



© Denys Rudyi – Fotolia.com

►► Spielräume in den Ohren

Potenziale kreativer Audioarbeit

Von Volker Bernius

Vorbei sind die Zeiten, in der man die Wahl hatte zwischen einem Kassettenrekorder plus Mikro oder komplizierter und teurer Studiotechnik. Heute lassen sich Audioprojekte technisch einfach, aber gleichzeitig qualitativ anspruchsvoll umsetzen. Dabei bieten sie vielfältige Chancen für die Medienbildung, aber auch etwa zur Entwicklung sprachlicher und sozialer Kompetenzen.

„Die sich ständig erweiternden und immer stärker vernetzten medialen Angebote mit ihren dynamischen Symbol- und Lebenswelten eröffnen Heranwachsenden ganz neue Erfahrungs-, Handlungs- und Erlebnisräume. Wichtiges Ziel der Medienbildung ist die altersangemessene Fähigkeit, das wachsende Medienangebot kritisch zu reflektieren, daraus sinnvoll und bedürfnisbezogen auszuwählen und Medien sowohl für die Entwicklung der eigenen Persönlichkeit als auch für die individuelle Lebensgestaltung angemessen, kreativ und sozial verantwortlich zu nutzen.“¹

Was im Beschluss der Kultusministerkonferenz als Orientierung für die Me-

dienbildung sowie für individuelle und institutionelle Lehr- und Lernprozesse unter dem Punkt „Identitätsbildung und Persönlichkeitsentwicklung“ aufgeführt ist, lässt sich paradigmatisch mit medienpädagogischer Audioarbeit vernetzen: Eine Schülergruppe beispielsweise beschreibt nach einem Audioprojekt ihre Erfahrungen u. a. in folgenden Stichworten: „Teamarbeit wurde vorangebracht“, „Radioformate kennengelernt“, „gemeinsam sind wir stark – Klassengemeinschaft wurde erlebt“, „technische Erfahrungen – z. B. Aufnahmen ohne störende Hintergrundgeräusche“, „aufeinander achtzugeben, Rücksicht zu nehmen, Hand in Hand zu arbeiten“, „durchzuhalten“, „kreativ zu sein“, „wir haben etwas geschaffen, was bleibt“, „dass man frei und selbstständig arbeiten und sich gut einbringen konnte“, „verschiedene Hörqualitäten unterscheiden gelernt“, „haben uns etwas zugetraut“, „gelernt, wie Radio funktioniert“, „sind an eigene Grenzen gegangen“, „freies Reden und Präsentieren“, „still zu sein“, „journalistische Basisfähigkeiten“, „von der Idee bis zum Schneiden am Laptop – alles gemeinsam“.²

Neue Chancen für die kreative Audioarbeit

Die kreative Audioarbeit hat einerseits eine lange Tradition und ist heute vielfach in der medienpädagogischen Praxis zu finden, auch wenn andererseits bei Forschungsvorhaben, Theorien sowie Praxiskonzepten der visuelle Bereich und digitale Medienwelten stark dominieren.

Vor 20 Jahren konnten gute Audioproduktionen von Kindern und Jugendlichen nur mit einem aufwendigen Equipment hergestellt werden: Es brauchte qualitativ gute (und teure) Mikrofone, Aufnahme- und Mischpulte, einen eigenen Studioraum; in manchen Fällen konnten Jugendliche nur in besonderen Projekten der Rundfunkanstalten kreative Audioprojekte verwirklichen, wie z. B. im Deutschunterricht erarbeitete Hörspiele. Die Alternative waren Aufnahmen in der Schule mit Kassettenrekordern und eingebautem Mikrofon – mit einer Qualität, die niemanden zufriedenstellen konnte und schon gar nicht sendbar war. Und immer mussten Lehrkräfte oder Eltern mit einer besonderen Kompetenz und einem herausragenden Engagement

die Produktionen sowohl inhaltlich als auch in der technischen Realisierung anleiten.

Diese Szenerie ist aus heutiger Sicht nicht nur veraltet, sondern auch absurd: Nicht nur die Verfügbarkeit von technischen Geräten hat sich geändert, sondern auch die medieninteressierten Kinder und Jugendlichen. Bereits in Kindertagesstätten, mehr aber noch in Schulen und Freizeiteinrichtungen, wird heute Lust gemacht aufs eigene Produzieren, auf das Herstellen, Aufnehmen und Bearbeiten von Geräuschcollagen, kurzen Hörspielen, Hörrätseln, Interviews, Comedy-Szenen, musikalischen Gestaltungen und vielem mehr. All dies findet nur noch auf digitalem Weg statt. Die Aufnahmegeräte werden immer handlicher, bedienungsfreundlicher und kostengünstiger bei gleichbleibender Qualität. Schneiden und Bearbeiten am Laptop lernen Schülerinnen und Schüler in Stundenschnelle.

Typen der kreativen Audioarbeit

Audioprojekte lassen sich grob in drei große Bereiche einteilen:

- ▶ Schulradio,
- ▶ Audioguides,
- ▶ Produktion eigener Hörstücke.

Schulradio

Dieses Thema hat allein in den letzten 15 Jahren enorm an Fahrt gewonnen (s. dazu ausführlich S. 22–31). Es gibt „Pausenradios“, die zu einer bestimmten Zeit im Schulhaus zu hören sind, oder „Veranstaltungsradios“ von Schülern, Lehrern und Medienpädagogen, die teilweise sogar für einen bestimmten Zeitraum von einer Landesmedienanstalt eine eigene Frequenz in der Region zugewiesen bekommen. Auf der Schulhomepage werden Podcasts veröffentlicht, dazu gibt es landesweite Schulradioplattformen wie z. B. das Schulradio in Bayern oder soundnezz.de (Baden-Württemberg). Auch auf einigen Bildungsservern der Länder sind Angebote zu finden.

Audioguides – „Orte lassen von sich hören“

Das Konzept der Audioguides von Jugendlichen für Jugendliche erfreut sich in den letzten Jahren einer immer größeren Beliebtheit, wie z. B. der Beitrag auf S. 20–21 zeigt. Die Autorin lässt „Orte erzählen“. Hierbei können „akustische Hörspaziergänge“ entstehen und am Laptop als Geräuscherätsel zu-

sammengemischt werden oder „akustische Dokumentationen“ von Gedenkstätten, die Teil der Erinnerungskultur werden. Bilder in Museen lassen sich vertonen und hörbar machen: Welche Geschichte könnte hinter diesem Bild stecken? Wie hört es sich an, wenn das Kunstwerk zum „Leben erweckt“ wird? Wie klingen die fiktiven Rhythmen und Geräusche von Bildern wie z. B. Paul Klees „Die ägyptische Nacht“ oder der „Rosengarten“? „Ohrensehen und Augenhören“ (vgl. Binder/Hagen/Kahlert 2007) wird zu einem klingenden Festival der Sinne. Hier ergänzen sich die Methoden der Medienbildung und der kulturellen Bildung.

Auch „akustische Kunst“ und digitale Soundkompositionen mit eigenem künstlerischen Anspruch entstehen bei Audioprojekten, wie der Beitrag auf S. 13–15 zu „Soundscape“ zeigt. Er leitet dazu an, Geräusche und Klänge aus der Umwelt für eine Sounddokumentation zu sammeln. Ziel ist die Schärfung des Hörsinns durch die Fokussierung auf die eigene akustische Umgebung, deren Besonderheiten, Hörenswürdigkeiten oder akustische Vermüllung.

Eigene Hörstücke

Die Produktion von Hörstücken in der Schule kann sehr vielfältig sein: Es müssen nicht unbedingt Radiobeiträge in den klassischen Formen wie Interview, Umfrage, Bericht, Magazin ... sein. Kinder und Jugendliche können auch Podcasts zu Themen erstellen, die sie bewegen und interessieren. In Sachthemen wie „Welche Freizeitmöglichkeiten gibt es an unserem Ort?“, „Erfahrungen mit Alkohol und Drogen“, „Unsere Träume“ oder „Was ist Glück für uns?“ drücken sich Jugendliche mit ihrer Lebenswelt aus, sammeln Gründe und erkunden andere Meinungen. In ihrem Beitrag erklären sie – mit Musik gemischt oder in O-Toncollagen – „ihre Welt“.

Eine ganz andere Ebene bieten fiktive Welten: ausgedachte Hörspiele und kleine Hörspiele, die akustische Realisierung von literarischen Vorlagen wie Erzählungen, Gedichten oder Romanen, die Vertonung von Bilderbüchern oder der Entwurf und die Produktion eines eigenen Hörbuchs. „Literatur zu hören“ und nicht nur lesen, von „Stimmen“ emotional eingefangen und beeinflusst zu werden, ist gerade für diejenigen reizvoll, die nicht zu Büchern finden und deren Leselust erst noch entwickelt werden will, beispielsweise durch eigenes Handeln und Produzieren (s. dazu Gailberger 2010 und Müller 2010).

Im Fächerkanon der Schulen können auditive Elemente eine besondere Rolle spielen, weil sie einen anderen inhaltlichen und emotionalen Bezug zu Themen bieten können als z. B. Texte in Schulbüchern: Es sind immer Stimmen, die lebendig werden und erzählen. Beispielsweise kann man in Politik und Geschichte Zeitzeugen befragen, historische Reden erkennen und analysieren oder eigene Nachrichtensendungen erstellen. Der Beitrag auf S. 18–19 stellt ein entsprechendes Projekt im Musikunterricht vor: Die Schülerinnen und Schüler sollen in Form eines Podcasts inhaltliche Porträts von Musikern und Rockbands erstellen. Ihr Weg führt dabei von der (journalistischen) Recherche über vielfältige Medien zum fertigen kreativen Produkt.

Anmerkungen

- (1) http://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2012/2012_03_08_Medienbildung.pdf, S. 5.
- (2) Zitate entnommen aus Schüleräußerungen beim Zuhör- und Medienkompetenzprojekt „Hessen hören – so klingt meine Welt“ der Stiftung Zuhören: <http://www.hessen-hoeren.de/>

Literatur

- ▶ Binder, Sigrid; Hagen, Mechthild; Kahlert, Joachim (Hrsg.): GanzOhrSein – ein fächerübergreifendes Grundschulprojekt. Westermann, Braunschweig 2007.
- ▶ Gailberger, Steffen: Hörbücher und das simultane Lesen und Hören im Deutschunterricht. Förderung von Lesekompetenzen schwacher Schüler an der Schnittstelle von Schriftlichkeit und Mündlichkeit. In: Bernius, V.; Imhof, M. (Hrsg.): Zuhörkompetenz in Unterricht und Schule. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen 2010, S. 105–134.
- ▶ Müller, Karla: Literarisches Lernen mit Buch oder Hörbuch? In: Bernius, V.; Imhof, M. (Hrsg.): Zuhörkompetenz in Unterricht und Schule. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen 2010, S. 135–149.

11 Thesen zum pädagogischen Nutzen und Wert kreativer Audioarbeit

Die leichten Zugänge sind wie Handlungsappelle

Audioarbeit braucht keine komplizierte Technik. Die Geräte können leicht bedient und der Umgang damit schnell erlernt werden. Die Instrumente (Aufnahmegeräte, Laptops etc) haben Aufforderungscharakter, sie bieten Orientierung und Halt.

Hörsensibilisierung und die Fähigkeit zur (Hör-)Analyse entstehen automatisch

Wer Audios und Radiobeiträge erstellt, lernt hinzuhören: bei Interviews, wenn der Interviewer sich auf Antworten bezieht, beim Unterscheiden von Klängen, Geräuschen, Sprache. Bei der Bearbeitung werden der Klang, die Melodie der Sprache einzeln analysiert. Geräusche werden in ihrer Unterschiedlichkeit genau erhört und daraufhin untersucht, ob und wie sie zueinander passen.

Einzelarbeit und Teamarbeit stärken die Kommunikation

Alles kann in einer Hand liegen: von der Aufnahme über die Bearbeitung bis zur Fertigstellung eines akustischen Produktes. Bei Gruppenarbeiten wird gemeinsam um die beste Lösung gerungen, miteinander besprochen und entschieden. Ein besonderer Wert von Audioproduktionen liegt in ihrer gemeinsamen Erarbeitung – im Entstehungsprozess: im Assoziieren und Abwägen, Suchen und Finden, Streiten und Klären, Bewerten und Verstehen.

Die kritische Reflexion der Inhalte wie der technischen Realisierung verbessert die Ergebnisse

Es gibt nichts, was sich bei einer Audioproduktion nicht verbessern ließe ... Ist der Hintergrund zu laut? Wird deutlich genug gesprochen? Ist der O-Ton zu lang? Wie habe *ich* das gehört? Was wird überhaupt ausgesagt? Ist die Musik zu laut und übertönt das Wort? Was ist (für mich) im Beitrag besonders wichtig, was bedeutet es für *mich*? Audioprodukte brauchen auch eine genaue Reflexion und kritische Rückmeldungen hinterher. Nur so lassen sich Beiträge und Kompetenz der „Macher“ ständig verbessern.

Die Vielfalt der Formen fasziniert

Audiobeiträge allgemein sind formal nicht so festgelegt, wie es journalistische Formen des Radios sind. Freie Formen, unterschiedliche Zugänge, spielerische Formate mit Klängen, Geräuschen und Sprachen, experimentelle Formen durch technische Veränderungen, Verfremdungen von Stimmen etc. sind möglich und erlaubt.

Der Umgang mit Sprache lässt sich schulen

Sätze und Worte müssen auf Anhieb für den Zuhörer verständlich sein. Das Hauptarbeitsmittel Sprache stellt hohe Anforderungen an die Auswahl und „Komposition“ der eigenen Texte: Kann der Zuhörer den Inhalt verstehen? Welche Stolpersteine beim Hören könnten entstehen? Zu lange Sätze? Zu viele Fremdworte oder Jahreszahlen? Stimmen die Bilder und Vergleiche? Was kann der Zuhörer schon wissen, was muss erklärt werden? Redundanz ist gefragt, Wiederholungen sind erlaubt: „Fürs Hören schreiben“ ist lernbar. Allerdings sind die „Schreib- und

Textkriterien“ des Deutschunterrichtes oft weniger angebracht.

Sprechweise und Präsentation helfen dem Zuhörer

Ist die Betonung im Satz richtig? Wird zu schnell, zu langsam, deutlich gesprochen? Klingt es abgelesen oder erzählt? Wie kann der Sprecher dem Zuhörer durch die Sprechweise zum besseren Verständnis verhelfen? Wie klingt die Stimme? Sprechen ist lernbar – vor allem auch durch Sprechen und verantwortliches Korrigieren.

Fantasie fördert die Bilder im Kopf

Welche „Bilder im Kopf“ kann ich z. B. durch Geräusche, Musik oder Sprache herstellen? Welche Mittel können helfen, dass Zuhörer den Sinn erkennen können? Ganz unterschiedliche Räume und Zeiten müssen auf diese Weise entstehen können (und dann technisch realisiert werden ...). „Überraschungen“ lassen genauer hinhören oder auch weghören.

Die Dramaturgie macht's

Wie gestalte ich die Zeit? Wie fange ich an? Was kommt als Erstes – was kann Zuhörerinnen und Zuhörer zum Hinhören und Dabeibleiben verführen? Wie geht es dann weiter? An welcher Stelle ist eventuell ein für Zuhörer schwieriger Punkt? Wie setze ich deshalb akustisch ein Ausrufezeichen? Mit Lautstärke und Drive oder mit bewusst gesetzter Stille? Wer zuhörerorientiert denkt, lernt auch, den Überblick zu bekommen, wie einzelne Impulse gestaltet sein müssen. Wo gibt es Längen? An welcher Stelle braucht es einen besonderen Impuls? Auch im „Aufarbeitungsprozess“ danach entstehen neue Einsichten und Korrekturmöglichkeiten. Stehen O-Töne und Sprechertexte in einem angemessenen zeitlichen Ablauf? Die Einstiege entscheiden darüber, ob ein Zuhörer dabei bleibt, die Ausstiege bestimmen, was hängen bleibt.

„Ganzheitlich denken“ ist hier ernst gemeint

Ein Geräusch ist ein Einzelimpuls, genauso wie ein Satz, ein bestimmtes Wort, eine kurze Collage, eine Mischung aus all dem, eine Hintergrundatmosphäre oder Musik: Wie wird dies miteinander verbunden, mit welchen Gedanken und Ideen? Was am Ende entsteht, ist ein Gesamtwerk. Audiomacher können und sollen auch „Komponisten“ sein – im technischen und ideellen Zusammenhang. Von Anfang an ist deshalb eine Gesamtsituation bedeutsam im Sinne der Zusammenfügung der einzelnen Teile: Wie verläuft hier der Rhythmus, wie die Melodie, wie die farbliche Gestaltung, wie der (Gesamt-)Klang?

Stolz auf das eigene Produkt sein

Ziel einer gemeinsamen Audioproduktion ist die Veröffentlichung. Nur wenn ein Produkt Zuhörer findet, wird es als sinnvoll erkannt und anerkannt. Wie jeder Sprecher seine Zuhörer braucht, wie Zuhörer Sprecher brauchen, so braucht ein Audioprodukt Anerkennung. Das stärkt die Produzenten und fordert dazu heraus, neue Produkte entstehen zu lassen.