

Projekt TEENS TALK

Radiomachen zur Steigerung der Medienkompetenz und Diskursfähigkeit

Sonja Gabriel^{*}, Sabine Mayer[†]

Zusammenfassung

In einer quasi-experimentellen Studie wurden Teilnehmer/innen des Workshops TEENS TALK zu ihrem Medienverhalten sowie damit zusammenhängend mit ihrem Diskussions- und Gesprächsverhalten befragt. Dieser Beitrag weist anhand einiger ausgewählter Ergebnisse aus der Studie vor allem auf die Bedeutung von Workshops wie diesem als außerschulische Lernorte hin. Kompetenzen in Hinblick auf Diskussions- und Diskursfähigkeit werden erworben und gestärkt. Zudem wird durch diesen Workshop zusätzlich Medienkompetenz vermittelt.

Project TEENS TALK

How producing a radio show can help further media and discussion skills

Abstract

A study which was carried out among participants of a workshop called TEENS TALK showed some interesting results regarding use of media and discussion habits among teenagers. This article shows how important workshops like TEENS TALK are in order to further these skills outside school.

Schlüsselwörter:

außerschulischer Lernort
Medienkompetenz
Diskursfähigkeit

Keywords:

Educational research
Media competence
Discussion skills

1 Einleitung

Die Wandlung unserer Gesellschaft hin zu einer Wissens- und Kommunikationsgesellschaft (vgl. Lermen, 2008) verlangt von Jugendlichen andere Kompetenzen als noch vor einigen Jahren. Neben der Kompetenz, die ständig steigende Wissensflut bewältigen zu können, stehen Skills wie Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit sowie Medienkompetenz im Mittelpunkt vieler Diskussionen (vgl. Gabriel, 2013; Voogt et al., 2013). Baacke (1999) teilt den Begriff Medienkompetenz in vier Dimensionen, die den Umfang des Medienlernens im 21. Jahrhundert verdeutlichen: Neben der Mediennutzung und der Medienkunde nehmen die Bereiche Mediengestaltung – vor allem im Bereich der Partizipationskompetenz – und Medienkritik eine zentrale Bedeutung ein. Wie Baacke (1995) weiterhin feststellt, kann Medienkompetenz als Spezialform der kommunikativen Kompetenz des Menschen gesehen werden. Verschiedene Studien zeigen jedoch immer wieder auf, dass die Rahmenbedingungen in Schulen sowie die Medienkompetenz der Lehrenden noch nicht den Anforderungen des 21. Jahrhunderts entsprechen (vgl. Breiter et al., 2010; Institut für Demoskopie Allensbach, 2013). Dass Jugendliche Mediennutzung als zu ihrem Alltag gehörend betrachten, zeigen Studien eindeutig auf. Radiohören ist für jeden zweiten Jugendlichen von großer Bedeutung, wie die JIM-Studie 2013

^{*} Kirchliche Pädagogische Hochschule Wien/Krems, Mayerweckstraße 1, 1210 Wien.

Korrespondierende Autorin. E-Mail: sonja.gabriel@kphvie.ac.at

[†] Kirchliche Pädagogische Hochschule Wien/Krems, Mayerweckstraße 1, 1210 Wien.

beweist, da laut dieser immerhin 60 Prozent der befragten Jugendlichen sogar täglich Radio hören (vgl. JIM Studie, 2013, S. 17).

Bissen & Laborier (2009, S. 12) betonen, dass Radioarbeit einen Gegenpol zu der sich verstärkenden Bilderflut in anderen Medien (Fernsehen, Internet) bietet, das Zuhören stärkt sowie die Entwicklung von Medienanalyse und ästhetische Bildung fördert. Gerade im Bereich der Radioproduktion ist es Schulen kaum möglich, den Jugendlichen geeignete Angebote zu machen. Aus diesem Grund gewinnen besonders in diesem Bereich außerschulische Lernbereiche besondere Bedeutung.

2 TEENS TALK - Workshop des Medienzentrums wienXtra

TEENS TALK ist eine Diskussionssendung, die seit März 2010 einmal pro Monat im Radiosender ORANGE 94.0 ausgestrahlt wird. Die Themen werden von den Jugendlichen (Zielgruppe 14–18 Jahre) selbst bestimmt, die Diskussion kann in der jeweiligen Einrichtung vor Ort, bei ORANGE 94.0 oder im wienXtra-Medienzentrum¹ aufgezeichnet werden, wobei die technische Ausrüstung vom Medienzentrum zur Verfügung gestellt wird.

Die Teilnahme an den Workshops ist freiwillig, wobei sich die Jugendlichen über ein Kontaktformular der Webseite direkt mit dem Medienzentrum in Verbindung setzen und einen Termin vereinbaren können. Auch bei Veranstaltungen ist das Team des Medienzentrums häufig zugegen, um Jugendliche spontan zur Gestaltung einer Sendung zu motivieren. Die Workshops, die zwischen zwei und vier Stunden dauern, werden von erfahrenen Coaches des Medienzentrums geleitet. Zu Beginn gibt es für die Teilnehmer/innen eine kurze Einführung in die Radiotechnik, danach bestimmt die Gruppe gemeinsam ein Thema und es wird entschieden, wer diskutieren oder moderieren möchte. Die Beherrschung der Technik soll jedoch nicht im Vordergrund stehen, obwohl im Workshop natürlich auch Themen behandelt werden, wie beispielsweise worauf zu achten ist, wenn man in ein Mikrofon spricht.

Nach einer kurzen inhaltlichen Vorbereitung wird die halbstündige Sendung aufgenommen, wobei im Regelfall der aufgezeichnete Beitrag nicht mehr geschnitten wird.

Eines der wichtigsten Anliegen des Projekts TEENS TALK ist die Förderung von Diskussionskultur. Die Jugendlichen machen die Erfahrung, dass die eigene Meinung wichtig ist, gehört und veröffentlicht wird. Die Teilnehmer/innen werden sich oft erst im Laufe der Diskussion ihrer Meinung zu bestimmten Themen bewusst, da sie zu einem Thema intensiv Stellung beziehen und sich mit Standpunkten anderer Jugendlichen konfrontiert sehen, auf die es zu reagieren gilt.

3 Forschungsdesign

Die vorliegende quasi-experimentelle Studie (Schnell & Hill, 2011, S. 221) bezieht ihre Daten aus einem Methodenmix aus quantitativer und qualitativer Erhebung: Die Teilnehmer/innen am Workshop TEENS TALK erhalten einen Paper & Pencil Fragebogen, der von den Workshop-Leitern/-leiterinnen im Anschluss an den Workshop ausgegeben, von den Jugendlichen ausgefüllt und anschließend wieder retourniert wurde. Da eine durchschnittliche TEENS TALK Gruppe nur 5 bis 8 Personen umfasst, erstreckte sich der Befragungszeitraum über 10 Monate. Die Befragung der Teilnehmer/innen fand im Zeitraum von September 2013 bis Juni 2014 statt. Zusätzlich sollen noch Gruppeninterviews mit Teilnehmer/innen des Workshops geführt werden, die als Leitfadengespräche durchgeführt wurden (Schnell & Hill, 2011, S. 315). Die Befragung zählt zu den offenen, teilstandardisierten, da sich die Befragten frei äußern können und das wiedergeben, was ihnen hinsichtlich des Themas als wichtig erscheint. Teilstandardisiert bezieht sich auf die Vorgehensweise der Befragung durch die Interviewerin (Mayring, 2002, S. 66). Aus den Interviews werden vertiefende Erkenntnisse in jenen Bereichen gewonnen, die im Fragebogen angesprochen werden. Vor allem sollen Themen wie die bewusste oder unbewusste Wahrnehmung der Aufzeichnung (inwiefern beeinflusst das Wissen, dass die Sendung aufgezeichnet wird, das eigene Diskussionsverhalten), die Gruppendynamik und das generelle Diskussions- und Kommunikationsverhalten mit bzw. ohne Medien im Alltag angesprochen werden. Die Interviews wurden von April bis Juni 2014 geführt.

4 Paper & Pencil-Fragebogen

Der Fragebogen besteht aus insgesamt 14 Fragen, die neben demographischen Daten (Alter und Geschlecht) Items zu Gesprächs- und Diskussionsverhalten, bevorzugten Kommunikationsmedien und allgemeinen Aussagen zu Diskussions- und Gesprächsverhalten in verschiedenen Medien vor allem Feedback zu den Erfahrungen mit TEENS TALK einholen. Abgefragt werden die bei der Diskussion eingenommene Rolle sowie die Information, ob bereits Moderationserfahrung vorliegt. Weitere Items beziehen sich auf die Erwartungen vor und nach dem Workshop und ob eine Teilnahme an TEENS TALK für Bekannte bzw. Freunde/Freundinnen empfohlen wird. Zudem werden 14 Aussagen vorgegeben, die auf einer Skala von 1 („stimme überhaupt nicht zu“) bis 6 („stimme völlig zu“) bewertet werden sollen. Beispiele für diese Items sind: „Es hat meine Argumentation beeinflusst, dass die Diskussion aufgenommen wurde.“ oder „Ich wurde von der Gruppe ermutigt, mich an der Diskussion zu beteiligen.“ Schließlich werden die Befragten gebeten, den Workshop nach dem Schulnotensystem zu bewerten. Zwei freie Fragen wurden eingeführt, um den Jugendlichen Gelegenheit zu geben, ihre Erfahrungen bzw. ihre Meinung ausführlicher zu verschriftlichen. Bei der Erstellung des Fragebogens wurden einerseits Items von bereits durchgeführten Befragungen adaptiert, wie die Frage nach dem bevorzugten Kommunikationsmedium (Institut für Demoskopie Allensbach, 2009, S. 2), andererseits wurden weitere relevante Bereiche im Brainstorming-Verfahren gesammelt, auf Redundanzen überprüft und in homogene Themenbereiche untergliedert (Bortz & Döring, 2002, S. 254). Die Fragen zur Evaluation des Workshops wurden gemeinsam mit den beiden Workshopleiter/innen des Medienzentrums WienXtra erstellt.

4.1 Beschreibung der Stichprobe

Von den Teilnehmer/innen des Workshops TEENS TALK liegen insgesamt 43 ausgefüllte Fragebögen vor, davon sind 72 % (= 31 Personen) weibliche und 28 % (= 13 Personen) männliche Untersuchungspersonen. Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 15,09 Jahre, wobei die jüngsten Teilnehmer/innen am Workshop 12 Jahre und die ältesten 20 Jahre waren. Obwohl die Anzahl der Fragebögen zahlenmäßig gering scheint, ist sie doch für die Gruppe der TEENS TALKer repräsentativ, da eine Rücklaufquote von über 90 % aller Workshop-Teilnehmer/innen im Zeitraum April 2013 bis Dezember 2013 erzielt wurde.

5 Evaluation des Workshops

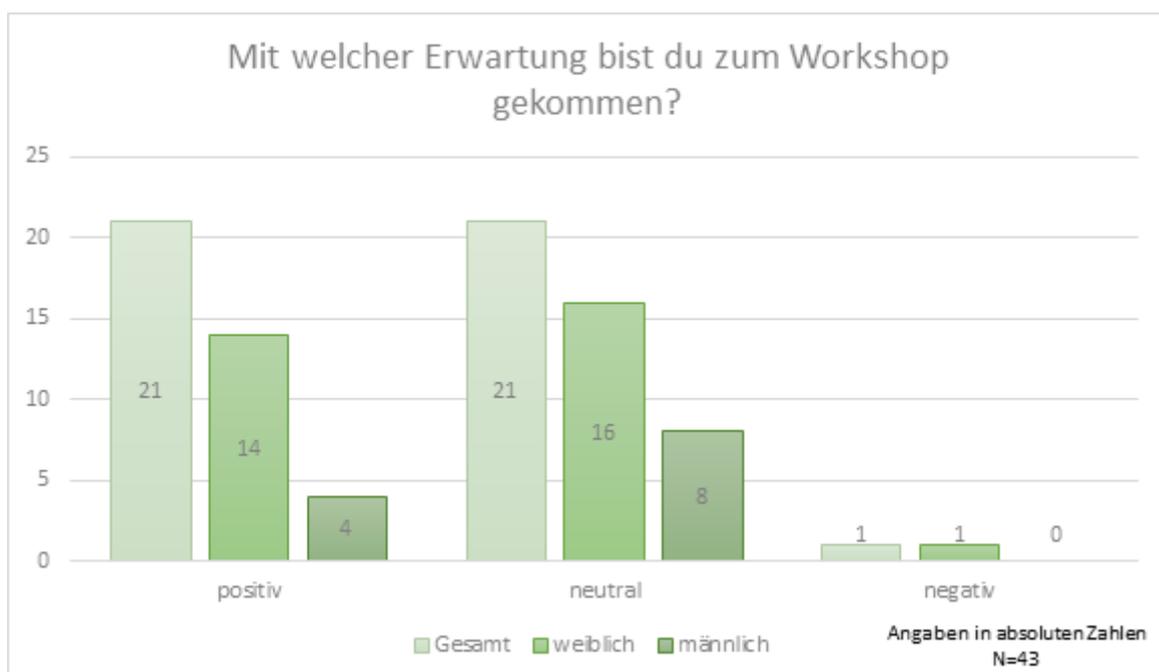


Abbildung 1: Erwartungen an den Workshop.

Die Jugendlichen kommen grundsätzlich mit neutralen bis positiven Erwartungen in den Workshop, wobei sich die positiven Erwartungen auch für mehr als die Hälfte erfüllen, für ein Fünftel sind diese sogar übertroffen worden. Diese hohe Akzeptanz ist mit Sicherheit auch auf die Freiwilligkeit des Workshop-Besuchs zurückzuführen. Diese Ergebnisse werden noch durch zwei weitere Items bestätigt: Bei der Bewertung des Workshops nach dem (österreichischen) Schulnotensystem von 1 (sehr gut) bis 5 (nicht genügend) gibt knapp ein Drittel der Befragten die Bestnote. Die Durchschnittsnote von 2,12 zeigt, dass die Jugendlichen mit den Inhalten und der Durchführung des Workshops zufrieden sind. Mehr als die Hälfte der Befragten (27 Jugendliche) würden die Teilnahme an TEENS TALK ihren Freunden/Freundinnen empfehlen. Generell fällt auf, dass die weiblichen Befragten insgesamt gesehen zufriedener mit dem Workshop-Modell sind.

Von den 9 Moderator/innen der Diskussionen sind 8 weiblich, für 4 der 9 Moderator/innen bot der Workshop die erste Gelegenheit, eine Diskussion zu moderieren bzw. ein Gespräch zu leiten. Insgesamt hat knapp die Hälfte (19 Befragte) schon Moderationserfahrung. Daraus kann geschlossen werden, dass es den Workshopleitern/Workshopleiterinnen gelingt, jene Teilnehmer/innen zu mobilisieren, die damit noch keine Erfahrung haben.

5.1 Kompetenzgewinn

Bosse (2012, S. 111) weist darauf hin, dass vor allem Erkenntnis- und Kompetenzgewinne in Lerntätigkeiten wie Strukturieren, Recherchieren, Kooperieren, Produzieren, Präsentieren und Reflektieren durch Radioarbeit zu erwarten sind. Im Fall der TEENS TALK Workshops stehen die Bereiche Kooperation, Produktion, Präsentation und Reflexion im Vordergrund, da durch die geringe Vorbereitungszeit auf die Sendungsaufnahme und die Art der Sendung (Diskussion) Strukturierung und Recherche eher in den Hintergrund treten. Die Reflexion passiert vor allem nach der Aufnahme, wenn die Jugendlichen sich die Diskussion nochmals anhören und mit den Workshopleitern/Workshopleiterinnen über ihre Erfahrungen sprechen. Auch Tulodziecki et al. (2010) diskutieren Medienbildung als Verknüpfung mit Handlungs-, Entwicklungs- und Kompetenzorientierung.

Obwohl das subjektive Gefühl der Teilnehmer/innen des Workshops eher dahin geht, dass ihr Kompetenzgewinn nicht überwältigend groß ist (Mittelwert 3 für das Item "Ich habe viel für Schule/Beruf/Privatleben" gelernt bzw. Mittelwert 2,98 für das Item "Ich habe viel Neues gelernt"), zeigt sich in den Interviews, dass viele Jugendliche Lernen nach wie vor mit Faktengewinn und weniger mit Softskills und Kompetenzerwerb gleichsetzen (vgl. hierzu auch Mayer, 2015). In den Interviews werden Lerneffekte vor allem in Richtung Diskursfähigkeit, Sprachbewusstsein ("Im Radio muss ich mich gewählter ausdrücken als unter Freunden") und Unterschiede zwischen Radio, Fernsehen und "private" Diskussion aufgezählt.

Das Bewusstsein, dass die Diskussion aufgezeichnet wird und dann tatsächlich im Radio gesendet bzw. auf der Webseite auch nachhörbar gemacht wird, scheint laut Ergebnissen der schriftlichen Befragung weniger Einfluss auf die Art der Diskussion / Argumentation der Jugendlichen gemacht zu haben (vgl. Abbildung 2). Nur 7 Befragte meinen, dass die Aufnahme sie während der Diskussion gehemmt hätte und sie dadurch anders argumentierten als ohne Aufnahme, während 25 Befragte angeben, die Aufnahme hätte sie in keiner Weise gehemmt. 11 Teilnehmer/innen meinen sogar, dass die Tatsache, dass die Diskussion im Radio gesendet wird, sie angespornt hätte. Ähnliche Ergebnisse zeigt das Item "Es hat meine Argumentation beeinflusst, dass die Diskussion aufgenommen wurde": Nur 6 Befragte meinen, dass dies der Fall wäre, während 21 dieser Aussage nicht zustimmen. Die Interviews bestätigen die Aussagen der schriftlichen Befragung größtenteils. Die Jugendlichen führen die geringe negative Beeinflussung durch das Bewusstsein, dass aufgezeichnet wird, auf die gute Vorbereitung vor der Sendung zurück. Bereits im Workshop werden Argumente gesammelt und es findet sogar teilweise schon vorher eine Diskussion zum Thema statt, wenn alle Teilnehmer/innen ihre eigene Position zum gefundenen Thema vertreten. Dies wird grundsätzlich von vielen als eher positiv gesehen, doch einige Teilnehmer/innen finden allerdings, dass bereits vor der eigentlichen Sendungsaufzeichnung zu viel diskutiert wird. ("Ich fühlte mich fast wie ein Außenseiter. Ich habe immer gedacht, dass ich nicht jetzt schon über das Thema diskutieren darf, weil ja nachher erst aufgezeichnet wird.")

Da sich die jeweilige Gruppe im Workshop auf ein Thema einigen muss, sind auch Teamarbeit und Kooperation gefragt. Vor allem für jene Jugendliche, die eher schüchtern sind, ist es von besonderer Bedeutung, dass die Gruppe unterschiedliche Meinungen zulässt und auch jene ermutigt, die zurückhaltender agieren. Auch hier ist das Geschick der Workshopleiter/innen häufig gefragt, um alle Beteiligten zu Wort kommen zu lassen. Dass dies bei TEENS TALK grundsätzlich gut gelingt, zeigt sich unter anderem darin, dass 24 Befragte angeben, sich beim Workshop ausgesprochen wohl gefühlt zu haben, während nur 7 Teilnehmer/innen meinen, dass die Atmosphäre in der Gruppe für sie unangenehm gewesen sei. Wie Bounin

(2007, S. 11) meint, ist es auch die Gruppe, die für positive Rückmeldungen und das Kompetenzerleben Einzelner sorgt.

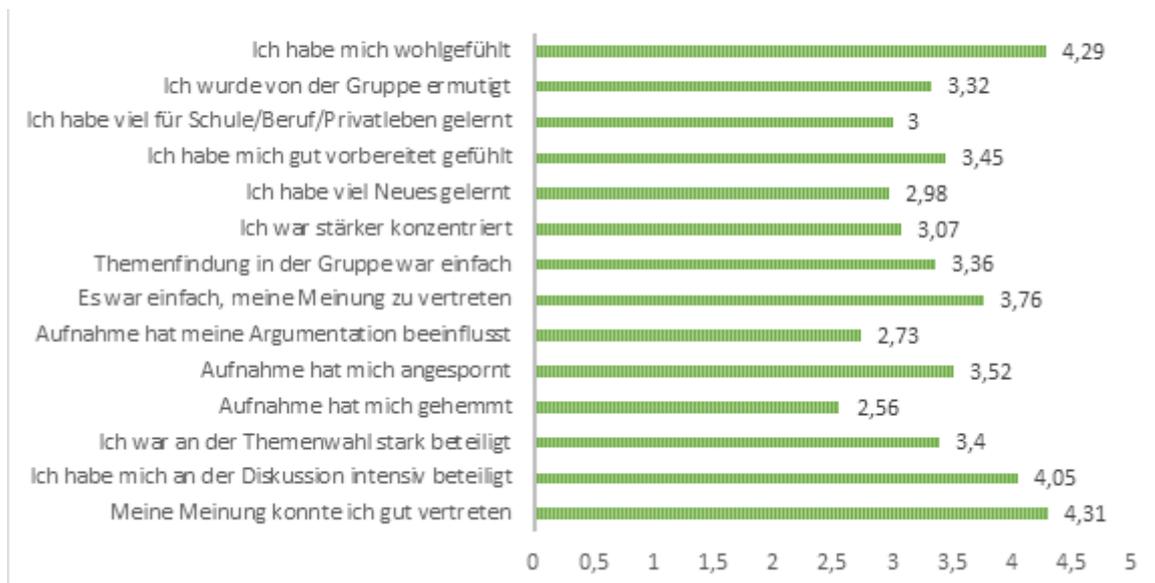


Abbildung 2: Feedback zum Workshop (Mittelwerte).

Wie gut die Jugendlichen ihre Meinung durchsetzen, zeigt sich bei den Werten, die sich bei der Auswertung der Frage: "Meine Meinung konnte ich gut vertreten." ergeben: Etwas mehr als die Hälfte stimmt zu, knapp ein Drittel äußert sich neutral und nur 6 Befragte (14 %) haben das Gefühl, dass sie sich nicht durchsetzen konnten.

Während in der schriftlichen Befragung eine eher neutrale Haltung bei der Frage: "Themenfindung war einfach" feststellbar ist, zeigt sich bei den Gruppeninterviews, dass es den Jugendlichen durchaus nicht immer leicht fällt, sich auf ein Thema zu einigen. Die Interviewten begründen dies mit der Heterogenität der Gruppe und den vielen unterschiedlichen Interessen. Erkennbar ist auch, dass die Gruppengröße eine Rolle spielt sowie die Tatsache, ob sich die Teilnehmer/innen des Workshops vorher schon kannten. Eine Vorselektion der Themen findet allerdings nach solchen Gesichtspunkten statt, ob diese Themen "gesellschaftlich akzeptabel" sind. ("Also über Sexismus oder Rassismus hätte ich nicht sprechen wollen. Wenn das meine Schulkolleginnen sich dann im Radio angehört hätten, das wäre mir peinlich gewesen.")

5.2 Diskussionsverhalten Jugendlicher

Durch die verstärkte Möglichkeit der medial vermittelten Kommunikation (über soziale Netzwerke, SMS, Chat bzw. chatähnliche Applikationen) entsteht häufig der Eindruck, dass Jugendliche das Face-to-Face Gespräch eher meiden. Unterstützt wird diese Sicht durch eine Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach (2009), die aufzeigt, dass nur noch für 36 % der befragten 14- bis 19-Jährigen das persönliche Gespräch die angenehmste Form ist, um sich mit anderen auszutauschen. Dies trifft auf die Teilnehmer/innen des Workshops TEENS TALK allerdings nicht zu. In drei von fünf abgefragten Bereichen (Themen diskutieren, Probleme besprechen und ausführliche Gespräche führen) gaben zwischen 30 und 34 der 43 Befragten an, dass sie in dieser Situation ein persönliches Gespräch von Angesicht zu Angesicht bevorzugen würden. Um Neuigkeiten mitzuteilen, greifen 18 Jugendliche am liebsten zum Handy bzw. schreiben eine SMS, doch auch für 12 Befragte ist das Gespräch die bevorzugte Mitteilungsart. Das persönliche Gespräch schneidet nur in der Kategorie "Verabredungen treffen" im Vergleich zu SMS, Handy und sozialem Netzwerk schlecht ab.



Abbildung 3: Diskussionsverhalten der Workshop-Teilnehmer/innen.

Wenig überraschend ist das Ergebnis, dass die Teilnehmer/innen des Workshops überwiegend gerne diskutieren. Das Item zur Diskussionshäufigkeit ("Wie oft diskutierst du mit Freund/innen über ernste Themen?") zeigt, dass zirka ein Fünftel der Befragten diese Frage mit „mehrmals pro Woche“ beantwortet. Nur elf Jugendliche geben an, dass sie nur einmal pro Monat oder seltener über ernste Themen diskutieren. Dies zeigt, dass vorwiegend jene Teenager am Workshop teilnehmen, die sich auch in ihrem privaten Umfeld mit Meinungen anderer auseinandersetzen.

Gespräche über Themen, die einer Person wichtig sind oder die ihr nahe gehen, machen es mitunter schwer, einen sachlichen Argumentationsstil beizubehalten. Dieser Meinung ist auch etwas mehr als ein Fünftel der TEENS TALKer, wenn sie angeben, dass sie bei manchen Themen nicht ruhig bleiben können. Ähnlich verhält es sich mit dem Item "Ich versuche öfters, andere von meiner Meinung zu überzeugen". Knapp ein Drittel (14 Teilnehmer/innen) gibt an, dass sie anderen – zumindest, wenn es ein für sie wichtiges Thema ist – ihren Standpunkt aufzwingen wollen. Die Ergebnisse der Workshop-Teilnehmer/innen können allerdings etwas dadurch verzerrt sein, dass diese Punkte während der Vorbereitung auf die Aufnahme der Diskussion besprochen werden. Da die Fragebögen direkt nach der Aufzeichnung ausgefüllt wurden, könnten die Jugendlichen subjektiv empfinden, dass sie sich generell in Gesprächen angemessen verhalten.

6 TEENS TALK als außerschulischer Lernort

Von Bedeutung für den pädagogischen Alltag ist vor allem das Ergebnis des Items "In der Schule wurde mir beigebracht, wie man diskutiert / sich in Diskussionen verhält." (vgl. Abbildung 3): Weniger als ein Viertel (23 %) der Befragten meint, dass Diskussionen und Diskussionsverhalten ausreichend im Unterricht thematisiert wurden. Immerhin 40 % der Workshop-Teilnehmer/innen sind der Ansicht, dass eine schulische Ausbildung diesbezüglich so gut wie gar nicht erfolgt ist. Diese Zahlen streichen die Bedeutung außerschulischer Lernorte hervor und zeigen auf, dass Angebote wie TEENS TALK einen wichtigen Platz in der Lernbiographie von Jugendlichen einnehmen können.

Vergleicht man den Workshop mit der Unterrichtssituation, gibt es einige Punkte, die im Zusammenhang mit außerschulischen Lernorten bedeutsam scheinen: Die Jugendlichen nehmen freiwillig in ihrer Freizeit am Workshop teil. Man kann also vom Interesse an den angebotenen Inhalten ausgehen. Zudem gibt es keine Notenbewertung oder sonstigen Einfluss auf schulische Leistungen, womit der Faktor Misserfolg ausgeschlossen ist. Viel bedeutender als das Feedback der Coaches ist daher jenes der Peergroup (vgl. Bounin, 2007, S. 11). Da die Gruppengröße im Workshop mit 5–8 Personen wesentlich geringer als die der Schüler/innen eines durchschnittlichen Klassenzimmers ist, kann daher auf die individuellen Interessen leichter eingegangen werden. Das führt dazu, dass der Gruppe nicht nur die Organisation der Themenfindung erleichtert, sondern auch verhindert wird, dass sich jemand verstecken oder zurücklehnen kann. Ein weiterer

Unterschied zur schulischen Situation ist in der nachhaltigen Verfügbarkeit der Leistung zu sehen. Da die Sendung aufgezeichnet wird und auf der Webseite konserviert und einer weltweiten Zuhörerschaft zugänglich gemacht wird, ist den Jugendlichen bewusst, dass sie es mit einem realen Publikum zu tun haben. Es wird also nicht – wie sonst häufig – für die Lehrperson oder eine fiktive Zielgruppe gearbeitet, sondern für unbekannte Zuhörer/innen. Von besonderer Bedeutung hat sich im Laufe der Interviews auch herausgestellt, dass die Coaches eine spezielle Rolle für die Jugendlichen einnehmen. Da die Workshop-Leiter/innen sich nicht nur an die Sprache der Jugendlichen anpassen, sondern sich auch partnerschaftlich verhalten (beispielsweise sind Teilnehmer/innen am Workshop und Coaches per Du), fühlen sich die Jugendlichen “auf Augenhöhe” mit ihnen. Es handelt sich somit um ein anderes Beziehungsverhältnis als jenes in der Schule zu Lehrpersonen. Durch das zur Verfügung gestellte professionelle Equipment, das in der Schule nur selten vorhanden ist, wird die Neugierde der Teilnehmer/innen auf das Radiomachen geweckt. Da aber trotzdem die technische Einstiegshürde bewusst niedrig gehalten wird, fühlen sich besonders auch weibliche Jugendliche angesprochen. Das Bedürfnis zu sehen, wie eine Radiosendung funktioniert, wird bei TEENS TALK gestillt, indem das Equipment, das für die Aufzeichnung notwendig ist, gemeinsam aufgebaut und genau erklärt wird. Auch hier ist auf Langbein und Fochler hinzuweisen, die gute Lernbedingungen in einer Lernumgebung sehen, “die entdeckendes und selbsttätiges Lernen ermöglicht und sinnlich-ästhetische Materialien zur Verfügung stellt”. (Langbein / Fochler, S. 212 f.)

7 Motivation

Eine Untersuchung in Deutschland zu Schulerfolg und Bewältigung des Schulalltags hat ergeben, dass fast alle Lehrer/innen im Vergleich zur Situation vor 15, 20 oder 25 Jahren eine niedrigere Anstrengungsbereitschaft ihrer Schülerschaft feststellen. Es mangle ihnen an Motivation, außerdem entwickelten die Schüler/innen immer später zielführendes Lernverhalten (Wippermann et al., 2013). Man kann davon ausgehen, dass in Österreich die Situation ähnlich ist. Bezieht man sich auf die Jugendlichen im Workshop “TEENS TALK”, dann ist festzustellen, dass diese aktiv bei der Sache, hoch motiviert und interessiert sind und das Ziel verfolgen, eine gute Sendung zu machen. Wieso gibt es hier einen so großen Unterschied zur Schule? Die Ursachen könnten darin liegen, dass der Workshop in der Freizeit stattfindet und die Jugendlichen freiwillig daran teilnehmen. Die Teilnehmer/innen zeigen großes Interesse an den Inhalten, die die Coaches vermitteln. Die Bereitschaft sich einzubringen kann im Allgemeinen als hoch eingestuft werden. Hier stellt sich also ein völlig anderes Bild der Lernbereitschaft von jungen Menschen dar.

Im Allgemeinen gilt intrinsische Motivation als erstrebenswert in Lernsituationen. Intrinsisch motivierte Verhaltensweisen können als interessensbestimmte Handlungen definiert werden, deren Aufrechterhaltung keine vom Handlungsgeschehen “separierbaren” Konsequenzen erfordert, d.h. keine externen und intraphysischen Anstöße, Versprechungen und Drohungen (Deci, 1975, 1992). Wobei ergänzend noch angemerkt werden muss, dass die motivationalen Prozesstheorien, wie die Selbstbestimmungstheorie (Self-Determination-Theory: kurz SDT) von Deci / Ryan (2002) mit der Interessentheorie systematisch verknüpft (Krapp, 2002) wurden. In der Selbstbestimmungstheorie werden dreierlei angeborene psychologische Bedürfnisse als relevant erklärt, die für intrinsische und extrinsische Motivation gleichermaßen relevant sind (Deci / Ryan, 1985): das Bedürfnis nach Kompetenz oder Wirksamkeit oder Selbstbestimmung und soziale Eingebundenheit oder soziale Zugehörigkeit. Neben dem Bedürfnis sozial verbunden zu sein und effektiv zu wirken, ist demnach die persönliche Autonomie von hoher Wichtigkeit. Intrinsische Verhaltensweisen sind in erster Linie mit den Bedürfnissen nach Kompetenz und Selbstbestimmung verbunden. (Deci / Ryan, 1993, S. 229) Daraus kann man schließen, dass Menschen, die sich freiwillig in eine Lernsituation begeben, das Gefühl haben, dass sie sich auch persönlich weiterentwickeln, sowie denken, wirksam zu arbeiten. Dazu fühlen sie sich sozial eingebunden, sind intrinsisch motiviert sowie interessiert und bringen sich daher dementsprechend ein.

In der Schule können diese Gegebenheiten nicht ständig und oft nur wenig erfüllt werden, da äußere Zwänge eine starke Rolle spielen. Das macht den Unterschied der Verhaltensweisen der Jugendlichen im Workshop TEENS TALK aus. Zudem gilt Freizeit für junge Menschen als Zeitspanne, in der sie die Chance zur Selbstbestimmung und Selbstverwirklichung haben (vgl. Ferchhoff 2007, S. 326 ff.; Heinzlmaier, 2012, S.2).

Einen großen Einfluss auf das Verhalten und die Motivation der Jugendlichen hat die Tatsache, dass die Diskussion aufgenommen wird und auch tatsächlich ausgestrahlt wird. Das wird nicht nur aus den Ergebnissen der schriftlichen Befragung sichtbar, sondern auch aus den Interviews von den Jugendlichen betont. Aussagen wie: “Es hat mir besonders gefallen, dass ich am Schluss etwas in der Hand hatte” oder “Ich wollte nicht über

Rassismus, Sexismus reden, da ich wusste, dass meine Mitschülerinnen und Mitschüler, die Sendung auch anhören könnten“, zeigen dies deutlich. Schon DeCharms (1979) geht in seinem Konzept der Eigenverursachung davon aus, dass es für den Menschen von zentraler Bedeutung ist, wenn er erleben kann, dass sein Handeln eine entsprechende Wirkung in der Umwelt zur Folge hat.

Einen der wichtigsten Faktoren für die gute und motivierte Atmosphäre der Jugendlichen scheinen die Coaches darzustellen. Die Teilnehmer/innen fühlten sich von ihnen akzeptiert und wertgeschätzt. Bei Langbein & Fochler (1977, S. 212 f.) kann man nachlesen, dass ein Faktor, der die Lernlust unterstützen kann, eine Lernatmosphäre ist, in der sich Lernende ernst- und angenommen fühlen. Ein Faktor, der bei TEENS TALK durch die Einfühlsamkeit, den Respekt vor den Jugendlichen und die Anpassung an die Sprache der jungen Menschen durch die engagierten Coaches gegeben ist. Dies ist gerade deswegen wichtig, weil sich Jugendliche oft von Erwachsenen nicht genug verstanden fühlen. Eine 2005 durchgeführte, bundesweite Repräsentativbefragung hat gezeigt, dass rd. 80 % der jungen Österreicher/innen im Alter von 11 bis 18 Jahren die Ansicht vertreten, man müsse Erwachsene besser über die Anliegen der Jugend informieren, damit diese mehr Verständnis zeigen (Großegger & Heinzlmaier, 2007, S. 7).

8 Resümee

Das Workshopformat TEENS TALK ist als außerschulischer Lernort in Ergänzung zum schulischen Lernen von großer Bedeutung, da hier Jugendliche interessensgeleitet und intrinsisch motiviert von Coaches betreut werden, die ihnen auf Augenhöhe begegnen. Die Verbindung von Medienkompetenz mit Diskursfähigkeit und der Möglichkeit für ein reales (und großteils unbekanntes) Publikum zu produzieren, übt einen Anreiz aus, der in Schulen häufig nicht geboten werden kann. Zudem ist die Partizipation an einem Massenmedium, wie es das Radio darstellt, häufig ein völlig neues Erlebnis für die beteiligten Jugendlichen.

9 Literatur

- Baacke, D. (1995). Medienkompetenz und Kommunikative Kompetenz. Portal Medienbildung. Online verfügbar unter <http://www.nibis.de/nibis.php?menid=6229>, zuletzt geprüft am 25.09.2014.
- Baacke, D. (1999). „Medienkompetenz“ – Theoretisch erschließend und praktisch folgenreich. In: medien+erziehung Nr. 1/1999, S. 7–12.
- Bissen, M. / Laborier S. (2009). Graffiti asbl Pädagogisches Konzept. Online verfügbar unter <http://www.ara.lu/action/konzept%20graffiti%20asbl.pdf>, zuletzt geprüft am 26.09.2014.
- Bortz, J., / Döring, N. (2002). Forschungsmethoden und Evaluation: für Human- und Sozialwissenschaftler. Berlin.
- Bosse, I. (Hrsg.) (2012). Medienbildung im Zeitalter der Inklusion. Herausgegeben von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). Düsseldorf. Online verfügbar unter: http://lfmpublikationen.lfm-nrw.de/index.php?view=product_detail&product_id=299, zuletzt geprüft am 26.09.2014.
- Bounin, I. (2007). „Du da im Radio...“ Nahaufnahmen aus der Praxis. Online verfügbar unter: http://www.supportnetz.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/bounin_du_da/bounin_du_da.pdf, zuletzt geprüft am 26.09.2014.
- Breiter, A. / Welling, S. / Stolpmann, B. (2010). Medienkompetenz in der Schule – Integration von Medien in den weiterführenden Schulen in Nordrhein-Westfalen. Online verfügbar unter: <http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Forschung/Kurzfassung-Band-64-Medienkompetenz-in-der-Schule.pdf>, zuletzt geprüft am 26.09.2014.
- DeCharms, R. (1979). Motivation in der Klasse. München.
- Deci, E. L. / Ryan R. (1993). Die Selbstbestimmungstheorie der Motivation und ihre Bedeutung für die Pädagogik, Zeitschrift für Pädagogik, 39.Jg., Heft 2.
- Feierabend, S. / Karg, U. / Rathgeb, T. (2013). JIM 2013. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. Online verfügbar unter <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf13/JIMStudie2013.pdf>, zuletzt geprüft am 25.09.2014.

- Ferchhoff, W. (2007). Jugend und Jugendkulturen im 21. Jahrhundert: Lebensformen und Lebensstile. Wiesbaden.
- Gabriel, S. (2013). Wissensmanagement an BMHS. Herausforderungen für berufsbildende Schulen in der Wissensgesellschaft. Frankfurt/M.
- Großegger, B. / Heinzlmaier, B. (2007). Die neuen vorBilder der Jugend. Stil- und Sinnwelten im neuen Jahrtausend. Wien.
- Institut für Demoskopie Allensbach (2009). Auf dem Weg von der persönlichen zur virtuellen Kommunikation? – Veränderungen der Gesprächskultur in Deutschland. Online verfügbar unter http://www.ifd-allensbach.de/uploads/tx_reportsndocs/prd_0903.pdf, zuletzt geprüft am 25.09.2014.
- Institut für Demoskopie Allensbach (2013). Digitale Medien im Unterricht. Möglichkeiten und Grenzen. Online verfügbar unter http://www.telekom-stiftung.de/dts-cms/sites/default/files/core-library/files/impulse/zeit-konferenzen/Allensbach-Studie_Web-PDF.pdf, zuletzt geprüft am 26.09.2014.
- Krapp, A., / Ryan, R. M. (2002). Selbstwirksamkeit und Lernmotivation. Zeitschrift für Pädagogik, 44. Beiheft, S. 54–82.
- Langbein K. / Fochler R. (1977). Einfach genial. Die 7 Arten der Intelligenz. Wien.
- Lermen, M. (2008). Die Bedeutung von Medienkompetenz in der Wissensgesellschaft. In: Rolf, A. / Kilian, L. / Lermen, M. (Hrsg.): Medienkompetenz (Qualitätssicherung an Schulen, Bd. 3). Baltmannsweiler, S. 19–64.
- Mayer, S. (2015). „Was haben wir denn eigentlich gelernt?“ Überlegungen zu den Ergebnissen aus dem Forschungsprojekt „teens talk“. In: Medienimpulse 2/2015. Online verfügbar unter: <http://www.medienimpulse.at/articles/view/755>.
- Mayring, P. (2002). Einführung in die qualitative Sozialforschung: eine Anleitung zu qualitativem Denken. Beltz Weinheim.
- Schnell, R. / Hill, P. / Esser, B. (2011). Methoden der empirischen Sozialforschung. München.
- Tulodziecki, G. / Bardo, H. / Grafe, S. (2010). Medienbildung in Schule und Unterricht. Grundlagen und Beispiele. Bad Heilbrunn.
- Bernhard, H. (2012). Freizeit als Zeit der Selbstbestimmung? Die Freizeitorientierung Jugendlicher unter marktgesellschaftlichen Bedingungen. Online verfügbar unter http://jugendkultur.at/wp-content/uploads/jugend_und_freizeit.pdf, zuletzt geprüft am 20.09.2014.
- Voogt, J. / Erstad, O. / Dede, C. / Mishra, P. (2013). Challenges to learning and schooling in the digital networked world of the 21st century. In: Journal of Computer Assisted Learning 5/2013, S. 403-413.
- Wippermann, K. / Wippermann, C. / Kirchner, A. (2013). Eltern – Lehrer – Schulerfolg. Wahrnehmungen und Erfahrungen im Schulalltag von Eltern und Lehrern. Stuttgart.

¹ Auf der Webseite des Medienzentrums unter <http://teenstalk.medienzentrum.at/> können die einzelnen Sendungen angehört und auch nach Ausstrahlung im Radio nachgehört werden.