



Bericht zum Förderungsantrag "Train the Trainer - Entwicklung des Workshopangebots - Seminare - Ausbildungsförderung"

VORWORT

AUSGANGSLAGE: vom Auftrag zum Bedarf

- Motivation
- Qualität
- Der Auftrag Freier Radios
- Organisation Freier Medien
- Ziele
- Bedarf nach Weiterentwicklung des Bildungsangebotes

AUSWERTUNGEN: Potentiale der Ausbildungsentwicklung und kritische Medienkompetenzen

- METHODEN – die qualitative Potentialanalyse
- ERGEBNISSE DER UMFRAGE
 - Erhobene Kompetenzen
 - Radio Ausbildung / Geschlossene Formen
 - Medien- und Umfeldkompetenz mit diskursiven / affirmativen Zielen
 - Aktuelle Workshops
 - Potentielle Workshops
- ORGANISATORISCHER HORIZONT
 - Einzelne Einheiten
 - Eingebettete Einheiten

FAZIT: Rückbindungen und Strategien.

- Ansprüche von Ausbildung bei Freien Radios
- Arbeitsorganisation
- Umsetzungsstrategien

VORWORT

Der Bericht ist ein Zwischenschritt auf dem Weg zur weiteren Ausbildungsentwicklung bei Radio Helsinki. Der Bericht fasst jene aktuellen Potentiale bei Radio Helsinki zusammen, die absehbar mögliche Angebote in der Wissensvermittlung (Ausbildung und kritische Medienkompetenzen) ansprechen, deren Umsetzung noch der Klärung bedarf: in Organisationsfragen und Ressourcenfragen.

Strategie der Umsetzung: Befragung der Ressourcen und Potentiale als erster Schritt.

Um die Voraussetzungen für die Erweiterung des Ausbildungsangebots zu klären wurde eine qualitative Umfrage unter 40 ausgewählten Personen aus dem Verein und seinem Umfeld durchgeführt, mit der für die Radioausbildung relevante Kompetenzen und Ressourcen der Befragten sowie deren Zugang zu Netzwerken und Infrastruktur erhoben wurde. Weiters fanden Gespräche mit der Ausbildungsgruppe statt, die zur Erfassung der Ausgangslage dienten. Die Erhebung wurde von Walther Moser, Wolfgang Weritsch und Gudrun Diestler durchgeführt.

Aufbau des Berichtes:

- Ausgangslage bei Radio Helsinki und Rückbindung an das Feld (Charta, Statuten, Konzepte)
- Die Umfrage
- Fazit und Strategien

Ziel des Berichtes:

- ausgehend von aktuellen Ausbildungsangeboten bei Radio Helsinki
- über die Erfassung der Potentiale
- die Entwicklung von Wissensvermittlung im engen Sinn (Ausbildungen) und im weiten Sinn (kritische Medienkompetenzen) anzustoßen.

Der Bericht versteht sich als Grundlagenpapier für Aufbauarbeit bei Radio Helsinki und Kommunikation dieses Willens, der Potentiale und Strategien an die RTR.

Im Anhang geben wir Beispiel für erweiterte Bildungsangebote (Seminar Universität Graz), Einblicke in die Methoden und Werkzeuge der Erhebung, graphische Hilfsmittel zu Ausbildungsstrategien.

ANHANG

- Angaben zur Methode der qualitativen Umfrage.
- Beilage des Umfrageblattes, Beilage einer Mind Map, Beilage eines Auswertungsblattes
- Praxisbeispiel: Seminar an der Karl-Franzens-Universität Graz / Abteilung für Zeitgeschichte.
- Grafik: Beispiel für Modulare Ausbildungswege von der Aufnahme zum Schnitt.

AUSGANGSLAGE: vom Auftrag zum Bedarf.

Motivation

Zielgruppen: Das Ziel der Ausbildung bei Freien Radios sind technisch selbstständige, inhaltlich autonome und selbstbewusste, kritische SendungsmacherInnen. Ein Weg zu diesem Ziel ist die Organisation von Radio Helsinki als soziales Medium in dem „Critical Media Literacy¹“ sich entwickeln kann. Wir berufen uns hierbei auf die Prinzipien des „Offenen Zugangs“ und „Partizipation“, die - konsequentt gedacht - in der Auflösung der Dichotomie aus Sendern und Empfängern; von Produzenten und Rezipienten kulminiert.

Die Produktion von Sendungen beginnt mit beim Zuhören. Das Scharnier zwischen Zuhören und aktivem Gestalten sind die Ausbildungsangebote und allgemein die Wissensvermittlung bei Freien Radios. Die Umfrage antizipiert diesen Anspruch als wir im Radioumfeld erhoben haben, welche Themen, Strategien, didaktischen Mittel und Ressourcen SendungsmacherInnen in Austausch bringen möchten und unter welchen Bedingungen.

Qualität

Freie Radios sind in ihrer Ausbildung dann gut, wenn sie den Interessierten die erforderlichen Kompetenzen vermitteln können, um mit einfachen Mitteln gute Ergebnisse zu erhalten. Dieser Anspruch ist schwer einzulösen: Das "Radio machen" ist ein anspruchsvoller Prozess. Nicht zuletzt sind Freie Radios getragen von ehrenamtlicher Arbeit und Tätigkeit in Freizeit. Gespräche führen,

¹ Mit Critical Media Literacy beziehen wir uns hier auf das Dossier von Kendall, McDougall (2012: 28): Das Aufheben von privilegiertem Wissen das sich in Hierarchien einschreibt, zwischen „professionellen Autoren, Journalisten, Produzenten und den Amateuren und Ehrenamtlichen“ und weiter dem Aufheben der Disparität zwischen Medium und Publikum. Wir meinen, dass freie, lokale Medien diesem Anspruch idealiter entsprechen, in der Umsetzung durch mangelnde Ressourcen aber nur „nahe kommen können“.

Texte schreiben, Sendungsgestaltung und Audioverarbeitung, Umgang mit diverser Software, Kontrolle am Mischpult. Wenn es darum geht, alle Interessierten in die Selbständigkeit zu versetzen, sind – bei allem Anspruch – auch Freie Radios nicht barrierefrei. Wenn eigenständiges Senden nicht möglich ist, können Freie Radios in begrenztem Maß Betreuung anbieten. Das gilt etwa für Sendungen mit Kindern und Jugendlichen oder Menschen mit Einschränkungen. Der niederschwellige Zugang zum Radiomachen ist ein medien- und demokratiepolitischer. Nun geht es darum eine Palette von Aus- und Weiterbildungsformen zu entwickeln, die viele Bedürfnisse gerecht werden kann. Was liegt hier näher als nach den eigenen Ressourcen im Radio bei den aktiven SendungsmacherInnen zu fragen und sie als MultiplikatorInnen anzusprechen. Schließlich sind sie es, die wissen, wie in Freien Radios mit knappen Ressourcen beachtliche Ergebnisse erreicht werden können.

Organisation sozialer Medien

Der Verweis auf die Praxis ist nötig, denn Ansprüche bei Qualität und Auftrag sind immer an die Möglichkeiten und Ressourcen der Organisation gebunden.

Radio Helsinki ist als Verein organisiert, die allermeiste Arbeit wird in ehrenamtlicher Tätigkeit geleistet. Zwei gewählte Gremien repräsentieren die Mitglieder und SendungsmacherInnen: Der Vorstand leitet die Geschäfte, der Programmrat ist verantwortlich für das Programm. Radio Helsinki folgt strikt der Trennung ökonomischer und inhaltlicher Belange! Die operative Umsetzung von Entscheidungen der beiden Gremien ist an den Angestellten des Vereins im Umfang von 250%, konkret: 5 Angestellte zu je 50% (zwei Techniker, eine Finanzstelle, eine Stelle Programmkoordination, eine Stelle Öffentlichkeitsarbeit).

Für die Ausbildung relevant ist eine Arbeitsgruppe von vier Vereinsmitgliedern, die Basisschulungen und digitalen Schnitt anbieten. Diese Gruppe ist auch Anlaufstelle für allfällige Ausbildungs-Fragen.

Ansonsten ist Radio Helsinki, als soziales Medium qua "Community Medium" dezentral und informell organisiert: das entspricht der Einsicht, dass die alltägliche Betreuung aller Vereinsmitglieder (120 SendungsmacherInnen und 400 Mitglieder) für die Gremien und Angestellten unmöglich ist. Weiters setzt Radio Helsinki darauf, dass SendungsmacherInnen eben nicht in Abhängigkeit einer Betreuung von MediatorInnen oder Redaktionen sind, sondern aufgeklärt und selbstständig Sendungen gestalten können (Öffentlicher Zugang, Partizipation und Emanzipation). Der Verein Radio Helsinki möchte seinen Mitgliedern und allen Interessierten das Wissen um Medienkompetenzen bei Freien Radios zugänglich machen:

Ziele

- 1) um die Qualität der Radiosendungen zu verbessern,
- 2) neue Personengruppen, neue Themen und Gestaltungsformen in das Programm aufzunehmen
- 3) über die Veranstaltungen das Radio als sozialen Ort der Begegnung von Menschen zu stärken.

Rückbindung: Der Auftrag Freier Radios

Als Freies Radio bietet der Verein Radio Helsinki einen offenen Zugang zur Sendungsgestaltung für alle Personen und Gruppen, die dem gesetzlichen Rahmen und den Programmrichtlinien des Senders entsprechen. Im Besonderen gilt dies für Personen, die aufgrund von Diskriminierung nach nationaler, ethnischer oder sozialer Herkunft, Alter, Behinderung, Geschlecht, sexueller Orientierung oder Lebenseinstellung einen erschwerten oder gar keinen Zugang zu Medien haben, beziehungsweise für Menschen, die sich in fundierter Weise mit diesen Themen auseinandersetzen. Offener Zugang für Personen zur "unzensurierten Meinungsäußerung und Informationsvermittlung" ist die medienpolitische Legitimation Freier Radios, festgemacht in Artikel 2 der Charta des Verbandes Freier Radios. Dem politischen folgt der pädagogische Anspruch aufs Wort "Partizipation" in Artikel 3: "Freie Radios stellen Trainings-, Produktions- und Verteilungsmöglichkeiten zur Verfügung. Sie bilden Plattformen [...] für gesellschaftliche Initiativen und für gesellschaftlich oder medial marginalisierte Communities. Sie laden ihre HörerInnen zur aktiven Beteiligung ein, spiegeln die gesellschaftliche, kulturelle und sprachliche Vielfalt ihrer Ausstrahlungsgebiete wider und fördern den interkulturellen Dialog."

Beide Leit motive "Offener Zugang" und "Partizipation" sind auch im Vereinszweck von Radio Helsinki verankert mit dem Anspruch für interessierte Personen und Gruppen durch technische und didaktische Betreuung den Zugang möglichst barrierefrei zu halten.

Vom Einstieg (Basisschulung) zur Festigung (Probesendung): Prinzipiell kann bei Radio Helsinki jede(r) Interessierte ehrenamtlich Sendungen gestalten. Bedingung ist die Teilnahme an der Basisschulung. Jene vermittelt Grundkenntnisse im Medien- und Urheberrecht, Ethik, journalistische Darstellungsformen, Medienlandschaft in Österreich unter Berücksichtigung der Freien Radios und Technik (Sprechen am Mikrofon im Studio und mit portablen Rekordern). Die Basisschulungen bereiten auf möglichst selbstständiges Arbeiten der künftigen SendungsmacherInnen im Radiobetrieb vor. Die Probesendung ist Gelegenheit das Gelernte in der Praxis zu festigen, begleitet durch die AusbilderInnen. Der Programmrat entscheidet, ob die nötige praktische Sicherheit gegeben ist und das Sendungskonzept den formalen Bedingungen von

Radio Helsinki entsprechen (Charta des Verbandes Freier Medien Vereinsstatuten und Programmrichtlinien).

Darüber hinaus werden Workshops für den Umgang mit dem freien Audioschnittprogramm Audacity angeboten, das einen niederschweligen Zugang zur Vorproduktion von Radiobeiträgen ermöglicht.

Bedarf nach Weiterentwicklung des Bildungsangebotes

Da in der Basisschulung aus Zeit- und Ressourcenmangel nur Grundkenntnisse vermittelt werden können, besteht der Bedarf nach einem erweiterten Ausbildungsangebot zur Sicherung der Qualität der Sendungsproduktion. Über die Schulung der bestehenden SendungsmacherInnen hinaus müssen, um besondere Zielgruppen in das Radioprogramm integrieren zu können, Bildungsangebote gesetzt werden, mit denen aktiv auf Menschen zugegangen wird, die einen erschwerten Mediengriff haben. Das ist in erster Linie im Rahmen von Projekten möglich, die eine Betreuung ermöglichen, die über das alltäglich im Radiobetrieb leistbare Maß hinausgehen. Wichtig ist dabei die Positionierung von Radio Helsinki in der lokalen Öffentlichkeit als nicht kommerzielles, unabhängiges Medium und als Lernort, an dem partizipatives Handeln zur Förderung einer offenen und demokratischen Gesellschaft möglich ist.

Zur Umsetzung der Ansprüche, die sich aus der Charta der freien Radios ergeben, ist der Aufbau von Medienkompetenz bei den handelnden Personen unerlässlich, was eine ständige Auseinandersetzung mit dem Themenfeld bedeutet, wozu auch immer wieder Weiterbildungsmaßnahmen nötig sind. Der Bildungsanspruch der freien Radios braucht für seine Umsetzung zeitgemäße medienpädagogische Formen, die auf die Ansprüche unterschiedlicher Zielgruppen Rücksicht nehmen. TrainerInnen in der Radioausbildung sind MultiplikatorInnen, die hohen Anforderungen sowohl an medienpädagogische Kompetenz als auch an Verständnis für das soziokulturelle und politische Umfeld genügen müssen. Im Begriffsfeld der Medienkompetenz finden sich nicht nur Reflexions- und Nutzungskompetenz, sondern auch Handlungs- und Gestaltungskompetenz.

Für die Umsetzung der genannten Ziele in ein erweitertes Workshopangebot benötigt Radio Helsinki den Zugang zu adäquaten Räumlichkeiten für die unterschiedlichen Lernsituationen. Da solche Räume im Sender nicht zur Verfügung stehen ist der Verein auf die Vernetzung und Zusammenarbeit mit anderen Institutionen angewiesen.

AUSWERTUNGEN: Potentiale der Ausbildungsentwicklung und kritische Medienkompetenzen

METHODEN – die qualitative Potentialanalyse

Die Auswahl der 40 Personen traf das Erhebungsteam aus der Gesamtheit aller aktiven SendungsmacherInnen (c.a. 120 Personen) und dem Umfeld des Vereins.

Als qualitative Methode wählte das Erhebungsteam das "themenzentrierte Interview" mit gerichteten offene Fragen. Zur Auswertung wurden Transkripte angefertigt und im Zuge der Auswertung durch Paraphrasen und Generalisierungen zu verallgemeinerbaren Aussagen verdichtet, die nun in Berichtsform kommuniziert werden.

Die Methoden hatten zum Ziel: anregen zu offenen Antworten um neue, bislang verborgene Potentiale zu entdecken, die sich in Interessen, Inhalten, Vermittlungsformen und Didaktik, Bedingungen und Ressourcen manifestieren.²

Diese Umfrage ist keine Evaluierung im Sinne einer Befragung der aktuellen Ausbildungsangebote, sondern eine Analyse des bei Radio Helsinki vorhandenen "Wissenspotentials und der Motivationen unter Umständen" dieses in Austausch zu bringen. Wir unterscheiden zwischen "Ausbildung" im engen Sinn und "Medien- und Umfeldkompetenzen" im weiten Sinne. Diese Arbeit an den Begriffen und das Finden von passenden Formen in der Aus- und Weiterbildung ist gewiss dem Anspruch Freier Radios geschuldet Begegnungs- Erfahrungs- und Lernräume zu öffnen. Die Auswertung erfolgte anonymisiert.

"Ausbildung" im engen Sinn erhebt den Anspruch abgeschlossene Lehrangebote zu setzen mit klar definierten Zielen und didaktischen Mitteln.

"Medien- und Umfeldkompetenz" im weiten Sinne beinhaltet auch jene Formen von Wissensaustausch und Zusammenarbeit, die prozessorientiert sein können, die handlungsorientiert sein können oder andere Formen annehmen können; durch die Interessierten selbst definierte "Methoden, Formen und Inhalte" eröffnen adaptive und interaktive "Lern-, Erfahrungs-, Erlebnis-, Erkenntnis- und Begegnungsräume".

² Die Methoden zur Auswertung werden im Anhang besprochen.

ERGEBNISSE DER UMFRAGE

Erhobene Kompetenzen

Die befragten SendungsmacherInnen bringen Kompetenzen über "Erfahrungswissen und formale Ausbildungen" mit, in den Bereichen:

- 12 (und mehr) Jahre Erfahrung im Freien Radio
- Kulturvermittlung und kuratorische Arbeit
- Radiomoderation
- Cross-Media Publishing
- Musik- Instrumental- und Gesangspädagogik
- Kulturredaktion öffentlich rechtlicher Rundfunk
- Elektrotechnik-Toningenieur
- Pädagogik Erwachsenenbildung
- Sozialarbeit
- Entwicklungszusammenarbeit
- Journalismus
- Kulturanthropologie
- Interkultureller Dialog
- Biographieforschung
- Sonderpädagogik
- Philosophie und Geschlechterforschung
- Kommunikationstechnik
- SprachlehrerIn
- Informatik

Zusammenfassung der genannten Themen- und Interessensfelder für Ausbildung und Medienkompetenzen.

Radio Ausbildung / Geschlossene Formen

- Basisschulungen
- Sprachausbildung

- Moderation
- Interview
- Der Gebaute Beitrag
- Digitaler Schnitt: Grundkurs
- Digitaler Schnitt: Fortgeschrittene
- Mobiles Außen-Studio

Medien- und Umfeldkompetenz mit diskursiven / affirmativen Zielen

- Blogging und Podcasts
- Experimentelles Arbeiten
- Barrierefreiheit
- Hörspiel
- Experimenteller Audioschnitt
- (Ton)Technik von Frauen für Frauen
- Genderworkshop
- Interkultureller Workshop
- Inklusion - Exklusion
- Antirassismus Workshop
- Kollaborative Programmschwerpunkte
- Kulturanthropologisch Fragen und Interpretieren: Gender / Arbeit / Migration
- Geschlechtergerechter Sprachgebrauch
- Begleitung und Skill-Sharing in der Praxis (Interview, Recherche)
- Aufbau von Kooperationen mit Kultureinrichtungen

Aktuelle Workshops

Basisworkshops: Die Grundausbildung als formale Voraussetzung für die Berechtigung Sendungen bei Freien Radios zu gestalten und zu veröffentlichen. Mit niederschwelligem Ansatz richten sich die Basisworkshops an alle Interessierten und sind daher formal flexibel und didaktisch adaptiv. Die Gruppengröße wird mit maximal 8 Personen pro Einheit benannt. Die Inhalte vermitteln ein Querschnittwissen zu Medienrecht, Audiotechnik, Kontextwissen um Freie Radios und Organisation.

Audioschnittkurse richten sich an jene mit Interesse an "gebauten, vorproduzierten Beiträgen" (Feature und Magazine). Hier wird der gesamte Verarbeitungsweg nachvollzogen: vom O-Ton Material, der Audibearbeitung, dem Gestalten der Beiträge und dem Schnitt zur fertigen Sendung.

Beispiele Potentieller Workshops

Sprachausbildung: Gefordert wurde in der Umfrage eine knappe, klare Sprache im Radio. Die Verständlichkeit verbessern und trotzdem Individualität (Dialekte, Soziolekte) stärken waren weitere Ansprüche. Zwei didaktische Strategien wurden erhoben: Einmal Sprachausbildung (Artikulation) im Vortrag mit Übungen ohne Mikrofon. Zum zweiten Übungen im gestaltenden Moderieren am Mikrofon mit Stationenbetrieb (mit Thema, Texten, Moderieren und Sendungskonzept).

Cross-Media Publishing: Blogs und Podcasts u.a. Formen der Kommunikation im Internet gelten als Erweiterung des Zugangs zu einer interessierten Öffentlichkeit. Die Mischung der Formen von Radio und Sprache und "Hypertext" berücksichtigt Entwicklungen der Neuen Medien und fördert die Kompetenzen publizistischer Arbeit. Weiters soll ein interessiertes Publikum angesprochen und aktiviert werden, durch Vernetzung diverser Kommunikationsformen.

Experimentelles Arbeiten: Interaktiver Workshop. Themen, Umsetzung, Ziele und Formen werden von der Gruppe mit der Kursleitung entwickelt und umgesetzt. Konzept des Workshops ist die Stärkung von Kompetenzen und Abbau von Barrieren im Umgang mit Neuen Medien und Techniken, weiters das Fördern von kreativer Arbeit im Medium Radio auch in Verbindung mit anderen künstlerischen Produktionsformen.

Diskursive Workshops und Veranstaltung: wurden mehrfach in der Erhebung angesprochen. Genannte Themen sind Gender, Interkulturalität, Migration, Arbeit, Barrierefreiheit und Behinderung, Inklusion und Öffentliche Räume, Antirassismus. Die Breite der Themen und deren Bearbeitung im Radio verlangt weitere Überlegungen zur Organisation. Anbieten würden sich einzelne Workshops für MultiplikatorInnen und Mitglieder der Leitungsgremien des Vereins zur Sensibilisierung. Weiters können thematische Veranstaltungen in Projekte eingebettet werden oder für Kooperationen mit Zielgruppen eingesetzt werden. Ein Beispiel zur Barrierefreiheit: Geführte Rollstuhlfahrten in Gruppen durch innerstädtische Gebiete mit Reflexion der Barrierefreiheit und Gestalten von Sendungen. Zwei Beispiele zu Gender: (Ton)Technik Workshops von Frauen für Frauen; weiters projektbegleitende Workshops mit lokalen Institutionen zwischen Männerberatung und Fraueneinrichtungen.

Mobile Tontechnik: Programm entsteht bei Freien Radios zu einem großen Teil außerhalb der Studios. Dieser Workshop soll eine Einführung in die mobile Aufnahmetechnik speziell für Mitschnitte und Übertragungen von Veranstaltungen bieten. Der Einsatz von Mischpulten, Streaming, Tonabnahmen und -aufnahmen sind zu bewältigen. Ziele sind nicht nur die Vermittlung der Kenntnisse, sondern auch die Erweiterung der Arbeitsbereiche von Radio Helsinki.

Gespräche führen und reflektieren: Kulturanthropologische Methoden und die Arbeit von Freien Radios sind kompatibel. Beiden ist gemein die Sensibilisierung für Themen und Formen und das kritische Befragen von Personen. Das Manko bei Freien Radios ist weniger die Motivation, als eher die Umsetzung. Methodische Kompetenzen in Gespräche und heben die Qualität von Interpretationen und Aussagen. Hier geht es darum, "wie über Themen und Personen" gesprochen werden kann.

Interviewtechniken: Vortrag mit Übungen und Beispielen aus der Praxis.

Gebauter Beitrag: Vermittelt das Schreiben von Sendungsskripten an praktischen Beispielen.

Skill-Sharing: Erfahrene SendungsmacherInnen zeigen neuen die Praxis (Studio, Außenaufnahmen, Interviews, Recherche)

ORGANISATORISCHER HORIZONT

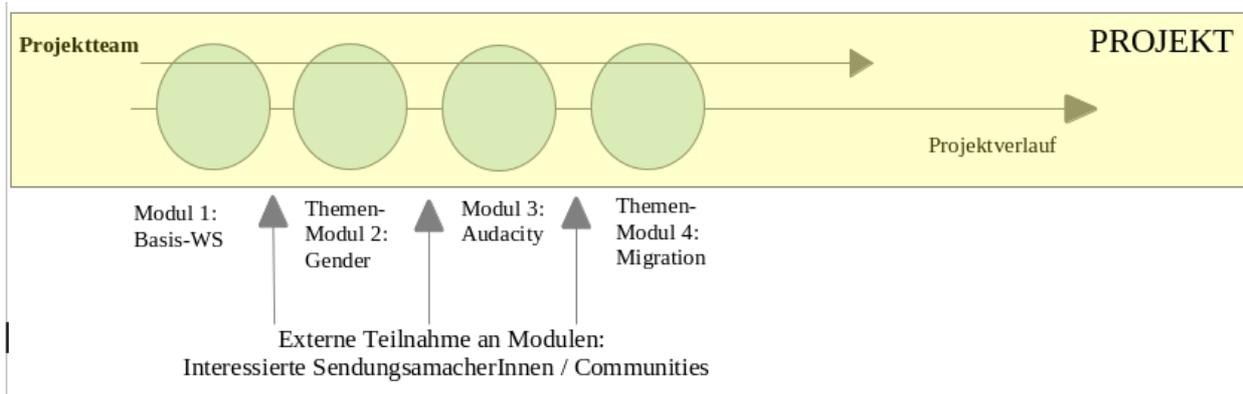
Die Organisation der Angebote in Ausbildung und Medienkompetenzen orientiert sich an den Ansprüchen der Umsetzung. Wir unterscheiden grob zwischen einzelnen Einheiten und eingebetteten Einheiten. Einzeleinheiten können zwar regelmäßig angeboten werden, sind aber klar abgegrenzte für sich organisierte Maßnahmen, wie z.B. die Basisworkshops oder Sprachseminare (mit festgelegter Dauer, Zielen, Inhalten). Eingebettete Einheiten finden im Rahmen langfristiger Prozesse statt, wie z.B. Projekte und Kooperationen und setzen Schwerpunkte, begleiten Entwicklungen. Im Zuge der Ausbildungsentwicklung werden je nach Ansprüchen der Ausbildungsangebote entsprechende Organisationsformen zu entwickeln sein.

Einzelne Einheiten

sind Angebote, wie Basisworkshops, Sprachtraining, Podcasting und Blogs, Interview, Audacity-Schnittkurse.

Eingebettete Einheiten

sind Angebote, wie diskursive Veranstaltungen (Gender, Interkultur, Antirassismus, Inklusion, Barrierefreiheit oder Arbeit und Migration) und technisch-gestalterisch aufwändige Workshops (Gebauter Beitrag, Hörspiel, kreative Arbeit mit Audio).



Beispiel für Projekt mit eingebetteten Workshopeinheiten.

RÜCKBINDUNGEN und AUSBLICK

Arbeitsorganisation

Eingangs hatten wir formuliert: "Das Ziel der Ausbildung bei Freien Radios sind technisch selbstständige, inhaltlich autonome und formal selbstbewusste SendungsmacherInnen". Nun können Basisschulungen und digitale Schnittkurse Grundlagen für die Arbeit in Freien Medien bieten; auch informeller Austausch unter SendungsmacherInnen ist eine gängige Praxis; über das Intranet und das Helsinki-Wiki finden SendungsmacherInnen Hilfestellungen und AnsprechpartnerInnen. Zudem verstehen sich die angestellten Techniker und Büroangestellten als Anlaufstellen für alle möglichen Fragen.

Nach 12 Jahren "Radio Helsinki - Freies Radio Graz" ist es an der Zeit über die Basisausbildung hinaus ein breiteres formales Angebot zur Ausbildung und Medienkompetenz anzubieten. Der organisatorische Aufbau des Vereines als Freies Radio ist geleistet; die Technik ist eingerichtet; Jahre an Erfahrungen in der Radio-Praxis sind gesammelt - nun geht es darum dieses Wissen an die Communities, an die interessierte Bevölkerung zurückzugeben, in Austausch zu bringen. Das ist wohl der Anspruch dem ein Freies Radio, ein soziales Medium - ein Kommunikationsmittel - gerecht werden muss.

Leerstellen und Lücken: SendungsmacherInnen mit anderen Muttersprachen als Deutsch sind in der Umfrage unterrepräsentiert. Die Vermittlung von Kompetenzen in der Radioarbeit speziell bei migrantischen Gruppen stellt eine Herausforderung für Radio Helsinki dar. Zwar ist ein bedeutender Anteil des Programms mehrsprachig gestaltet - jenseits der Sendungsgestaltung sind migrantische Mitglieder von Radio Helsinki kaum in Gremien tätig. Zwar zeichnen sich ihre Sendungen durch ein hohes Maß an kollaborativem Arbeiten aus - die Gruppen vermitteln informell das Wissen ums Senden, dennoch können wir derzeit keinen Basisworkshop in Kurdisch, Igbo oder anderen Sprachen außer Englisch und Deutsch anbieten.

Die Bildungsangebote sind vielseitig und die formale Umsetzung wird dem entsprechen: im Überblick seien Strategien benannt.

Umsetzungsstrategien

Konkret ist geplant, in der zweiten Jahreshälfte 2012 und im Jahr 2013 verstärkt neue TrainerInnen aus dem Pool der Befragten mit ihrem ExpertInnenwissen in das Ausbildungsangebot von Radio Helsinki zu integrieren. Beispielsweise sind Projekte mit Jugendlichen und SeniorInnen bzw. mit MigrantInnen in Ausarbeitung, die zu gemeinsamer redaktioneller Arbeit unter Berücksichtigung der Diversität der Beteiligten führen. Dazu werden sowohl Schulungen im Radiohandwerk und rechtlichen Rahmenbedingungen, als auch die offene Auseinandersetzung mit gesellschaftspolitischen Fragen geplant. Ziele dieser Projekte sind die Integration neuer SendungsmacherInnen, die Förderung der inhaltlichen und technischen Qualität der Sendungen, Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung im Bezug auf Problemfelder des Zusammenlebens in einer vielfältigen, demokratischen Gesellschaft, aber nicht zuletzt auch die Freisetzung des kreativen Potentials der TeilnehmerInnen.

Generell hängt die Umsetzung eines weiterentwickelten Bildungsangebotes von den finanziellen Rahmenbedingungen ab. Niederschwellige Begleitangebote können fallweise in Freiwilligenarbeit geleistet werden, durchkonzipierte Formate wie Workshops erfordern jedoch einen Arbeitsaufwand, der ohne faire Entlohnung nicht zu garantieren ist. Zusätzlich entsteht aus dem Anspruch der Qualitätssicherung der Bedarf nach begleitender Evaluation des erweiterten Bildungsangebotes.

Im Organisatorischen Bereich besteht die Herausforderung darin, Ausbildungsangebote zeitlich und räumlich so zu gestalten, dass möglichst viele der Zielpersonen daran teilnehmen können. Um das Angebot zeitgerecht zu kommunizieren, ist zielgruppengerechte Öffentlichkeitsarbeit erforderlich.

Zur Weiterbildung für die MultiplikatorInnen in der Radioausbildung wurden mehrere Bücher zu medienpädagogischen und -politischen Themen gekauft und stehen in Form einer Leihbibliothek zur Verfügung.

Zu den bestehenden Workshopangeboten wurden Skripten entwickelt. Beigelegt ist das Workshopkriptum zum Audioschnittprogramm Audacity für die zum Zeitpunkt der Erstellung aktuelle stabile Version 1.2.6. In Zusammenarbeit zwischen den Freien Radios in Österreich wurde ein Skriptum für die Basisausbildung entwickelt, das im Sommer 2012 fertiggestellt wird. Die Unterlagen zur technischen Ausstattung sind in den einzelnen Radios natürlich unterschiedlich. Beigelegt sind die von Claudia Holzer und Marco Schretter erstellten Unterlagen in Rohfassung, die in Gestaltung und Layout an das gemeinsame Skriptum angepasst werden, sobald dieses verfügbar ist.

ANHANG

Methoden:

Die Analyse zielte auf internen Potentiale in Bezug auf Ausbildung bei Radio Helsinki. Diese wurden nach sechs Schwerpunkten abgefragt. Zur Befragung entwickelte das Erhebungsteam zwei Werkzeuge³: das Umfrageblatt und eine Mindmap. Das Umfrageblatt besteht aus sechs Fragen, die einfach und offen formulierte die sechs Schwerpunkte abfragen. Die sechs Schwerpunkte berücksichtigen den Anspruch der Umfrage, mit wenigen knappen Fragen möglichst offene und differenzierte Antworten anzuregen:

1. Was möchten Sie machen? (Interessen / Gegenwart)
2. Was wollen Sie erreichen? (Ziele)
3. Wie möchten Sie das Ziel erreichen? (Umsetzung und Methoden)
4. Was brauchen Sie, um Ihr Ziel zu erreichen? (Bedingungen)
5. Welche Ressourcen bringen Sie mit? (Ressourcen / Vergangenheit)
6. Was wünschen Sie sich? (Offene Abschlussfrage mit Ausblick / Zukunft)

Eine Mindmap bot während der Befragung Orientierung für das Befragungsteam. Mit Hilfe der Mindmap konnte das Erhebungsteam nachfragen, wenn für das Erkenntnisinteresse wesentliche indexikalische Information ausgespart blieben. Gemeint sind Fragen nach objektiven

³ Mindmap und Umfrageblatt sind im Anhang angeführt.

Eigenschaften, wie Bedingungen für Bezahlung, Raumbedarf, TeilnehmerInnenanzahl, Teilnahmebedingungen, Zeitaufwand und Organisation, Materialkosten, etc.

Die Auswertungsblätter: für jede TeilnehmerIn wurde ein Personenblatt angelegt, mit Zusammenfassung des Interviews und Überblick zu den Interessengebieten. Dem Personenblatt beigelegt sind die Umfrageblätter, die nach Kontexten, Zielen, Umsetzungen und Ressourcen strukturiert sind. Weiters angeheftet sind die Transkripte.

Die Auswertungsmethoden: Um Objektivität bei gleichzeitiger Offenheit der Erhebung zu erzielen hat das Erhebungsteam die Umfragen digital aufgezeichnet und paraphrasiert (sinngemäßes Transkript). Die Transkripte konnten in einem weiteren Arbeitsgang generalisiert werden und zuletzt wurden alle Interviews nach Kategorien und Dimensionen geordnet. Die gesamte Auswertung liegt dem Vereinsvorstand vor, der über die Nutzung des erhobenen Potenzials zu befinden hat.

Anhang 1

Umfrage: Ressourcen und Potentiale bei Radio Helsinki zur „Medien- und Umfeldkompetenz“ und Ausbildung.

(Jänner – März 2012)

Radio Helsinki, Erhebungsblatt (Nr.....) Datum:.....Ort:.....

Befragende(r):Dauer, von.....bis.....

Befragte.....

Eingangsstatement zum Kontext der Befragung:

Ziel der Befragung ist es, die Ressourcen, die Potentiale und den Bedarf im Bereich Ausbildung und weiter der Medienkompetenz bei Radio Helsinki zu erheben, um eine Weiterentwicklung anzuregen.

- *Was die Befragten selbst zu Ausbildung (aka. Wissensvermittlung, Medienkompetenz) beitragen möchten (in welcher Form).*
- *Welche Ressourcen eingebracht werden können.*
- *Welche Lern- und Lehrbedingungen und -bedürfnisse da sind (Bedingungen).*

Fragenkomplexe bezogen auf Ausbildung, Wissensvermittlung, Kompetenz Medien und Umfeld:

1) Was möchtest Du machen?

Was interessiert Dich? Welche Themen? Welche Formen? Wie würdest Du das nennen?

2) Was willst Du erreichen?

Welche Ziele hast Du mit Deinem Interesse? Was sollen die TeilnehmerInnen mitnehmen?

3) Wie möchtest Du das machen?

Welche Methoden setzt Du ein? In welcher Form möchtest Du das machen?

4) Was brauchst Du, um das zu machen?

Wen willst Du ansprechen (Personen)? Brauchst Du Geld, Technik oder andere Rahmenbedingungen, wie Zeit, Ort, Organisation, Vorbereitungen...?

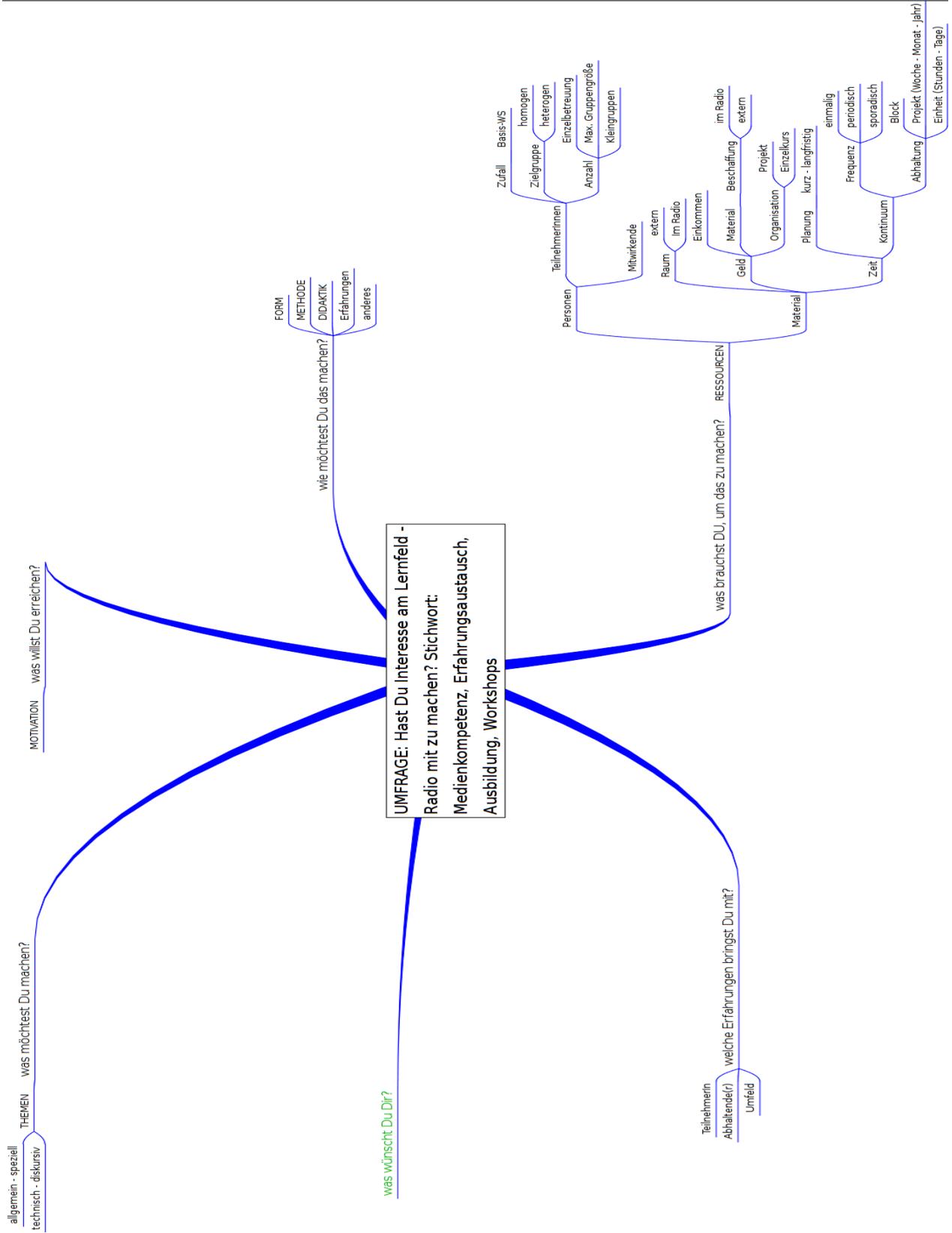
5) Was bringst Du mit?

Welches Wissen? Welche Ressourcen (Netzwerke, Infrastruktur, etc...)

6) Was wünschst Du Dir?

Ganz frei gefragt!

Anhang 2



Im Umgang mit Freien Medien / Radios:

- Für die Arbeit in einem Freien Radio gelten die **Charta** des Verbandes der Freien Radios Österreich (VFRÖ -) und die:
- **Redaktionellen Statuten** von Radio Helsinki.
- Die TeilnehmerInnen werden für die Dauer der Lehrveranstaltung zu „**redaktionellen Mitgliedern**“ von Radio Helsinki.
- Für die Freien Medien gilt das **Medien- und Strafrecht**. Öffentlich-rechtliche und privat-kommerzielle Medien verfügen über eigene Rechtsabteilungen. Freie Medien vertrauen auf **die Selbstverantwortung**, bzw. konsultieren externe Rechtsberatung.

Die wissenschaftliche Arbeit mit Audiomaterial: Wir werden im Produktionsprozess immer wieder zwischen „**Sprache und Schrift**“ übersetzen und unser „Material“ zu einer Sendung verdichten.

Transkripte können inhaltsanalytisch weiter prozessiert werden, nach diversen Methoden und Techniken der qualitativen Feldforschung. Wir überlassen es den TeilnehmerInnen sich für „ihre“ Methoden zu entscheiden, je nach Forschungsbedarf.

Wir erlauben uns **Methoden und Werkzeuge** zu nennen, die wir im Umgang mit Audiomaterial verwenden und auf drei Betriebssystemen (**Linux, Mac, MS**) einsetzbar sind:

Audioschnitt:

- Audacity (Audio Editor / Version 1.2.6.) <http://audacity.sourceforge.net>

Transkription:

- f4 <http://www.audiotranskription.de>

Ordnung des Wissens:

- Zettelkasten 3 <http://zettelkasten.danielluedecke.de>

Methoden und Theorien: Methoden der qualitativen Sozialforschung.

- *Grounded Theory*; Juliett Corbin, Anselm Strauss.
- (Biographischer) Methoden-Mix; Reinhard Sieder.
- *Dichte Beschreibung*; Clifford Geertz.
- Methoden der Oral History, etc...

Abgabeformate (Sendung):

- Dauer der Sendungen: max. 55min (exkl. Sendungs-Jingle)
- Qualität: wav / 44,1khz / 16bit

Freie Radios / Audioportale (Ö / D)

<http://cba.fro.at>

<http://www.freie-radios.net/portal/index.php>

Oral - History Archive

http://www.baylor.edu/oral_history

<http://www.h-net.org/~oralhist/>

<http://www.werkstatt-der-erinnerung.de>

<http://www.zeitzeugengeschichte.de/>

<http://www.classic.uni-graz.at/wsgwww/OHA/oral-erinnerungen.html>

<http://www.museum-joanneum.at/cms/ziel/28308631/DE/>

Literaturhinweise:

Fabian, Johannes (1992): Präsenz und Repräsentationen. Die Anderen und das anthropologische Schreiben. In: Berg, Eberhard; Fuchs, Martin (Hg.): Kultur, soziale Praxis, Text. Die Krise der Repräsentation. Suhrkamp Taschenbuch, Frankfurt/Main (S. 335-364)

Gethmann, Daniel; Schroff, Markus Hg. (2005): Politiken der Medien. Diaphanes Vlg., Zürich.

Katschthaler, Karl: Interpretieren oder Spationieren? Ethnologie als Übersetzung vs. Ethnologie als (Zwischen-)Raum-Geben.

<http://unideb.academia.edu/KarlKatschthaler/Papers>

Perks, Robert; Thomson, Alistair Hg. (2010): The Oral History Reader. 2. Aufl. Routledge, New York.

Pias, Claus et al Hg. (2004) Kursbuch Medienkultur. DVA, Stuttgart.

Sieder, Reinhard (2004): Die Rückkehr des Subjekts in den Kulturwissenschaften. Turia und Kant Vlg., Wien.

Smudits, Alfred (2002) : Die Mediamorphosen des Kulturschaffens. Kunst- und Kommunikationstechnologien im Wandel. Wien.

Strauss, Anselm; Corbin, Juliet (1996): Grounded Theory: Grundlagen Qualitativer Sozialforschung. Beltz, Psychologie Verlags Union, Weinheim.

Von Osten, Marion: Fight Back the Determinator. Kulturelle Arbeit im Post-Fordismus.

http://www.k3000.ch/bulletin/kollektive_arbeit/archive/site013.html

Zindel, Udo; Rein, Wolfgang (2007): Das Radio-Feature. UVK Verlagsgesellschaft. Konstanz.

Kontakte bei Radio Helsinki:

Büro (Leihgeräte, VP Studio): Christof Wirnsperger, Angela Gamerith,
Silvia Kilic-Fortmüller
office@helsinki.at

Telefon (Mo-Fr: 8.00h bis 15.00h): ++43 0316 830880

Adresse: Griesgasse 8 / Lindenpassage.
(100m südl. Südtirolerplatz)

Homepage (Wiki): <http://helsinki.at>

Radio Helsinki Team der MentorInnen:

Koordination: wissen@helsinki.at
Manfred Handler, Walther Moser, Wolfgang Weritsch

Digitaler Schnittkurs: ausbildung@helsinki.at
Martin Schemitsch und Marco Schretter.

Zeitgeschichte im Radio - Sendungen:

die Sendungen des Wintersemesters 2009-2012: (unter Suchmaske Stichwort:
„Zeitgeschichte im Radio“ [http://cba.fro.at/show.php?
lang=de&query=send&sen=989&sort=1](http://cba.fro.at/show.php?lang=de&query=send&sen=989&sort=1)

Terminplan und Checkliste:

.....

.....

.....

WIR FREUEN UNS AUF EINE GUTE und SPANNENDE ZUSAMMENARBEIT !

Anhang 4

Module für Ausbildungswege
Radio Helsinki - Freies Radio Graz

