



***Crosstalk* – Handbuch**

mit Materialien und Tipps für TrainerInnen

Moving Stories and Gender

Geschlechterrollenklischees in den Medien überschreiten

Dieses Handbuch entstand 2009 und 2010 im Rahmen des Lifelong Learning Programms der Europäischen Union. Es wurde von einer Arbeitsgruppe verfasst, deren Partnerorganisationen aus Polen, Österreich und Deutschland stammen. Im Zentrum stand dabei die Entwicklung und Anwendung eines Kursplans für Freie Medien Initiativen, der zudem im Austausch mit weiteren Partnerorganisationen in Deutschland, Ungarn, Finnland, Italien und Großbritannien diskutiert wurde. Im Rahmen von *Crosstalk*, dem gemeinsamen Gesamtprojekt, arbeiteten Partnerorganisationen aus dem Bereich der Freien Radios und anderer Medien Initiativen, sowie aus dem universitären Bereich zusammen. *Moving stories* diente dabei dem Gesamtprojekt und seinem Ziel, die aktive Teilhabe an medialen Repräsentationen in Europa im Sinne der sozialen, politischen und kulturellen Einbindung der eigenen Erfahrungen und Perspektiven zu fördern, als gemeinsamer Slogan.

Project Number: 141823-LLP-1-2008-1-DE-Grundtvig_GMP
Grant Agreement: 2008-3430/001-001

Partnerorganisationen der Arbeitsgruppe

Moving Stories and Gender wurde von folgenden Organisationen/Personen erarbeitet:

Freies Radio Freudenstadt / Susan Jones
PF 462 / Jan Aniobi
72234 Freudenstadt
Deutschland

Radio Orange 94.0 / Mag. Nino Jaeger
Klosterneuburger Str. 1 / Mag.a Sushila Mesquita
1200 Wien
Österreich

Institut für Internationale Studien / Wieslaw Oleksy
Universität Lodz
Lindleya 5a
90-131 Lodz
Polen

Kontaktinformation zum Projekt *Crosstalk*

Informationen über das Projekt *Crosstalk* und alle Arbeitsgruppen sind verfügbar unter <http://www.crosstalk-online.de>

sowie über das Büro der Projektkoordinatorin
Dr. Traudel Günnel
Pädagogische Hochschule Freiburg
Institut für Medien in der Bildung
Kunzenweg 21
79117 Freiburg
Deutschland

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung (Mitteilung) trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

INHALT

| | |
|--|-----------|
| Einleitung..... | 4 |
| Hintergrund: Gender als zentrales Thema | 5 |
| Ziele / Kursteilnehmer_innen | 9 |
| Zeitrahmen..... | 11 |
| Didaktische Überlegungen / Methoden | 11 |
| Allgemeiner Kursplan | 16 |
| Tabellarische Übersicht..... | 18 |
| Praktische Tipps für die Umsetzung..... | 25 |
| Evaluation..... | 27 |
| Drei Beispiele..... | 28 |
| 1. Gender und biographische Geschichten (Freudenstadt, Deutschland) | 28 |
| 2. Gender in der Musik/welt (ORANGE 94.0, Wien, Österreich) | 30 |
| 3. Gender und kommerzielle Medien (Lodz, Polen)..... | 32 |
| Anhang..... | 35 |

Einleitung

Die in diesem Handbuch dokumentierte Zusammenarbeit entstand im Kontext einer Auseinandersetzung mit Gender-Themen und Medien: Inwieweit und auf welche Art und Weise werden Frauen und Männer üblicherweise in den Medien repräsentiert und dargestellt? Inwiefern beeinflusst dies ihre eigene Wahrnehmung sowie ihr Verständnis von Geschlechterrollen? Bewusstsein dafür zu schaffen, wie Medien auf oftmals subtile Weise Bilder und Klischees von „Normalität“ herstellen und verbreiten, ist ein Ziel des hier beschriebenen Workshops. Das andere, nicht minder wichtige und mit ersterem zusammenhängende Ziel: Fördern der Fähigkeiten und des Selbstvertrauens der Workshop Teilnehmer_innen¹, sowie in der Ermutigung, die Möglichkeiten alternativer Medien zu nutzen.

Die Teilhabe an Medien ermöglicht es Individuen, ihre Gedanken und Interessen zu äußern, ihre Rolle innerhalb der Gesellschaft selbst zu definieren, ihre eigenen Bilder herzustellen und zirkulieren zu lassen, sowie in Austausch mit anderen zu treten. Zudem werden dabei Fähigkeiten entwickelt bzw. ausgebaut, die nötig für die aktive Teilhabe am öffentlichen Leben sowie für die persönliche Entwicklung sind. In diesem Sinne dienen Reflexionen über Geschlechterrollenbilder als Vehikel für andere, breitere gesellschaftliche Themen. Audio-Material, das während des Lernprozesses entsteht, kann in Freien Radios gesendet, auf der Website des *Crosstalk* Projektes oder auf anderen digitalen Plattformen in archivierter oder transkribierter Form veröffentlicht werden.

¹ Diese Schreibweise (Teilnehmer_innen) wurde gewählt, um Zwischenräume und Leerstellen zwischen Geschlechtsmarkierungen, mit denen Sprache unweigerlich verbunden ist, sichtbar zu machen und damit auch Personen, die sich selbst nicht innerhalb des entweder/oder-Angebots der Zweigeschlechtlichkeit verorten, mit zu benennen.

Hintergrund: Gender als zentrales Thema

Den folgenden Überlegungen liegt die wichtige Unterscheidung zweier Konzepte zugrunde: der des biologischen und der des sozialen Geschlechts (Gender). In einfachen Worten gesagt, unterscheidet sich das soziale vom biologischen Geschlecht dadurch, dass ersteres zur Gänze sozial und kulturell hergestellt und vermittelt ist. Das, was als soziales Geschlecht oder Gender bezeichnet wird, beinhaltet damit beispielsweise all unser Wissen über die Art und Weise, wie sich Männer und Frauen gemeinhin zu verhalten, wie sie auszusehen haben etc. Die Inhalte dieser Normvorstellungen sind in unterschiedlichen Epochen und gesellschaftlichen Zusammenhängen verschieden ausgeprägt, denn sie setzen sich aus einer Vielzahl prinzipiell variabler historischer, philosophischer, sozialer und kultureller Bedingungen und Traditionen zusammen. Obwohl sich die Geschlechterrollenbilder – oder zumindest Elemente davon – immer wieder verändern, erscheinen sie zumeist als „natürlich“ und vorgegeben. Doch anders als das biologische, setzt sich das soziale Geschlecht zum einen aus internalisierten Vorstellungen von Männlichkeit, Weiblichkeit oder transgener-Identitäten zusammen, und wird zum anderen – wie bereits erwähnt – durch eine Vielzahl sozialer, politischer, kultureller, religiöser etc. Faktoren bestimmt, die in der jeweiligen Gesellschaft zu einem bestimmten Zeitpunkt von Bedeutung sind.

Es gibt eine Reihe unterschiedlicher wissenschaftlicher Zugänge zu den komplexen Fragen in Zusammenhang mit der Kategorie Geschlecht. Der derzeit am weitesten verbreitete, auf den auch in diesem Handbuch zurückgegriffen wird, geht davon aus, dass das soziale Geschlecht durch Individuen und die Gesellschaft – über Ideologien, sowie über soziale und institutionelle Praxen – *konstruiert* wird (siehe Anhang 18). Ein solches Verständnis des sozialen Geschlechts berücksichtigt daher sowohl den Einfluss, den Männer und Frauen jeweils innerhalb sozialer Strukturen und politischer Organisationen haben, als auch deren Zugang zu ökonomischen Ressourcen. Daneben wird der Blick auch auf den vorherrschenden gesellschaftlichen Umgang in Hinblick auf Geschlechterpositionen, aber auch hinsichtlich sich damit überschneidender Faktoren wie ethnische und soziale Herkunft, Alter, Gesundheit, sexuelle Orientierung usw. gerichtet.

Die soziale Konstruktion von Geschlecht findet auch durch den Gebrauch von Sprache statt. Sie teilt Menschen in zwei Geschlechter ein und schreibt diese damit immer

wieder fest. Wortpaare wie maskulin/feminin, Lehrer/Lehrerin, Politiker/Politikerin, Schüler/Schülerin oder Ausdrücke wie „verhalte dich wie ein richtiger Mann“ sind mit Wertvorstellungen von dem, was gemeinhin als besser oder respektabler bzw. als normgerechtes Verhalten angesehen wird, verknüpft.

Soziale, politische und kulturelle Wahrnehmungen von Männern, Frauen, Buben, Mädchen und transgender Personen werden über die Erziehung, sowie über religiöse und politische Institutionen, vor allem aber auch durch die Medien, geprägt. All diese Institutionen erzeugen und verbreiten damit Vorstellungen, die sämtliche gesellschaftlichen Bereiche umfassen – nicht zuletzt auch die Wirtschaft. Sie haben zudem erheblichen Einfluss darauf, wie Individuen und Gruppen sich selbst und andere als zugehörig zu einer bestimmten sozialen Gemeinschaft wahrnehmen.



Fotos einer Ausstellung in Lodz: Kritische Auseinandersetzung mit Gender-Rollen in der Werbung

In diesem Zusammenhang spielt Macht eine große Rolle, d.h. der politische, ökonomische und soziale Einfluss, den eine Gruppe über (die) andere ausübt, was üblicherweise in der politischen und ökonomischen Ausbeutung der weniger oder nicht dominanten Gruppe(n) resultiert. Ist dies der Fall, so bestimmt die dominante Gruppe nicht zuletzt auch darüber, wie die nicht-dominante(n) Gruppe(n) sich selbst und die

Welt wahrnehmen. So setzt die gesellschaftlich dominante Gruppe beispielsweise die Normen darüber, was als gut, richtig, aber auch was als „trendy“ und „cool“ gilt.

Dass gesellschaftliche Machtverhältnisse einen entscheidenden Einfluss auf soziale Praxis haben, wird u.a. am Beispiel der so genannten „gläsernen Decke“ deutlich. Diese verunmöglicht es vielen Frauen, innerhalb von Firmen, Organisationen und Institutionen zu hohen, prestigeträchtigen Positionen aufzusteigen, da ihre soziale Position im Allgemeinen als niedriger als die von Männern angesehen wird. Dies gilt allerdings nicht nur für „Spitzenpositionen“. Obwohl Frauen in den meisten europäischen Staaten im Schnitt besser ausgebildet sind, werden sie am Arbeitsmarkt generell schlechter behandelt als Männer: Sie bekommen nicht den gleichen Lohn für die gleiche Arbeit, verlieren statistisch gesehen eher ihren Job und müssen mit einer viel niedrigeren Pension auskommen. Diese gesellschaftlichen Machtverhältnisse sind auch für die Marginalisierung von nicht der Norm entsprechenden Formen von Männlichkeit und Weiblichkeit verantwortlich.



Stereotype Genderrollen in der Werbung beeinflussen die Wahrnehmung der Individuen von sich selbst. Diese Bilder wurden von Teilnehmer_innen des CROSStalk - Workshops im Schwarzwald gewählt.

Unsere Vorstellungen und Wahrnehmungen dessen, was wir als adäquate Geschlechterrollen verstehen, werden ganz grundlegend von Medien, erzieherischen und politischen Institutionen, sowie durch religiöse Gemeinschaften geformt. Diesbezügliche Inhalte und Botschaften – die u.a. durch die Werbung und andere mediale Kanäle wie Fernsehen, Radio, Zeitungen, die Filmindustrie, das Internet, durch Bücher, sowie durch Institutionen und Organisationen verbreitet werden – beeinflussen ganz wesentlich unsere Wahrnehmung, gerade in Bezug auf unsere Vorstellung davon, welchen Platz und welche Rolle Frauen und Männer, Mädchen und Buben in der Gesellschaft haben sollen. Auf diesem Wege werden Stereotypen darüber hergestellt und verbreitet, was als „richtiges“ oder „falsches“, was als „gutes“ oder „schlechtes“ Verhalten gilt.

Stereotypen sind immer, auf die eine oder andere Art, Verallgemeinerungen und Simplifizierungen von Verhaltensweisen, die einem Individuum oder einer Gruppe als typisch zugeschrieben werden. Im Großteil der Fälle sind diese stereotypen Wahrnehmungen falsch oder verzerrt – ein gutes Beispiel hierfür ist die Darstellung von Männern und Frauen in den Medien. Wenn wir einen Blick darauf werfen, wer üblicherweise für die Programmgestaltung verantwortlich ist, wer an der Spitze von Medienkonzernen steht, wer als Experte in allen möglichen Programmen zum Mikrofon gebeten wird, dann lautet die Antwort in den meisten Fällen: Männer. Ein anderes wichtiges Thema in diesem Zusammenhang ist, wie Männer und Frauen in der Werbung dargestellt werden: Wie sehen die typischen Rollenzuschreibungen in Zeitschriften, sowie in Radio- oder Fernsehwerbungen aus? Wer ist Spezialist oder Profi, der für die „wichtigen“ Probleme zuständig ist, wer ist für den Haushalt und andere „unwichtige“ Dinge verantwortlich? Wie werden weibliche Körper in der Werbung dargestellt? All diese Fragen und Beobachtungen stellen Ansatz- und Ausgangspunkte für die *Crosstalk* Workshops dar.

Ziele / Kursteilnehmer_innen

Wie in vielen anderen Fällen, in denen es um Gender-Themen geht, liegt auch bei diesem Projekt der Schwerpunkt zunächst auf der Perspektive von Frauen². Denn obwohl Geschlechternormen und -stereotypen sowohl Männer als auch Frauen betreffen und der Workshop auch mit gemischten Gruppen durchgeführt werden kann, haben wir uns dafür entschieden, bei den Pilotprojekten mit Frauen und Mädchen zu arbeiten, um Wahrnehmungsmuster auf der Basis von heterosexistischen Klischees zu identifizieren. Dies hat mehrere Gründe, die an anderer Stelle (wie beispielsweise in feministischen Diskursen) bereits weit reichend dargelegt wurden, und die wir – um es kurz zu halten – auf die Feststellung folgender Tatsache beschränken möchten: Nach wie vor werden männliche Interessen im Berufsleben begünstigt, was vor allem Frauen (aber auch viele Männer) mit zum Teil widersprüchlichen Vorgaben und Erwartungen konfrontiert. Bilder von Frauen und Mädchen, wie sie in den meisten Mainstream-Medien zirkulieren, (re)produzieren zumeist (hetero-)sexistische Klischees, die teils subtile, teils schlichtweg offen frauenfeindliche Inhalte verbreiten. Die Wahrnehmung für solche Inhalte zu schärfen und diese offen zu diskutieren, funktioniert unseres Erachtens besonders gut in Gruppen, die nur aus Frauen bestehen.

Zudem sind Frauen auch in der Medienbranche – sei es als Produzentinnen, Top-Journalistinnen, Moderatorinnen oder als Ressortleiterinnen – generell immer noch unterrepräsentiert und werden oftmals nur für bestimmte thematische Bereiche, Aktivitäten oder Präsentationsformen eingesetzt (die allerdings in unterschiedlichen Teilen Europas stark variieren). Gerade im Bereich der Freien Medien können solche auf Stereotype zurückzuführende klassische Geschlechterrollenbilder und geschlechtsspezifischen Aufgabenverteilungen in den Blick genommen und persönliche Erfahrungen im Umgang damit konstruktiv zum Einsatz gebracht werden.

Aus diesem Grunde beinhaltet das Workshop-Design bereits zu Beginn eine Auseinandersetzung mit Elementen von Rollenbildern, die tagtäglich von den Medien verbreitet werden. Die Auswahl und Hinterfragung solcher Elemente ist allerdings kein ideologischer, sondern vielmehr ein pragmatischer Ausgangspunkt: Denn alle

² Mit Frauen meinen wir hier alle Personen, deren Selbstdefinition „weiblich“ ist.
Crosstalk / 141823-LLP-1-2008-1-DE-Grundtvig_GMP / 2008-3430/001-001

Kursteilnehmer_innen wurden und werden mit solchen Rollenbildern konfrontiert und können diese mit ihren eigenen Lebenserfahrungen kontrastieren.

Aufgrund dieser erfahrungsgeleiteten Auseinandersetzung mit Identifikationsangeboten und Selbst-Definitionen erscheint die Arbeit mit einer möglichst heterogenen Gruppe als besonders günstig. Unterschiede in Bezug auf das Alter, auf die geschlechtliche und/oder sexuelle Orientierung, auf den sozialen Hintergrund, auf die Art der Ausbildung etc., können die Diskussionen bereichern und stimulieren und die Möglichkeiten der Selbst-Darstellungen erweitern. All dies sind Elemente, die für die Teilhabe an der medialen Auseinandersetzung mit jedem erdenklichen Thema wertvoll sind.

Teilnehmen können daher Teenager genauso wie Senior_innen, wobei Erfahrungen im Radio/Audio-Bereich zwar von Vorteil, aber keine Voraussetzung für die Teilnahme sind. Falls die Gruppe dennoch relativ homogen sein sollte (was vor allem bei Kooperationen mit lokalen Organisationen der Fall sein kann), kann dies über die Übungen, beispielsweise durch das Einladen unterschiedlicher Interview-Gäste, teilweise kompensiert werden.

Da Teilnehmer_innen an Workshops mit Fokus auf gender Themen aus höchst unterschiedlichen Bereichen und mit vielfältigen Interessen kommen können, umfasst die Workshop-Beschreibung Elemente, die für viele unterschiedliche Gruppen geeignet sind. Geschildert werden zudem konkrete Anwendungsbeispiele und -erfahrungen der internationalen Arbeitsgruppe (die sich auf die Lebensgeschichten von Frauen, auf Frauen in der Musikwelt, sowie auf die Darstellung von Frauen in Mainstream Medien spezialisiert haben).

Die Kursbeschreibung in diesem Handbuch passt für verschiedene Gruppen. Die Trainer_innen können jene Teile auswählen, die am besten für ihren Kontext passen. Im Handbuch sind auch drei Kursbeispiele enthalten, diese Kurse wurden von uns umgesetzt.

Dementsprechend liegt der Fokus dieses Handbuchs mehr auf den inhaltlichen Aspekten der Auseinandersetzung mit Geschlechterrollen – auf kreativen und kritischen Arten des Umgangs mit diesen in den Medien und auf redaktionellen Fähigkeiten – als auf technischen Fragen bzw. auf dem Umgang mit Geräten oder spezifischen Technologien. Denn letztere können sich auch je nach Ausstattung des Workshop-Ortes unterscheiden. Trotzdem sollte bei jeder Umsetzung dieses Kursplans genügend Zeit für

grundlegende technische Fragen und Anwendungen der Geräte vor Ort eingeplant werden.

Zeitrahmen

Die Grundstruktur des Kursplans wurde flexibel angelegt. Er kann als Workshop an zwei (ganzen) Tagen mit mindestens einem follow-up Treffen, oder aber als eine Serie von je zweieinhalb-stündigen (inklusive Pause) wöchentlichen Treffen über einen Zeitraum von sechs bis acht Wochen durchgeführt werden. Im hinteren Teil des Handbuchs findet sich ein Abschnitt mit „praktischen Tipps für die Umsetzung“, der einige Vorschläge bezüglich des Arbeitsplatzes, der Organisation, sowie der technischen Ausstattung beinhaltet.

Einen wichtigen Punkt stellt dabei die vorab zu klärende Möglichkeit der Veröffentlichung von Beiträgen, die während des Workshops produziert wurden, sei es im Radio, im Internet oder dergleichen, dar. Dies hilft dabei sicherzustellen, dass der Workshop auch einen öffentlichen Aspekt beinhaltet und nicht nur als privater Austausch innerhalb der Gruppe aufgefasst wird. Den Teilnehmenden sollte dies bewusst sein, während sie an ihren Projekten arbeiten: Denn der Übergang vom privaten zum öffentlichen Austausch über gender-spezifische und andere Themen stellt ein zentrales Ziel dieses Workshops dar.

Didaktische Überlegungen / Methoden

In Übereinstimmung mit dem übergeordneten Design des *Crosstalk* Projekts versucht auch dieser Workshop, das (Selbst-)Bewusstsein der Teilnehmenden in Hinblick auf den Wert ihrer eigenen Lebensgeschichten und -erfahrungen zu stärken – und zwar nicht nur im Privaten, sondern auch als öffentlich anerkannter Wert. Daher besteht ein wichtiger Ausgangspunkt des Workshops in den eigenen Erfahrungen der Teilnehmenden in Zusammenhang mit Mainstream Medien. Was fällt ihnen an den üblichen Darstellungsweisen von Geschlechterrollen im Fernsehen, im Radio, in der Musik (beispielsweise in Songtexten), in der Werbung oder in Filmen auf? Was geht ihnen ab, was stört sie, welche Bilder gefallen ihnen? Alle Teilnehmenden sind aufgrund ihrer Erfahrungen mit medialen Darstellungsweisen Expert_innen auf diesem Gebiet. An

diese Erfahrungen und dieses Wissen anzuknüpfen, ist ein guter erster Schritt in Richtung Reflexion und Ermächtigung.

Informationsquellen und Genres nutzen lernen: Der Unterschied von Fakt, Meinung und Fiktion

Ein wichtiger Zusammenhang, der während des Workshops hergestellt werden kann, ist der zwischen persönlichen Wahrnehmungen oder Eindrücken und zusätzlichen Informationen zum Thema, die schnell eingeholt werden können (wie beispielsweise in Zeitungen, Bibliotheken, im Internet, in lokalen Archiven oder Museen, in Magazinen, etc.). Diese beiden Ebenen zu verknüpfen, stellt einen dialektischen Ansatz dar: Auf der einen Seite steht das, was ich glaube gesehen oder gehört zu haben, auf der anderen steht, was andere dazu geschrieben haben. Kann ich aus beidem zusammen eine Schlussfolgerung oder Meinung entwickeln? Als pädagogischer Ansatz der Medienerziehung trägt dies sowohl für die passive, als auch in Bezug auf die aktive Beteiligung am öffentlichen Austausch dazu bei, die Unterscheidung von Fakten und Meinungen zu schärfen. Dies ist aus mehreren Gründen, von denen nur zwei an dieser Stelle genannt seien, relevant.

Gerade wenn es um Gender Themen geht werden persönliche Meinungen oder Vorurteile oftmals als erwiesene Tatsachen dargestellt – und dies hat nicht selten äußerst unerfreulichen Konsequenzen für Frauen und Mädchen. Zweitens müssen bei der Veröffentlichung von Beiträgen in Freien Radios, wie auch in allen anderen Medien, bestimmte Spielregeln beachtet werden. Diese können zwar länder- und medienspezifisch leicht variieren. Im Allgemeinen besteht jedoch die generelle rechtliche Vorgabe, dass überprüf- bzw. verifizierbare Fakten von persönlichen Interpretationen unterschieden werden müssen. Meinungen sollten auf diejenigen Individuen zurückgeführt werden können, die diese veröffentlicht haben – daher sollten sie unter ihrem vollen Namen genannt werden. Im Endeffekt dient dies nicht etwa zur Unterdrückung, sondern vielmehr zu einer Ausdehnung der Meinungsfreiheit – sowohl für professionelle, wie auch für Amateur-Journalist_innen. Diese Grundregel liefert schließlich auch einen gewissen Schutz vor – oder zumindest ein Hindernis für – Rufschädigung und Verleumdung.

Anfänger_innen dazu zu ermutigen, ihre Meinung zu äußern und dabei gleichzeitig bestimmte Regeln nicht zu verletzen, stellt eine große Herausforderung für Trainer_innen dar. Methoden, um dies zu erreichen, können beispielsweise darin liegen,

das Interesse am Finden und Verwerten zuverlässiger Quellen, sowie am Führen gut vorbereiteter Interviews zu wecken. Hilfreich kann es auch sein, Anfänger_innen unterschiedliche Radio-Genres mit Hilfe von Hörbeispielen vergleichen zu lassen: etwa ein Comedy-Sketch mit einem Kommentar, oder eine oberflächliche Umfrage mit einem fachlich fundierten Interview. Dies dient dazu, die unterschiedlichen Möglichkeiten auszuloten, an ein bestimmtes Thema heranzugehen. Es zeigt auch, dass neben der Darstellung von Fakten im Radio noch genügend Raum für kreativere und lustvollere Darstellungsformen vorhanden ist.

Selbstvertrauen in Bezug auf öffentliches Sprechen aufbauen

Ein weiteres, in Zusammenhang mit dem Workshop wichtiges, didaktisches Feld besteht im selbstbewussten Sprechen. Da die meisten Teilnehmenden voraussichtlich Frauen und Mädchen sind, ist es möglicherweise nötig, bestimmte Hemmungen zu überwinden. Je nach Generationszugehörigkeit und sozialen Hintergrund kann es vorkommen, dass Frauen es nicht gewöhnt sind, öffentlich zu sprechen. In den meisten Workshops lässt sich Selbstvertrauen über kurze spielerische Übungen aufbauen, die Teilnehmende dazu einladen, das ganze Spektrum ihrer (Sprech-)Stimme zu erforschen (siehe Handouts 11 A und B).

Auch Hemmungen, in ein Mikrofon zu sprechen, können vorhergesehen und überwunden werden. Einige Trainer_innen arbeiten zu diesem Zweck anfänglich mit einer Attrappe – einem Mikrofon, das zwar aufgestellt und deutlich sichtbar, aber nicht mit einem Lautsprecher oder Aufnahmegerät verbunden ist. Je nach Bedürfnis der Teilnehmenden sollte Zeit für solche Übungen eingeplant sein.

Die mangelnde Erfahrung im öffentlichen Sprechen kann auch zu Schwierigkeiten dabei führen, private Inhalte beiseite zu lassen, wenn vor einem größeren Publikum gesprochen wird (da dieses im Radio nicht sichtbar ist, kann es umso leichter vergessen werden). Sicherlich gibt es viele Situationen, in denen persönliche Erfahrungen im Zentrum medialer Berichterstattung stehen. Gerade in solchen Situationen ist eine gewisse Diplomatie und Sensibilität für Grenzen erforderlich. Dies ist im Übrigen ein weiterer wichtiger Grund dafür, vorab abzuklären, in welchen Kontexten etwaiges im Workshop produziertes Audio-Material veröffentlicht werden kann.

Den Unterschied zwischen privaten und öffentlichen Konversationen zu internalisieren ist ein Lernziel, das üblicherweise nicht allein über kognitive Prozesse erreicht werden kann. Eine kurze Erklärung von Trainer_innen, dass „die Welt da draußen zuhört“, ist

kein adäquater Ersatz für praktische Übungen und Feedback anderer Teilnehmer_innen. Daher sollten alle Interviews, die im Zuge des Workshops geführt werden, gemeinsam angehört und diskutiert werden.



Eine Übungs-Interviewsituation in Polen, April 2010.

Dafür sollten gute Lautsprecher verwendet werden, um einerseits den Eindruck des öffentlichen Sprechens im Radio wiederzugeben und andererseits aufgrund der guten klanglichen Qualität das Selbstvertrauen der Sprechenden zu erhöhen. Dabei kann auf oft unbewusste Faktoren hingewiesen werden, die das sprachliche Verhalten beeinflussen können – etwa wie der Rahmen eines Gesprächs die Grundstimmung beeinflusst. Die Teilnehmenden dazu zu ermutigen, Aufmerksamkeit für solche Rahmenbedingungen zu entwickeln, ist eine Möglichkeit zu zeigen, dass ein Interview letztendlich ein Rollenspiel ist, das im Dreieck verläuft: Die Person, die das Interview führt, ist nicht nur für die Interviewpartner_innen, sondern auch dafür verantwortlich, dass das Thema interessant und verständlich für die Zuhörenden ist.

Der Gesprächsstil beeinflusst den Inhalt

Gespräche, zumeist in Form von Interviews, sind der Kern nicht nur von Radio-Arbeit, sondern auch von vielen anderen medialen Aktivitäten. Deswegen kommt ihnen in diesem Workshop besondere Aufmerksamkeit zu. Darauf hinzuweisen, dass unbewusste Geschlechter-Stereotypen eine wichtige Rolle bei der verbalen Interaktion

spielen können, kann einen wesentlichen Schritt zu deren Überwindung bedeuten. Um die Aufmerksamkeit auf die (Re)Produktion solcher Stereotypen zu lenken, ohne die Teilnehmenden dabei selbst kritischen Kommentaren auszusetzen, können Trainer_innen einige Hör- oder Sehbeispiele aus Mainstream-Medien vorbereiten, bei denen beispielsweise besonders zweideutige Interviewfragen zum Einsatz kommen. Diese Beispiele können durchaus so plakativ gewählt sein, dass sie weit verbreitete Macht- und Geschlechterrollenkonstellationen – wie zum Beispiel Dominanz und Zögern – in beinahe karikaturhafter Weise widerspiegeln.

Bei der Planung von Interviews brauchen die Interviewenden die Unterstützung der Trainer_innen und anderer Workshop-Teilnehmer_innen, um sich einen Gesprächsleitfaden für die beschränkte Interview-Zeit, sowie interessante Fragen zurechtlegen zu können. Hierfür stehen auch Cartoon -ähnliche Zeichnungen zur Verfügung, die den Denk- und Arbeitsprozess unterstützen können (siehe Handouts 9-A und 9-B). Die Kunst, gute Fragen zu stellen, stellt gemeinsam mit praktischen Informationen über die Interview-Vorbereitung und über Nachbearbeitungsoptionen, ein wichtiges Thema des Workshops dar. Je nach Art der geplanten Interviews empfiehlt es sich zudem, gemeinsam über mögliche Formen und Inhalte autobiographischer Erzählungen nachzudenken.

Positive Bilder

Vor allem bei der Arbeit mit Gruppen, die mit Gender-Themen bereits einigermaßen vertraut sind, empfiehlt es sich, einen Schritt über die Kritik an bestehenden Normen und Stereotypen hinauszugehen, und dabei Beispiele heranzuziehen, wie kreativ mit diesen Normen umgegangen werden kann. Bilder, Songtexte und andere grundlegende Informationen können dabei beispielsweise von feministischen Netzwerken und Internetseiten bezogen werden. Diese Beispiele ermöglichen es, den Fokus von dem was „schlecht“ ist zu dem hin zu verschieben, was getan werden kann – bzw. bereits getan wurde –, um die große Vielfalt an Ausdrucksmöglichkeiten der eigenen Geschlechtsidentität zu aufzuzeigen. Dies wiederum hilft nicht nur bei der Diskussion und Entwicklung potentieller neuer Strategien der (Selbst)Repräsentation, sondern fördert auch das Interesse für und Wissen über alternative Netzwerke, Wissens- und Ausdrucksformen, Bilder, Musik, etc. jenseits etablierter Mainstream-Medien.

Allgemeiner Kursplan

Der folgende Überblick fokussiert auf Kurselemente, die für eine Vielzahl unterschiedlicher Zielgruppen und Situationen geeignet sind. Da **Gender in den Medien als gemeinsames thematisches Feld** in jedem der drei Pilot-Workshops mit einem **eigenen lokalen Schwerpunktthema** verbunden ist, schlägt dieser Überblick einen Rahmen vor, in dem sowohl (gemeinsame) praktische Übungen, als auch Raum für die Beschäftigung mit dem jeweiligen Schwerpunktthema vorgesehen sind. Diesem generellen tabellarischen Überblick folgen Darstellungen bzw. Diskussionen der Erfahrungen, die die drei Projektpartner in ihren lokalen Kontexten mit ihren spezifischen Schwerpunktthemen und Adaptionen des Kursplans gemacht haben (Mit Fokus auf die Lebensgeschichten von Frauen, Frauen in der Musikwelt und die Darstellung von Frauen in den Mainstreammedien).

In der Kursübersicht wird auf Übungen verwiesen, die im Anhang genauer beschrieben sind; sie werden unter der Rubrik „Methoden/Vorschläge“ aufgelistet und wurden zwecks Übersichtlichkeit und einfacherer Auswahl nummeriert. Die Materialien im Anhang beinhalten Hilfen und Erklärungen für Trainer_innen sowie Handouts und Arbeitsblätter für Workshop-Teilnehmer_innen. Eine Liste der angehängten Dateien ist am Ende dieses Handbuchs zu finden; sie können an unterschiedlichen Stellen während des Workshops flexibel eingesetzt werden.

Die Kursdauer beträgt insgesamt 14 Stunden, Pausen sind dazuzurechnen. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, diese Zeit, die zur flexibleren Planung in etwa zweistündige Blöcke unterteilt wurde, aufzuteilen. Der allgemeine Kursplan kann und soll je nach lokalen Schwerpunktsetzungen und zeitlich/organisatorischen Gesichtspunkten von Trainer_innen angepasst und umgestaltet werden. So können beispielsweise sieben wöchentliche Kurstermine geplant werden, oder aber zwei aufeinander folgende ganze Tage mit einem späteren follow-up Treffen.

Es wird allerdings empfohlen, die Workshop-Termine mit einigen Tagen Abstand anzusetzen, weil dies den Trainer_innen erlaubt, flexibler auf die Interessen und Bedürfnisse der Gruppe einzugehen. Außerdem ermöglicht eine solche Einteilung, dass Teilnehmende mehr Zeit haben, Aufnahmegeräte zu benutzen, Audio-Material zu bearbeiten oder Recherchen auch zwischen den Workshop-Terminen durchzuführen.

Der Vorteil eines follow-up Treffens besteht darin, dass die Teilnehmenden Audio-

Material, das später gesendet oder präsentiert werden soll, nach dem Workshop noch weiter bearbeiten und gegebenenfalls fertig stellen können. Außerdem können auf diese Weise weitere Gedanken zum und Einblicke ins Schwerpunktthema diskutiert werden.

Anmerkung: Falls der Workshop aus organisatorischen Gründen an zwei aufeinander folgenden Tagen abgehalten werden muss, bleibt wenig bis keine Zeit, zusätzliche Recherchen, Audio-Projekte oder ähnliches für den nächsten Tag vorzubereiten. Der Kursplan enthält u.a. auch Aufnahme-Sessions, die gerade wenn dies der Fall ist, relativ viel und genaue Vorbereitung und Planung verlangen. Trainer_innen wird daher empfohlen, potentielle Interviewpartner_innen für den zweiten Workshop-Tag bereits im Vorfeld unter Angabe ungefähre thematischer Bezüge anzufragen. Zudem empfiehlt es sich gerade bei Wochenend-Workshops, ein follow-up Treffen zu einem späteren Zeitpunkt einzuplanen.



„Frauen und Medien“, Pilotkurs in Lodz, Polen. Von den Trainer_innen wurde eine Übungseinheit zur Analyse polnischer „Mainstream“-Medien (Zeitungen/Magazine) vorbereitet: Wer publiziert und editiert diese, welche Bilder von Weiblichkeit bzw. Männlichkeit werden gezeigt und auf welche Art?

Tabellarische Übersicht

Kursinhalte „Moving Stories and Gender“, 1 – 2 Stunden

| Zeit | Ziele | Inhalt | Methoden / Vorschläge / *Hilfsmittel, Ausrüstung / ** <i>schriftliche Unterlagen</i> (Anhang) | Gesam- zeit |
|-------|--|---|--|----------------|
| ½ h | Begrüßung/ Einleitung/Vorstellung Trainer_innen und Teilnehmer_innen Fähigkeiten des Zuhörens verbessern / Hemmschwelle vermindern / Achtsamkeit für Zeitfaktor | Kurze Interviews in der Gruppe entweder A mit aufnehmen und abspielen oder B Einführungsspiel ohne abspielen | **1-A <i>Vorstellungsrunde mit Aufnahmen</i> * <i>Aufnahmesets, ausreichend große Räume, Abspielgeräte</i> **1-B <i>'Außer Sicht'</i> <i>Interviews</i> empfohlen für Anfänger_innen * <i>Karten für Stichworte, Raum mit (beweglichem) Raumteiler, Aufnahmeset, Uhr oder Küchenuhr</i> | ½ h |
| ½ h | Kurze Darstellung des Themas und Kursplans / Erwartungs-Input / Evaluations-Input | Kursthema und Ziele, Zeitraumen / Projektkontext, Fragen, Diskussion / die Möglichkeit zum Senden der Radiosendung erwähnen / Fragebogen ausfüllen / Arbeitstagebücher der Teilnehmer_innen vorschlagen / Gruppenregeln vereinbaren | * <i>Flipchart (vorbereitet) mit Zeitplan</i> **2-A <i>Einführungsfragebogen für Teilnehmer_innen</i> während der Fragebogen ausgefüllt wird bereiten Trainer_innen Material vor / Zeitungsausschnitte für die Gender-Ausstellung **2-B <i>Gruppenregeln aufstellen</i> | 1 h |
| ½ h | Persönlicher Zugang zum Thema 'Genderfrage' / als ein Element im Alltag, durch Musik vermittelt | Lesen und diskutieren von Liedtexten / Beispiele der Teilnehmer_innen von ihren Mobiltelefonen? | * <i>vorbereitete Audio-Beispiele</i> **3-A <i>Liedtext "Just a girl"</i> **3-B <i>Liedtext "I'm a slave for you"</i> **3-C <i>Liedtext "Seid gegrüßt"</i> | 1 ½ h |
| Pause | | Werbebilder können angeschaut werden: jede Person wählt ein oder zwei Bilder | | |
| ½ h | Teilnehmer_innen üben zur Gruppe sprechen / ihre Erfahrungen / Reflexion zu Genderfragen / Möglichkeit für kritische Stellg.nahme | Trainer_innen machen Ausstellung zu 'Gender in der Werbung': Teilnehmer_innen und Trainer_innen zeigen ihre ausgewählten Bilder und erklären ihre Auswahl, andere kommentieren | * <i>Zeitungs- und Magazinausschnitte</i> **4 <i>Bilder verständlich machen / Bildanalyse zum Thema</i> | 2 h |

Kursinhalte „Moving Stories and Gender“, 3 – 4 Stunden

| Zeit | Ziele | Inhalt | Methoden / Vorschläge / *Hilfsmittel, Ausrüstung / ** <i>schriftliche Unterlagen</i> (Anhang) | Gesam- tzeit |
|--------------|--|--|--|-----------------|
| ¾ h | Besseres Verstehen des Themas | Trainer_innen differenzieren das Thema , präsentieren Beispiele und kritische Aspekte, verbinden die Genderfragen mit dem Medium Radio | * <i>Materialien hängen vom je gewählten Thema ab, beinhalten vielleicht:</i> - <i>Sammlung von Aussagen über Frauen</i> - <i>Radio/TV Ausschnitte, die sexistische Inhalte zeigen</i> Im Anhang greifbar: **5 <i>Interviews anhören</i> **18 <i>Einführung in die Begriffe Geschlecht und Gender (in Englisch)</i> **25 <i>Poster von Radio Orange 94.0 zu Sexismus</i> | 2 ¾ h |
| Pause | | Teilnehmer_innen das Studio bzw. Radio zeigen | | |
| ½ h | Verbindung zwischen dem Thema und Umsetzungsmöglich- keiten herstellen / Vorbereitungen für Kursprojekte treffen | Geleitete Diskussion mit Vorschlägen der Teilnehmer_innen: Varianten für Kursaktivitäten / Entscheidungen über geplante Beiträge / Gruppe für die nächste Aktivität teilen | Besonders bei großen Gruppen die Teilnehmer_innen dazu ermutigen, an einem Projekt gemeinsam zu arbeiten: ist unterstützend und spart Aufnahme- und Abhörzeit ** <i>Möglicher Elemente einer Rudiosendung</i> | 3 ¼ h |
| ¾ h | Gliedern der vorherigen Aktivität in mit dem Thema verbundene Übungen / Zusammenarbeit fördern / auf den Nutzen von guter Vorbereitung und Dokumentation hinweisen | In Kleingruppen mit je spezifischen Aufgaben bezüglich des Themas und der geplanten Produktion teilen: z.B. Beispiele analysieren / ein Thema untersuchen / Interviews mit Aufnahmegeräten durchführen | *Material hängt vom Thema <i>ab – Zugang zu Internet oder örtlichen Informationsquellen / Aufnahmegeräten</i> jede Gruppe bestimmt eine Person, die der ganzen Gruppe berichtet **6 <i>Geräusche und Gender</i> **7 <i>Interview: Genderrollen</i> | 4 h |

Kursinhalte „Moving Stories and Gender“, 5 - 6 Stunden

| Zeit | Ziele | Inhalt | Methoden / Vorschläge / *Hilfsmittel, Ausrüstung / ** <i>schriftliche Unterlagen</i> (Anhang) | Gesam- tzeit |
|----------------------|---|--|---|-----------------|
| ½ h | Verantwortungsgefühl für redaktionelle Arbeit wecken (den Kolleg_innen berichten) / den Teilnehmer_innen Bearbeitungsmöglichkeiten zeigen | Besprechung der ganzen Gruppe zu den bisherigen Aktivitäten und vorläufigen Ergebnissen / Feedback und Fragen von anderen Kleingruppen | Mitschreiben auf *Flipchart / wenn möglich, präsentieren von *vorbereiteten Beispielen von nichteditiertem und editiertem Material / **15 Editieren: Warum und Wie | 4 ½ h |
| ¾ h | Die Bedeutung von Gesprächsfertigkeiten darlegen / Aufmerksamkeit für stilistische Genderklischees fördern | Einführung: Wie gute Fragen stellen? / Interview als wichtiger Aspekt einer Berichterstattung / Kritik männlich dominierter Konversationsstile / wenn passend, dann Gesprächssituation mit mehreren Gäst_innen ansprechen / Teilnehmer_innen ermuntern, zusätzliche Informationen zu recherchieren | *Hörbeispiele (Interviews) **9-A Gute Fragen stellen **9-B Interview Prüfliste Planung der Interviews in der nächsten Sitzung, Teilnehmer_innen und Themen bestätigen **9-C Radiogespräch / Podiumsdiskussion **9-D Produktion von vox-pop | 5 ¼ h |
| ¼ h | Input über Aufnahme und Möglichkeit für die Teilnehmer_innen, Wünsche zu äußern | Kurzes Feedback der Teilnehmer_innen über den Kurs bis jetzt / Trainer_innen bewerten ihre eigenen Gendersensibilität | Karten auf Tafel pinnen und diskutieren **24 Selbsteinschätzungsaufforderung für Trainer_innen | 5 ½ h |
| opt- ional ½ h | Reserveübung für den Fall, dass eine Gruppe früher fertig ist / verbessert Selbstsicherheit und Verhalten in der Gruppe / Spaß am Arbeiten mit der Stimme und dem Mikrophon | Sprechübung, Zeit- und Rollenspiel / Spaß und Übertreibung – eine Gruppe von Leuten imitieren, die auf der Strasse steht | **11-A Warum etwas sagen? **11-B Das geparkte Auto für 3-5 Personen *Extra Raum / Textmarker um zu sprechenden Zeilen zu markieren / kann aufgenommen werden: Sprecher_innen stehen um das Mikrophon *Mic auf Mikrophonständer **17 Über Mikrophone | 6 h |

Kursinhalte „Moving Stories and Gender“, 7 - 8 Stunden

| Zeit | Ziele | Inhalt | Methoden / Vorschläge / *Hilfsmittel, Ausrüstung / ** <i>schriftliche Unterlagen</i> (Anhang) | Gesam- tzeit |
|--------------|--|--|---|-----------------|
| ¼ h | Teilnehmer_innen in den Arbeitsprozess erneut involvieren, bisheriges wiederholen und die Produktion von Beiträgen fördern | Wiederholen der geplanten Beiträge und der nötigen Vorbereitungen hierfür / Wiederholen des Genderthemas / Bedeutung weiterer Recherche betonen und die Unterscheidung zwischen Fakten und Meinungen verdeutlichen / Gruppenregeln überarbeiten | <i>Kärtchen</i> mit individuellen Vorhaben anpinnen / in Gruppendiskussion nach neuen Beobachtungen und Ideen der Teilnehmer_innen fragen bezogen auf das Genderthema oder das lokale Thema / je zwei Teilnehmer_innen helfen einander während der Produktion <i>**12 Regeln überdenken</i> | 6 ¼ h |
| ½ h | Ideen und Arbeitsschritte, die bis jetzt unternommen wurden, konkretisieren / die verbleibende benötigte Zeit für Planung und technischen Aufwand einschätzen, bevor mit den Aufnahmen begonnen wird | In Kleingruppen teilen um am Thema zu arbeiten: Teilnehmer_innen klären wer was tut / Notizen oder Kärtchen vorbereiten, die während Produktion vielleicht benötigt werden. Für die geplanten Interviews oder Gespräche Rollenspiele machen, auf Klischees überprüfen / unbewusste Annahmen. | Teilnehmer_innen, die als Interviewgäst_innen oder Gesprächspartner_innen teilnehmen, sollen in diese Vorbereitung der eigenen Interviews nicht miteinbezogen werden (bei Einteilung in Kleingruppen berücksichtigen). <i>*PC für Schreibarbeiten zur Verfügung stellen, wenn nötig.</i> | 6 ¾ h |
| ¼ h | Teilnehmer_innen Sicherheit vermitteln und darauf achten, dass die wichtigen Fragen beantwortet wurden, so dass typische Fehler vermieden werden können | Letzte Vorbereitungen für die erste Aufnahmerunde / Teams wiederholen die Arbeitsschritte | In der ersten Aufnahmerunde können 2 oder 3 Elemente bearbeitet werden; Zeit für Aufnahmen begrenzen, je nach Thema (z.B. Interview 4-5 min, Gesprächsrunde 12 min, etc.) | 7 h |
| Pause | | Gäst_innen begrüßen, die an den Interviews teilnehmen / Rahmenbedingungen für Gespräch überprüfen | Trainer_innen organisieren Reihenfolge der Aufnahmen | |
| ¾ h | Aufnahmen werden so gemacht, als würden sie gesendet/veröffentlicht werden | In Kleingruppen entstehen die ersten Aufnahmen (entweder im Studio oder mit den Aufnahmegeräten) / Die anderen Teilnehmer_innen arbeiten an ihrer Planung weiter. | <i>*Aufnahmesets, Raum wo die Gespräche ungestört stattfinden können</i> / Dauer der Aufnahmen begrenzen / Teilnehmer_innen, die nichts zu tun haben, können mit <i>**11</i> arbeiten. | 7 ¾ h |
| | Die Bedeutung von | Diese ersten Aufnahmen | <i>*PC, Verbindungskabel,</i> | 8 h |

| | | | | |
|-----|---|--|---|--|
| ¼ h | richtiger Beschriftung und Umgang mit Files vermitteln, um Datenverlust und PC "Vermüllung" auf kollektiv genütztem Equipment zu vermeiden / erster Kontakt mit Audio-File Formaten | als Audio-Files sichern, um sie in der Gruppe wieder anhören zu können – die ganze Gruppe miteinbeziehen und nicht nur die, die aufgenommen haben. | <i>Leere CDs / zeigen, wie Files gespeichert werden, beschriftet und in Ordnern zusammengefasst werden /</i> <i>**15 Editieren: Wie und Warum</i> <i>**16 Schnittplan</i> (Digitale Audiotbearbeitung wird in diesem Kurs nicht behandelt) | |
|-----|---|--|---|--|

Kursinhalte „Moving Stories and Gender“, 9 – 10 Stunden

| Zeit | Ziele | Inhalt | Methoden / Vorschläge / *Hilfsmittel, Ausrüstung / ** <i>schriftliche Unterlagen</i> (Anhang) | Gesam- tzeit |
|--------------|--|--|---|-----------------|
| 1 h | Verbesserung der akustischen Differenzierungsfähigkeit/Vorstellen der Technik "Protokoll führen", um eine spätere Diskussion und Editieren zu ermöglichen. | Die ganze Gruppe hört sich die Aufnahmen aus der ersten Runde an / Teilnehmer_innen machen Notizen (zu den Interviewfragen und den zentralen Aussagen der Interviewgäst_innen) / Feedback der Gruppe / Editierungsmöglichkeiten werden kurz diskutiert / Trainer_innen verbinden die Ergebnisse mit der vorangegangenen Diskussion zum Gender Thema . | *PC mit externen Lautsprechern oder Audioabspielgerät oder Lautsprecher mittels Kabel mit dem Aufnahmegerät verbunden. Teilnehmer_innen sollen positives Feedback geben ('was hat dir besonders gefallen?'). Praktische Spielregel: Wer die Aufnahme gemacht hat, spricht nicht zuerst, sondern lässt zunächst andere reagieren. Trainer_innen verwenden <i>Kärtchen</i> , auf denen sie Aussagen zum Thema Gender aufschreiben und auf Pinwand posten. | 9 h |
| ¼ h | Teilnehmer_innen profitieren von den Erfahrungen der ganzen Gruppe / an die Wichtigkeit von guter Vorbereitung erinnern. | Besprechung der Beiträge wird für die zweite Runde geplant / Verbindung zu den Erfahrungen und Beobachtungen aus der ersten Runde herstellen / Letzte Vorbereitungen für die zweite Runde – Kleingruppen besprechen die Arbeitsschritte | Nur 2-3 Gespräche in der zweiten Runde aufnehmen (Zeitfaktor) und Beitragslänge begrenzen. Wenn eine Person oder Kleingruppe einen Beitrag editieren möchte, dann PC und Arbeitsplatz zur Verfügung stellen – diese Personen können in der zweiten Beitragsanhörerrunde wieder zur Gruppe stoßen. Ihr Beitrag kann ev. erst beim Nachtreffen angehört werden. | 9 ¼ h |
| Pause | | Ankommende Interviewgäst_innen begrüßen / Interviewsetting überprüfen | Trainer_innen achten auf die Aufnahmeabfolge und technische, räumliche Anforderungen | |
| ¾ h | Aufnahmen mit der Absicht, diese zu senden / zu veröffentlichen | Kleingruppen einteilen. Zweite Aufnahmerunde (kürzer) für Beiträge /Files speichern, f. Abspielen vorbereiten. (wer nicht aufnimmt, hilft den anderen) | *Aufnahmegeräte, ruhiger Raum für Aufnahmen / Begrenzung der Aufnahmezeit/Teilnehmer_innen, die nichts zu tun haben, können **11 o. **17 arbeiten. | 10 h |

Kursinhalte „Moving Stories and Gender“, 11 – 12 Stunden

| Zeit | Ziele | Inhalt | Methoden / Vorschläge / *Hilfsmittel, Ausrüstung / ** <i>schriftliche Unterlagen</i> (Anhang) | Gesam- zeit |
|------|--|---|---|----------------|
| ¾ h | Akustische Differenzierungsfähigkeit verbessern / Diskussion | Zweite Abspielrunde der Aufnahmen / mit dem Thema verknüpfen - wie in der ersten Runde | * <i>Abspielgeräte</i> Diskussionszeit begrenzen / Notizen auf Kärtchen machen und auf Pinwand posten | 10 ¾ h |
| ¾ h | Wiederholen des Gelernten / Gender Thema differenzierter darstellen / Teilnehmer_innen zu weiteren Projekten zum Thema ermuntern | Zusammenfassung der bisherigen Beobachtungen und des Gelernten im Kurs / Möglichkeit Meinungen oder Kritik durch Medien zu äußern / Einladung Projekte oder Beiträge für das erste Follow-up-Treffen zu machen (außerhalb des Kurses) / Termin für letztes Kurstreffen ausmachen / Teilnehmer_innen über weitere Lern- und Übungsmöglichkeiten informieren. | Trainer_innen holen die Notizkärtchen zum Thema Gender hervor (die während der Anhörrunden geschrieben wurden) – als Diskussionsanregung und zur Wiederholung | 11 ½ h |
| ½ h | Input der Trainer_innen und Evaluator_in / Verabschiedung bis zum nächsten Treffen | Feedback | Verwende <i>Kärtchen</i> wie in der Zwischenevaluierung und diskutiere mit der Gruppe **22 <i>Abschlussfragebogen</i> ausfüllen. | 12 h |
| 1 h | Feedback unter den Trainer_innen, Reflexion über die Arbeitsaufteilung und weitere Planungen besprechen. | Diskussion darüber, was gut und was nicht so gut funktioniert hat und Rollenverteilung im Team / Schriftliche Dokumentation zu Problemen hinsichtlich der Koordination, Zeitablauf oder Inhalt / Notizen für das nächste Kurstreffen machen z.B. Was wird an Technik benötigt | **23 <i>Fragebogen für Trainer_innen</i> und **24 <i>Selbsteinschätzungsaufforderung für Trainer_innen</i> | |

Course Outline – Moving Stories and Gender – follow-up session

| Zeit | Ziele | Inhalt | Methoden / Vorschläge / *Hilfsmittel, Ausrüstung / ** <i>schriftliche Unterlagen</i> (Anhang) | Gesam- tzeit |
|-------|--|--|--|-----------------|
| ½ h | Wiederholen und fortgeschrittene Diskussion zum Thema Gender | Begrüßung / Wiederholung Gender-Thema in einer kurzen Gesprächsrunde zu Beobachtungen oder Fragen/ Reflexion zum Interview (z.B. Was hat mir während der Interviewzeit gefallen? Fragen, die mich gestört haben?) | Kann von Teilnehmer_in geleitet werden / Trainer_innen können Notizen auf <i>Kärtchen</i> machen und auf Pinwand posten | 12 ½ h |
| 1 ½ h | Teilnehmer_innen bei den Kursaktivitäten helfen / Möglichkeit zum Feedback über das Projekt geben / Teilnehmer_innen dazu ermutigen, sich weiterhin mit dem Thema Gender zu beschäftigen. | Präsentation der Beiträge oder Projekte (fertige oder in Arbeit) / Diskussion in der Gruppe zu den Beiträgen / weitere Treffen mit den Teilnehmer_innen planen / eine Radiosendung planen | * <i>Abspielgeräte / Produktionsunterstützung arrangieren – wo nötig.</i> Wenn eine Radiosendung geplant wird: **13 <i>Mögliche Elemente einer Radiosendung</i> **14 <i>Probe-Live-Radiosendung</i> | 14 h |

Praktische Tipps für die Umsetzung

Dieser allgemeine Kursplan wurde – mit Abänderungen und Anpassungen an die Situation vor Ort – von verschiedenen *Crosstalk* Partnern getestet. Jede der drei Partnerorganisationen hatte einen anderen Themenschwerpunkt zum Überthema Gender. Bevor über die einzelnen Kurse reflektiert wird, ein paar generelle Empfehlungen.

Gruppengröße

Die Zeitangaben in der Kurstabelle orientieren sich an einer Gruppengröße von ca. 8 – 10 Teilnehmer_innen mit zwei Trainer_innen. Es wird davon ausgegangen, dass während oder zwischen den Kurssitzungen, kurze Audio-Produktionen vorbereitet werden (von einzelnen Teilnehmer_innen oder in Kleingruppen). Sollten diese Beiträge

verhältnismäßig lang sein, dann muss mehr Zeit zum Anhören der Audiofiles eingerechnet werden.

Arbeitsplatz und Ausrüstung

Neben dem Workshopraum für die ganze Gruppe sollten für die Arbeit in den Kleingruppen noch weitere Räume vorhanden sein. Je nach gewähltem Schwerpunkt, braucht es auch Aufnahmegeräte und Mischpult, Abspielgeräte und Lautsprecher, einen PC für Textarbeiten, Recherche, Speichern und Editieren von den Files. Zudem werden noch die üblichen Unterrichtsmittel (Flipchart, Kärtchen, etc.) benötigt; einzelne Übungen brauchen noch andere Materialien (z.B. Trainer_innenhandout 1-B – bewegliche Pin-Wand als Raumteiler_in; Handout 11 – Mikrofonständer).

Sendemöglichkeiten

Vor dem Workshopbeginn sollte abgeklärt werden, ob es möglich ist, die entstehenden Audio-Beiträge zu senden oder zu veröffentlichen (z.B. Freies Radio oder Internet Podcast).

Einladung der Interview- oder Talk-Partner_innen

Wenn der Kurs an zwei aufeinander folgenden Tage stattfindet, ist es empfehlenswert, im Vorhinein Gesprächspartner_innen zu finden, die am zweiten Workshoptag interviewt werden können. Sonst könnte es leicht passieren, dass die Teilnehmer_innen Probleme haben, kurzfristig externe Interviewpartner_innen ausfindig zu machen.

Aufnahmeeinheiten

Es sind zwei Aufnahmeübungen geplant; weitere Aufnahmen können zwischen den zwei Kurstagen gemacht werden. Um Zeitknappheit zu vermeiden, sollten die Trainer_innen Vorbereitungen für die Aufnahmen treffen – gemäß den Aufnahmeplänen der Teilnehmer_innen. Zum Beispiel: Jemand möchte einen Satire-Beitrag oder einen Kommentar vorbereiten (die später aufgenommen werden soll) und dazu ein Skript schreiben – die Trainer_innen müssen dies zeitlich im Vorhinein planen. Für Teilnehmer_innen, die schon etwas Editier-Erfahrung haben, können die Trainer_innen eine Übung planen, die schneiden, mischen etc. beinhaltet. Für eine solche Übung braucht es z.B. ein Mischpult, PC etc.

Es ist besser, die ersten Aufnahmen von Anfänger_innen in der Gruppe anzuhören, als dass diese ihre Aufnahmen für sich anhören. Dies kann einerseits frustrierend sein, andererseits wird die Ausrüstung möglicherweise bereits von anderen Teilnehmer_innen

gebraucht.

Wird eine längere Aufnahme gemacht (z.B. 15-minütige Gesprächsrunde), kann ein/e/* Trainer_in währenddessen Notizen machen – das erleichtert die Strukturierung beim Abspielen/Anhören.

Digitaler Schnitt

Dieser Kurs beinhaltet keine Einweisung in den digitalen Schnitt, der meist in separaten Workshops angeboten wird. Redaktionelle Vorbereitungshilfen für das Editieren sind in den Handouts 15 und 16 zu finden.

Das Schwerpunktthema den örtlichen Gegebenheiten anpassen

Wenn es nur wenige Möglichkeiten für Audioaufnahmen gibt (z.B. weil nicht genug Aufnahmegeräte vorhanden sind), dann verlagern die Trainer_innen den Schwerpunkt auf die Analyse von Beispielen. Weiters kann die Zeit, die für Aufnahmen reserviert wurde, auf Recherche, Reflexion und Präsentation oder auf Sprechtraining und Rollenspiele (Handout 11) verlagert werden.

Evaluation

Radio ORANGE 94.0 hat ein Arbeitsblatt für Trainer_innen entwickelt, das die Reflexion über die eigene Aufmerksamkeit für Genderthemen in einer Workshopsituation anleitet (siehe Anhang 24). Dieses Arbeitsblatt kann vor, während oder nach dem Workshop verwendet werden. Im Anhang findet sich weiters ein Feedbackfragebogen für Trainer_innen (23) und Fragebögen für die Teilnehmer_innen zu Beginn des Kurses (2-A) und am Ende (22). Es empfiehlt sich, mündliches und schriftliches Feedback von den Teilnehmer_innen einzuholen. Eine Möglichkeit, mündliches Feedback am Ende eines Workshops zu fördern, wird im Folgenden beschrieben.

Verteile Kärtchen in zwei Farben. Die Teilnehmer_innen sollen ein Kärtchen dazu verwenden zu notieren, was sie mit Nachhause nehmen wollen und das andere Kärtchen, was sie loswerden wollen. Anschließend werden die Teilnehmer_innen gebeten, ihre Kärtchen auf die Pinwand zu kleben, laut vorzulesen und zu kommentieren – wenn sie wollen. Die in Farben geordneten Kommentare können

alsdann abfotografiert werden und als Bezugspunkt bzw. zur Reflexion für die Trainer_innen verwendet werden.

Die Fragebögen für die Teilnehmer_innen wurden vom Crosstalk Evaluationsteam entwickelt, um Ausgangspunkt und Fortschritt der Teilnehmer_innen – im Sinne des übergeordneten Projektthemas – zu messen. Die Fragebögen sind hilfreich, weil sie Informationen über den Hintergrund und die Wünsche oder Interessen der Teilnehmer_innen liefern.

Drei Beispiele

1. Gender und biographische Geschichten (Freudenstadt, Deutschland, Juni 2009)

Der Kursplan wurde erstmals in einem Pilotkurs getestet. Der Fokus dieses Kurses lag auf biographischen Interviews mit Frauen und der Frage nach der Art und Weise, wie Geschlechterrollen ihr Leben beeinflusst haben. So wurde der Schwerpunkt auf Interviewtechniken und die Planung von (Studio)Gesprächsrunden gelegt. Der Workshop wurde in einer ländlichen Gegend Deutschlands an zwei aufeinander folgenden Tagen - mit einem Follow-Up Treffen etwas später – abgehalten. Mehrere Audiobeiträge wurden am zweiten Tag produziert, darunter ein Studiogespräch mit vier Personen.

Das Alter der Teilnehmer_innen lag zwischen 16 und 71 Jahren (alles Frauen). Das war zwar ein Gewinn für das biographische Thema, aber eine Herausforderung hinsichtlich dessen, eine gemeinsame Basis unter den Workshopteilnehmer_innen herzustellen und Übungen anzubieten, die allen gefallen. Der Kursplan wurde an die Erfordernisse angepasst. Um sich kennen zu lernen und weil es auch eine typische Radioarbeit ist, wurden Interviews durchgeführt, bei denen die Teilnehmerinnen sich nicht sehen konnten (siehe Anhang für Trainer_innen 1-B). Das war eine gute Aufwärm-Übung. Später wurden die Aufnahmegeräte erklärt, mit diesen geübt, sowie die Überspieltechnik. Da Radiotechnik kein Workshopschwerpunkt war, wurde digitales Bearbeiten nur gestreift.

Die Übung, in der Liedtexte (Handouts 3-A, B und C) analysiert wurden, gefiel besonders den jüngeren Teilnehmerinnen. Die erfolgreichsten Übungen beinhalteten eine Reflexion über Geschlechterrollenbilder in der Werbung (Anhang Nr. 4), Interviews innerhalb der Gruppe üben und eine Aufnahmeübung mit anschließender Diskussion. Handout 11

wurde leider aufgrund von Platzmangel nicht verwendet – was bedauerlich war, da das Arbeiten mit der Stimme für die Gruppe wichtig und anregend gewesen wäre.

Die Übung zur Analyse von Genderklischees in der Werbung wurde während der Pause durchgeführt. Jede Person suchte sich ein oder mehrere Bilder aus der Werbung aus, welche die Trainer_innen über die Tische verteilten. Nach der Pause kommentierten die Teilnehmer_innen ihre Wahl und befestigten die Bilder an einer Pinwand. Das war eine lustige Übung, da die Werbungsbilder sich als Karikaturen von Genderrollen entpuppten. Aber es war auch sehr informativ dank der Kommentare der Teilnehmerinnen.

Eine weitere erfolgreiche Übung war „Die Kunst gute Fragen zu stellen“ und die darauf folgenden Aufnahmen mit Gäst_innen am zweiten Tag. Vorbereitet wurden diese in kleinen Gruppen und mittels der Brainstorming-Technik.

Es wurden auch drei Audiobeiträge in Kleingruppen hergestellt (jeweils 11 bis 14 Min. lang). Ein Beitrag war ein persönliches Interview über die Ausbildung und den beruflichen Weg einer pensionierten Lehrerin, welche nun in einem Amateurtheater mitspielt; ein anderes Interview, welches mehr sachlich ausgerichtet war, beschäftigte sich mit einem ‘Internationalen FrauenErzählCafé’, wo sich die Frauen regelmäßig treffen. Der dritte Beitrag war eine Gesprächsrunde, ähnlich einer “talk show”, zum Thema wie Frauen in der Arbeitswelt mit Geschlechterrollenklischees konfrontiert werden. Eine Teilnehmerin leitete die Gruppendiskussion.



Stichwörter für ein Interview mit einer 71-jährigen Interviewpartnerin zusammenstellen.

Zwei Mädchen (16 und 18 Jahre) meinten, sie hätten gerne noch mehr praktische Übungen und Audiobeiträge gemacht, wenn Zeit gewesen wäre. Als zusätzliche Übung war Sprechtraining vorgesehen (Handouts 11-A und B). Leider konnte diese Übung nicht durchgeführt werden, da der dafür vorgesehene Raum nicht verfügbar war. Diese Übung hätte der Gruppe bestimmt gut gefallen und ist wohl auch für weitere Workshops ein Gewinn.

In der Feedbackrunde meinten mehrere Teilnehmerinnen, dass sie „neue Einsichten wie Sprache verwendet werden kann“ gewonnen hätten, mehr darauf achten würden, was und wie sie etwas sagen und das sich ihre Wahrnehmung des Genderthemas verbessert habe. Sie waren begeistert von den erfolgreichen Interviews, der Gute-Fragen-stellen-Übung und

das wir es fertig gebracht haben, das Genderthema in den Kursinhalt einzubauen.

2. Gender in der Musik/welt (ORANGE 94.0, Wien, Österreich, März 2010)

Der thematische Schwerpunkt des Workshops, der in Wien stattfand, lag auf der Bedeutung der Kategorie Geschlecht in der Musik(industrie). Das Ziel bestand darin, Mädchen, Frauen, Lesben, Trans*Personen nicht nur als passive Konsument_innen, sondern als aktive Akteur_innen zu fördern und bereits bestehende feministische Netzwerke zu stärken. Neben der Vermittlung von technischen und journalistischen Skills ging es auch um den Austausch von Wissen, das alle Teilnehmer_innen besitzen. Die pädagogische Herangehensweise an die Auseinandersetzung mit dem Thema war dabei von „positiven“ Vermittlungsansätzen bestimmt. Anhand der medienpädagogischen Arbeit mit Selbstrepräsentationen von Künstler_innen auf Platten- bzw. CD Covers, sowie in Songtexten, sollte die Vielfalt unterschiedlicher „Lebensformen“ aufgezeigt und Strategien im Kampf gegen Sexismen vermittelt und diskutiert werden.

Der Workshop wurde für zwei Tage mit je 6 Stunden konzipiert. Ein zweistündiges follow-up Treffen, bei dem die Radiobeiträge live gesendet werden, sollte gegebenenfalls später erfolgen. Die beiden Workshop-Tage fanden innerhalb einer Woche statt (Montag und Donnerstag). Dies erwies sich insofern als günstig, als die Teilnehmerinnen sich nach dem ersten Tag Gedanken über ihre Wünsche für den

zweiten Tag machen konnten. Zudem waren die Inhalte des ersten Tages beim nächsten Treffen noch präsent, sodass wir gleich weiterarbeiten konnten.

Die Teilnehmer_innen waren Schülerinnen und Lehrerinnen der *SchülerInnenschule*, einer alternativen Privatschule, bei der die Schüler_innen gemeinsam mit Lehrer_innen und Eltern über Projekte und schulbezogene Themen demokratisch entscheiden können. Es nahmen insgesamt 12 Schülerinnen (zwischen 8 und 17) und 2 Lehrerinnen teil. Die jüngste Teilnehmerin war 8 Jahre, die älteste 45 Jahre alt. Aufgrund der hohen Teilnehmerinnenanzahl und Altersunterschiede war es nicht immer leicht, die Aufmerksamkeit aller zu erlangen und aufrecht zu erhalten.

Die zwei Lehrerinnen waren damit einverstanden, am Workshop teilzunehmen und sich von ihrer Lehrerinnen-Rolle zu distanzieren – was allerdings nicht immer gelang. Am zweiten Tag machte eine der Lehrerinnen beispielsweise einen Vorschlag bezüglich des Sendungsthemas. Obwohl die Mädchen das Thema der Lehrerin zunächst ablehnten und andere Themen bearbeiten wollten, machten sie ihre Beiträge letztlich doch zu dem von der Lehrerin vorgeschlagenen Thema. So hat sich wieder einmal gezeigt, dass die Anwesenheit Erwachsener – insbesondere von Lehrer_innen – einen starken Einfluss auf Jugendliche ausübt.

Zum Schwerpunktthema Gender und Musik haben wir die Übungen „Song-Texte“ (3A-3C) und „CD-Cover“ (8) gemacht. Bei der „Song-Texte“ Übung kam es zu einer spannenden Diskussion über Gender-Positionen unter dem Generationenaspekt, zu Austausch und Kritik an Rollenklischees, sowie über Veränderung bzw. Aktualität der in den Liedtexten besungenen Geschlechterrollenbilder. Die „CD-Cover“ Übung haben wir mit einer Interview-Übung gekoppelt. Überhaupt haben wir das Gender-Thema oft in Technikübungen eingebaut. Denn zu unserem Erstaunen hatten die Mädchen keinerlei Scheu vor der Technik – im Gegenteil, die meisten stürzten sich mit Begeisterung auf die Geräte oder das Mischpult – und wir hatten den Eindruck, dass die praktischen Technikübungen fast alle Teilnehmerinnen am meisten interessiert haben.

Am ersten Workshoptag zeichneten sich die meisten Mädchen durch Spontaneität und Kreativität aus – z.B. bei a cappella Chor-Einlagen und lockeren Moderationen. Am zweiten Workshop-Tag schlug die Stimmung teilweise in Nervosität und Perfektionismus um. Die Teilnehmerinnen gestalteten gemeinsam eine 28-minütige moderierte „Live-Radiosendung“ zum Thema „Alternativeschule“. Dabei wurden Beiträgen zu einem Mädchen-Trickfilmprojekt, ein Interview, sowie ein Studiogespräch über

Alternativschulen produziert und die Beschäftigung mit Songtexten in die Moderation eingebunden. Die Sendung wurde wie eine Live-Sendung gestaltet, aber nicht sofort ausgestrahlt. Beim gemeinsamen Anhören waren die Mädchen und die Lehrerinnen begeistert von dem, was sie in nur zwei Tagen geschaffen haben.

3. Gender und kommerzielle Medien (Lodz, Polen, April 2010)

Der *Crosstalk* Workshop in Lodz, Polen, wurde vom Zentrum für Frauen- und Geschlechterforschung gemeinsam mit dem Fachbereich für Transatlantische und Medien-Studien der Universität Lodz durchgeführt. Die Organisator_innen profitierten dabei von den Erfahrungen, die im Zuge des Pilotkurses in Freudenstadt sowie im Rahmen des Workshops in Wien gemacht wurden. Während der Fokus des Workshops in Freudenstadt auf dem intergenerativen Erfahrungsaustausch in Bezug auf unterschiedliche soziale und kulturelle Hintergründe lag und sich der Workshop in Wien auf Gender und Musik konzentrierte, ging es beim Kurs in Lodz in erster Linie um die Analyse von Repräsentationen von Geschlecht in polnischen Mainstream-Medien. Das vorrangige Ziel des Kurses bestand dabei darin, Aufmerksamkeit auf die Mechanismen zu lenken, die bestimmte Wahrnehmungen von Geschlechterrollen befördern. Zudem wurden weitere Themen und Inhalte aus den beiden anderen Workshops in Freudenstadt und Wien behandelt.

Die Teilnehmer_innengruppe setzte sich aus Studierenden der Universität Lodz sowie der Technischen Universität Lodz und der so genannten "University of the Third Age", des Student_innen Radiosenders „ZAK“ und der Internationalen Frauenorganisation Lodz zusammen. Von den ursprünglich 11 Personen, die ihre Teilnahme per Formular zugesagt hatten, nahmen letztendlich 9 Personen am Workshop teil: 7 Frauen und 2 Männer zwischen 25 und 50 Jahren, von denen die meisten einen akademischen Hintergrund hatten.

Die Schwerpunkte des Workshops lagen dabei auf folgenden fünf Hauptthemen:

- 1) *Grundlegende Konzepte und Problematiken der Gender Studies* aus der Perspektive konstruktivistischer Theorien.
- 2) *Repräsentationen von Geschlecht in Mainstream-Radio Talkshows* mit Fokus auf Fragen wie: wer die Journalist_innen und wer die Mitdiskutierenden sind, was für Themen behandelt werden, und wer die Produzent_innen der Shows sind.
- 3) *Repräsentationen von Geschlecht in Presse-, Radio- und in Fernseh-Werbungen* mit

Schwerpunkt auf die darin vorkommenden Geschlechterrollen und den Grad an negativer Stereotypisierung von Frauen in der Werbung.

4) *Repräsentationen von Geschlecht in der polnischen Popmusik* mit Blick auf wer die Künstler_innen sind und um welche Themen sich die Texte drehen.

5) *Grundlegende Voraussetzungen fürs Radiomachen*: Interviewführung, Zuhören und Notizen machen, Arbeit mit dem Mikrofon.

Der Schwerpunkt des Workshops in Lodz lag mehr auf dem Verständnis der Auswirkung von gängigen Geschlechterrollen auf die öffentliche Kommunikation, denn auf technischen Aspekten der Medien-Produktion (wie etwa Editieren). Dennoch wurden die praktischen Einheiten – darunter Interviewführung (siehe Anhang 1-B und 9-A, B, C) sowie die Analyse von Songtexten (Anhang 3) und Stereotypen in Medien (Anhang 4) oder in der kommerziellen Presse und in Talkshows – sehr gut aufgenommen und von lebendigen Diskussionen über Gender-Themen geprägt. Eine neue Übung, die in Lodz entwickelt und durchgeführt wurde, beinhaltete die Untersuchung von Mainstream-Zeitungen und Zeitschriften nach deren Inhalt und Produktionshintergrund: Wer verlegt bzw. gibt sie heraus, wer redigiert sie, welche Bilder von Weiblichkeit und Männlichkeit werden repräsentiert und auf welche Art?

Als Basis für weiterführende Diskussionen und kritische Reflexionen gab es eine theoretische Einführung in Gender-Theorien, die eine Zusammenfassung der Hauptpositionen feministischer Diskurse beinhaltete. Für diejenigen Teilnehmenden, die sich bereits im Rahmen ihres Studiums mit Gender-Themen auseinander gesetzt hatten, wurde mit der Einführung schon Bekanntes neu aufbereitet. Für alle anderen war es eine inhaltlich sehr dichte Einheit. Um eine inhaltliche Überforderung zu vermeiden, wurde bei der Planung des Workshops darauf geachtet, eine ausgewogene Mischung aus Präsentationen der Trainer_innen und aktivem Engagement der Teilnehmer_innen herzustellen, was sich als sehr erfolgreich erwies. Die gute Balance wurde dadurch noch verstärkt, dass der Austausch der gesamten Gruppe untereinander hervorragend und die Gruppe sehr offen für Diskussionen war. Das Feedback der Teilnehmer_innen zeigte, dass der Workshop bei vielen ein neues Bewusstsein für die alltäglichen Mechanismen, über die Geschlechterrollen zugewiesen und verbreitet werden, erzeugt hat. Ein paar Kommentare: „Mir wurden die Augen geöffnet bezüglich der Rolle von Frauen in den Medien.“, „Für mich war die Interpretation von Videoclips, Liedtexten und Werbespots am spannendsten.“, „Tolle Diskussion über das Bild von Frauen in Werbespots und ein optimistischer Abschluss.“

Es war von Vorteil, dass der Multimedia-Raum der Universität Lodz für den Workshop zur Verfügung stand, da dies erlaubte, auf eine große Bandbreite unterschiedlicher Präsentationsformen zurückzugreifen, ohne dabei auf technische oder logistische Probleme zu stoßen. Im Großen und Ganzen erwies sich die Kurszeit als zu kurz, da die Teilnehmer_innen sehr motiviert waren, die Übungen ausführlich und genau durchzuführen, und daher oft mehr Zeit brauchten als ursprünglich geplant. Bei einem so breiten Thema wie Geschlecht ist es schwierig, im Vorfeld zu entscheiden, welche Aspekte oder Übungen weggelassen oder gekürzt werden könnten. Trainer_innen, die einen ähnlichen Kurs planen, könnten aber trotzdem von unserer Empfehlung profitieren, viel Zeit für Übungen, Reflexionen und Diskussionen innerhalb der Gruppe einzuplanen.

Anhang

Überblick über die beigefügten Materialien

Als Unterstützung zur Workshopvorbereitung ist die folgende Liste der Materialien so markiert, dass die Nummerierungen mit den Nummerierungen in der Tabelle übereinstimmen: Markierungen mit ** und einer Nummer finden sich unter der gleichen Beschriftung im Anhang (CD). Quellenangaben sind *klein und kursiv* geschrieben.

Einführung

- ** 1-A** **Erste Aufnahmeübung (für Trainer_innen, 1 Seite)**
Radio Orange 94.0
- ** 1-B** **‘Nicht zu sehen’ Interviews (für Trainer_innen, 2 Seiten)**
Freies Radio Freudenstadt

Input für Trainer_innen / Evaluation

- ** 2-A** **Anfangsfragebogen für die Teilnehmer_innen (2 Seiten)**
Crosstalk Evaluationsteam
- ** 2-B** **Gruppenregeln vereinbaren (für Trainer_innen, 1 Seite)**
Radio Orange 94.0

Textfassung von Liedtexten

- ** 3-A** **“Just a Girl” (Handout, 1 Seite)**
Freies Radio Freudenstadt
- ** 3-B** **“I’m a slave for you” (Handout, 1 Seite)**
Freies Radio Freudenstadt
- ** 3-C** **“Seid begrüßt” (Handout – deutsch mit englischer Übersetzung)**
Radio Orange 94.0

Differenzierung des Themas

- ** 4** **Bilder besser verstehen (für Trainer_innen, 1 Seite)**
Freies Radio Freudenstadt und Universität Lodz
- ** 5** **Interviews anhören (Handout, 1 Seite)**
Freies Radio Freudenstadt

- ** 6** **Geräusche und Gender (für Trainer_innen, 1 Seite)**
Radio Orange 94.0
- ** 7** **Interview zu Genderrollen (für Trainer_innen, 1 Seite)**
Radio Orange 94.0
- ** 8** **CD-Cover Übung (für Trainer_innen, 1 Seite)**
Radio Orange 94.0

Interviews führen

- ** 9-A** **Interview – Gute Fragen stellen (Handout, 3 Seiten)**
EU-Projekt Inter-Audio
- ** 9-B** **Interview – Checkliste (Handout, 5 Seiten)**
EU-Projekt Inter-Audio
- ** 9-C** **Eine Gesprächsrunde/Studiodiskussion vorbereiten (Handout, 2
Seiten)**
Freies Radio Freudenstadt
- ** 9-D** **Arbeitsschritte für ein Vox-Pop (Handout, 2 Seiten)**
Freies Radio Freudenstadt

Sprechübungen

- ** 11-A** **Warum sprechen? (Handout, 1 Seite)**
Freies Radio Freudenstadt
- ** 11-B** **Das geparkte Auto (Handout, 1 Seite)**
Freies Radio Freudenstadt

Gruppenprozess

- ** 12** **Regeln der Gruppe überdenken (für Trainer_innen, 1 Seite)**
Radio Orange 94.0

Radiosendung vorbereiten

- ** 13** **Mögliche Elemente einer Radiosendung (für Trainer_innen, 1 Seite)**
Radio Orange 94.0
- ** 14** **Gestellte “Live”-Radiosendung (für Trainer_innen, 1 Seite)**
Radio Orange 94.0

Zum Editieren von Audiobeiträgen

- ** 15** **Digitaler Schnitt: Wie und Warum (Handout, 1 Seite)**
Freies Radio Freudenstadt
- ** 16** **Tabelle zur Planung von Scheidearbeiten (Handout, 1 Seite)**
Freies Radio Freudenstadt

Technische Informationen

- ** 17** **Über Mikrophone (Handout, 5 Seiten)**
angepasst von mediamanual.at
- ** 18** **Einführung in die Begriffe Geschlecht und Gender (für Trainer_innen, 3
Seiten, in Englisch)**
Universität Lodz

Feedback von den Teilnehmer_innen

- ** 22** **Abschlussfragebogen für Teilnehmer_innen (Evaluierungsfragebogen, 1
Seite)**
Crosstalk Evaluation-Team

Trainer_innen Reflexion

- ** 23** **Fragebogen für Trainer_innen (Evaluierungshilfe, 2 Seiten)**
Crosstalk Evaluationsteam
- ** 24** **Self-assessment für Trainer_innen (Evaluierungshilfe, 2 Seiten)**
Radio Orange 94

Graphische Präsentation

- ** 25** **Poster: Sexismus im Radio (ORANGE 94.0)**
Radio Orange 94.0