

„COMMIT“: Community Medien als Lernraum für kritische Medienkompetenz. Von Helmut Peissl

Community Medien zeichnen sich aus durch ihre nicht-kommerzielle und gemeinnützige Orientierung, meist lokale Verankerung, die gemeinschaftliche Organisationsform und den offenen Zugang zur Programmgestaltung für Menschen aus unterschiedlichsten gesellschaftlichen Gruppen. Der Europarat (2019) erkennt den Wert von Community Medien als Quelle lokaler Inhalte, kultureller und sprachlicher Vielfalt sowie als Beitrag zu Medienpluralismus, sozialer Integration und interkulturellem Dialog. Er unterstreicht ihre Rolle bei der Vermittlung von Medien- und Informationskompetenz insbesondere für benachteiligte Gruppen und bei der Förderung von kritischem und kreativem Denken (vgl. Chapman/Bellaridi/Peissl 2020). Community Medien bieten niederschwellige Lernräume, in denen Menschen sich mit selbstbestimmter Mediengestaltung auseinandersetzen und sich so kritische Medienkompetenz aneignen. Die Kompetenzaneignung umfasst zudem nahezu alle Schlüsselkompetenzen des lebensbegleitenden Lernens (vgl. Peissl/Lauggas 2016).

Mit „Radio Student“ in Ljubljana im heutigen Slowenien wurde 1969 das erste legale Community Radio gegründet. In Frankreich entstanden seit 1981 mittlerweile 600 Community Radios. In Deutschland umfasst der unter dem Begriff Bürgerfunk zusammengefasste nichtkommerzielle Rundfunk fast 300 Radios und TV-Projekte. Auch in Österreich und in der Schweiz besteht eine bunte Landschaft lokaler nichtkommerzieller Sender. In Europa gibt es heute weit über 2000 Community Radios oder TV-Sender¹, die an vielen Orten das einzige lokale Medium darstellen.

Community Learning

Im Gegensatz zu Social Media Plattformen lassen Community Medien ihre Nutzer_innen und Produzent_innen nicht allein, sondern unterstützen sie mit oft umfassender Betreuung, kollegialem Feedback, Beratung und Workshops. Die Lernangebote von Community Medien sind thematisch breit gestreut und umfassen je nach Sender Schulworkshops zur Gestaltung einer



Mag. Helmut Peissl
leitet das Community Medien Institut
COMMIT in Wien,
konzipiert Weiterbildungen zu kritischer
Medienkompetenz und
engagiert sich in der
Begleitforschung zu
Community Medien in
Europa.

¹ Siehe dazu die Ergebnisse des Community Media Mappings des Community Media Forum Europe (CMFE) aus 2012: <https://cmfe.eu/?p=772>.



COMMUNITY / MEDIEN / INSTITUT

gemeinsamen Radiosendung im Klassenverband, Schulungsveranstaltungen zur Vermittlung journalistischer Grundlagen, Redaktionsarbeit, Schnitttechnik, Medienrecht und -ethik sowie Medienkritik und Medienökonomie. Vereinzelt gibt es auch umfassende Train the Trainer-Lehrgänge als mediapädagogische Ausbildung, die auch formal anrechenbar ist. Diese Angebote werden von Menschen aus unterschiedlichsten Gesellschaftsschichten genutzt. Viele betrachten sie weniger als formale Bildungsangebote, sondern als niederschwellige Schritte hin zur eigenständigen Medienproduktion. Ob es dann um

die Gestaltung von Sendungen zur Regionalentwicklung, die mediale Umsetzung von Sprachenvielfalt, um kulturelle und soziale Themen oder einfach um musikalische oder literarische Nischen geht, ist in Bezug auf den Kompetenzerwerb meist neben-sächlich – Lernen geschieht als „Nebeneffekt“. Dies gilt sowohl für den Einstieg als auch für das kontinuierliche Lernen in der regelmäßigen Mediengestaltung. Vermehrt greifen auch andere Bildungsinstitutionen wie Schulen oder Einrichtungen der Erwachsenenbildung auf solche Angebote zurück und kooperieren mit Community Medien zur erfolgreichen Medienkompetenz-vermittlung.²

Beispiele aus der Praxis

Die Auseinandersetzung mit Verschwörungstheorien und Fake News ist heute zu einer medien- und bildungspolitischen Herausforderung geworden. Die „Radiofabrik Salzburg“ gestaltet Workshops bei denen sich Schüler_innen spielerisch mit den entsprechenden Mechanismen und Hintergründen beschäftigen. Via Facebook lancierten sie etwa selbst erstellte Falschmeldungen und beobachteten, was passiert. Die Kommentare zur vermeintlich neuesten Meldung wurden in einer Sendung präsentiert. Ergänzend wurden Politiker_innen mit Fragen zu Fake News konfrontiert und gebeten, über eigene Erfahrungen zu berichten. Eine der entstandenen Sendungen wurde 2019 mit dem Radiopreis der Erwachsenenbildung ausgezeichnet.³

2 Mehr dazu: „Kritische Medienkompetenz und Community Medien“, <https://erwachsenenbildung.at/themen/kritische-medienkompetenz/>.

3 Die Sendung kann nachgehört werden unter: <https://cba.fro.at/372302>.

Im Rahmen der Erasmus-Partnerschaft „Ethical Media for Active Citizenship – EMAC“⁴ erarbeiteten Community Medien aus Belgien, Deutschland, Irland, Österreich und Spanien Schulungskonzepte und -methoden für die Vermittlung von Medienkompetenz und Medienethik. Die Elemente sind dabei nicht nur für die Anwendung in Community Sendern geeignet. So fließen in Österreich einzelne Methoden bereits in Schulungen zu kritischer Medienkompetenz im Rahmen der politischen Bildung ein.

Das Community Medien Institut COMMIT ist eine Weiterbildungseinrichtung für Community Medien in Österreich. Seit 2010 erstellt der Verein u. a. Schulungsunterlagen mit denen Trainer_innen in Community Medien arbeiten.⁵ „Das Freie Radio 1x1“ ist z. B. in Deutsch, Englisch und Arabisch verfügbar und dient als Grundlage für Basisworkshops, die in Österreich jedes Jahr von tausenden Menschen besucht werden. Weitere Handreichungen gibt es zur mehrsprachigen Mediengestaltung sowie zu Medienrecht und Medienethik.

Diese Beispiele illustrieren: Community Medien sind niederschwellige Lernorte zur Vermittlung kritischer Medienkompetenz, die auch Menschen bildungsberechtigter Gruppen erreichen. Dabei können sie auf zahlreiche erprobte Vermittlungskonzepte zurückgreifen, die auf die Motivation der Lernenden zur eigenen Mediengestaltung aufbauen. Ihr Potential diese Kompetenz in Kooperationen einzubringen wird von Bildungsinstitutionen noch oft übersehen. Im Sinne einer breiten gesellschaftlichen Vermittlung kritischer Medienkompetenz sollten Community Medien auch von der Medien- und Bildungsforschung stärker wahrgenommen werden.

Literatur

- Chapman, Martina/Bellardi, Nadia/Peissl, Helmut (2020): *Media Literacy for all. Supporting marginalised groups through community media.* <https://rm.coe.int/cyprus-2020-media-literacy-for-all/1680988374>.
- Europarat (2019): *Thematic leaflet on Community Media.* Online: <https://rm.coe.int/leaflet-community-media-en-january-2019-v2/168094b816>.
- Peissl, Helmut/Lauggas, Meike (2016): „Ich lerne mit jeder Sendung!“. *Bildungsleistungen und Beiträge zum lebensbegleitenden Lernen des nicht-kommerziellen Rundfunks in Österreich. Schriftenreihe der Rundfunk und*

4 Die Projekthomepage: <http://ethicalmediatraining.eu/>.

5 Alle Handreichungen online unter: <https://www.commit.at/materialien/>.

Telekom Regulierungs-GmbH. Band 2/2016. Wien: RTR. Online unter:
<https://www.rtr.at/de/inf/SchriftenreiheNr22016/Band2-2016.pdf>.

Alle Internetquellen zuletzt aufgerufen am 10.4.2020.



Nina Lüders ist ehrenamtliche Moderatorin der Gruppe #ichbinhier auf Facebook und Mitglied von ichbinhier e.V. (Foto: Thilo Schacht, Schachttoene).

„Ichbinhier“: Eine Initiative für eine bessere Diskussionskultur in den Sozialen Medien.

Von Nina Lüders

Der Einsatz gegen Hass im Netz braucht einen langen Atem und ein dickes Fell. Medien und Politik sprechen darüber, dass Gegenrede notwendig, ja unerlässlich, ist. Die Menschen hinter „ichbinhier“ tun es – viele tagtäglich für mehrere Stunden. Eine Form des digitalen Ehrenamts, das in Zeiten von Covid-19 mit Ausgangsbeschränkungen, aber auch wegen der Flut an falschen Nachrichten noch mehr an Bedeutung gewinnt. Die Aktionsgruppe #ichbinhier auf Facebook wurde von Hannes Ley Ende Dezember 2016 nach dem Vorbild der schwedischen Gruppe #jagärhär ins Leben gerufen. Im Sommer 2017 wurde der Verein ichbinhier e.V. gegründet, um auch offline für eine bessere Diskussionskultur und digitale Zivilcourage zu werben.

Bei Diskussionen in den Sozialen Netzwerken beobachten wir eine Verrohung der Diskussionskultur und Aushöhlung der Demokratie. Der Hass in Diskussionen auf Facebook bildet allerdings keinesfalls die Meinungsvielfalt in der Gesellschaft ab. In einer Studie des Institute for Strategic Dialogue und „ichbinhier“ wurden über 3000 Artikel deutscher Medien und 18 000 Kommentare analysiert. Das Ergebnis: Nur fünf Prozent aller Accounts sind für 50 Prozent aller Hasskommentare verantwortlich (vgl. 2018, S. 25). Hass im Netz muss ebenso ernst genommen werden wie Hass im Offline-Leben. Denn online bleiben die Worte stehen. Durch (koordinierte) Reaktionen auf Hass-Kommentare werden deren Aussagen verstärkt. Betroffene von Shitstorms werden fast immer auch zur Zielscheibe von Drohungen und Einschüchterungsversuchen außerhalb der Sozialen Medien. Auf Worte können Taten folgen, wie im Mordfall Walter Lübcke.