher\_innen. Im Mittelpunkt dieses Artikels steht das – häufig nicht angestrebte, aber bemerkenswert umfassende – Lernen derjenigen, die Sendungen im nichtkommerziellen Rundfunk in Österreich gestalten.



Nichtkommerzielle Sender – international sogenannte Community-Medien – zeichnen sich durch lokale Verankerung und gemeinschaftliche Organisationsform aus. Das heißt, dass dort grundsätzlich jede interessierte Person ohne Vorkenntnisse eine Sendung machen kann und die dabei verwendete Sprache, die Inhalte und Gestaltung (im Rahmen einer Verpflichtung zur Diskriminierungsfreiheit) selbst bestimmt. Dies gibt auch Personen und Gruppen eine öffentliche Stimme, die medial sonst kaum vertreten wären.

Eine Gesetzesänderung 1997 ermöglichte es freien Medien in Österreich, sich – neben öffentlich-rechtlichem und kommerziellem – als dritter Sektor (legal) zu etablieren. Derzeit sind 17 nichtkommerzielle Rundfunkstationen aktiv, davon 14 Radio- und drei TV-Sender, in denen rund 3.000 Personen hauptsächlich ehrenamtlich mitwirken.

In zahlreichen Studien auf internationaler Ebene wurde festgestellt, dass die Möglichkeit der Mitarbeit in solchen Sendern nachweislich zur Stärkung des gesellschaftlichen Zusammenhalts, des lokalen Empowerments sowie des interkulturellen Dialogs beiträgt (vgl. Carpentier 2011, Coyer et al. 2007, Lewis/Jones 2006, Rodriguez 2001, 2011). Erwähnung findet dabei häufig, dass die Sendungsgestalter\_innen auf zahlreichen Ebenen profitieren, so auch durch den Erwerb von Kompetenzen, die weit über die Fähigkeit hinausgehen, eine Sendung zu gestalten. Einige wenige Forschungsprojekte in England und Irland (Lewis/Jones 2006, Cvetković 2010) konnten dies in ausgewählten Aspekten auch nachweisen.

In einer explorativen, empirischen Studie wurde diese Annahme auch in Bezug auf Österreich überprüft (Peissl/Lauggas 2016). Zur Erforschung der Lerneffekte bei Sendungsgestalter\_innen in österreichischen Community-Medien wurden Selbst- und Fremdbeschrei-

bungen in Form von Fokusgruppengespräch, Forschungsworkshop, Expert\_inneninterviews und Onlineumfrage eingeholt sowie die angebotenen Aus- und Weiterbildungsprogramme der Sender analysiert.

**„... das war eigentlich ganz banal ...“**

Der Umgang mit Technik – aufnehmen, schneiden, mischen, senden usw. – ist die am leichtesten benennbare Lernerfahrung. Wiederholt wurde betont, dass die Scheu vor der Technik anfänglich am größten war, erste Bedienungserfahrungen aber zu einer raschen und weitgehenden Entmystifizierung führten. Diese wird durch die Freiheit zu Fehlern und (technischen) Pannen zusätzlich erleichtert.

**„... du bist dahinter, das hören die ...“**

Das Mikrofon hat sich als höchst aufgeladenes Symbol von Radio- und Fernseh-Sendungsproduzent\_innen herausgestellt, denen ihr eigenes Sprechen, das verstärkt und gesendet wird, bewusster wird und für viele eine erste wichtige Hürde ist. Häufig wird ganz gezielt eine Sprache (Erst- oder Fremdsprache, Dialekt, Mundart, Slang usw.) 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 nichtdeutschen Erstsprache 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 Gestalter\_innen und den Hörer\_innen. Mit dem Mikrofon in der Hand werden die Produzent\_innen wahr- und als Repräsentant\_innen von Öffentlichkeit ernst genommen und aufgewertet. Um Mikrofon, Sprache und Sprechen gruppieren sich zahlreiche v. a. informelle Lernerfahrungen, die das Selbstbild in bestärkender Weise verändern.

**„Ich lese jetzt Dinge, die ich vorher nie gelesen hätte“**

Die Produktion von Sendungen zieht in einem überraschend hohen Ausmaß die Beschäftigung mit und Recherche von neuen Inhalten nach sich. Zahlreiche Veranstaltungen und kulturelle Angebote wie Filme, Konzerte, Diskussionsveranstaltungen werden besucht, weil eine Sendung dazu geplant oder überlegt wird. Dieses erhöhte Interesse an gesellschaftlicher und kultureller Teilhabe und Auseinandersetzung beginnt für viele erst mit der Sendermitarbeit. Für eine beeindruckend hohe Personenanzahl nahmen auch Lese- und Schreibtätigkeit durch ihre Mitarbeit beim nichtkommerziellen Rundfunk erheblich zu, sie begannen Büchereien aufzusuchen oder Literatur zu kaufen.

**„Jetzt pack ich halt mein ... mein ... Radiogerät ein und frag neben dem, das wir so und so reden, hast du Zeit, dass wir ein Interview machen?“**

Zur inhaltlichen Weiterbildung kommt auch eine ausgeprägte soziale, da Interviews oder Studioeinladungen häufigen Kontakt mit Personen erfordern. Dabei setzen sich Sendungsgestalter\_innen mit diesen Menschen, mit Herkunft und Ansichten auseinander, übernehmen Verantwortung bei der Erklärung des Ablaufs für Studiogäst\_innen und kooperieren mitunter mit Institutionen oder anderen Sendungsmacher\_innen. Als Journalist\_innen mit Mikrofon haben sie die Scheu vor berühmten Personen oder sonstigen Autoritäten (ein Stück weit) abgelegt und profitieren davon, von diesen Gesprächspartner\_innen 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. Insofern bieten nichtkommerzielle Sender Rahmenbedingungen für sogenanntes Sozialkapital: Dieses betont den Wert von Kontakten, die Menschen miteinander pflegen, die als erneuerbare Ressourcen wichtig sind und auch den gesellschaftlichen Zusammenhalt fördern (Vater/ Kellner/Jütte 2011).

**„Und bei der Musik ist mir auch wichtig, dass ich keine Mainstream-Sachen bring“**

Die Erfahrung der medialen Aufbereitung von Inhalten schärft bei fast allen Sendungsproduzent\_innen die Aufmerksamkeit für die Gestaltung von Medienbeiträgen anderer Sender. Gelungenes, aber auch die Fehler der Profis werden nun gehört und wirken inspirierend auf eigene Produktionen. Manche möchten gezielt Musik oder Inhalte bringen, die in (kommerziellen) Sendern wenig Raum erhalten. Die Position von Menschen in kulturellen, sozialen, sprachlichen Communitys oder Subkulturen verändert sich in der Rolle als öffentliche Sendungsgestalter\_innen – sie werden zu Ansprechpersonen. Anderen wiederum bereitet es Freude, sich an professionellen Journalist\_innen zu orientieren, mit ihnen zu vergleichen und dabei in der Lage zu sein, selbst Öffentlichkeit zu bespielen. Medienkompetenz wird also umfassend erworben und ausgebaut, für einige stellt dieses Engagement auch den Ausgangspunkt für berufliche Karrieren in der Medienbranche dar.

**„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 ... mit der Zeit“**

Mut und Spontaneität stellten sich als zentrale Herangehensweisen heraus, die besonders häufig mit lustvollem Lernen in Zusammenhang gebracht wurden. Gefahrlos etwas ausprobieren und spontan agieren zu können oder notfalls zu müssen, kam in zahlreichen Angaben als Ausgangssituation vor, in der lehrreiche Erfahrungen gemacht werden konnten. Immer wieder wurde (kichernd) von Experimenten erzählt, die gut oder schlecht verliefen. Inhaltliches Vermittlungsbedürfnis und Spaß an ungeplantem oder auch unvorbereitetem Tun stellen für viele einen spielerischen Zugang zu neuem Wissen und neuen Kompetenzen dar.

Es lässt sich also zusammenfassen, dass in Community-Medien folgende Bedingungen (in je unterschiedlichem Ausmaß) für Gestalter\_innen besonders förderlich sind: keine langen Ausbildungen, sondern sofort anfangen können bzw. learning by doing mit größtmöglicher Freiheit für Fehler und Experimente und ohne Produktivitäts- oder Leistungserwartungen erfüllen zu müssen; selbstständig und interessengeleitete Wahl von Lernfeldern, Inhalten und Gestaltung mit Anbindung an den eigenen Lebensraum; persönliche Kontakte im Sender, der örtlich möglichst nahe liegen sollte.

Community-Medien in Österreich bieten also Voraussetzungen, unter

denen vielfältige Bildungsleistungen für unterschiedlichste Personengruppen möglich sind – speziell auch für jene, die kein Interesse an angeleiteter Weiterbildung zeigen. Im Falle von konkreten Sendungsproduktionen passiert Bildung nebenbei, ist nicht an extern definierter Nützlichkeit ausgerichtet, sondern befördert Selbstbestimmung, Stärkung der persönlichen Einzigartigkeit, Selbstermächtigung und Bewusstwerdungsprozesse über die Gesellschaft und der eigenen Handlungsfähigkeit darin. Und nicht zuletzt macht es Spaß! —

---

## Literatur

---

Carpentier, Nico (2011): Media and Participation. A site of ideological and democratic struggle. Bristol: Intellect.

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.

Lewis, Peter M. und Susan Jones (Hg.) (2006): From the Margins to the Cutting Edge. Community Media and Empowerment. New York: Hampton Press.

Peissl, Helmut / Lauggas, Meike (2016): „Ich lerne mit jeder Sendung!“ Bildungsleistungen und Beiträge zum lebensbegleitenden Lernen des nichtkommerziellen Rundfunks in Österreich. Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH Band 2/2016: Wien. <https://www.rtr.at/de/inf/SchriftenreiheNr22016/Band2-2016.pdf> (Stand: 7.11.2018).

Rodriguez, Clemencia (2001): Fissures in the Mediascape. New York: Hampton Press.

Dies. (2011): Citizens Media against armed conflict. Disrupting violence in Colombia. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Vater, Stefan, Kellner, Wolfgang und Jütte, Wolfgang (Hg.) (2011): Erwachsenenbildung und Sozialkapital. Münster: Lit Verlag.

---

**Meike Lauggas** hat Geschichte studiert und arbeitet als Coach, Trainerin und Lehrbeauftragte.

