

# RADIO V.I.T.A. PARTIZIPATIVE RADIO- WORKSHOPS



Methodische Impulse,  
Ideen & Inspiration





Diese Sammlung von Fallstudien wurde im Rahmen des Projekts „Radio V.I.T.A. – Voice In The Air“, abgekürzt als Radio V.I.T.A. (Referenznummer: 2019-1-FR01-KA204-063118), entwickelt. Das Projekt Radio V.I.T.A. wird von der Europäischen Kommission im Rahmen des Programms Erasmus+ unterstützt.



Kofinanziert durch das  
Programm Erasmus+  
der Europäischen Union

Für den Inhalt dieser Publikation sind ausschließlich die Autor\*innen verantwortlich. Die Kommission kann für die hier enthaltenen Informationen oder deren Verwendung nicht haftbar gemacht werden.

## AUTHOR\*INNEN

### stand129

#### Stand 129 – Österreich

Mbatjiua Hambira | Özge Dayan-Mair | Veronika Hackl

## CONTRIBUTORS



élan interculturel

#### Elan Interculturel – Frankreich

Clara Malkassian | Yohan Cambet



#### Radio Activité – Frankreich

Silvia Beraldo | Antoine Lalanne-Desmet



#### Associació La Xixa Teatre – Spanien

Meritxell Martinez | Adrian Crescini | Daniela Eletti

# INHALTSVERZEICHNIS

ÜBER DAS PROJEKT .....	4
EINFÜHRUNG - .....	4
<b>DAS RADIO, EIN VIELSEITIGES INSTRUMENT UND MEDIUM FÜR KÜNSTLERISCHEN AUSDRUCK UND SO- ZIALEN ZUSAMMENHALT .....</b>	<b>4</b>
ÜBER DIESES HANDBUCH .....	5
ÜBER DIE ORGANISATIONEN .....	6
<b>METHODEN FÜR RADIOWORKSHOPS .....</b>	<b>7</b>
EINLEITUNG.....	7
STORYTELLING.....	8
THEATER DER UNTERDRÜCKTEN.....	11
KOLLEKTIVE RADIOPRAXIS.....	15
<b>MIT RADIOFORMATEN EXPERIMENTIEREN .....</b>	<b>17</b>
EINLEITUNG.....	17
INTERVIEW UNTER GLEICHGESINNTEN .....	17
Vox Pop.....	19
KLANGCOLLAGE .....	20
RADIOTHEATER.....	21
RADIOPOESIE .....	23
CORONA-EXKURS: SPRACHNOTIZ-RADIO .....	24
DEBATTE & PODIUMSDISKUSSION .....	24
<b>VERBREITUNGSSTRATEGIEN .....</b>	<b>26</b>
BROADCAST-EVENT .....	26
ONLINE-BEWERBUNG .....	27
<b>ZUM ABSCHLUSS .....</b>	<b>31</b>



# EINFÜHRUNG - DAS RADIO, EIN VIELSEITIGES INSTRUMENT UND MEDIUM FÜR KÜNSTLERISCHEN AUSDRUCK UND SOZIALEN ZUSAMMENHALT

## ÜBER DAS PROJEKT

„Radio V.I.T.A.“ (Voices In The Air) ist ein Erasmus+-Projekt, das sich an Menschen richtet, die sowohl institutionell als auch in ihrem Alltag von Diskriminierung betroffen sind. Oft werden ihre Stimmen, Wünsche und Sorgen nicht gehört – obwohl sie viel zu sagen haben! Das liegt unter anderem daran, dass Menschen mit Diskriminierungserfahrungen in der öffentlichen Diskussion stark unterrepräsentiert sind. Radio V.I.T.A. will einen Raum schaffen, in dem sie ihre Anliegen mit Hilfe des Radios endlich hörbar machen können.

Das Projekt experimentiert mit verschiedenen, partizipativen Radioformaten und überlässt den Teilnehmer\*innen die Wahl der Themen sowie die Inhalte der Sendungen. Ein Trainer\*innenteam unterstützt sie mit einigen – meist spielerischen und lockeren – Tools und Übungen, die helfen sollen, die Teilnehmer\*innen auf die Aufnahmen vorzubereiten (z.B. Stimmübungen, Sprechübungen, Themenfindung, Aufnahmesituation). Dieses Handbuch ist eines von insgesamt vier Bildungsmaterialien, die im Rahmen dieses Projekts entstanden sind.

### Radio V.I.T.A. Handbuch Radioworkshops:

Enthält Anleitungen (einschließlich technischer Ausrüstung, praktischer Übungen und Hilfsmittel, Nachbearbeitung) für die Durchführung von Radioworkshops.

### Radio V.I.T.A. Stimmen hörbar machen:

Enthält die Fallstudien zu den Workshops, die im Rahmen des Projekts in allen drei Partnerländern durchgeführt wurden. Enthält außerdem Erfahrungsberichte sowie Informationen zu den Zielgruppen und zur Methodik.

### Radio V.I.T.A. Empowerment Glossar:

Hierbei handelt es sich um eine illustrierte Sammlung von Themen und Begriffen zum Thema Ermächtigung. Die Begriffe wurden von den Teilnehmer\*innen der V.I.T.A.-Workshops definiert. Eine hilfreiche Sammlung, um mehr über die Perspektiven von Minderheitengruppen zu erfahren.



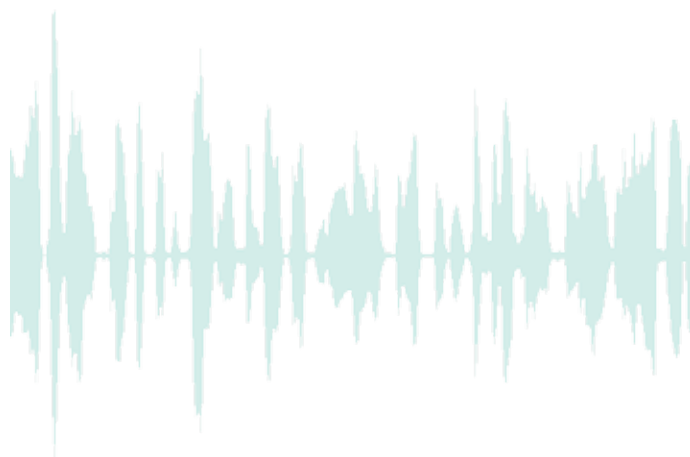
## GUT ZU WISSEN:

In diesem Handbuch beziehen wir uns oft auf die Begriffe Soziales Radio und Community Radio. Wir beziehen uns hauptsächlich auf Soziales Radio, wenn wir aus der Perspektive von Ausbilder\*innen und Pädagog\*innen sprechen, während Community Radio eher der Perspektive der Teilnehmer\*innen entspricht. Die Grenze zwischen diesen Begriffen ist jedoch fließend.

Beide Begriffe haben eine emanzipatorische Komponente und einen Schwerpunkt auf Zusammenarbeit, Koproduktion und Beteiligung.

Alle Materialien sind als PDF und digital auf der Projekt-Website verfügbar. Besuchen Sie <https://radiovita.eu/>

Die Radio V.I.T.A.-Methodik zielt darauf ab, das Radio nicht nur als Mittel zur Selbstdarstellung und Repräsentation zu nutzen, sondern auch als kreativen Weg um Themen im Zusammenhang mit gesellschaftlichem Zusammenhalt anzusprechen, wie z.B. Selbstermächtigung, Gleichheit, Interkulturalität und Identität.



# ÜBER DIESES HANDBUCH

Dieses Handbuch dient als Leitfaden und soll all jenen als Inspiration dienen, die mit Minderheiten arbeiten bzw. arbeiten wollen, die noch keine (oder nur wenig) Erfahrung mit dem Tool Radio haben. Erfahrene Leser\*innen finden hier vielleicht neue Blickwinkel auf ihre Projekte. Anfänger\*innen auf diesem Gebiet sind eingeladen etwas auszuprobieren und zu erkunden!



## GUT ZU WISSEN:

Was ist Radio? Mit Radio wird in der Regel ein Programm assoziiert, das auf einer Radiofrequenz zu finden ist (z.B. UKW-Rundfunk, eine Art der Radioausstrahlung mittels Frequenzmodulation). Bei Radio V.I.T.A. beziehen wir uns auf die inhaltliche Ebene des Radiokonzepts und verstehen es als ein auditives Medium, das nach bestimmten Methoden arbeitet, nach bestimmten Regeln funktioniert und nach bestimmten Formaten aufgebaut ist.

### ZIELE DIESES HANDBUCHS

- Inputs und Inspiration zu geben für Moderator\*innen zur Durchführung von kreativen Radioworkshops in partizipativen Settings.
- Ideen vorzuschlagen wie mit Mitgliedern unterdrückter Gruppen unter Einbezug des Radios gearbeitet und hierbei ihre Selbstdarstellung und Repräsentation gefördert sowie letztlich ihre Selbstbestimmung unterstützt werden können.
- Für die Situation unterdrückter Gruppen durch Radioproduktionen zu sensibilisieren, um eine bessere Darstellung in den Medien zu ermöglichen.
- Zielgruppen zur Entwicklung von Soft Skills zu befähigen (Kommunikation, Organisation, aktive Planung, kritisches Denken usw.).

### FÜR WEN IST DAS HANDBUCH GEDACHT?

- Pädagog\*innen, Trainer\*innen und Moderator\*innen, die im sozialen Bereich tätig sind. Aktivist\*innen, Community Leader\*innen und Lehrer\*innen.
- Minorisierte Gruppen, Communities.
- Menschen, die daran interessiert sind, ihre eigenen Radioworkshops zu gestalten.

### WAS SIE HIER FINDEN:

Der Inhalt soll die Leser\*innen und die Teilnehmer\*innen der Workshops ermutigen, kreativ mit Radiomethoden zu experi-

mentieren, und dient als Ausgangspunkt für die weitere Erforschung des partizipativen sozialen Radios. Insbesondere werden Sie mehr erfahren über:

Im ersten Teil des Handbuchs werden methodische Ansätze erkundet, die sich in Radioworkshops als nützlich erwiesen haben. Das Radio an sich ist nur ein Medium, das mit Inhalten gefüllt werden muss. Hierfür werfen wir einen Blick auf Storytelling, Theater der Unterdrückten und Partizipatives Audio und Kollektive Radio Praxis – jene methodischen Welten, die Radio V.I.T.A. maßgeblich inspiriert haben.

Im nächsten Schritt wird eine Auswahl an kreativen Formaten präsentiert, mit denen in Workshops gearbeitet werden kann. Sie sind die Bausteine, aus denen sich ein Radioprogramm zusammensetzt. Vorgestellt werden hier die Formate Peer-Interview, Vox-Pop, Soundcollage, Radiotheater, Radiopoesie und -debatten. Diese Formate sind zum Ausprobieren gedacht, nichts ist in Stein gemeißelt!

Zu guter Letzt werden im letzten Kapitel Möglichkeiten zur Verbreitung der in den Workshops erstellten Materialien gesammelt, damit die Stimmen der Teilnehmer\*innen so viele Menschen wie möglich erreichen.

Dazwischen finden Sie witzige Fakten, nerdiges Wissen und Wissenswertes, das Ihnen nützliche Informationen und Tipps geben und Ihnen helfen soll, den zwischenmenschlichen Austausch und die horizontalen Beziehungen durch eine interkulturelle Sichtweise zu fördern!

Viel Spaß beim Erkunden und Ausprobieren!

### WARUM RADIO?

Radio

Radio

ist ein mächtiges Instrument des künstlerischen Ausdrucks, das dazu beitragen kann, den sozialen Zusammenhalt zu stärken und unterdrückte Stimmen ins Rampenlicht zu rücken.

ist ein Instrument, mit dessen Hilfe man sich für den sozialen Zusammenhalt einsetzen kann, indem man einen sicheren Raum für die Redefreiheit schafft.

ist eine Plattform, die all den Stimmen Raum gibt, die in den Mainstream-Medien ungehört bleiben und falsch dargestellt werden.

ist eine ermutigende Erfahrung und ermöglicht es, die Vielfalt der Stimmen und Erzählungen zu entdecken.

ermöglicht mit einer Vielzahl an Formaten und Methoden Vorstellungen zu kreieren und zu stimulieren.

Wir hoffen sehr, dass unsere Reise Sie inspirieren wird.

# ÜBER DIE ORGANISATIONEN

## ÉLAN INTERCULTUREL

ist eine gemeinnützige Organisation mit Sitz in Frankreich, die seit ihrer Gründung im Jahr 2008 auf Initiative von fünf Migrantinnen mit Spezialisierung in Psychologie den zwischenmenschlichen Austausch und den interkulturellen Dialog fördert, um die Kommunikation zwischen den Menschen zu erleichtern. Durch nicht-formale Bildung, künstlerische Vermittlung und Volksbildung versucht Elan, Vielfalt zu einem Reichtum und nicht zu einer Bedrohung zu machen und an der Entwicklung einer integrativeren Gesellschaft mitzuwirken.

## LA XIXA TEATRE ASSOCIATION

ist eine 2010 gegründete gemeinnützige Organisation, die sich zum Ziel gesetzt hat, Bildungs- und Theaterinstrumente als Mittel zur sozialen Transformation zu suchen, zu entwickeln und zu multiplizieren. Sie verstehen Bildung in allen Altersgruppen als Schlüssel für den sozialen Wandel hin zu einer Welt mit gleichen Chancen. Mit Hilfe partizipativer Methoden, prozessorientierter Psychologie und dem Theater der Unterdrückten ermöglichen sie die Schaffung von ermächtigenden Räumen, um Prozesse der individuellen und kollektiven Transformation in Kontexten sozialer Verwundbarkeit zu erzeugen.

## STAND 129

ist ein Community Arts Projekt auf einem Markt im 10. Wiener Gemeindebezirk. In diesem sehr lebendigen und farbenfrohen Wiener Bezirk bietet der Stand 129 ein breites Spektrum an kulturellen Veranstaltungen an, um neue Netzwerke innerhalb der lokalen Gemeinschaft zu schaffen. Das Hauptziel von Stand 129 ist es, mit Hilfe von Kunst und Kultur Brücken zwischen verschiedenen Migrant\*innengemeinschaften, autochthonen Wiener\*innen und Neuankömmlingen zu bauen. Trägerorganisation vom Stand 129 ist die Caritas Wien, eine gemeinnützige Organisation mit dem Ziel, sich für arme und marginalisierte Menschen einzusetzen, ihre Grundbedürfnisse zu befriedigen und ihren sozialen und kulturellen Hintergrund zu berücksichtigen. Die Aktivitäten sind breit gefächert: Betreuung von Senior\*innen, Behinderteneinrichtungen, Sozialhilfe, Wohnungslosenhilfe, Auslandshilfe, Flüchtlings- und Migrant\*innenhilfe sowie integrative Schulen und Gemeinwesenarbeit, jener Bereich in dem die Kunstprojekte wien Stand 129 auch angesiedelt sind.

## RADIO ACTIVITÉ

ist ein Verein, der im November 2016 in Paris gegründet wurde. Sein Ziel ist es, zum Kampf gegen Vorurteile beizutragen, Solidarität, soziale Integration und den Dialog zwischen den Menschen zu fördern. Als Wanderradio bietet es Workshops an, um alle zu ermutigen, ihre eigenen Podcasts zu erstellen. Seine Mitglieder sind in Frankreich und im Ausland in Sozialzentren, Theatern, Gefängnissen, auf Festivals und in Altersheimen unterwegs. Im Rahmen des Projekts Microcamp Radio reisen sie auch in Flüchtlingslager in Frankreich, Georgien, Irak, Libanon, Italien und Griechenland unterwegs.

# METHODEN FÜR RADIOWORKSHOPS

## EINLEITUNG

Auf den folgenden Seiten werden verschiedene partizipative methodische Ansätze vorgestellt, die in Radioworkshops eingesetzt werden können. Das Wort „einsetzbar“ ist bewusst gewählt, da V.I.T.A.-Workshops einen kreativen Mix aus verschiedenen Ansätzen beinhalten. Wir laden daher alle Leser\*innen ein, unsere Beiträge als Anregungen und Inspirationsquelle zu sehen. Abschließend ist zu sagen, dass die folgenden Ausführungen lediglich eine grobe Einführung in die im Projekt angewandten Methoden darstellen und als erster Überblick dienen. Sie beruhen auf den Erfahrungen der Projektpartner\*innen und können je nach Bedarf ergänzt und vervollständigt werden. Hinweise auf weiterführende Literatur finden sich in den entsprechenden Kapiteln.

Wir schlagen vor, während der Radioworkshops partizipative Methoden anzuwenden, um die Wirkung und das Engagement der Zielgruppen zu erhöhen. Diese Methoden werden es den Teilnehmer\*innen ermöglichen, die Radiosendungen und -produktionen als ihre eigenen wahrzunehmen und ein Gefühl der Zugehörigkeit und aktiven Gestaltung zu entwickeln.

Während einige Autor\*innen argumentiert haben, dass die heutige Bildung meist autoritär und disziplinarisch ist<sup>1</sup>, fördern partizipative Methoden im Gegenteil dazu die Horizontalität, sprich Begegnung auf Augenhöhe. Wir verstehen das V.I.T.A.-Projekt als ein Instrument, das durch den Austausch von Wissen zum sozialen Wandel beiträgt. Daher zielen unsere Lernmethoden darauf ab, das Gesellschaftsmodell widerzuspiegeln, das wir uns vorstellen: eine egalitäre und horizontale Gesellschaft. Partizipative Methoden betonen die Tatsache, dass eine integrative Gesellschaft nur auf kollektive und horizontale Weise und nicht von oben nach unten entwickelt werden kann. Bei der Entwicklung solcher Methoden haben wir uns von John Dewey inspirieren lassen, einem nordamerikanischen Philosophen, Psychologen und Pädagogen, der demokratische Bildungsinstrumente entwickelt hat.<sup>2</sup> Eine weitere zentrale Figur der partizipativen Methoden ist Paulo Freire, der Pädagog\*innen darin schulte, den Dialog und die Interaktion mit den Schüler\*innen zu praktizieren.<sup>3</sup> Darüber hinaus haben wir einen interkulturellen Ansatz gewählt, der zu einer besseren Kenntnis unserer selbst, unserer eigenen kulturellen Identität und unseres eigenen Bezugsrahmens führt. Dieser fördert die Entwicklung sozialer und emotionaler Fähigkeiten (Soft Skills), die wiederum Einstellungen und Verhaltensweisen wie Aufgeschlossenheit, Akzeptanz

und aktives Zuhören im Umgang mit anderen anregen. Die Entwicklung von Radioworkshops aus einer interkulturellen und partizipativen Perspektive ermöglicht es daher jeder Person, sich in ihrer

Identität wohl, verstanden und respektiert zu fühlen. Es ermöglicht uns auch einen echten und sinnvollen Dialog, wenn wir mit Missverständnissen, Unstimmigkeiten und Kulturschocks konfrontiert werden. Es geht darum, die Werte sichtbar zu machen, die die Worte der anderen Person unterstützen, um den Dialog voranzutreiben und die soziale Integration zu fördern.

**Der Einsatz partizipativer Methoden ist insbesondere bei der Arbeit mit Angehörigen von minorisierten Gruppen erforderlich.** Partizipative Methoden konzentrieren sich auf die Entwicklung der Handlungsfähigkeit der Teilnehmer\*innen, definiert als die Fähigkeit der einzelnen Person, unabhängig zu handeln und ihre eigenen Entscheidungen zu treffen.<sup>4</sup> Feministisches Gedankengut, z. B. von Patricia Hill Collins, hat gezeigt, dass die Handlungsfähigkeit der Mitglieder der Gesellschaft aufgrund von Kriterien wie Ethnizität, Klasse und Geschlecht ungleich verteilt ist.<sup>5</sup> Bei der Arbeit mit Angehörigen diskriminierter minorisierte Gruppen ist es wichtig, partizipative Methoden anzuwenden, weil sie eine freie Meinungsäußerung ermöglichen, dadurch ihre Handlungsfähigkeit fördern und ihre Selbstbestimmung stärken. Partizipative Methoden sind nämlich mit Protagonismus verbunden – der Tatsache, dass man während des Lernprozesses ein\*e echte\*r Teilnehmer\*in ist. Damit der Protagonismus tatsächlich greifen kann, müssen Lernräume in der Lage sein, verschiedene Stimmen und Meinungen zuzulassen, was bedeutet, dass man sich der großen Herausforderung stellen muss, mehr horizontale Machtbeziehungen aufzubauen und zu kultivieren.<sup>6</sup> Hierfür ist es notwendig individuelle Ausdrucksmöglichkeiten zu schaffen, was wiederum Einfluss auf die Entwicklung von Selbstvertrauen hat. Der Einsatz partizipativer Methoden in Radioworkshops bedeutet, dass die Teilnehmer\*innen ihre eigene Geschichte erzählen; dies fördert ihre Reflexionsfähigkeit und ermöglicht es ihnen, sich selbst besser zu verstehen und selbstbewusster zu werden. Laut Stephen D. Brookfield werden strukturelle Machtverhältnisse sowohl von Individuen, die von Formen der Unterdrückung betroffen sind, als auch von denen, die von ihnen profitieren, internalisiert.<sup>7</sup> Partizipative Methoden, die innovatives Denken fördern, ermöglichen Menschen, diese verinnerlichteten Machtstrukturen in Frage zu stellen, da sie gezwungen sind, in ihrem täglichen Leben eine neue Perspektive einzunehmen. Diese Methoden tragen

Ali H. Hachem, „Higher Education in the Era of Illusions: Neoliberal Narratives, Capitalistic Realities, and the Need for Critical Praxis“, *Journal of Critical Scholarship on Higher Education and Student Affairs*, 4(2) (2018): 43-59.

John Dewey, *Democracy and education: An introduction to the philosophy of education* (New York: Macmillan, 1916).

Paulo Freire, *La importancia de leer y el proceso de liberación* (Madrid: Paidós, 1984).

Chris Barker, *Cultural Studies: Theory and Practice* (London: Sage, 2005), S. 448

Patricia Hill Collins, „U.S. Black Feminism in Transnational Context“, in *Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment*, 2nd ed. (New York: Routledge, 2000), 227- 249.

Maria Regina Martins Cabral, „Hidden profusion unveiled by those who transform territories in the face of difficulties“, in *Changemaking The Power Of The School Community* (Sao Paulo: Ashoka, 2017)

Stephen D. Brookfield, „Transformative Learning as Ideology Critique“, in *Learning as Transformation* (San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 2000), 125-126.

dazu bei, soziale Hierarchien aufzuzeigen und zu demonstrieren, dass die Macht anders verteilt werden könnte, als es heute in diskriminierenden Gesellschaften der Fall ist. Hören die Teilnehmer\*innen von anderen Unterdrückungserfahrungen, können sie über ihre eigenen Erfahrungen nachdenken und Vertrauen in sich selbst gewinnen. Letztendlich werden die Teilnehmer\*innen in die Lage versetzt, sich von stereotypen Darstellungen zu lösen, aktiv über ihre Zukunft nachzudenken und sich vorzustellen, in welcher Art von Welt sie leben und wie sie diese aufbauen möchten.

Durch die Betonung der Sichtweisen der Teilnehmer\*innen bieten **partizipative Radioworkshops** darüber hinaus **die Möglichkeit soziale Fragen durch eine menschliche Perspektive von unten nach oben zu verstehen**, anstatt durch eine losgelöste Top-Down-Perspektive. Sie ermöglichen es den Teilnehmer\*innen, ein realistisches Bild von ihrem Leben zu erhalten und zu vermitteln. Dies ist besonders für Angehörige von Minderheitengruppen relevant, die im herrschenden Diskurs häufig stereotypisiert werden. **Die negative Darstellung von Angehörigen von Minderheitengruppen in den Mainstream-Medien lässt sich dadurch erklären, dass diejenigen, die sich zu Wort melden, selbst keine Migrationserfahrungen gemacht haben** und nicht über das entsprechende Wissen verfügen. Sandra Harding argumentiert, dass die intellektuellen Perspektiven der Menschen durch ihre sozialen und politischen Erfahrungen geprägt sind.<sup>8</sup> Um eine „objektive“ Sicht auf die von manchen Menschen erlebten Unterdrückungssituationen zu vermitteln, muss daher ihre Subjektivität hervorgehoben werden, die in den vorherrschenden Erzählungen oft negiert wird. Auf diese Weise können **partizipative Radioworkshops** zu einer besseren Repräsentation der Teilnehmer\*innen führen, was umso mehr zur deren Stärkung beiträgt.

Darüber hinaus sind partizipative **Methoden notwendig, wenn man in antirassistischen oder feministischen Organisationen als Mitglied einer privilegierten sozialen Gruppe arbeitet**. Wenn wir nämlich nicht von irgendeiner Art von Unterdrückung betroffen sind (oder nicht von derjenigen, mit der sich die Gruppe, mit der wir arbeiten, konfrontiert sieht), müssen wir darauf achten, dass wir keine paternalistischen Dynamiken reproduzieren, sondern dass wir eher Verbündete als Repräsentant\*innen sind, dass wir eher Raum bieten, als dass wir für andere sprechen.<sup>9</sup> Der Einsatz partizipativer Methoden mit Mitgliedern von Minderheitengruppen ist dabei besonders nützlich.

## STORYTELLING

### WAS IST STORYTELLING?

Storytelling – Geschichtenerzählen – ist eine Kommunikationsmethode, die sich durch eine narrative Struktur auszeichnet, wie sie z.B. in Märchen zu finden ist. Diese Methode wird verwendet, um Geschichten zu teilen und zu erzählen, die Peers und einem selbst Kraft geben, indem sie beschreiben, wie jemand eine bes-

Ali H. Hachem, „Higher Education in the Era of Illusions: Neoliberal Narratives, Capitalistic Realities, and the Need for Critical Praxis“, *Journal of Critical Scholarship on Higher Education and Student Affairs*, 4(2) (2018): 43-59.

John Dewey, *Democracy and education: An introduction to the philosophy of education* (New York: Macmillan, 1916).

Paulo Freire, *La importancia de leer y el proceso de liberación* (Madrid: Paidós, 1984).

timte Situation überwunden hat.

Außerdem ist das Geschichtenerzählen eines der ältesten Kommunikationsmittel. Historisch gesehen waren die Techniken der narrativen Kommunikation zunächst durch mündliche Überlieferung und dann in der Literatur, im Journalismus und im Film weit verbreitet.

### WARUM KOMMUNIZIERT MAN MITTELS EINER GESCHICHTE?

Eine Geschichte verbindet im Gegensatz zu einer rein rationalen und faktischen Information Verstand und Gefühl. Das Erzählen von Geschichten ermöglicht es den Empfänger\*innen, die allgemeine Bedeutung der Botschaft(en) zu verstehen, sich diese besser einzuprägen und in ihrem Umfeld als deren Sprecher\*innen aufzutreten.

Diese persönliche Erfahrung der sensiblen Kommunikation gibt ebenso viel zu sehen wie zu hören, zu tasten, zu riechen und manchmal zu schmecken! Es ist diese Kombination aus Gefühl und Verstand, die den Unterschied zu einer rein beschreibenden und rationalen Kommunikation ausmacht. Emotionen sprechen das Herz an und wecken so das Interesse, so dass die Zuhörer\*innen den Inhalt projizieren, sich identifizieren und besser erinnern können. Auf der anderen Seite hilft die Vernunft, das Gleichgewicht zu halten und die Emotionen zu zügeln – beide ergänzen sich. Es geht um das richtige Verhältnis.

### ZUTATEN FÜR EIN GUTES STORYTELLING

#### 1. WAS MACHT EINE GUTE GESCHICHTE AUS?

Wissenschaftliche Untersuchungen haben gezeigt, dass unser Gehirn anders reagiert, wenn wir eine gute Geschichte hören, als wenn wir reine Informationen empfangen. Unser Gehirn ist ein großartiges Werkzeug, um Empathie zu entwickeln (die Gefühle und Erfahrungen anderer Menschen zu verstehen und zu teilen). Persönliche Geschichten geben uns auch die Möglichkeit, unsere Erfahrungen in ein positives Licht zu rücken; sie können z. B. Probleme als Herausforderungen und unseren Weg als Wachstumsprozess darstellen.



#### 2. WIE SIND EMOTIONEN ZU VERMITTELN UM MIT DEM PUBLIKUM IN KONTAKT ZU TRETEN?

Es gibt einen Weg, wie sich eine Geschichte oder ein Ereignis wie Klebstoff im Gehirn festsetzen kann: Das "Emotionale Gedächtnis" macht die Vorstellung glaubhaft, dass Gedanken Emotionen auslösen können. Emotionen fördern das Gedächtnis und verbessern den Abruf von Erfahrungen, die für uns relevant oder sogar überlebenswichtig sind. Emotionen wirken wie ein Textmarker, der bestimmte As-



pekte von Erfahrungen hervorhebt, um sie einprägsamer zu machen.

- **Aufmerksamkeit:** Wir haben eine begrenzte Aufmerksamkeitskapazität, daher wird eine Geschichte, die emotional aufgeladen ist, die Aufmerksamkeit der Menschen auf die Botschaft lenken.
- **Konsolidierung einer Erinnerung:** Die meisten Informationen, die wir aufnehmen, werden vergessen und gelangen nicht in das Langzeitgedächtnis. Emotional aufgeladene Geschichten werden besser erinnert als neutrale Ereignisse. Die Stresshormone Epinephrin und Cortisol verbessern das Gedächtnis und festigen die Inhalte.
- **Vernachlässigung der Dauer (Höhepunkt-Ende-Regel):** Die Art und Weise, wie wir uns an Ereignisse erinnern, setzt sich nicht notwendigerweise aus der Summe aller einzelnen Momente zusammen. Stattdessen neigen wir dazu, uns an den/die Höhepunkt(e) bzw. die (besten oder schlimmsten) Moment(e) zu erinnern und überzubewerten und die Dauer eines Erlebnisses zu vernachlässigen. Daher kann ein emotionaler Abschluss einer Geschichte eine starke, lang anhaltende Wirkung auf das Publikum haben.



chvollziehbare Erfahrung darstellen.

- **Authentisch sein:** Seien Sie Sie selbst! Die Zuhörer\*innen/ Zuseher\*innen/Leser\*innen werden sich als Menschen mit Stärken, aber auch Schwächen identifizieren. Authentizität stärkt die Identifikation des Publikums mit Ihrer Geschichte, erhöht Ihre Glaubwürdigkeit und ermöglicht es Ihnen, eine Beziehung des Vertrauens und der Aufrichtigkeit aufzubauen. Lebensnahe Geschichten bleiben besser im Gedächtnis, weil sie bei den Zuhörer\*innen mehr Resonanz finden.
- **Der richtige Rhythmus:** ATMEN SIE EIN! Wenn Sie Ihre Geschichte mündlich erzählen, sollten Sie sich bewusst sein, dass Pausen und Schweigen genauso wichtig sind wie die Worte, die Sie verwenden. Diese Pausen müssen durchdacht sein und zum richtigen Zeitpunkt eingelegt werden: Stille kann das Interesse der Zuhörer\*innen, Angst, Traurigkeit, Spannung etc. wecken.
- **Gefühle zeigen, statt sie zu beschreiben:** Sorgen Sie dafür, dass die Leser\*innen, Zuschauer\*innen oder Zuhörer\*innen miterleben, was Sie getan oder erfahren haben, und nicht nur hören, was geschehen ist. Sie müssen in die beschriebene Situation eintauchen, so als würden Sie sie noch einmal erleben. Es ist notwendig zu beschreiben, was Sie gesehen, gehört und gefühlt haben.

## IN RADIOWORKSHOPS

Storytelling im Radiokontext kann den Teilnehmer\*innen helfen, ihre Rede zu strukturieren, die Erfahrung der Zuhörer\*innen zu verbessern und ihre Aufmerksamkeit zu gewinnen. Storytelling lässt sich leicht auf jede Situation in Ihrem Radioworkshop anwenden. Sie müssen kein Storytelling-Guru sein, um es einzusetzen. Die Teilnehmer\*innen können es nutzen, um ihre Geschichten zu erzählen, und einige von ihnen tun dies vielleicht sogar schon von sich aus. Im Folgenden stellen wir einige Strukturen und weiteres Wissen vor, die bei der Entwicklung und Organisation ihrer Beiträge helfen können.

Durch Storytelling können die Teilnehmer\*innen an folgenden Fähigkeiten arbeiten:

- Selbstvertrauen
- Kommunikationsfähigkeiten
- Umgang mit Emotionen

## STORYTELLING TIPP:

Eine klare Struktur Ihrer Geschichte kann sehr hilfreich sein, wenn Sie anderen Ihre Geschichte erzählen wollen. Das Storyboard kann ein nützliches Hilfsmittel sein, um sich den Ablauf zu merken, ohne sich in Details zu verzetteln. Visualisieren Sie die Reise und vertrauen Sie auf Ihre Vorstellungskraft. Der Rahmen des Storyboards sollte es Ihnen ermöglichen, Worte und Bilder darum herum zu weben. Üben Sie, sie jemandem zu erzählen und denken Sie daran, dass das Erzählen einer Geschichte diese zum Leben erweckt..

### 3. WIE KANN EINE VERBINDUNG ZUM PUBLIKUM HERGESTELLT WERDEN?

- **Auf das Publikum ausrichten:** Es ist wichtig eine Geschichte an das Publikum anzupassen. Der Tonfall, das verwendete Vokabular, die Elemente der Geschichte und die Herangehensweise müssen konsistent und auf das Publikum sowie die Botschaft, die vermittelt werden soll, abgestimmt sein. Schaffen Sie eine emotionale Verbindung zu Ihrem Publikum, indem Sie Humor und persönliche Aspekte einbeziehen. Wecken Sie Emotionen, die für jeden Menschen eine na-

### DIE GESCHICHTE MEINES NAMENS: 5 bis 10 Minuten

Die Teilnehmer\*innen arbeiten in Paaren. Bitten Sie sie, sich eine Person auszusuchen, die sie nicht wirklich gut kennen. Sie sollen sich gegenseitig die Geschichte ihres Namens erzählen. Sie können alles erwähnen, was sie über den Namen wissen (wer ihn ausgesucht hat, was er bedeutet, woher er kommt usw.). Dann stellt jede Person die Geschichte des Namens ihres Gegenübers der ganzen Gruppe vor, wobei sie sich am Mikrophon abwechseln.

## **GESCHICHTEN TEILEN:**

### **20 bis 30 Minuten**

Erklären Sie der Gruppe, dass Sie nun mit den ersten Aufnahmen beginnen werden. Ein\*e Moderator\*in setzt sich an den Tisch, an dem sich alle Materialien befinden (Mikrofon, Aufnahmegerät usw.), und lädt eines der Teilnehmer\*innenpaare ein, mitzumachen. Eine Person von ihnen wird gebeten, das Mikrofon zu nehmen und die Geschichte des Namens der anderen Person zu erzählen. Danach werden die Rollen getauscht.

Nachbesprechung: Fragen Sie die Teilnehmer\*innen, wie sie sich gefühlt haben, um ihre Emotionen zu identifizieren. Geben Sie ihnen positives Feedback, um sie in ihren Bemühungen zu bestärken, und gegebenenfalls Ratschläge, wie sie sich verbessern können.

Dann können Sie nach und nach, während die Paare zusammenarbeiten, zusätzliche Anweisungen geben:

- Nachdem Sie beide Geschichten erzählt haben, können Sie die Teilnehmer\*innen auffordern, sich gegenseitig ein paar Fragen zu stellen und dann das „Publikum“ auffordern, sich einzumischen.
- Sie können eine\* der Partner\*innen bitten, eine kurze Einführung zu geben, bevor er/sie die Geschichte erzählt, indem er/sie die Rolle des/der moderierenden Journalist\*in übernimmt: „Hallo und herzlich willkommen zu unserer Sendung „Die Geschichte meines Namens“, in der wir heute die Geschichte von Clara vorstellen werden.“ Zum Abschluss des Segments können Sie auch vorschlagen, dass die Sprecher\*innen sich an die Zuhörer\*innen wenden: „Danke, dass Sie uns zugehört haben, und bis bald bei "The Story of my Name".

Wie man mit Storytelling Aufmerksamkeit erlangt: <https://medium.com/@mikeschoultz/how-to-gain-attention-with-storytelling-4fa009788d18>

Lernen durch Erzählen - Ihr mächtigstes Lehrinstrument: <https://www.fmpconsulting.com/news/learning-through-storytelling-your-most-powerful-teaching-tool>

Lehr- und Lernmaterialien: <https://www.nyu.edu/faculty/teaching-and-learning-resources/strategies-for-teaching-with-tech/storytelling-teching-and-learning/how-to-create-an-effective-story.html>

Vorübungen aus dem Sheherazade-Handbuch: <https://issuu.com/aldebieseneu/docs/sheherazade-manual>

## **PROFI TIPP:**



Sie können das Erzählwerkzeug der Held\*innenreise verwenden. Das Konzept wurde von Joseph Campbell entwickelt. In seinem bahnbrechenden Buch „Der Held mit den tausend Gesichtern“ (1949) zeigt Campbell ein archetypisches Muster für die Held\*innenreise in der gesamten Weltmythologie auf. Dieses Muster wurde unzählige Male von Drehbuchautor\*innen, Filmemacher\*innen, Romanautor\*innen und anderen verwendet. George Lucas beauftragte Campbell sogar damit, ihm bei der Gestaltung der Drehbücher für Star Wars zu helfen. Im Wesentlichen gliedert die Held\*innenreise die Geschichte in drei Phasen: den Aufruf zum Abenteuer, den Konflikt und dessen Auflösung.

## **KURZE PRAXISBEISPIELE FÜR DIE ANWENDUNG DER METHODE IN EINEM RADIOWORKSHOP:**

### **Quellen:**

Das Schaffen von Emotionen durch Storytelling: <https://pluvian.fr/18-06-12-emotion-et-storytelling>

Storytelling, eine Geschichte der Gefühle:

<http://79c.fr/le-storytelling-une-histoire-demotion>

Das „Storyliving“

<https://c-marketing.eu/le-storytelling-est-mort-vive-le-storyliving>

Was sind die wichtigsten ELEMENTE EINER GESCHICHTE?:

<https://www.dreamerswriting.com/elements-of-a-story/>

Warum Geschichten wichtig sind: <http://www.66000milesperhour.com/2013/11/why-stories-matter>

Wie erzählt man eine gute Geschichte?: <https://blog.kannelle.io/comment-faire-un-bon-storytelling>

# THEATER DER UNTERDRÜCKTEN

## WAS IST DAS THEATER DER UNTERDRÜCKTEN (TDU)?

In den 1970er Jahren brachte der brasilianische Theaterautor Augusto Boal die Idee eines politischen Theaters ein, das das Publikum einlädt, Teil des Stücks zu werden. Dabei sollte das Publikum (oder – wie er es nennt – „spect-actors“ statt „spectator“) nicht nur über die dargestellte Szene nachdenken, sondern auch auf der Bühne agieren und intervenieren, um nach Alternativen zu den dargestellten Konflikten zu suchen. Boal gab dem Theater einen neuen Anstrich als pädagogisches, soziales, politisches, kulturelles und therapeutisches Instrument (Castillo, 2013).<sup>10</sup> Inspiriert von Paulo Freires Pädagogik der Unterdrückten bietet das Theater der Unterdrückten denjenigen, die es praktizieren, eine ästhetische Methode, um ihre individuellen und sozialen Realitäten zu erforschen und zu analysieren, um dadurch Veränderungen zu bewirken (Motos und Navarro, 2011).<sup>11</sup>

## HERRSCHAFTSKRITISCH

Die Grundlage der Methode ist, dass Menschen unabhängig von ihrem Alter, ihrem Hintergrund oder ihrer Situation lehren und lernen können, dass sie über ein bestimmtes Wissen verfügen und das gleiche Recht haben, zu sprechen, gehört zu werden und Optionen, Inhalte, Probleme und Lösungen vorzuschlagen. TdU wird eingesetzt, um Machtstrukturen zu analysieren und insbesondere Machtmissbrauch zu identifizieren, der in unserem täglichen Leben systematisch betrieben wird. TdU nutzt theatralische Spiele und Übungen, um unsere Wahrnehmung zu de- mechanisieren um uns unserer selbst und unseres Kontextes bewusst zu werden.

## FORUMTHEATER

Das Forumtheater ist das grundlegende Instrument des Theaters der Unterdrückten. Es basiert auf der Präsentation eines kurzen Stücks, das im Moment des größten Konflikts unterbrochen wird. Der/Die Moderator\*in (Kuringa oder Joker) liefert Daten für die Debatte, bezieht das Publikum mit ein und stellt Fragen, um eine kollektive Reflexion zur auf der Bühne dargestellten Situation zu erreichen. Die Szene wird so oft umgedeutet, wie das Publikum Interventionen vorschlägt. Jede vorgeschlagene Alternative wird dann diskutiert und analysiert, um die Machbarkeit der vorgeschlagenen Lösung zu erkunden. Nach Boal besteht das Ziel des Forumtheaters darin, zu lernen und für das Handeln im wirklichen Leben zu trainieren (Boal, 2002).

## THEATER DER UNTERDRÜCKTEN IN COMMUNITY RADIO-WORKSHOPS

- Die Methode des Theaters der Unterdrückten ist für die Durchführung von Radioworkshops sehr wertvoll, da sie die Teilnehmer\*innen dazu ermutigt, ihre Körper, Gefühle

und Denkweisen in einem sicheren Raum, in dem sie sich wohlfühlen und ihre Geschichten erzählen können, zu de- mechanisieren.

- Durch ihre persönlichen Erfahrungen ist es möglich, schwierige Situationen sozialer Ausgrenzung zu erforschen, wie z. B. die Tatsache, Gegenstand von Stereotypen, Vorurteilen und Diskriminierungen zu sein, die sie erlitten und/oder miterlebt haben.<sup>12</sup>
- Schafft einen sicheren Raum, in dem sich die Teilnehmer\*innen wohl fühlen, um ihre Geschichten zu erzählen.
- Fördert den Gruppenzusammenhalt und das Gefühl der Zugehörigkeit.
- Stärkt unterrepräsentierte Gruppen und Einzelpersonen und verleiht ihnen eine Stimme.
- Schult die Teilnehmer\*innen in verschiedenen Fähigkeiten und Kompetenzen (siehe unten).
- Schafft eine Verbindung zum Publikum/zu den Zuhörer\*innen und fördert das Bewusstsein für relevante soziale Probleme.
- Erleichtert die Schaffung von künstlerischen Produkten (Theater- und Radiostücke) in nicht-professionellen Kontexten.
- Bringt uns dazu, mit der Realität auf verschiedenen Ebenen zu arbeiten: Sie aus vielen Perspektiven zu visualisieren, zu analysieren, mit ihr zu experimentieren, kreative Strategien und Alternativen zu entwickeln und Lösungen zu probieren, die wir in das reale Leben übertragen können.
- Ermöglicht es uns, über uns selbst nachzudenken und auf uns einzuwirken (auf unseren Verstand, unseren Körper und unsere Gefühle) sowie auf unsere Verbindung zu anderen und zur Welt.

## FÄHIGKEITEN:

Die Kompetenzen/Fähigkeiten, die die Teilnehmer\*innen durch die Anwendung der TdU-Methode erwerben/verbessern, sind:

- Interkulturelle Sensibilisierung und Kompetenz
- Kommunikative und sprachliche Kompetenz, basierend auf der Arbeit mit gewaltfreien Kommunikationsmitteln und Durchsetzungsvermögen
- Kritisches Denken
- Dialogisches Lernen
- Bewusstsein für Machtstrukturen
- Soziale und staatsbürgerliche Kompetenz

Castillo, B. (2013). Psicodrama, Sociodrama y Teatro del Oprimido de Augusto Boal: Analogías y Diferencias. *Teatro: Revista de Estudios Culturales / A Journal of Cultural Studies*, 26: 117-139).

Motos-Teruel, T.ómas & Navarro-Amorós, Antonia. (2012)., Estrategias del Teatro del Oprimido para la formación permanente del profesorado. *Magis, Revista Internacional de Investigación en Educación*, 4 (9), 619-635, 2012.

- Selbstständigkeit und Eigeninitiative
- Konfliktlösung/-transformation
- Künstlerische und kulturelle Kompetenz, die auf einer verbesserten Fähigkeit beruht, unsere Stimme, unseren Körper und unseren kreativen Ausdruck in einer Weise einzusetzen, die ästhetisch ansprechend ist.

### BEISPIEL EINES RADIOWORKSHOPS, DER DURCH TDU INSPIRIERT IST

Die TdU-Methode wurde angewandt, wobei die Methode so angepasst wurde, dass sie zur Schaffung eines Radiobeitrags führte.

Der Aufbau der Workshops sollte wie folgt sein:

Während des gesamten Workshops arbeitet die Gruppe gleichzeitig auf verschiedenen Ebenen: individuell, beziehungsbezogen, kontextbezogen und sozial.

Im Rahmen des Radioworkshops konzentrierten wir uns auf Übungen, die die Teilnehmer\*innen dazu anregten, ihre Stimme zu analysieren, herauszufinden, was sie an ihr mögen und was nicht, an ihrer Intonation, Interpretation und ihrem Tempo zu arbeiten und sich auf die Erstellung eines Radiobeitrags sowie eines Podcasts vorzubereiten, während sie gleichzeitig die technischen und digitalen Kenntnisse erwarben, die für dessen Erstellung erforderlich sind.

Die Podcasts wurden dann in einem Online-Theatermarathon präsentiert.

#### 1. SCHRITT :

##### Einander Kennenlernen und Teambildung

Übungen, um einen sicheren Raum zu schaffen, in dem sich die Teilnehmer\*innen wohlfühlen, um ihre Geschichten, Emotionen und Standpunkte frei zu teilen, was wiederum ein Umfeld des Vertrauens und der Zusammenarbeit unter den Teilnehmer\*innen (einschließlich der Moderator\*innen) sowie ein Gefühl der Zugehörigkeit zur Gruppe entstehen lässt.

#### 2. SCHRITT :

##### De-Mechanisierung

des Körpers, der Gefühle und der Denkweisen. In diesem Prozess werden die Teilnehmer\*innen angeleitet, aus ihrer Komfortzone herauszutreten und ihre Verhaltensweisen zu analysieren, deren Ursachen und die Auswirkungen auf ihr soziales Umfeld. In diesem Prozess ist es wichtig, sich um den emotionalen, menschlichen und physischen Zustand aller Teilnehmer\*innen zu kümmern, mit besonderer Rücksicht auf diejenigen, die sich in besonders verletzlichen Situationen befinden.

#### 3. SCHRITT :

##### Austausch von Geschichten und persönlichen Erfahrungen (Kollektivierung),

um Konfliktsituationen zu identifizieren, die die Teilnehmer\*innen durchlebt haben und die bei der Gruppe Resonanz finden.

#### 4. SCHRITT :

##### Den Embryo des kreativen Werks aufbauen

wo die Teilnehmer\*innen der Geschichte (Figuren, Handlung usw.), die präsentiert werden soll, Gestalt geben.

#### 5. SCHRITT :

##### Erforschung der Ästhetik der Unterdrückten

um die Struktur der Unterdrückung hinter der Geschichte durch theatralische Techniken zu analysieren und die Geschichte auf künstlerische Weise einem Publikum zu vermitteln.

#### 6. SCHRITT :

##### Inszenierung des theatralischen Ergebnisses,

bei der die Teilnehmer\*innen vor einem Publikum auftreten oder ein künstlerisches Produkt schaffen, das sie mit ihren Gemeinschaften und darüber hinaus teilen.

Stereotypen bestehen aus einer Beurteilung einer Person aufgrund ihrer Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe. Vorurteile sind unsere emotionale Reaktion auf eine Person, die ausschließlich auf unseren Gefühlen gegenüber der sozialen/kulturellen Gruppe beruht, zu der die Person gehört. Diskriminierung ist die Verweigerung der Gleichberechtigung aufgrund von Vorurteilen und Stereotypen (in Fiske, S. (2010). Social beings: Core motives in Social Psychology. Hoboken: Wiley).

# PARTIZIPATIVES AUDIO

## WAS IST PARTIZIPATIVES VIDEO (PV) UND PARTIZIPATIVES AUDIO (PA)

In diesem Abschnitt beginnen wir mit der Beschreibung der Methode „Participatory Video“, von der wir unseren eigenen Ansatz abgeleitet haben: Partizipatives Audio. Während die grundlegenden methodischen Ansätze die gleichen bleiben, ändert sich das Medium.

**Partizipatives Video** ist eine Methode, mit der Gruppen und/oder Gemeinschaften in die Realisierung ihrer eigenen Videoprojekte einbezogen werden. Sie basiert auf dem Konzept, dass die Videoproduktion an sich einfach und zugänglich ist und dass Menschen zusammenkommen, indem sie über gemeinsame Probleme diskutieren, Zweifel äußern oder Geschichten austauschen. Das Ziel vieler Organisationen, die mit PV arbeiten, ist es, Gruppen zu befähigen, Maßnahmen zu ergreifen, Lösungen für ihre Probleme zu finden und diese Entscheidungsträger\*innen oder anderen Gruppen zu präsentieren, um Wissen zu teilen. „Participatory Audio“/Partizipatives Audio ist der Name, den wir der Idee gegeben haben, die wir von PV abgeleitet haben. Ziel ist es, dass eine Gruppe von Menschen an einem Thema arbeitet, es mit Audiomethoden bearbeitet und ein Endprodukt schafft. In unserem Fall ist das eine Radiosendung – oder eine Podcast-Episode.



## GUT ZU WISSEN:

PV ist eine Methode zur Unterstützung marginalisierter Gruppen bei der Verwirklichung ihrer eigenen Ideen. Sie wird für eine Reihe von Bereichen eingesetzt: von der Interessensvertretung oder Befragung von Gemeinschaften bis hin zur Kapazitätsentwicklung oder der Projektevaluierung. Je nach Schwerpunkt kommen unterschiedliche Methoden zum Einsatz.

## DER GEMEINSAME PROZESS BEIM PARTIZIPATIVEN AUDIO

Was das Ergebnis betrifft, so ähnelt die PA aufgrund der häufigen Verwendung von Interviews und Aufnahmen vor Ort häufig einer **Radiodokumentation**. Der Prozess, der zum Endprodukt führt, ist jedoch sehr unterschiedlich. **PA ist nicht nur die Produktion einer Sendung, sondern der Prozess dieser Produktion**. Es handelt sich nicht um eine Sendung über etwas oder jemanden, sondern sie entsteht aus der Gruppe und der Gemeinschaft bzw. dem Umfeld, in dem sie angesiedelt ist. Der spezifische Inhalt des Formats sowie der Prozess, der von der Diskussion eines bestimmten Themas bis zur Entscheidung über die Darstellung von Lösungen reicht, sind in der Regel wichtiger als der Audio-Output. **Die Wirkung übertrumpft den Output sozusagen.**

## PHASEN EINES RADIOWORKSHOPS NACH DER PA-METHODE

Auch wenn sich PA-Projekte sowohl in ihrer Form als auch in ihrer Funktion unterscheiden, sind bestimmte Phasen für alle wichtig. Im Folgenden stellen wir die einzelnen Phasen kurz vor.

### Einführung in Aufnahmegeräte und Ausrüstung & Teambildungsprozess

Besonders zu Beginn werden Übungen und Spiele eingesetzt. Sie haben die doppelte Funktion, die Teilnehmer\*innen sowohl mit der technischen Ausrüstung als auch miteinander vertraut zu machen.

### Inhaltliche Arbeit

Wie bereits erwähnt, besteht das Ziel eines PA-Projekts nicht darin, eine Sendung zu machen oder zu lernen, wie man eine Radiosendung macht. Das Ziel eines PA-Projekts ist es, ein bestimmtes Problem, Thema oder Anliegen in einem gemeinsamen Prozess zu bearbeiten. Es geht darum, bestimmte Themen zu diskutieren, Probleme zu visualisieren, Meinungen zu äußern und Lösungen zu finden.

## FLUSS DES LEBENS:

Fragen Sie die Gruppe „Was ist ein Fluss?“ und sammeln Sie Bilder: turbulent, ebbt ab, fließt, verbreitert sich, usw.

1. Anhand dieser Bilder zeichnet jede Person einen Fluss, um eine Reise zu beschreiben (entweder eine persönliche Geschichte oder ein Thema entsprechend dem Projektthema). Turbulenzen im Fluss beschreiben Konflikte oder Probleme, ruhige Passagen verweisen auf ruhige Zeiten innerhalb dieser Reise usw. Verwenden Sie dazu große, leere Papierbögen!
2. Präsentieren Sie die Reisen der Reihe nach und erklären Sie, was gezeichnet wurde.
3. Identifizieren Sie gemeinsame Themen, mit denen sich alle identifizieren können.
4. Die Gemeinsamkeiten der großen Themen können nun im weiteren Verlauf bearbeitet werden.
5. Achten Sie bei der Übertragung der Ergebnisse dieser Übung in den konkreten Produktionsentwurf darauf, dass die Gruppe zu einem Konsens kommt, bevor sie sich an die Tonaufnahmen macht!
6. Da der Fluss eine Reise beschreibt, kann er in eine Geschichte für die Audioproduktion umgewandelt werden. Nach dieser Übung können Sie mit einem Storyboard fortfahren, mit Hilfe dessen die Teilnehmer\*innen ihre Audioaufnahmen konkreter organisieren, indem sie festlegen, was und wo aufgenommen werden soll, und Aufgaben zuweisen.

Da diese Phase des Prozesses harte Arbeit ist, mischen Sie die Übungen mit Energiespendern, Eisbrechern und stellen Sie sicher, dass Sie zu Beginn und am Ende eines Tages/einer Sitzung eine Check-in- und Check-out-Aktivität durchführen

## BEISPIEL EINER ÜBUNG:

### Recording and Editing

Der nächste Schritt ist die eigentliche Audioaufnahme. Bei den meisten Projekten liegt der Schwerpunkt auf Interviews, da diese die Möglichkeit bieten, mehr Stimmen und Meinungen einzubeziehen. Auf diese Weise können – über die Gruppe der Projektteilnehmer\*innen hinaus – mehr Menschen ihre Geschichten und Meinungen zu einem bestimmten Thema einbringen. Aber eventuell lohnt es sich auch über andere Möglichkeiten nachzudenken, die Gruppe zu erweitern und andere kreative



## GUT ZU WISSEN:

Eine PA-Produktion kann viele verschiedene Formen annehmen. Sie kann künstlerisch abstrakt sein, sie kann eine Dokumentation sein, sie kann auch in Richtung eines Hörspiels gehen. Wie der Output am Ende klingt, entscheiden die Teilnehmer\*innen. Wichtig ist aber, dass man nicht zu viel auf einmal will und die ästhetische Messlatte nicht zu hoch ansetzt! Es geht um den Spaß und die Freude am Experimentieren!

Ausdrucksmittel einzubeziehen.

Nach dem Zusammentragen des Materials beginnt der Bearbeitungsprozess. Damit dies auch in der Gruppe durchgeführt werden kann, werden die verschiedenen Phasen der Bearbeitung getrennt und nicht alles vor dem Computer erledigt.

## SCHNITT AM PAPIER:

1. Strukturieren des Materials: Die Aufnahmen werden abgespielt und die Teilnehmer\*innen machen sich Notizen auf Papier (Post-its/Klebezettel): Finden Sie ein Stichwort/eine Überschrift der Szene und notieren Sie, ob sie in den Beitrag kommen soll.
2. Ohne das eigentliche Material bespricht die Gruppe die Beiträge und wählt Abschnitte aus, die in die Produktion aufgenommen werden sollen.
3. Auf einer Pinnwand/einem White Board werden alle Haftnotizen so angeordnet, wie die Beiträge im Bearbeitungsprogramm gereiht wären.
4. Erst dann und nach diesem Plan beginnt eine grobe Bearbeitung am Computer.
5. Die Feinarbeit wird ebenfalls am Computer erledigt, wobei die Teilnehmer\*innen abwechselnd die Bearbeitung übernehmen, so dass alle die Kontrolle haben.

## BEISPIEL:

### PRÄSENTATION UND FEIER

Anhören und Präsentationen der Beiträge sind ein entschei-

dender Teil eines erfolgreichen PA-Projekts. Nicht erst das fertige Produkt sollte am Ende abgespielt, sondern bereits zwischendurch in verschiedenen Phasen des Projekts angehört werden. Dies ist besonders wichtig im Falle einer breit angelegten Gemeinschaftsarbeit, bei der alle Beteiligten während des gesamten Prozesses die Kontrolle behalten sollten.

Das Teilen des Prozesses und nicht erst des Ergebnisses erhöht das Verständnis und die Verantwortung. Scheuen Sie sich nicht, einen Grobschnitt vorzuspielen und Feedback einzuholen. Bei intensiven Community-PA-Projekten können Sie am Ende eines jeden Tages sogar eine Zuhörsitzung veranstalten. Auf diese Weise kann das Feedback gleich am nächsten Tag umgesetzt werden, und jede\*r behält die Kontrolle, mehr Menschen nehmen am Prozess teil als die eigentlichen Aufzeichner\*innen, und die Art und Weise, wie der Inhalt präsentiert wird, bleibt in den Händen der Beteiligten.

Am Ende eines jeden PA-Projekts sollten eine Abschlusspräsentation sowie eine Diskussion und ein Entscheidungsprozess darüber stattfinden, wie die Ergebnisse verbreitet werden sollen. Zelebrieren Sie diesen wichtigen Schritt, indem Sie den richtigen Rahmen finden: Präsentieren Sie die Audiodateien, essen und trinken Sie gemeinsam, geben Sie Raum für Diskussionen und Austausch. Vielleicht möchten Sie sogar etwas Musik einbauen.



## PROFI-TIPP:

Bevor Sie ein PA-Projekt starten, sollten Sie sich Gedanken über die Ziele und Bedürfnisse der Gruppe machen und Ihren Plan entsprechend anpassen. Nicht jede Gruppe hat die gleichen Bedürfnisse. Das Endergebnis kann großartig sein, aber manchmal ist der Austausch von Ideen und Erfahrungen wichtiger als die eigentliche Produktion.

Versuchen Sie, an Aktivitäten zu denken, die Sie bereits in Ihrer Arbeit angewendet haben – könnten Sie hier die Tonaufnahme einbauen? Das könnte klappen! Denken Sie jedoch daran, dass nicht jede Aktivität mit technischer Ausrüstung verbunden sein muss. Mischen Sie sie ruhig mit anderen Übungen.

Wir finden es besonders interessant, andere kreative Techniken und Ansätze einzubeziehen, wie z. B. Zeichnen oder Collagen, (visuelles) Geschichtenerzählen oder Fotoimpulse, Mitgestaltung von Landschaften, Ton- und Musikaufnahmen usw., immer wenn sie zum Thema Ihres Projekts passen. Die Ergebnisse dieser Techniken können nicht nur die Workshop-Sitzungen, sondern auch das Audio bereichern (z. B. können Sie auch Ihren Brainstorming-Prozess aufzeichnen, gemeinsam erstellte Musik in der Produktion verwenden usw.).

Zur weiteren Vertiefung: A Rights-Based Approach to Participatory Video: toolkit. Benest, G. 2010. InsightShare: Oxford. <http://insightshare.org/resources/right-based-approach-to-pv-toolkit> Participatory Video: Images that Transform and Empower. White, S. (ed) 2003. Sage: London. Handbook of Participatory Video. Milne, Mitchell, de Lange (eds). Lanham: Alta Mira, 2012. Artikel: Low, Bronwen et al 2012. (Re)framing the Scholarship on Participatory Video: From Celebration to Critical Engagement. (S. 49-64) Artikel: Thomas and Britton. The Art of participatory Video. Relation- al Aesthetics in Artistic Collaborations. (S. 208-222)

# KOLLEKTIVE RADIOPRAXIS

## WAS IST DIE KOLLEKTIVE RADIOPRAXIS?

Das Radio ist eine Möglichkeit, Menschen zu ermutigen, miteinander zu sprechen und mitzuteilen, was für sie wichtig ist.

Die Durchführung einer Radiosendung ist jedoch keine Selbstverständlichkeit. Diese Methode soll Moderator\*innen dabei helfen, eine Radiosendung zu organisieren, an der Teilnehmer\*innen gemeinsam beteiligt sind und die sich Themen widmet, die für sie wichtig sind.

## WARUM KOLLEKTIVE RADIOPRAXIS

Wie bereits erwähnt, sind die so genannten vulnerablen Personen in den Mainstreammedien in der Regel nicht präsent bzw. ihre Meinungen werden nicht ernst genommen. Es gibt immer jemanden (meist ohne Fachwissen), der/die für sie spricht. So stehen zum Beispiel Flüchtlinge im Mittelpunkt der Debatte, aber es ist ungewöhnlich, dass sie in einer Fernsehdiskussion selbst zu Wort kommen. Alternative Ansätze, wie wir sie vorschlagen, werden das wahrscheinlich nicht ändern, aber wir glauben dennoch, dass es wichtig ist, Räume zu schaffen, in denen ungehörte Geschichten erzählt werden. Kollektives Radio hilft dabei, solche Räume zu schaffen, in denen jede\*r die Möglichkeit hat, sich zu äußern. Letztendlich ist die kollektive Radiopraxis ein Rahmen, um Menschen zusammenzubringen, die dasselbe Gebiet oder dieselben Lebensbedingungen teilen, und sie miteinander in Austausch treten zu lassen. In diesem besonderen Setting kommen Themen zur Sprache, die sonst keinen Platz finden würden, weil keine Zeit dafür ist oder sie die große Mehrheit einfach nicht betreffen. Hier wird ein Kontext erstellt, der die Gruppen dazu bringt, über das zu sprechen, was ihnen wichtig ist.



## GUT ZU WISSEN:

Der Workshop kann in einem Sozialzentrum, einer Hochschule, einem Altersheim, einem Flüchtlingslager oder im Gefängnis stattfinden. Die Methode ist flexibel – es werden nur ein Raum und ein paar Stühle benötigt. Der Workshop kann mit drei bis zwanzig Personen durchgeführt werden. Mitglieder\*innen unterschiedlichster Gruppen können oder sollen sogar zusammengeführt werden.

## PHASEN EINES KOLLEKTIVEN RADIOWORKSHOPS:

### Set Up

- Etwa 15 Teilnehmer\*innen werden gebeten, sich in einen Kreis zu setzen. Ein Tisch mit Mikrofonen und farbigen Papieren wird in die Mitte gestellt.
- Beginnen Sie mit der Wahl des Namens für die Radiosendung. Bitten Sie die Teilnehmer\*innen, ein paar Vorschläge zu machen, und lassen Sie per Handzeichen über den Namen

abstimmen.

### Jingle

- Erstellen Sie einen Jingle mit dem Namen der Sendung. Bitten Sie die Leute, sich alle in einem Halbkreis aufzustellen. Fragen Sie sie, ob sie eine Idee für die Musik haben. Berücksichtigen Sie alle Vorschläge, auch ein einfaches Händeklatschen oder eine kurze Melodie aus drei Noten. Die Leute können singen, Instrumente spielen und ihren Körper einsetzen. Versuchen Sie, sie zusammen zu führen, indem Sie das gleiche Klatschmuster wiederholen oder den Namen der Radioshow mit einer anderen Stimme sagen. Als Moderator\*in müssen Sie wie ein\*e Dirigent\*in agieren.
- Die Idee ist, kurze und leicht zu merkende, einprägsame Musik zu machen.

### Themen

- Geben Sie dann jeder Person ein kleines Stück Papier und bitten Sie die Teilnehmer\*innen, Ideen aufzuschreiben. Es kann etwas sein, das sie mögen oder nicht mögen, etwas, das sie für wichtig halten, etwas, das ihnen am Herzen liegt. Die Zettel werden dann in einen Hut gelegt. Bitten Sie jede\*n Teilnehmer\*in, einen Zettel zu ziehen und einen nach dem anderen laut vorzulesen.
- Gleichzeitig verknüpft und gruppiert der/die Moderator\*in die Beiträge zu einigen zentralen Themen.
- Teilen Sie die Teilnehmer\*innen auf Untergruppen auf. (Zum Beispiel 3 Untergruppen, wenn Sie 3 Hauptthemen haben.)
- Bereiten Sie in jeder Gruppe mit den Teilnehmer\*innen Affirmationssätze vor, die sich auf die Hauptthemen beziehen. Zum Beispiel: Wenn es um das Thema „Migration“ geht, kann der Satz lauten: „Ich fühle mich in dem Land, in dem ich jetzt lebe, zu Hause“. Wenn das Thema „Ökologie“ ist, kann der Satz lauten: „Die Regierungen müssen die Menschen dazu zwingen, ihren Müll zu trennen und öfter mit dem Fahrrad zu fahren“. Der/Die Moderator\*in hilft den Teilnehmer\*innen, sich auf sich selbst und ihre Erfahrungen zu konzentrieren.

### Storyboard

- Kommen Sie wieder in der Großgruppe zusammen, um mit den Teilnehmer\*innen den Ablaufplan der Radioshow zu erstellen. Fragen Sie die Teilnehmer\*innen, was sie an die erste, zweite usw. Stelle setzen wollen, und bitten Sie eine\*n Teilnehmer\*in, dies in Großbuchstaben auf ein Stück Papier zu schreiben.
- Jedes Thema mit seinen Sätzen wird Teil der Sendung sein. Sie müssen einen Jingle, eine Einleitung (ein paar Sätze, um klarzustellen, worum es im Podcast geht, wer daran teilnimmt und von wo aus Sie senden), ein paar musikalische Pausen (Bitten Sie jemanden zu singen oder suchen Sie ein Lied auf Youtube. – Dieser Moment ist wichtig, damit die Teilnehmer\*innen eine Pause einlegen und sich von der Debatte erholen können.) und eine Schlussfolgerung (ein paar Sätze, um sich bei allen zu bedanken und den Podcast abzuschließen)

## Rollen

- erteilen Sie die Rollen für die Sendung. Sie müssen einen oder zwei Moderator\*innen und einen oder zwei Techniker\*innen bestimmen. Seien Sie kreativ und schaffen Sie neue Rollen: Fotograf\*in, Aufwärmer\*in, jemand, der/die dafür verantwortlich ist, dass alle richtig in das Mikrofon sprechen, usw.
- Legen Sie auf den Tisch in der Mitte das Wort „einverstanden“ auf eine Seite und das Wort „nicht einverstanden“ auf die andere Seite. Bitten Sie dann die Teilnehmer\*innen, ihren Namen auf ein Blatt Papier zu schreiben.

## Showmoderation

- Während der Sendung, wenn ein Thema auftaucht, setzt jede\*r Teilnehmer\*in seinen/ihren Namen näher an „einverstanden“ oder „nicht einverstanden“, je nachdem, was er/sie denkt. Die Teilnehmer\*innen können ihre Namen auch irgendwo in der Mitte zwischen „zugestimmt“ und „nicht zugestimmt“ platzieren, wenn ihre Meinung eher moderat ist. Dies hilft der/dem Moderator\*in zu sehen, wie das Thema unterschiedliche Meinungen hervorrufen kann, und die Teilnehmer\*innen direkt zu fragen, was sie von den Sätzen halten.
- Der/die Moderator\*in belebt die Debatte, indem er/sie Fragen stellt und die Vielfalt der vorhandenen Meinungen zum Thema berücksichtigt.
- Testen Sie den Jingle und kombinieren Sie ihn mit der Einleitung

Und jetzt...

Starten Sie die Radioshow! 3-2-1.

**GO!**



## PROFI TIPP:

1. Dies ist ein sehr einfacher Aufbau für Anfänger.
2. Es ist einfacher, wenn die Teilnehmer dieselbe Sprache sprechen.
3. Es ist wichtig, vor und nach der Veranstaltung Eisbrecher-Aktivitäten, Auswertungen und technische Schulungen durchzuführen.
4. Diese Methode ist ein guter Weg, um alle einzubeziehen. Die Moderatoren müssen sich jedoch auf die -Erfahrungen der Menschen konzentrieren-, um eine reichhaltige Debatte für das Publikum zu ermöglichen.
5. Seien Sie sich bewusst, dass eine oberflächliche Diskussion für die Zuhörer langweilig sein kann.



# MIT RADIOFORMATEN EXPERIMENTIEREN

## EINLEITUNG

Im folgenden Abschnitt stellen wir einige Formate vor, die typischerweise im Radio verwendet werden und sich in den V.I.T.A.-Workshops als nützliche Bausteine erwiesen haben. Der/Die Leser\*in ist eingeladen, diese spezifischen Setups in die Planung von Workshops miteinzubeziehen und mit den Teilnehmer\*innen auszuprobieren. Sie sollen als Inspiration dienen und können nach Belieben verändert, erweitert oder miteinander kombiniert werden. Die beschriebenen Vorschläge für explorative und non-formale Radioformate ermöglichen es, kreatives Potenzial freizusetzen und spielerisch vorzugehen. Dabei setzen sich die Teilnehmer\*innen aktiv mit ihren Themen und ihrem Umfeld auseinander.

### 10 TIPPS FÜR DAS EXPERIMENTIEREN MIT NEUEN FORMATEN (UND FÜR DIE GESTALTUNG VON WORKSHOPS IM ALLGEMEINEN)

**Machen Sie Fehler:** Praktisches Lernen ist nachhaltiges Lernen. Anstatt zu erklären, lassen Sie die Teilnehmer\*innen selbst ausprobieren und durch ihre eigenen Fehler und die der anderen lernen.

**Machen Sie Fehler gemeinsam:** Es ist nicht wichtig, wer sie gemacht hat, sondern dass alle daraus lernen.

Verheimlichen Sie niemals einen Fehler, sondern lernen sie gemeinsam davon

**Hören Sie es sich an und lernen Sie:** Die Wiedergabe des gesamten Materials direkt nach der Aufnahme erhöht das Verständnis und die Verbindung zwischen „Händen und Kopf“. Es hilft, die Verbindung zwischen dem, was wir mit dem Mikrofon gemacht haben, und dem, was wir hören und hören wollen, zu verstehen.

**Wissenstransfer von einer Person zur nächsten:** Jede\*r Teilnehmer\*in zeigt einem/einer anderen, wie man mit der Ausrüstung umgeht, wie man Interviews führt, wie man eine Geschichte erzählt, und dann bringt diese Person es der nächsten bei, und so weiter.

**Lassen Sie los:** Wechseln Sie häufig die Rollen zwischen den Teilnehmer\*innen, um zu verhindern, dass jemand Experte/-in für nur einen Aspekt des Prozesses ist. Geben Sie als Moderator\*in die Kontrolle über kleine Schritte und das Ergebnis auf. Legen Sie den Rahmen für die Zusammenarbeit fest, aber bleiben Sie offen, flexibel und kreativ.

**Nehmen Sie die Eigenverantwortung ernst:** Die Gruppe entscheidet über die Form und Funktion des Endprodukts. Lassen Sie die Teilnehmer\*innen entscheiden, ob das Audiomaterial verbreitet wird oder nicht, ob es online gestellt wird oder nicht, wie die einzelnen Personen erscheinen sollen (z. B. Namen im Abspann) und was mit dem gesamten Material am Ende des Projekts geschehen soll.

**Seien Sie verletzlich:** Schaffen Sie eine gemeinsame Basis und eine Atmosphäre, in der sich alle wohlfühlen und Fehler „zugeben“ können. Seien Sie auch als Moderator\*in nahbar und verletzlich (nehmen Sie z.B. an albernem Spielen teil, verstecken Sie sich nicht hinter Ihrer Position).

**Haben Sie Spaß:** Verwenden Sie spielerische Methoden auch

für ernste Menschen. Spiele bringen Menschen dazu, ihren Status abzulegen. Gemeinsames Lachen macht es leichter, verletzlich zu sein.

**Bringen Sie Beteiligte zusammen:** Beziehen Sie andere mit ein, erweitern Sie den Kreis (z. B. durch Interviews, Erzählungen oder einfach durch das Einholen von Meinungen). Teilen Sie die Ergebnisse und feiern Sie gemeinsam.

## INTERVIEW UNTER GLEICHGESINNTEN

Ein Interview ist ein persönliches Gespräch, das zu Informationszwecken geführt wird. Es ist eine gängige Praxis – vom wissenschaftlichen bis zum sozialen Bereich –, die häufig in der Sozialpsychologie, aber auch in den Massenmedien verwendet wird. Laut Edgar Morin (französischer Philosoph) hat das Interview eine zusätzliche Komponente, die über den reinen Zweck der Information hinausgeht und die durch die Kommunikation selbst gegeben ist: in der Interaktion zwischen zwei oder mehreren Personen tritt das psychosoziale, affektive Phänomen auf, das die Information beeinflusst, filtert, verformt oder sogar deren Auslöser ist.

Es gibt viele Arten von Interviews, die durchgeführt werden können, aber an dieser Stelle schlagen wir vor, sich auf die soziale Ebene zweier Teilnehmer\*innen zu konzentrieren, die ein Gespräch führen und bei denen jede\*r von ihnen eine Rolle übernimmt: eine Person ist der Interviewer\*in und die andere der/die Befragte – fast wie eine Imitation des Journalismus.

Da es für das Soziale Radio passender ist, schlagen wir das freie Interview vor: Es soll persönlich sein und Themen angesprochen

Ein Interview dient dazu, Informationen von der befragten Person zu erhalten, z.B. von Expert\*innen, von Augenzeugen oder Betroffenen. Interviews können die Authentizität einer Radiosendung erhöhen und die Wirkung auf den/die Zuhörer\*in verstärken. Interviews können narrativ oder sehr spezifisch sein, je nachdem, welche Informationen gewonnen werden sollen.

werden, die beide Akteur\*innen betreffen und mit denen sich das Publikum identifizieren kann. Dieses Format ermöglicht es den Beteiligten, weiterhin zu improvisieren und spontan zu bleiben. Offene Fragen können dem Gespräch einen besonderen Fluss und die Flexibilität verleihen, jedes Thema anzusprechen, das auftauchen könnte. Die freie Selbstdarstellung gibt uns die Möglichkeit, uns unsere Gedanken offen zu legen und sie mit anderen zu teilen. Das Ziel dieses Interviews ist es nicht, die Wahrheit herauszufinden, sondern die ehrliche Meinung des/der Sprechers/-in sowie das Einfühlungsvermögen und Interesse der Zuhörer\*innen zu wecken.

## WIE KANN DAS FORMAT IN EINEM WORKSHOP EINGESETZT WERDEN?

### Zweck im Workshop-Setting

Wir nutzten das Interviewformat, um die Kommunikationsfähigkeiten unserer Teilnehmer\*innen zu trainieren. Diese Übung gab ihnen die Möglichkeit, einige der Rollen (Journalist\*in, Interviewpartner\*in) in einer Radiosendung zu üben. Die Interviews boten die Möglichkeit zu erfahren, wie sie sich mit einem Aufnahmegerät ausdrücken können. Um die Erfahrung zu vertiefen, baten wir die Teilnehmer\*innen, sich die Aufnahmen anzuhören, und sich von uns mit einigen Fragen durch die Nachbesprechung leiten zu lassen. Während der Sendung oder Show können Sie zwischen verschiedenen Segmenten mit unterschiedlichen Inhalten wechseln. Das Interview ist ein Format, das leicht zu jedem Zeitpunkt der Sendung eingesetzt werden kann: Es kann als Eröffnungs-, aber auch als Hauptteil oder sogar zum Abschluss Ihrer Sendung verwendet werden. Denken Sie daran, dass das Interview ein großartiges Format ist, um Ihre Gäste kennen zu lernen!

### Gruppengröße

Dieses Format eignet sich sowohl für kleine Gruppen mit 4 Teilnehmer\*innen als auch für größere Gruppen mit bis zu 20 Teilnehmer\*innen.

### Vorwissen

Die Teilnehmer\*innen müssen keine Vorkenntnisse haben.

### Themen

Wenn wir mit einem Interviewformat arbeiten, können wir jedes Thema ansprechen, das die Teilnehmer\*innen wählen. Es ist wichtig, dass sich die Teilnehmer\*innen durch das Thema vertreten und berührt fühlen, da das Ziel des Interviews darin besteht, mit persönlichen Informationen zu arbeiten.

### Folgende Fähigkeiten erwerben die Teilnehmer\*innen

- Kommunikations- und Beziehungskompetenz
- Aktives Zuhören
- Sprachliche Kompetenzen
- Empathie



## NERD-WISSEN:

Der Eiffelturm war der Star der Weltausstellung von 1889, doch die Pariser\*innen schienen dieses Wahrzeichens überdrüssig geworden zu sein, und es kursierten Gerüchte über seine Zerstörung. Um sein Meisterwerk zu retten, fand Gustave Eiffel eine neue Verwendung für seinen Turm: Er wurde zum Empfänger und sogar zum Radiosender! Radio Tour Eiffel war der erste Radiosender, der 1921 in Frankreich gegründet wurde.

Der Weltrekord für das längste Interview wurde 2013 von einem norwegischen Journalisten aufgestellt, der einen Intellektuellen 30 Stunden, 1 Minute und 44 Sekunden lang interviewte!

## BEISPIEL FÜR EIN INTERVIEW WÄHREND EINES WORKSHOPS

### GEGENSEITIGES INTERVIEWEN:

#### 15 bis 20 Minuten

Bitten Sie die Teilnehmer\*innen, individuell über die folgende Frage zu reflektieren: „Wer werde ich in zehn Jahren sein?“ Um sie dabei zu unterstützen, können Sie sie bitten, über Folgendes nachzudenken:

- die Hobbys, die sie haben werden
- ihre intimen Beziehungen, Liebesgeschichten und Freundschaften
- welche Fähigkeiten sie entwickelt haben werden
- einen „typischen“ Tag in zehn Jahren
- ihre Persönlichkeiten (werden sich ihr Charakter und ihr Verhalten verändert haben?)
- ihr soziales Leben

Bitten Sie sie anschließend, sich zu zweit mit einer Person ihrer Wahl zusammenzutun. Dies kann eine Person sein, mit der sie sich besonders wohl fühlen. Bitten Sie sie, sich gegenseitig zu interviewen und das mit dem Handy aufzunehmen. Vergewissern Sie sich, dass alle Teilnehmer\*innen wissen, wie sie das Diktiergerät auf ihrem Handy bedienen können. Erinnern Sie sie dann an die Interviews (siehe Anhang 1) und bitten Sie sie, sich an einen Ort zu setzen, an dem sie sich wohl fühlen.

### ANHÖREN DER AUDIODATEIEN:

#### 15 bis 20 Minuten

Person A interviewt Person B 5 Minuten lang und stellt Fragen dazu, wie ihr Leben in 10 Jahren aussehen wird. Dann werden die Rollen getauscht und B interviewt A.

Sobald die Aufnahmen fertig sind, bitten Sie die Teilnehmer\*innen, sie Ihnen via Whatsapp zu schicken. Setzen Sie sich wieder in einen großen Gruppenkreis zusammen. Stellen Sie eine\*n Sprecher\*in in die Mitte des Kreises und hören Sie sich auf freiwilliger Basis ein paar Kreuzinterviews an. Machen Sie nach jedem Interview einen kurzen Rückblick:

„Wie haben Sie sich während des Gesprächs gefühlt?“

„Wie fühlt es sich an, Ihre Stimme zu hören?“

In Kreuzinterviews stellten sich die Teilnehmer\*innen gegenseitig Fragen darüber, wer sie in 10 Jahren sein würden; anschließend hörten wir uns diese Interviews gemeinsam an. Einige von ihnen hörten zum ersten Mal eine Aufzeichnung ihrer Stimme. Beim Anhören der Interviews fühlten sie sich manchmal unwohl, aber meistens haben sie gelacht. Die Durchführung der Interviews in Zweiergruppen ermöglichte es einigen der Teilnehmer\*innen, sich mehr zu öffnen, Spaß zu haben und sich selbst zuzuhören.



## GUT ZU WISSEN:

Das Wichtigste ist, dass sich die Zuhörer\*innen irgendwie mit dem/r Interviewpartner\*in identifizieren können. Das Interview muss dynamisch sein und reale Themen behandeln, mit denen die Menschen etwas anfangen können. Denken Sie daran, dass Sie als Interviewer\*in aktiv zuhören müssen, um in der Lage zu sein, auf die Geschichte Ihres/r Gesprächspartners/-in einzugehen und tiefer in sie einzutauchen.

Interviews sind eine großartige Möglichkeit, die Aufmerksamkeit Ihres Publikums zu wecken, Geschichten zu erzählen und Ihre Gäste kennen zu lernen. Es ist ein einfaches Format, das zu jedem Zeitpunkt der Sendung eingesetzt werden kann. Sie brauchen nicht viel Vorbereitung, genießen Sie es einfach und hören Sie Ihrem/r Partner\*in zu!

## VOX POP

Vox Pop ist eine journalistische Technik, bei der zufällige oder bestimmte Personen im öffentlichen Raum befragt werden. Ziel ist es, Fragen zu stellen und Meinungen zu einem bestimmten Thema einzuholen. Der Ausdruck Vox pop stammt aus dem Lateinischen und bedeutet „die Stimme des Volkes“.

Vox Pop läuft in der Regel folgendermaßen ab: Ein\*e Journalist\*in spricht eine Person auf der Straße an und stellt ihr eine Frage zu einem bestimmten Thema. Die Fragen werden je nachdem, welche Art von Antworten der/die Journalist\*in sucht, gestellt: eine kurze Antwort wie „Ja“ oder „Nein“ oder eine ausführlichere. Wie bei anderen Formen von Interviews können die Fragen an die vorherigen Antworten und an das Profil der befragten Person angepasst werden.

Vox Pop ist eine sehr interessante Technik zur Produktion von Inhalten für ein Radioformat. Erstens ermöglicht sie das Sammeln von Beiträgen von einer Gruppe von Befragten, die in Bezug auf Geschlecht, Alter, sozialen und ethnischen Hintergrund, aber auch hinsichtlich ihrer Meinungen sehr unterschiedlich sein können. Der zweite Vorteil von Vox Pop besteht darin, dass



## GUT ZU WISSEN:

Radio Rookies DIY Toolkit: How To Do Vox Pop ist ein benutzer\*innenfreundliches Video, um besser zu verstehen, wie man Vox Pop macht. Dabei handelt es sich um eine Initiative des New York Public Radio, die Teenagern das Handwerkszeug und die Ausbildung bietet, um Radiobeiträge über sich selbst, ihre Communities und ihre Welt zu produzieren.

<https://youtu.be/9ybE3jEuzg>

auf diese Weise Inhalte mit sehr spontanen Diskussionen und Antworten produziert werden können, da die Befragten nicht vorbereitet sind. Der Inhalt kann aufgrund einer möglichen unbewussten Ehrlichkeit der Befragten überraschend sein

## WIE KANN DAS FORMAT IN EINEM WORKSHOP EINGESETZT WERDEN?

### Zweck im Workshop-Setting

Wir ermutigten unsere Teilnehmer\*innen, den Veranstaltungsort unseres Workshops zu verlassen und Menschen vor Ort zu treffen. Mit diesem Vorschlag wollten wir sie aus ihrer Komfortzone herausholen und sie dazu bewegen, neue Leute kennenzulernen. Da unsere Teilnehmer\*innen in einer ländlichen Gegend lebten und sich isoliert fühlten, forderten wir sie auf, andere zu fragen, wie sie sich in der gleichen Umgebung fühlten.

### Gruppengröße

Vox Pop kann an verschiedene Gruppengrößen und -typen angepasst werden. Wenn Sie mit einer bestimmten Gruppe arbeiten, können Sie sie einladen, den Raum zu verlassen und eine Vox Pop auf der Straße zu organisieren!

### Vorwissen

Die Teilnehmer\*innen brauchen keine Vorkenntnisse, aber müssen darauf vorbereitet sein, wie sie auf Fremde zugehen können. Sie müssen auch damit rechnen, abgelehnt zu werden, falls einige der Personen, die sie interviewen wollen, nicht bereit sind, die Fragen zu beantworten.

### Themen

Alle Themen sind möglich, da Vox Pop versucht, Meinungen zu einem bestimmten Thema von zufälligen und unterschiedlichen Personen einzuholen. Achten Sie jedoch darauf, in welchem Kontext Ihr Vox Pop stattfindet: Seien Sie vorsichtig mit intimen Fragen, die die Befragten belasten könnten. Wenn Ihre Fragen zu intim sind, werden Sie auch keine Antworten erhalten. Stellen Sie sich vor, wie Sie reagieren würden, wenn eine zufällige Person Sie auf der Straße anspricht und Ihnen allzu private Fragen stellt.

### Folgende Fähigkeiten erwerben die Teilnehmer\*innen

- Kommunikations- und Beziehungskompetenz
- Aktives Zuhören
- Durchsetzungsvermögen, indem man die richtigen Fragen stellt und sich nicht unterkriegen lässt
- Empathie
- Eigeninitiative
- Interkulturelle Sensibilisierung



## PROFI-TIPP:

Einsatz von Vox Pop kann Ihrer Sendung eine neue Dimension verleihen, da Sie Ihr Publikum gewissermaßen ins Studio einladen. Externe Stimmen, die Ihre Aussage stützen oder ablehnen, können der Diskussion neue Impulse geben.

Das Mikrofon für ein breites Publikum zu öffnen, kann auch als ein Zeichen von Demokratie verstanden werden, da andere Perspektiven und Meinungen in Ihrer Sendung berücksichtigt werden.

Wenn Sie mit anderen interagieren, vergessen Sie nicht, sich selbst und das Projekt vorzustellen, damit die Leute neugierig und offen für eine Teilnahme sind.

### EINIGE DER MERKMALE VON VOX POP SIND:

- Vox Pop ist einfach zu implementieren und erfordert keinen großen Vorbereitungsaufwand.
- Sie können neue Leute und ihre Meinungen kennenlernen.
- Sie können von anderen lernen.
- Sie können in Ihrer Sendung verschiedene Meinungen aufzeigen.

## GUT ZU WISSEN:

Was ist ein Podcast?

Der Begriff Podcast setzt sich aus „pod“ von iPod (MP3-Player von Apple) und „cast“ von broadcast zusammen. Es gibt auch Radio- oder Fernsehsendungen, die das Format von Podcasts haben. Im Unterschied zu traditionellen Medien hat ein Podcast jedoch keine festen Sendezeiten. Er besteht aus einer ganzen Reihe von Audiodateien. Stellen Sie sich einen Blog vor, der normalerweise aus mehreren Artikeln besteht, die nacheinander veröffentlicht werden. Ein Podcast ist im Grunde das Gleiche mit Audiodateien. Deshalb wird er manchmal auch als Audio-Blog bezeichnet. Einen Podcast kann man sich wie einen Zug mit vielen Waggons vorstellen: Ein Waggon ist eine Podcast-Episode, während der ganze Zug mit allen Waggons und der Lokomotive der Podcast ist.

Wer macht Podcasts?

Oft sind es Unternehmen, Freiberufler\*innen, Vereine oder Interessensgruppen, die einen Podcast produzieren, um auf sich aufmerksam zu machen. Es gibt aber auch unzählige Privatpersonen, die sich auf diese Weise mit der Welt austauschen. Die Themen sind so vielfältig wie die Qualitätsstandards. Es gibt Talk-Formate, Info-Formate, Wissens-Podcasts, Lern-Podcasts, Hörspiele, Comedy, Magazine, Business-Tipps und vieles mehr. Und das ist das Schöne an Podcasts: Die Auswahl ist riesig und jede\*r kann sich das herausuchen, was ihm/ihr gefällt.

- Sie können Ihr Projekt verbreiten und zeigen.

Vox Pop kann Ihrer Sendung Glaubwürdigkeit verleihen. Es könnte eine gute Strategie sein, um die Aufmerksamkeit neuer potenzieller Hörer\*innen zu erregen, da Sie die Interviewpartner\*innen natürlich einladen können, die Sendung zu hören.

## KLANGCOLLAGE

### WAS IST EINE KLANGCOLLAGE?

Eine Klangcollage ist ein Tondokument, das aus einer Zusammenstellung von Fragmenten oder Samples von Geräuschen, Klängen, Stimmen, Musik und Aufnahmen entsteht. Ähnlich wie bei einer Papiercollage aus alten Zeitschriften wird Vorhandenes verfremdet, neu arrangiert und so ein neues Ergebnis erzielt. Wie bei der visuellen Collage kann das Collagenwerk eine völlig andere Wirkung haben als die der Einzelteile, auch wenn die Originalteile vollständig wiedererkennbar sind oder nur aus einer Quelle stammen. Klangcollagen sind künstlerische Formen der Auseinandersetzung mit einem Thema. Indem man zum Beispiel Alltagsgeräusche aufnimmt und sie auf kreative Weise neu zusammensetzt, kann man Fragen bearbeiten wie:

- Wie klingt Gemeinschaft?
- Ist Zusammenhalt laut oder leise?
- Ist Wut eher schrill oder dumpf?
- Was ist die Tonart von Wasser?
- Was ist der Klang der Liebe?



## NERD-WISSEN:

Klangcollagen wurden mit der zunehmenden Verwendung von Magnetbändern in den frühen 1960er Jahren technisch möglich. Tontechniker\*innen erkannten bald die Möglichkeit, Bänder mit Hilfe von Rasierklingen zu zerschneiden, neu zusammensetzen und zusätzliche Quellen einzubeziehen. Die erste dokumentierte, elektronisch erzeugte Klangcollage ist das Stück „Weekend“, eine Collage aus Worten, Musik und Geräuschen, die 1928 vom Filmmacher und Medienkünstler Walter Ruttmann geschaffen wurde. Später, im Jahr 1948, nutzte Pierre Schaeffer die Technik der Klangcollage, um das erste Stück der musique concrète zu entwickeln, „Étude aux chemins de fer“, das aus Aufnahmen von Zügen komponiert wurde (<https://www.youtube.com/watch?v=N9pO-q8u6-bA>).

## GUT ZU WISSEN:

Sampling, eine der Collage ähnliche Technik, ist in der Hip-Hop- und House-Musik weit verbreitet. Dadurch hielten auch Klangcollagen Einzug in die Popmusik.

## WIE KANN DAS FORMAT IN EINEM WORKSHOP EINGESETZT WERDEN?

### Nach Themen suchen und Fragen stellen

Zunächst muss eine gemeinsame Frage oder ein gemeinsames Thema gefunden werden. Hierfür eignen sich typische Spiele oder Übungen zur Themenfindung. Die Frage sollte die Aufmerksamkeit auf ein Phänomen lenken und das Interesse der Teilnehmer\*innen wecken. Dann sollte das Phänomen schriftlich beschrieben und durch Beispiele erläutert werden. Alternativ zur Themenwahl kann auch zunächst ein Titel gewählt werden.

### Das Konzept

Nun stellt sich die Frage, wie das Thema vertont werden kann. Mit welchen Klängen ist ein Thema verbunden? Bei dem Thema „Wie klingt Wien?“ ist das vielleicht noch ganz einfach: „Fluchende Kutscher\*innen, Wiener Dialekt, Mozart, ein typisches Wiener Lied etc.“ Aber bei einer Frage wie „Wie klingt Freundschaft?“ oder „Wie klingt Außenseitertum?“ sind die Klänge meist abstrakter und weniger eindeutig. Die entstehenden Diskussionen sind wichtig und es ist ebenso wichtig, sie zu moderieren und dafür zu sorgen, dass alle Meinungen gehört werden.

### Aufnahmen

Anschließend gehen die Teilnehmer\*innen auf Geräuschjagd. Sie suchen nach Geräuschen in der Umgebung, z. B. in der Wohnung, in Parks, in Geschäften, im Wald, auf Partys, in der Fußgängerzone, am Wasser usw. Die Klänge, Stimmen und Geräusche werden aufgenommen und gesammelt. Sie sind die Fragmente der Klangcollage.

### Zuhören und Komponieren

Dann werden die Aufnahmen angehört. Warum wurden diese Klänge aufgenommen? „Wow, so hört sich das tatsächlich an?“ – „Hä, was ist das für ein Geräusch?“ Die Klänge dienen als Anregung für die anschließende Diskussion, die wiederum die Grundlage für die Bearbeitung bildet.

Die musikalischen Experimente können allein oder im Team komponiert werden. Damit sind wir wieder bei der ursprünglichen Frage. Die Aufnahmen können geschnitten, verschoben, verdoppelt, gelöscht oder in der Lautstärke verändert werden. Dazu wird ein Tonbearbeitungsprogramm verwendet. Es gibt einige professionelle Lösungen, aber auch kostenlose Programme.

## DIE ENDPDUKTIONEN DER TEILNEHMER\*INNEN WERDEN GEMEINSAM ANGEHÖRT UND IN DER GRUPPE DISKUTIERT.

### Gruppengröße

Zwei bis acht Personen

### Vorwissen

Grundlegende Schnitt- und Aufnahmekenntnisse sind erforderlich. Möglicherweise in einem Crashkurs zu erreichen. 1

### Themen

Alle Themen sind möglich

### Was wird benötigt?

Mobiles Tonaufnahmegerät (Laptop, Smartphone, Diktiergerät oder Kassettenrekorder mit Aufnahmefunktion).

Bearbeitungsprogramm

### Welche Fähigkeiten erwerben die Teilnehmer\*innen?

- Künstlerische Ausdruckskraft
- Konzeptionelle Fähigkeiten
- Technische Grundfertigkeiten
- Aktives Zuhören
- Vorbereitung von Themen
- Selbstwahrnehmung
- Andere Fähigkeiten je nach Kontext

Klangcollagen sind eine Möglichkeit, über Dinge zu sprechen, ohne die eigene Stimme zu benutzen. Sie sind kreativ und im besten Fall ein künstlerisches Erlebnis – nicht nur für die Mach-er\*innen, sondern auch für die Zuhörer\*innen.



## PROFI-TIPP:

Um die Wirkung der Klangcollage zu überprüfen, können die Teilnehmer\*innen die Augen schließen, die neu krei-erte Collage anhören und ein Bild vor ihrem geistigen Auge entstehen lassen. Stimmen sie noch mit den zu Beginn gewählten Themen überein?

## RADIOTHEATER

Das Radiotheater (auch Hörspiel genannt) ist, wie der Name schon andeutet, die Verschmelzung von Radio und Theater oder besser gesagt, die Anpassung des Theatergenres an das Radio. Damit diese Adaption klappt, verzichtet das Theater auf die visuellen Aspekte der Szene und ersetzt sie durch Klangelemente, die die Vorstellungskraft der Zuhörer\*innen aktivieren und sie in die Geschichte eintauchen lassen: Klangeffekte, um die Erzählung oder den Dialog zwischen den Schauspieler\*innen in Szene zu setzen, Hintergrundmusik, die als Atmosphäre dient und die Stimme der Schauspieler\*innen stärker betont.

Das Radiotheater entwickelte sich zwischen 1920 und 1940 zu einer weltweit beliebten Unterhaltungsform, vor allem in Spanien und Lateinamerika. Für seine große Beliebtheit gab es eine Erklärung: Theater war nur für reiche Leute, während das Hörspiel für jede Person, die ein Radio besaß, leicht zugänglich war. Mit dem Aufkommen des Fernsehens verlor das Radiotheater immer mehr an Bedeutung, bis das Internet die Situation umkehrte. Heutzutage hat die Verschmelzung von Theater und Radio ein weiteres Element aufgenommen – den Podcast, der dem Radiotheater neues Leben einhaucht. Die Grenzen des Radiotheaters liegen in der Tatsache, dass das Publikum die Bewegungen der Schauspieler\*innen nicht wahrnehmen kann. Diese müssen durch sorgfältig ausgewählte und gespielte Geräusche ersetzt werden, die dem Publikum helfen, in die Szene einzutauchen und sie zu verstehen.

1 Siehe zum Beispiel Radio V.I.T.A.-Leitfaden für Radioworkshops.

## WIE KANN DAS FORMAT IN EINEM WORKSHOP EINGESETZT WERDEN?

### Zweck im Workshop-Setting

Das Format des Radiotheaters ist für die Ziele des V.I.T.A.-Projekts geeignet, da es die Möglichkeit bietet, die Produktion einer Radiosendung/eines Podcasts zu erlernen, und gleichzeitig darauf abzielt

- einen sicheren Raum zu schaffen, in dem sich die Teilnehmer\*innen wohl fühlen ihre Geschichten zu teilen;
- Gruppenzusammenhalt und Zugehörigkeitsgefühl zu fördern;
- Selbsterkenntnis und -bewusstsein zu unterstützen;
- den Teilnehmer\*innen die Werkzeuge an die Hand zu geben, mit denen sie ihre Stimme analysieren und Intonation und Tempo kontrollieren können.

Dabei werden die Stimmen der nicht repräsentierten Menschen gestärkt und es entsteht eine Verbindung zum Publikum, das sich mit den dargebotenen Geschichten/der Unterdrückung identifiziert. Aus diesem Grund ist dieses Format transformativ und begünstigt die soziale Kohäsion.

### Hier ein Beispiel für einen Radiotheater-Workshop:

#### *Gegenseitiges Kennenlernen und Aufwärmen der Stimme*

Der Workshop beginnt mit Übungen zum gegenseitigen Kennenlernen. Dann beginnen wir mit dem Aufwärmen der Stimme und ihrer Analyse (Übungen zur Arbeit und zum Erkennen unserer Stimme, Beschreibung dessen, was wir an ihr mögen und was nicht, und wie wir über das, was wir nicht mögen, lernen können).

#### *Erarbeitung eines Theaterstücks auf der Grundlage eines Themas und der damit verbundenen Erfahrungen der Teilnehmer\*innen*

Um das Theaterstück zu entwickeln, können die Moderator\*innen ein Thema vorschlagen oder die Teilnehmer\*innen sich darauf einigen lassen, woran sie arbeiten wollen (Dies kann geschehen, indem jede\*r ein Thema auf ein Blatt Papier schreibt, dann Ideen gesammelt und die am häufigsten wiederkehrenden oder interessantesten für die Gruppe ausgewählt werden; dies kann durch ein gemeinsames Brainstorming geschehen...).

Sobald wir das Thema festgelegt haben, können die Teilnehmer\*innen in kleinere Gruppen aufgeteilt und gebeten werden, ihr Wissen, ihre Erfahrungen und ihre Gefühle zu diesem Thema zu teilen und eine kurze Geschichte zu schreiben. Sobald alle fertig sind, kommen zwei Gruppen zusammen, um ihre Geschichten zusammenzuführen, und so weiter, bis wir nur noch eine Geschichte haben. Sobald es eine gemeinsame Geschichte gibt, werden die Charaktere festgelegt und eine Improvisation von Dialogen ausprobiert, die die Grundlage für das Theaterstück bilden werden.

Nicht nur die Dialoge sind wichtig, sondern die Teilnehmer\*innen müssen auch überlegen, wann und wo die Szene spielt, wie spät es ist, wie das Wetter ist, usw.

#### *Ersetzen von Bewegungen durch Geräusche*

Wie bereits erwähnt, verzichtet die theatralische Aufführung im Radiotheater auf die Bewegung, was bedeutet, dass die Bewegung durch den Ton ersetzt werden muss, damit die Aufführung für das Publikum attraktiv und interessant ist.

Bei dieser Art von Workshop arbeiten wir daran, Bewegungen in Klänge zu „übersetzen“. Diese können von den Stimmen der Teilnehmer\*innen wiedergegeben, in der Natur aufgenommen werden oder es kann existierende Musik sein, die zur Schaffung der Atmosphäre verwendet wird. Während des Workshops sind die Teilnehmer\*innen eingeladen, mit ihrer Kreativität zu arbeiten und Ideen in Bewegungen und dann Bewegungen in Klänge umzusetzen. Nehmen wir an, sie sollen einen dunklen Raum, ein Büro oder einen Wald darstellen, jemanden, der/die rennt, tanzt oder klettert..., dann nutzen sie ihre Fantasie, um zu überlegen, welche Geräusche diese Dinge haben oder machen und wie sie in dem Stück hörbar gemacht werden können. Eine andere Möglichkeit ist, eine\*n Erzähler\*in zu bestimmen, der/die die Szene beschreibt, in der das Stück gerade spielt. So können sich die Schauspieler\*innen auf die Dialoge konzentrieren.

#### *Aufnahme*

Wenn alles fertig ist, wird das Stück aufgenommen, bearbeitet und schließlich ausgestrahlt. Die Aufnahme und Bearbeitung sollte ebenfalls Teil des Workshops sein und in der Verantwortung der Teilnehmer\*innen liegen.

### Gruppengröße

Zwei bis zehn Personen

### Vorwissen

Es sind keine Vorkenntnisse erforderlich, aber es ist sinnvoll, dass die Teilnehmer\*innen folgende Voraussetzungen mitbringen:

- Aufgeschlossenheit, den Wunsch, eigene Erfahrungen und Meinungen mitzuteilen, und die Bereitschaft, anderen zuzuhören.
- Interesse an Theatermethoden und an der Nutzung des Radios zur Sensibilisierung für das Hauptthema des Podcasts.

### Themen

Mit dem Radiotheater können alle möglichen Themen behandelt werden. Im Rahmen des V.I.T.A.-Projekts wurde es jedoch genutzt, um folgende Themen zu bearbeiten:

- Stereotypen
- Vorurteile
- Diskriminierung
- Machtmissbrauch
- Tabus.

### Folgende Fähigkeiten erwerben die Teilnehmer\*innen

- Interkulturelle Sensibilisierung und Kompetenz
- Kommunikative und sprachliche Kompetenz
- Kritisches Denken
- Dialogisches Lernen
- Bewusstsein für die in der Gesellschaft bestehenden Machtstrukturen
- Soziale und staatsbürgerliche Kompetenz
- Selbstständigkeit und Eigeninitiative
- Konfliktlösung/-transformation
- Künstlerische und kulturelle Kompetenz



## PROFI TIPP:

Ein guter Podcast sollte attraktiv und fesselnd sein. Er sollte beim Publikum Verständnis und den Wunsch wecken, Lösungen/Alternativen zu den bestehenden Machtverhältnissen zu finden und sich gleichzeitig mit den unterdrückten, zum Schweigen gebrachten und unterrepräsentierten Gruppen der Gesellschaft zu solidarisieren.



## NERD WISSEN:

Die drei ??? (sprich: Die drei Fragezeichen; Originaltitel: Die drei Ermittler; Nebenform: Die drei Detektive) ist eine deutsche Hörspielserie, die auf der gleichnamigen Buchreihe basiert. Die erste Folge wurde 1979 ausgestrahlt und bis heute werden regelmäßig neue Folgen veröffentlicht. Mit über 50 Millionen verkauften Tonträgern und über 150 Gold- und Platinschallplatten sind Die drei ??? die erfolgreichste Hörspielproduktion der Welt.

Ein Hörspiel ist nicht dafür gedacht, live vor Publikum aufgeführt zu werden, auch wenn eine Anpassung des Formats eine solche Aufführung ermöglichen könnte. Aber Die drei ??? halten auch den Weltrekord für die meisten Zuseher\*innen bei einem Live-Hörspiel. Am 9. August 2014 sahen rund 20.000 Zuschauer\*innen in der Waldbühne in Berlin das Live-Hörspiel Die drei ???: Phonophobie – Sinfonie der Angst..

## RADIOPOESIE

Radiopoesie ist allgemein als ein Radioformat bekannt, bei dem Personen Gedichte im Rahmen eines Rundfunkprogramms lesen und interpretieren. Ihr Hauptziel ist es, eine Verbindung zwischen Performance, gedruckter Literatur und Radiohörer\*innen herzustellen und den Wert von Gedichtversen wiederzugewinnen.

Im Rahmen des V.I.T.A.-Projekts hat die Poesie eine neue Rolle und Bedeutung erlangt. Sie wird genutzt, um eine Verbindung zwischen Menschen und Kreativität herzustellen und gleichzeitig das zu dekonstruieren, was gemeinhin als Schönheit wahrgenommen wird. Die Basis bilden Übungen und Dynamiken, die die Teilnehmer\*innen dazu bringen, mit der Sprache zu spielen und Wörter zu assoziieren, während sie anerkennen, dass jeder Mensch kreativ ist und jede\*r ein\* Künstler\*in sein kann.

## WIE KANN DAS FORMAT IN EINEM WORKSHOP EINGESETZT WERDEN?

Es gibt einen oder zwei Moderator\*innen, die als Joker oder Kurunga fungieren und Fragen stellen, um die Diskussion über das vorgegebene Thema anzuregen, während der Rest des Teams, d. h. die Teilnehmer\*innen, die Texte (Gedichte) vortragen und sich an der Diskussion beteiligen.

### Zweck im Workshop-Setting

Das Format der Radiopoesie bietet die Möglichkeit, das Produzieren eines Podcasts zu erlernen, während es gleichzeitig daran arbeitet, das, was gemeinhin als Schönheit und „Normalität“ wahrgenommen wird, zu demontieren und durch die Verwendung der Sprache Alternativen zu bieten.

Die Teilnehmer\*innen tauschen ihre Geschichten und Gedanken in einem geschützten Raum aus, in dem sie die Realität analysieren und das, was sie als Unterdrückung empfinden, als etwas dekonstruieren können, das von oben, vom Mainstream diktiert wird. Durch Spiele und Übungen arbeiten sie an der Ästhetik der Unterdrückten, spielen mit der Sprache und finden Alternativen zu Wörtern, Bildern und Klängen, die eine voreingenommene Sicht der Gesellschaft darstellen, die sie nicht repräsentiert oder von der sie unterdrückt werden. Gleichzeitig lernen sie, ihre Stimme zu analysieren und Intonation und Tempo zu kontrollieren.

### Gruppengröße

Zwei bis zehn Personen

### Vorwissen

Es sind keine Vorkenntnisse erforderlich, aber es ist sinnvoll, dass die Teilnehmer\*innen folgende Voraussetzungen mitbringen:

- Aufgeschlossenheit, den Wunsch, eigene Erfahrungen und Meinungen mitzuteilen, und die Bereitschaft, anderen zuzuhören.
- Interesse an Theatermethoden und an der Nutzung des Radios zur Sensibilisierung für das Hauptthema des Podcasts.

### Themen

Mit dem Radiotheater können alle möglichen Themen behandelt werden.

### Folgende Fähigkeiten erwerben die Teilnehmer\*innen

- Interkulturelle Sensibilisierung und Kompetenz
- Kommunikative und sprachliche Kompetenz
- Kritisches Denken
- Dialogisches Lernen
- Bewusstsein für die in der Gesellschaft bestehenden Machtstrukturen
- Soziale und staatsbürgerliche Kompetenz
- Selbstständigkeit und Eigeninitiative
- Konfliktlösung/-transformation
- Künstlerische und kulturelle Kompetenz

Die Radiopoesie ist ein Radioformat, bei dem Interpret\*innen Gedichte im Rahmen eines Rundfunkprogramms lesen und interpretieren. Im Rahmen des V.I.T.A.-Projekts wird die Poesie genutzt, um eine Verbindung zwischen den Menschen und der Kreativität herzustellen und gleichzeitig zu dekonstruieren, was gemeinhin als Schönheit wahrgenommen wird. Die Basis bilden Übungen und Dynamiken, die die Teilnehmer\*innen dazu bringen, mit der Sprache zu spielen und Wörter zu assoziieren. Worte, Bilder und Töne sind Kanäle der Unterdrückung, aber sie können von den Unterdrückten auch als Formen der Rebellion und Aktion genutzt werden.



## GUT ZU WISSEN:

Die Interpret\*innen fühlen sich in einem Radioformat vielleicht wohler als bei einer direkten Aufführung, bei der das Publikum im Raum anwesend ist. Sie fühlen sich in einem sicheren Raum, den sie innerhalb der Gruppe geschaffen haben, und das könnte sie freier machen, sich auszudrücken. Andererseits gibt es jedoch keine synchrone Interaktion und keinen direkten Austausch von Ideen mit dem Publikum.

## CORONA-EXKURS: SPRACHNOTIZ-RADIO

In Zeiten von Corona und Ausgangssperren kann es leicht passieren, dass die Menschen ihre Verbindung zueinander verlieren. Die Pandemie traf die ganze Welt und veränderte und verändert immer noch die Art und Weise, wie unsere Gesellschaften miteinander umgehen. Orte des Austauschs und der Zusammenkunft waren plötzlich unzugänglich. Freund\*innen, Nachbar\*innen und Gemeinschaften wurden voneinander getrennt.

Dadurch war es nicht mehr möglich, von anderen zu erfahren, wie es ihnen geht, aber auch die Situation, in der man sich befindet, mitzuteilen. Isolation, Einsamkeit und Frustration sind die Folge.

Mit diesen kleinen Aktivitäten können Sie dem entgegenwirken: Sprachnachrichten-Radio ist ein Werkzeug in einem Kontext, in dem Menschen getrennt sind, das heißt, sie können sich aus bestimmten Gründen wie einer Epidemie, einem Krieg oder der Unmöglichkeit, sich zu bewegen, physisch nicht zusammenfinden. Nun lädt man z. B. über Facebook, WhatsApp oder E-Mail dazu ein, Sprachnachrichten zu einem bestimmten Thema zu versenden. Natürlich wird das Sprachnachrichten-Radio eine Gesundheitskrise nicht beenden, aber es kann dazu dienen, dass die Menschen wieder voneinander hören. So entstehen ein Austausch und gemeinsame Erfahrungen zwischen den Menschen.

### WIE LEITET MAN EIN SPRACHNOTIZEN-RADIO?

- Bitten Sie die Teilnehmer\*innen, mit ihren Handys Sprachnotizen zu bestimmten Themen aufzunehmen
- Die Teilnehmer\*innen sprechen 2 Minuten lang in das Mikrofon ihres Mobiltelefons und senden die Nachricht an den/die Moderator\*in.
- Der/die Moderator\*in sammelt die Hörstücke, schneidet das Material zu einem Stück und stellt es online zur Verfügung.
- Das Ergebnis ist ein Podcast, der einem bestimmten Thema gewidmet ist und verschiedene Standpunkte von verschiedenen Orten aus enthält.

### DIE VORTEILE DIESES FORMATS:

- Es ist schnell und unkompliziert
- In einigen Notsituationen kann dies helfen, Stimmen zu teilen und Menschen zu ermöglichen, ihre eigene Sprache zu übertragen.
- Das Format hat eine offene und lockere Struktur und ist daher sehr informell, was es für alle Menschen, die ein Smartphone haben, zugänglich macht.
- Wenn die Teilnehmer\*innen ihre Sprachnotizen mit ihren Gruppen, Kontakten und Netzwerken teilen, ist es einfach, ein breites Publikum zu erreichen

### DIE NACHTEILE DIESES FORMATS

- Es kann wie ein Stimmenkatalog klingen.
- Es gibt keine Interaktion zwischen den Menschen.

## DEBATTE & PODIUMSDISKUSSION

Eine Debatte kann eine kollektive Radiodiskussion über ein bestimmtes Thema sein, in der Argumente vorgetragen werden. Demokratische Prozesse und Werte können nicht auswendig gelernt werden. Ihre Entwicklung erfordert eine Mischung aus Zuhören, überzeugender Argumentation und der Bereitschaft, sich aufeinander einzulassen. Debatten und Diskurse bieten dafür eine gute Plattform und schaffen einen Freiraum, um neue Ideen für die Zivilgesellschaft zu entwickeln, Gedanken auszutauschen und für die eigene Meinung einzustehen.

Dieses Format ist für eine Gruppe geeignet. Jede\*r, der/die sich durch ein bestimmtes Thema motiviert fühlt, kann an der Debatte teilnehmen; Sie müssen nur das Mikrofon ergreifen.

Wenn es den Moderator\*innen gelingt, während des Workshops einen sicheren Raum zu schaffen, kann diese Art von Format den Teilnehmer\*innen wirklich helfen, vor anderen zu sprechen. Andererseits müssen diejenigen, die normalerweise die Führung übernehmen, ein wenig zurücktreten und ihre Fähigkeit



zuzuhören verbessern. Eine Debatte kann die Fähigkeit der Teilnehmer\*innen fördern, miteinander zu sprechen, eine strukturierte Rede zu halten, Meinungen gegenüberzustellen und einander zuzuhören.

### WORUM GEHT ES BEI EINER DEBATTE IM RAHMEN EINES RADIOWORKSHOPS?

- Führen von unterhaltsamen und spannenden Diskussionen.
- Sich als Redner\*in und Zuhörer\*in auszuprobieren und zu verbessern.
- Das Kennenlernen neuer Meinungen, Erfahrungen oder Argumente.
- Zu lernen, Meinungen respektvoll zu hinterfragen und gegenüberzustellen, anstatt sie zu verneinen

### WIE KANN DAS FORMAT IN EINEM WORKSHOP EINGESETZT WERDEN?

#### Das richtige Thema finden

Übliche Übungen und Spiele aus der Erwachsenenbildung sind für die Themenfindung geeignet.

Es sind alle Themen möglich – abhängig von den spezifischen Interessen und dem Fachwissen der Teilnehmer\*innengruppe. In jedem Fall sollte das Thema spannend genug sein, um eine interessante Diskussion anzuregen. Gleichzeitig sollten aber auch keine unüberbrückbaren Kontroversen entstehen. Wichtig ist, dass die Themen aus der Lebenswelt der Teilnehmenden heraus erklärt werden können.

#### Rollen:

Techniker\*in: Verwaltung der Aufnahmen, technische Einrichtung.

Moderation: Lenkt die Debatte. Es ist wichtig, dass alle Diskussionsteilnehmer\*innen ausreichend Zeit zum Sprechen bekommen, damit eine ausgewogene Diskussion stattfinden kann. Der/die Moderator\*in muss auch eventuelle Konflikte klären und das Zeitmanagement im Auge behalten.

Diskutanten: Sie sind die aktiven Teilnehmer\*innen an der Diskussion.

Neben den Diskutanten und dem/der Moderator\*in ist das Publikum eine weitere Gruppe von Akteur\*innen. Das Publikum kann verschiedene Aufgaben übernehmen. Eine Möglichkeit ist, dass das Publikum während der Podiumsdiskussion Fragen stellt, Einwände erhebt, zustimmt oder ablehnt. Dies wird durch den/die Moderator\*in geleitet.

#### – Start der Aufnahme

##### 1. Einleitung

Der/die Moderator\*in eröffnet die Veranstaltung, führt in das Thema ein und stellt die Gäste vor.

##### 2. Eröffnungserklärungen

Die Gäste halten ihre Eröffnungsrede, d. h. sie stellen ihre Meinung zum Thema vor.

##### 3. Diskussion

Die Gäste diskutieren das Thema unter sich. Der/die Modera-

tor\*in achtet darauf, dass die Regeln der Diskussion eingehalten werden, dass jede\*r zu Wort kommt und dass die vorher vereinbarte Reihenfolge der Themen eingehalten wird. Fragen aus dem Publikum sind erlaubt.

##### 4. Abschließende Erklärungen

Nach der Diskussion stellen die Gäste ihre Positionen in ihren Abschlussstatements vor. Sie haben die Möglichkeit, die Gründe für ihre Positionen zu schärfen.

##### 5. Zusammenfassung, Ende

Der/die Moderator\*in fasst die wichtigsten Positionen und Argumente zusammen, bedankt sich bei den Gästen und dem Publikum und beendet die Podiumsdiskussion.

#### – Ende der Aufnahme



### PROFI-TIPP:

Achten Sie auf das Timing. Timen Sie die Interventionen so, dass sie eine effiziente Debatte haben.

Fordern Sie die Teilnehmer\*innen auf, Beispiele aus ihrem Leben zu nennen. Die Teilnehmer\*innen sollten über ihre Erfahrungen sprechen. Andernfalls könnte es zu einer unkonzentrierten und oberflächlichen Debatte führen.

Der erste Schritt ist immer schwierig, aber jede\*r kann seine/ihre rhetorischen Fähigkeiten beim Debattieren verbessern - und dabei eine Menge Spaß haben!

##### 6. Nachbesprechung:

Emotionale Bewertung: Wie haben Sie sich gefühlt? War es leicht, sich in diese Rollen hineinzusetzen?

Inhaltliche Bewertung: Was ist passiert? Parallelen zu Ihren eigenen Erfahrungen?

#### Gruppengröße

Fünf bis zehn Personen.

#### Vorwissen

Es sind keine Vorkenntnisse erforderlich.

#### Folgende Fähigkeiten erwerben die Teilnehmer\*innen

- Öffentliches Sprechen
- Die Fähigkeit zuzuhören
- Mündliche Ausdrucksweise
- Wissen, über das andere Teilnehmer\*innen verfügen
- Grundlagen der Podcast-Produktion.

# VERBREITUNGSSTRATEGIEN

Darunter versteht man Aktivitäten, die darauf abzielen, Inhalte für bestimmte Zielgruppen zugänglich zu machen und/oder die Inhalte für die Öffentlichkeit sichtbar zu machen. In der Tat hängt der Erfolg eines Projekts weitgehend von der Qualität und dem Umfang der Aktivitäten zur Verbreitung der Inhalte und Ergebnisse ab. Auch wenn es nicht das Ziel eines Gemeinschaftsprojekts sein sollte, eine riesige Masse an Zuhörern zu gewinnen, so geht es doch darum, dass die Botschaft der Teilnehmer in die Welt hinausgetragen wird! Es ist wichtig, dass alle für das Projekt relevanten Zielgruppen (Teilnehmergemeinschaften, Ausbilder und Erwachsenenbildner, Organisationen, Bildungseinrichtungen, politische Entscheidungsträger, die Presse und die allgemeine Öffentlichkeit) in geeigneter Weise angesprochen werden.

Die Kommunikationsstrategie muss daher je nach Inhalt (in diesem Fall: Methodensammlungen, Werkzeugsammlungen, Rundfunksendungen, Podcasts) und Zielgruppe differenziert werden - auch wenn sich die Zielgruppen manchmal vermischen (Ausbilder können sich auch gerne einen Community-Podcast anhören).

Im Folgenden stellen wir einige Möglichkeiten vor, um die von dir produzierten Inhalte zu verbreiten. So kannst du ein neues Publikum erreichen und deine Botschaft noch weiter verbreiten. Auch hier erheben wir keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Eine Sharing-Strategie besteht aus vielen verschiedenen Aktivitäten, die jeweils an die Zielgruppe, die Sie erreichen wollen, angepasst werden müssen. Für Senioren ist eine reine Internetaktivität vielleicht weniger geeignet, während für Studenten TikTok ein geeignetes Medium sein könnte, um eine Radiosendung zu bewerben. Die folgenden Vorschläge sollen inspirieren,

zu Ideen anregen und zur Kombination von Verbreitungsaktivitäten anregen!

## BROADCAST-EVENT

Im Rahmen einer Veranstaltung können Sie ein Handbuch oder eine Fallstudie vorstellen und diese Methode unmittelbar in Workshops vor Ort testen und umsetzen. Bei der Veranstaltung können Sie Ihre Arbeit veröffentlichen und gleichzeitig Anderen dabei helfen, Ihr Wissen selbst anwenden zu können. Am Ende des Veranstaltungstages sollten sie in der Lage sein, ihren eigenen Podcast zu starten oder einen Radioworkshop zu leiten. Daher richtet sich die Veranstaltung an Moderator\*innen, aber auch an alle, die sich selbst ausdrücken, einen Podcast starten wollen usw. Dies setzt ein gewisses Maß an Privatsphäre voraus, um die freie Meinungsäußerung zu fördern (Safe Spaces).

Wenn ein Teilnehmer\*in Inhalte erstellt hat, in denen er/sie seinen/ihren Standpunkt oder seine/ihre Perspektive zu Themen, die ihm/ihr wichtig sind, darlegt, ist es sinnvoll, diese einem größeren Publikum zugänglich zu machen, um einen größeren Wirkungskreis zu erreichen.

Durch die Veranstaltung sollte ein größeres Bewusstsein für die Vorgehensweise geschaffen und der Nutzen des Radiowshops (Selbstverwirklichung, Entwicklung von Fähigkeiten, Erstellung von Podcasts, die einen bestimmten Standpunkt vertreten) aufgezeigt werden.

Indem Sie die Produktionen mit anderen teilen, können Sie auch die Arbeit Ihrer Teilnehmer\*innen würdigen und ihnen helfen, sie weiter zu verbreiten.

Eine der vielen Herausforderungen besteht darin, die Veranstaltung interessant/lebendig zu gestalten und dabei das richtige Maß an Theorie und Praxis zu finden.

One of many challenges is for the event to be interesting/lively (balancing the right amount of theory and practice).



### GUT ZU WISSEN:

Wie bei allen Kommunikationsstrategien gilt:

1. Der Inhalt kommt zuerst! Je besser das zu verbreitende Produkt ist, desto besser, einfacher und intuitiver ist es zu verbreiten. Wenn das Produkt, z.B. der in der Werkstatt produzierte Podcast, selbst spannend und neu ist, dann sollte es nicht allzu schwierig sein, ein Publikum dafür zu finden.
2. Visuelle und auditive Präsentation: Eine ansprechende Präsentation des Produkts hilft, die Aufmerksamkeit zu erhöhen.
3. Strategien nach Zielgruppen ausrichten. Bei der Verbreitung ist es wichtig, die Menschen dort anzusprechen, wo sie sich aufhalten. Junge Menschen sind eher auf Instagram und Spotify unterwegs, während ältere Menschen vielleicht eher iTunes und Facebook nutzen. Je nachdem, wer erreicht werden soll, sollte die Kommunikationsstrategie entsprechend gewählt werden. Wenn Sie z. B. Ihre Shows mit einer Gemeinschaft teilen möchten, organisieren Sie eine Veranstaltung in der Nachbarschaft.



### PROFI-TIPP:

Teilen Sie die Ergebnisse in den Netzwerken und Communitys der Teilnehmer\*innen!

In gemeinschaftlichen Kontexten ist es sinnvoll, die Beiträge in ihren eigenen Netzwerken zu verbreiten. Es ist wichtig, die Teilnehmer\*innen aktiv zu motivieren, die Ergebnisse mit Gleichgesinnten zu teilen. Auf diese Weise finden der Inhalt, die Geschichten und die Ansichten der Menschen eine Bühne und die Inhalte werden über die Gruppe der Teilnehmer\*innen hinaus verbreitet. Ebenso sendet es auch ein Signal an die Communities, dass ihre Meinungen und Stimmen von Bedeutung sind und wert, gehört zu werden. Außerdem wird so die Eigenverantwortung der Teilnehmer\*innen gestärkt. Um die Teilnehmer\*innen in den Prozess einzubeziehen und die Produktion fortzusetzen, können sie entscheiden, welcher Kommunikationskanal am besten geeignet ist.

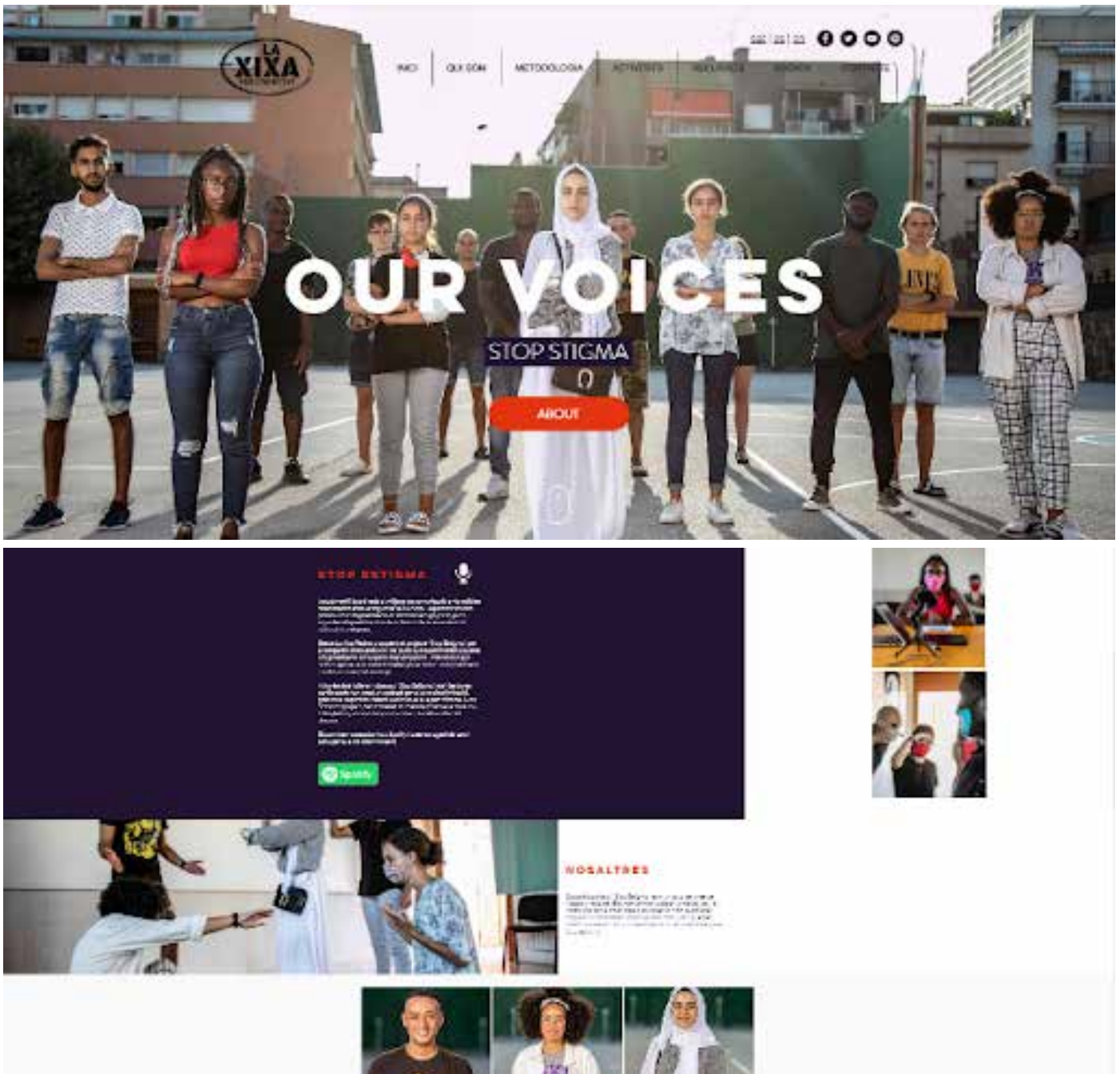
# ONLINE - BEWERBUNG

Über eine Website lassen sich Radioworkshops und Podcasts ideal bewerben. La Xixa Teatre hat diese Möglichkeit genutzt, um die Folgen des Podcasts Stop Stigma zu bewerben.

Die Webseite soll die Öffentlichkeit über die Workshops informieren, den Podcast bekannt machen und die Zuhörer motivieren, sich die einzelnen Folgen auf Spotify anzuhören. Auch die Teilnehmer\*innen und die am Projekt beteiligten Akteur\*innen werden auf der Website sichtbar gemacht.

Die Website <https://www.laxixateatre.org/podcast> enthält eine Beschreibung des Themas und der Teilnehmer, das Ziel des Workshops, und eine kurze Darstellung dessen, was die Zuhörer in den Folgen erwartet. Sie enthält auch Fotos der Teilnehmer und einen direkten Link zum Spotify-Kanal, auf dem der Podcast verfügbar ist.

## Website



Um mehr relevante Informationen zu vermitteln und die Zuhörer\*innen zum Anhören des Podcasts zu motivieren, ist es sinnvoll, Fotos und eine Beschreibung des Inhalts des Podcasts

einzufigen. Es ist von wichtig, dass die Website in Bezug auf Design, Sprache und Inhalt einfach, aber dennoch einprägsam ist

## PODCATCHERS

Eine weitere Art, Podcasts und Radioprodukte zu verbreiten, ist ihre Veröffentlichung auf Musik- und Podcast-Plattformen, die der Öffentlichkeit kostenlos zur Verfügung stehen.

La Xixa Teatre und Stand 129 luden ihre Podcasts über Anchor (anchor.fm) hoch. Diese Website lädt den Podcast automatisch auf mehrere Plattformen gleichzeitig hoch:

### Spotify:

<https://open.spotify.com/show/6DeeGh44Irtr17v5jUIkXP>

### Breaker:

<https://www.breaker.audio/radio-vita-stop-estigma>

### Google Podcast:

<https://www.google.com/podcasts?feed=aHR0cHM6Ly9hbmNoYXN0b3luZm0vcy8yZWE1MjB1OC9wb2RjYXN0L3Jzcw==>

### Apple Podcast:

<https://podcasts.apple.com/us/podcast/radio-vita-stop-estigma/id152525764655?uo=4>

### Overcast:

<https://overcast.fm/itunes1525764655/radio-vita-stop-estigma>

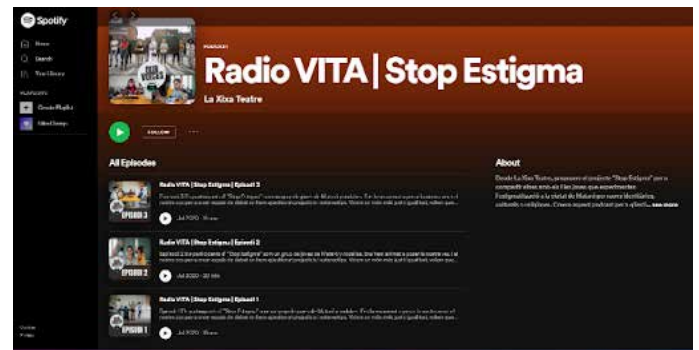
### Pocket Casts:

<https://pca.st/hgbwpsxo>

### Radio Public:

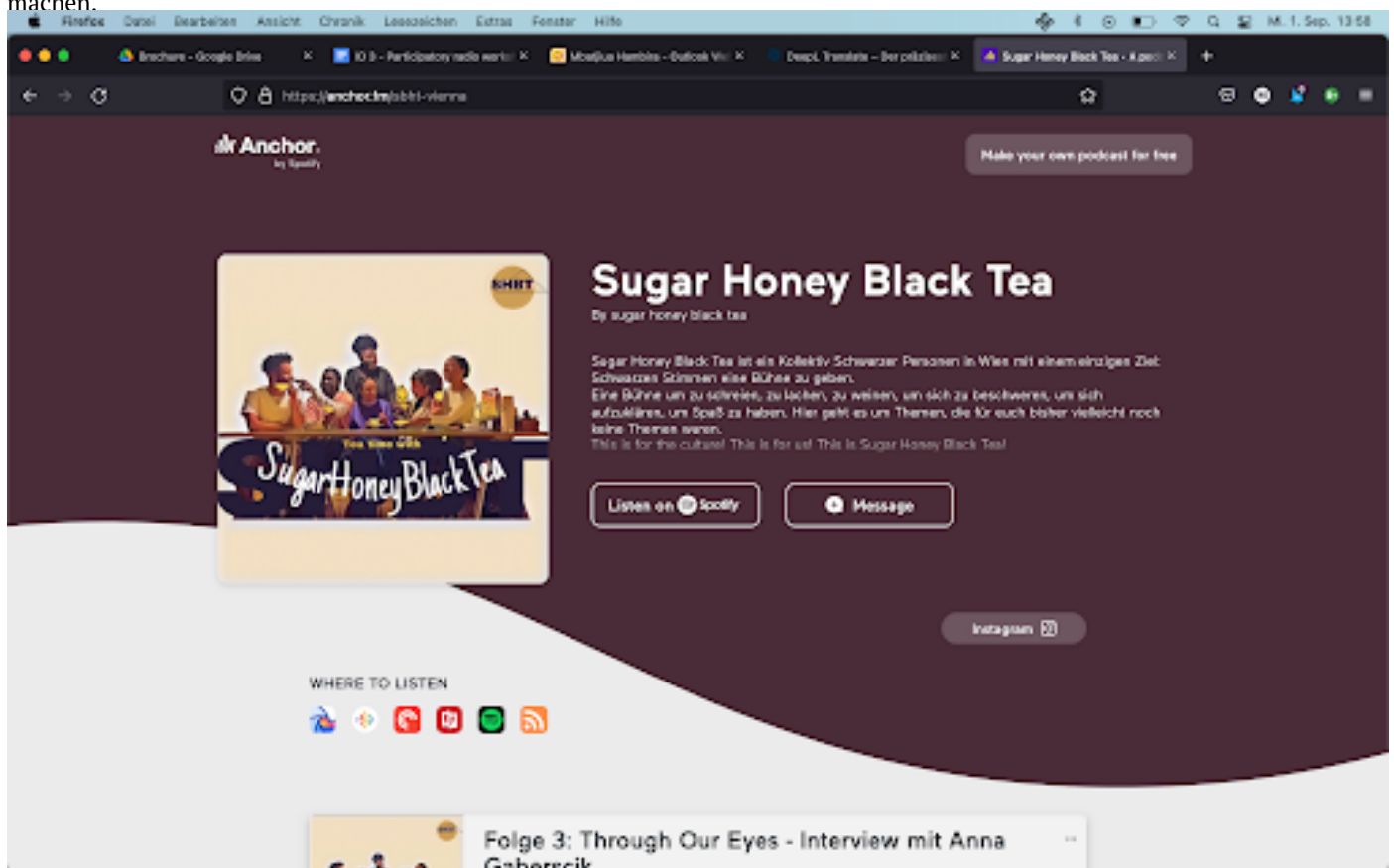
<https://radiopublic.com/radio-vita-stop-estigma-WoqwL5>

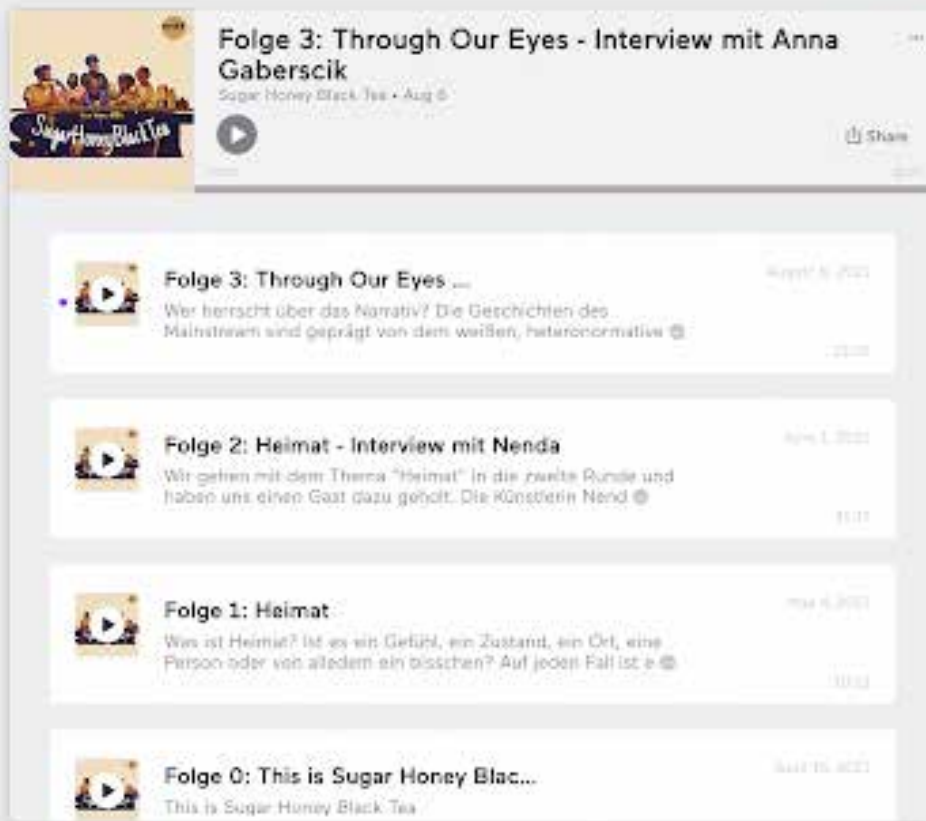
Die beiden Podcasts „Stop Stigma“ von La Xixa und „Sugar Honey Black Tea“ von Stand 129 enthalten jeweils drei Episoden. Jede von ihnen wird durch ein Bild und eine kurze Beschreibung der Episode ergänzt.



Spotify zielt wie jede andere Plattform ebenso darauf ab, das Produkt so vielen Menschen wie möglich zugänglich zu machen.

Wenn der Podcast nicht richtig beworben wird, ist es schwierig, die breite Öffentlichkeit zu erreichen.





**ONLINE-THEATRE FESTIVAL**

Podcasts können ebenso bei Festivals und öffentlichen Veranstaltungen eingesetzt werden, um das aktive Zuhören und Diskussionen nach der Vorstellung zu fördern.

La Xixa präsentierte Podcasts basierend auf ECOM und Sex of Angels-Workshops in einem Online-Theatermarathon über Zoom

(<https://www.laxixateatre.org/marato2020>), mit Echtzeit-Übertragung in soziale Netzwerke. Die Teilnehmer\*innen haben sich den Podcast zeitgleich angehört. Danach wurde mit über 50 Personen die während der Präsentationen zugeschaltet waren, über die Bedeutung von Podcasting für soziale Inklusion diskutiert.

11.00 h	Benvinguda i presentació Marató 2020	15.30 h	Track-A, Clotilde Moritziana "Error de conversió" / Presentació + Fòrum
11.15 h	Escola J. Comarives de Marató	15.45 h	Entrevista Ana Fernández Abell
11.30 h	Identitats en l'ètnic, amb M. Díez 11.45 h Grup 1 "L'origen" 11.55 h Grup 2 "L'origen" 12.05 h Grup 3 "L'origen" 12.15 h Grup 4 "L'origen" 12.25 h Grup 5 "L'origen" 12.35 h Grup 6 "L'origen"	16.00 h	Presentacions i fòrum Curs Dissimulacions Grup 1 "Canyons i cançons" 16.10 Grup 2 "Canyons i cançons" 16.20 Grup 3 "Canyons i cançons" 16.30 Grup 4 "Canyons i cançons" 16.40 Grup 5 "Canyons i cançons" 16.50 Grup 6 "Canyons i cançons"
14.00 h	Entrevista a Maria i Diana, d'ECOM+Podcasts ECOM	17.40 h	Entrevista a Mar, d'ECOM 17.50 Grup 1 "Desconfinament a Gavà" 18.00 Grup 2 "Desconfinament a Gavà" 18.10 Grup 3 "Desconfinament a Gavà" 18.20 Grup 4 "Desconfinament a Gavà" 18.30 Grup 5 "Desconfinament a Gavà" 18.40 Grup 6 "Desconfinament a Gavà"
14.30 h	Xixa Ràdio / Podcasts	19.20 h	Performance Galy Basuñis
15.00 h	Can Castells "Esochare singular" / Presentació + Fòrum	19.30 h	Cloenda Marató 2020
15.15 h	Totxo Fòrum de David "Desconfinament a Gavà" / Presentació + Fòrum		

**La Marató de La Xixa 2020**

**Jornades ONLINE**

13 de juny 2020

El pròxim 13 de juny, durant tot el dia, us convidem a gaudir de totes les activitats de La Marató de La Xixa!

Complèrem amb performances artístiques de grups i persones col·laboradores de l'espectacle! La diversitat, la creativitat i la reflexió seran les grans protagonistes d'aquesta edició ONLINE de La Marató de la Xixa 2020!



13 Juny 2020 | 11h a 19h

Presentacions Teatral, teatre fòrum, performances artístiques, podcast.

On-Line: Entra a aquest link de Zoom: <https://us02web.zoom.us/j/85088097921> per a persones que vulguin participar activament.

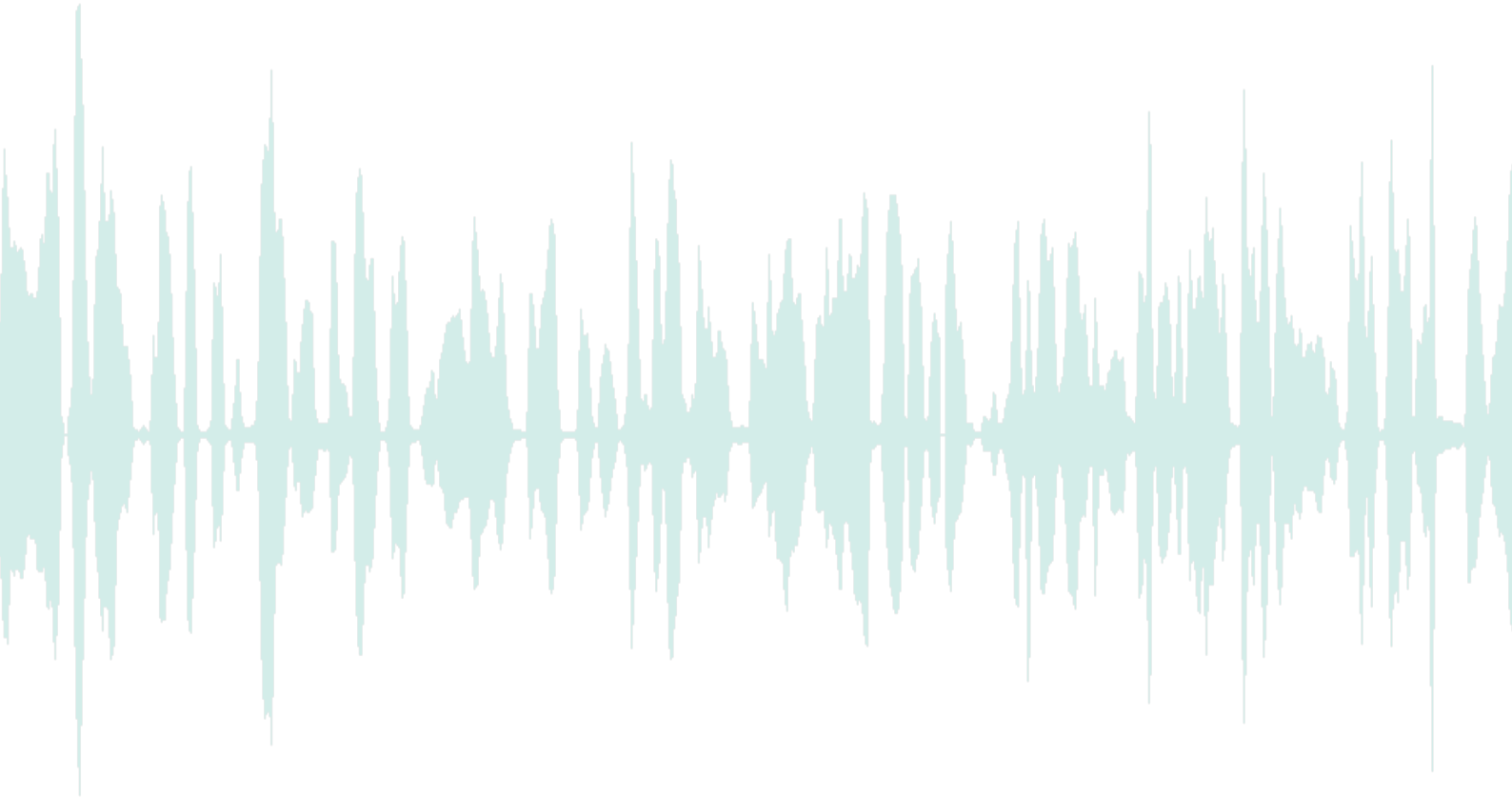
Retransmissió en Facebook Live ([facebook.com/laxixacomunitat](https://facebook.com/laxixacomunitat))

Inscripcions per a participar activament: a través d'aquest formulari i dubtes a [activitats@laxixateatre.org](mailto:activitats@laxixateatre.org) | 625 277 263

Einen Podcasts während eines Festivals oder anderen öffentlichen Veranstaltungen auszustrahlen ermöglicht es, ein breiteres Publikum zu erreichen. Zudem wird ein Raum zum Nachdenken und zum Austausch von Ideen rund um das Thema des Podcasts geschaffen.

Wir selbst registrierten 194 Teilnehmer\*innen. Obwohl die Veranstaltung in Barcelona stattfand, erreichten sie durch die Online-Übertragung auch Teilnehmer\*innen aus dem Senegal, Argentinien, Serbien, Frankreich und vielen anderen Orten.

Um sich voll und ganz auf einen Podcast einzulassen, brauchen manche Menschen ein höheres Maß an Privatsphäre. Daher ist es wichtig, bei der Organisation des kollektiven Anhörens von Podcasts sicherzustellen, dass für alle Teilnehmer\*innen ein sicherer Raum geschaffen wird, in dem sie sich wohlfühlen und ihre Gefühle zum Ausdruck bringen können



# ZUM ABSCHLUSS

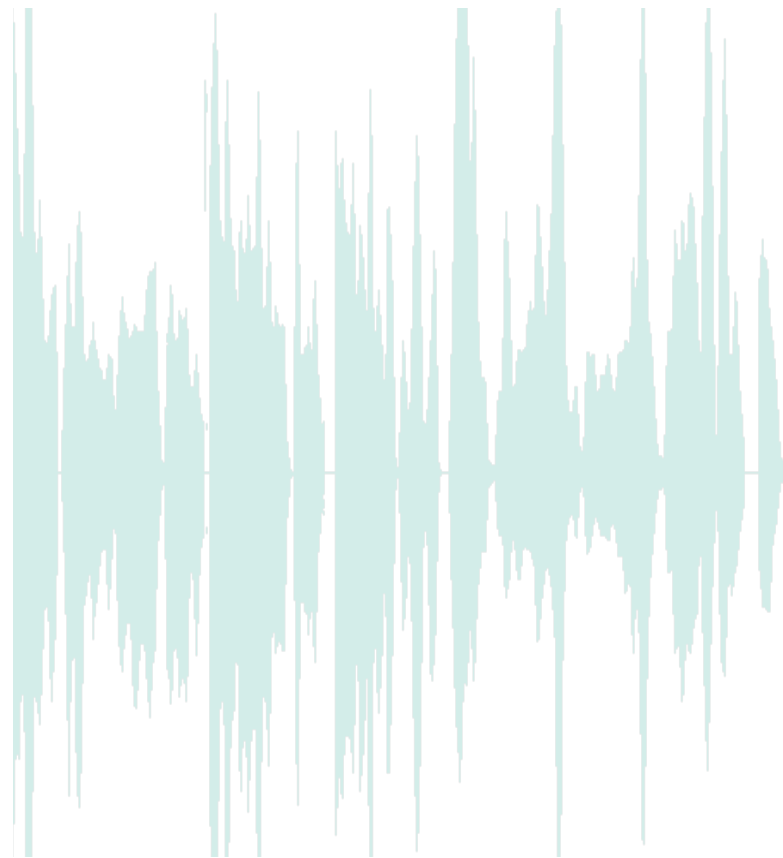
Radio V.I.T.A (Voices in the Air) ist ein Erasmus+ Projekt, das von vier Kulturorganisationen in Frankreich, Spanien und Österreich entwickelt wurde und das Radio als Instrument zur Förderung des sozialen Zusammenhalts nutzt, um verschiedenen Menschen Sichtbarkeit zu geben, die in den Massenmedien unterrepräsentiert sind.

Das Ziel dieses Handbuchs war es, verschiedene Methoden vorzustellen, die in den Radio V.I.T.A.-Workshops eingesetzt wurden: wie man Geschichten am Mikrofon erzählt, wie sich Minderheitengruppen Gehör verschaffen können, was Partizipation beim gemeinsamen Radiomachen bedeutet und wie eine Gruppe gleichberechtigt in den Radioprozess einbezogen werden kann.

Du hast verschiedene Radioformate kennengelernt, in denen die Workshop-Teilnehmer\*innen ihre Kreativität ausleben können. Es gab Peer-Interviews mit zufälligen Passant\*innen, Radioteater, künstlerische Soundcollagen und spannende Debatten. Obendrauf hast du noch erfahren, wie die Radiosendungen am besten verbreitet werden können.

Jetzt ist es an der Zeit, kreativ zu werden! Wir laden alle Leser\*innen ein, Räume zu schaffen, in denen Menschen ihr Potenzial entfalten, kritisch reflektieren können, aber eben auch die schlechten Dinge miteinander teilen können. Vor allen Dingen muss man dabei viel lachen. Schnappen Sie sich Mikrofone, lesen Sie unsere Projektpublikationen und lassen Sie sich inspirieren, Ihre Reise zum partizipativen Radio zu starten!

Um mehr über das Projekt zu erfahren, unsere Sendungen zu hören und alle V.I.T.A.-Publikationen zu lesen, besuchen Sie: <https://radiovita.eu/>



## **IMPRESSUM**

### **AUTOR\*INNEN :**

Daniela Eletti, Meritxell Martinez, Adrián Crescini (Associació La Xixa Teatre)

Eloise Mestre, Clara Malkassian (Elan Intercultural)

Silvia Beraldo , Antoine Lalanne-Desmet (Radio Activité)

Mbatjua Hambira, Özge Dayan-Mair, Andrea Gonzales Cordoba (Stand 129)

### **LEKTORIAT**

Daniela Eletti, Meritxell Martinez (Associació La Xixa Teatre)

Toni Lacotte, Clara Malkassian (Elan Interculturel)

Antoine Lalanne-Desmet (Radio Activité)

Mbatjua Hambira (Stand 129)

### **EDITING/ÜBERSETZUNG**

Daniela Eletti, Meritxell Martinez (Associació La Xixa Teatre)

Clara Malkassian (Radio Vita)

Andrea Visotschnig, Mbatjua Hambira, Adriana Davidovic (Stand129)

### **GESTALTUNG**

Stand 129

### **JAHR DER VERÖFFENTLICHUNG**

2021



Kofinanziert durch das  
Programm Erasmus+  
der Europäischen Union