

RADIOJOURNALISMUS

1. Klassische Darstellungsformen im Radio

Über hundert Jahre gibt es bereits Radio. Seit der ersten Rundfunkübertragung im Jahr 1906 haben sich verschiedene Formen für die Gestaltung von Radiosendungen und -beiträgen entwickelt. Auch im Freien Radio werden wir den Rundfunk nicht neu erfinden, sondern uns an diesen klassischen journalistischen Darstellungsformen orientieren. Hier sind einige davon:

Nachricht

Das Wichtigste kommt kurz und prägnant zu Beginn der Nachricht, das Unwichtigere folgt. Der erste Satz muss die HörerInnen aufmerksam machen und zum Weiterhören animieren.

Beitrag

Der gebaute Beitrag erweitert die Nachricht durch sachliche, nicht wertende Hintergrundinformationen.

Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Diese klassischen W-Fragen sollten beantwortet werden. Dramaturgische Kreativität durch z.B. verschiedene Sprechstimmen, O-Töne, Musik, Atmo etc. ist möglich.

Reportage

Sie soll die Informationen möglichst plastisch in akustischen Szenen und Bildern an die HörerInnen vermitteln.

Die Reportage geschieht vor Ort, z.B. von einer Demonstration, und ist immer in gewisser Form auch eine persönliche Beschreibung.

Kommentar

Im Kommentar wird die persönliche Meinung zu einem aktuellen Thema oder Ereignis vermittelt. Er ist strikt von der Sachanalyse zu trennen. Objektive und subjektive Berichterstattung müssen klar erkennbar sein.

Analyse

Hier werden Sachverhalte über den Mindestbedarf an Grundinformation hinaus erläutert. Subjektive Meinungseinflüsse sollten weitgehend vermieden werden. Aufbau und Entstehungsprozess der Analyse sollten für die HörerInnen nachvollziehbar sein.

Feature

Das Feature ist eine Montage aus O-Tönen und eigenen Texten, aus Geräuschen, Zitaten. Es ist ein akustischer, auf Fakten basierender Spielfilm.

Interview

Zweck des Interviews ist es, Meinungen von Personen zu einem Thema einzuholen, ExpertInnen in einem Fachgebiet zu befragen oder authentische Information betroffener AkteurInnen zu vermitteln. „Gute“ Interviews möchten auch gut erarbeitet und vorbereitet werden.

Jingle

Der Jingle, auch Senderplatzkennung genannt, dient wie ein Werbespot dem schnellen Wiedererkennen einer Sendung. Er wird auch zur Gliederung einer Sendung in einzelne Rubriken verwendet.



Atmo werden Aufnahmen von Geräuschen genannt, die die **Atmosphäre** eines (Frei-)Raums wiedergeben, z.B. Geräusche in einem Hallenbad oder im Wald.

O-Ton steht für **Original-Ton** und bezeichnet authentische Wort-Aufnahmen, wie z.B. eine Befragung von Passanten oder Sprachfetzen im öffentlichen Raum oder Ausschnitte einer Pressekonferenz.

Soundcollage/Hörspiel

Wie bei einem Theaterstück oder Film werden hier Texte in Hör-Szenen umgesetzt. Mit Dramaturgie und Regie werden den ZuhörerInnen Hör-Bilder vermittelt.

Kritik/Rezension

Der/die KritikerIn/RezensentIn gibt seine/ihre Meinung zu einer künstlerischen Leistung, also einem Buch, Film o.ä. bekannt. Sie kann positiv oder negativ ausfallen, soll sich aber auf nachvollziehbare Fakten stützen.

Diskussion

Ein Thema in einem Gespräch zu diskutieren ist ein gutes Instrument um verschiedene und/oder kontroverse Meinungen zu erläutern.

Wer sich für ein bestimmtes Sendungsformat interessiert, sollte einfach das Radio einschalten und Sendungen **bewusst anhören und analysieren**. Auf der Austauschplattform der Freien Radios CBA <http://cba.fro.at>, stehen verschiedenste Formate zum Nachhören bereit.

2. Die Moderation

Versuche **Bilder im Kopf** der HörerInnen zu erzeugen! Dazu gehört ein spannender Einstieg und eine entsprechende Gestaltung.



Über die Moderation nimmt der/die ModeratorIn die ZuhörerInnen akustisch bei der Hand und führt sie durch die Sendung. Die Moderation ist **roter Faden**, baut Brücken und Spannungsbögen zwischen den einzelnen Sendungselementen, wie etwa Musik oder Beiträge.

Die Moderation soll das kommende Programm verkaufen, also Interesse für die künftigen Themen wecken und die HörerInnen zum **dran bleiben** animieren.

Der/die ModeratorIn prägt mit seiner/ihrer **Persönlichkeit** wesentlich den Stil und die Atmosphäre der Sendung.

2.1 Das Wichtigste zur Moderation

Moderationssprache

Radiosprache ist Sprechsprache bzw. **Alltagssprache**, aber nicht Schriftsprache! Im Freien Radio kann in Mundart oder im Dialekt gesprochen werden. Wichtig ist jedenfalls, dass die **Aussprache** gut und verständlich ist. Vokale und Konsonanten sollten sauber artikuliert werden. Hilfreich ist, wenn der Mund offen und beweglich bleibt!

Aussprache und Klang ist eine Frage des Trainings, eine **Radiostimme** hat man nicht von heute auf morgen. Also Korken in den Mund und deutlich Sprechen üben!

Sprechhaltung

Damit ist gemeint, wie man die HörerInnen anspricht. „Sie“ ist die höflichste Form, aber passt diese Anrede für ein Freies Radio? Ist meine Sendung für Jugendliche bestimmt, ist „Du“ angebracht. Eine weitere Möglichkeit ist, die HörerInnen mit „Ihr“ anzusprechen. Natürlich kann die direkte Anrede auch vermieden werden. Wichtig ist, sich für **eine Linie** zu entscheiden und diese durchziehen!

Körpereinsatz

Bei der Moderation ist ein guter Körpereinsatz hilfreich. Achte auf eine gerade **Sitzhaltung**, Einhaltung von rechten Winkeln (Kinn/Hals, Hüfte, Knie) und eine ruhige **Atmung**! Atme vor Beginn der Moderation nochmals tief durch und bleibe ruhig und gelassen! Viele ModeratorInnen unterstreichen Gesagtes gerne mit **Gesten**.

Moderationsdauer

Eine allgemeine Regel im Radio besagt, dass nach **drei Minuten** Wortbeitrag die Aufmerksamkeit der HörerInnen sinkt. Daran muss man sich aber nicht sklavisch halten. Denn andererseits kann auch eine besonders langweilige oder ungeschickte Moderation dazu führen, dass die HörerInnen schnell abschalten.

SprecherInnenwechsel

Doppelmoderation oder Interviews bringen Abwechslung und machen die Sendung interessant. Vorsicht vor allzu langen Monologen! Eine zu lange Moderation kann einen Beitrag „erschlagen“, eine zu kurze Moderation lässt die HörerInnen „im Regen stehen“.

Anregungen für eine gute Moderation

- Das eigene **Moderationstempo** finden (weder zu schnell oder zu langsam)
- Der Stimme **Ausdruck** verleihen (Modulation)
- **Dynamisch** und **rhythmisch** sprechen
- Den **Ton** dem Thema anpassen (ernst/lustig)
- **Moderationstexte** sollten gut vorbereitet und in **Stichworten** vorgeschrieben sein
- **Natürlich** und **authentisch** bleiben

Vorsicht ist geboten bei

- **Gags und Pointen**: Diese können nämlich auch leicht nach hinten los gehen und HörerInnen vergraulen
- **Selbstüberschätzung**: Sich selbst nicht so wichtig nehmen. Ein wenig **Selbstironie** hat noch nie geschadet
- **Nicht-Identifikation** mit dem Sender und der Sendung: Die HörerInnen merken, wenn man sich z.B. durch einen Nebensatz vom Musikprogramm oder einem Beitrag distanziert
- **Verliebtheit** in die eigene Sprache: Das wirkt schnell überheblich und kann den HörerInnen zu viel werden
- **Monotonie**: Abwechslungsreich sein und bei der An- oder Abmoderation unterschiedliche Varianten verwenden

2.2 Umgang mit Fehlern und Versprechern

Auch im „professionellen“ Radio kommen Fehler und Versprecher vor. Der Unterschied ist bloß, dass man im Freien Radio für Fehler nicht bezahlt wird. Wichtig ist, dass man sich nicht aus der Ruhe bringen lässt. Ein kurzes „**Pardon**“ genügt in der Regel und es kann weiter moderiert werden.

***TIPP!** Für alle Fälle einen Satz zu recht legen, der in solchen Situationen angewendet werden kann. Danach läuft alles wieder normal weiter.*

Eine zusätzliche Entschuldigung ist unangebracht und würde nur die Aufmerksamkeit auf die wenigen Fehler einer insgesamt guten Sendung lenken.

Dasselbe gilt für technische Probleme bzw. Bedienungsfehler, wenn jemand z.B. die falsche CD abspielt.

2.3 Moderationsformen

Anmoderation und Abmoderation

Die Anmoderation vermittelt den HörerInnen, was in der Sendung auf sie zukommt. Sie soll **Orientierung** geben und Interesse wecken. Und natürlich werden auch Sendungstitel und der Name des Moderators oder der Moderatorin genannt.

Das gleiche gilt auch für die Abmoderation. Wenn ich eine gute Sendung gehört habe, möchte man doch wissen, wer sie gemacht hat bzw. wie diese Sendung heißt.

Drei-Schritt-Moderation

Die Drei-Schritt-Moderation (oder Three-Element-Break) ist eigentlich die Basis jeder Moderation und besteht zumeist aus drei Angaben:

1. die Leadzeile
2. zusätzliche Informationen
3. die Überleitung zum nachfolgenden Sendungsinhalt, z.B. auf GesprächspartnerInnen

Bsp.: In Freistadt gibt es immer mehr Freie RadiomacherInnen. Ihr Zentrum ist das Freie Radio Freistadt. Wie die Gemeinde die AktivistInnen in Zukunft besser unterstützen möchte, erfahren Sie nun von Bürgermeisterin Maxi Musterfrau, die dazu heute eine Pressekonferenz gegeben hat.

Gerade Moderation

Die Information baut logisch auf die nächste Information auf. Am häufigsten werden fünf aufeinander folgende Informationsschritte gemacht.

Bsp.: Zur Zeit ist Linz noch die drittgrößte Stadt Österreichs. Aber das könnte sich bald ändern. Denn derzeit diskutiert man in Oberösterreich über die Eingemeindung von insgesamt 8 kleineren Nachbarorten. Ein künftiges „Groß-Linz“ würde dann rund 275.000 EinwohnerInnen zählen. Obwohl man durch die Eingemeindung Verwaltungskosten sparen würde, regt sich bereits Widerstand.

Fokussierende Moderation

Schritt für Schritt nähert man sich dem Beitragsthema an. Am Beginn steht (oft) eine allgemeine Feststellung, die dann (meist in fünf Schritten) präzisiert wird.

Bsp.: Glücklich ist, wer vergisst. Ob diese alte Binsenweisheit tatsächlich gilt, darf bezweifelt werden – vor allem dann, wenn hinter dem Vergessen eine Krankheit steckt. Im schlimmsten Fall heißt sie Alzheimer. Allein in Österreich erkranken daran jährlich 10.000 Menschen. Im niederösterreichischen Ort Hollabrunn diskutieren derzeit Ärzte Strategien – gegen das Vergessen.

Aufziehende Moderation

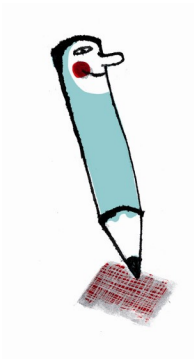
Steigt mit einer provokanten Frage, witzigen Bemerkung oder einem markanten Zitat ein. Satz um Satz eröffnet sich der Fokus auf das Thema.

Bsp.: Autofahren ist Scheiße! So sieht es zumindest der Bike-Kitchen-Aktivist Bernhard Kohl. Medienwirksam hat er heute auf der Südosttangente für deutlich höhere Benzinpreise demonstriert. Dabei sind auch einige Windschutzscheiben zu Bruch gegangen.

Die Analogie

Wenn ein Thema für HörerInnen schwer verständlich ist, z.B. zu abstrakt, werden Analogien eingesetzt. Eine Analogie zeigt die Ähnlichkeit zwischen einem allgemein bekannten und einem schwer verständlichen Sachverhalt. In einem ersten Schritt wird das Prinzip erklärt und vertraut gemacht, in einem zweiten Schritt nähert man sich dem eigentlichen Thema.

Bsp.: Eine Erbse wird von einer anderen Erbse umkreist. Allerdings nicht im Kochtopf, sondern im Abstand Wien – New York. In etwa so groß wäre nämlich der Abstand zwischen einem Atomkern und seiner Hülle. Vorausgesetzt eben, man könnte einen Atomkern auf die Größe einer Erbse aufblasen.



2.3 Checklist Moderation

Faktoren, die sich negativ auf Stimme und Sprechen auswirken können

- **Vorbereitungszeit** (Text nicht gelesen)
- emotionale **Verfassung**
- Abstand zum **Mikro**
- zu enge, atmungsbehindernde **Kleidung**
- zu niedrige/hohe **Sitzposition**
- kein **Warming-up**
- Krümel im Hals, Kaffee (austrocknend), Milch (verschleimend)
- zu wenig konkrete Vorstellung vom **Textinhalt**

Beim Vortexten ist zu beachten

- Radiosprache ist **Alltagssprache** bzw. gesprochene Sprache (kein Imperfekt)
- Die HörerInnen „**abholen**“, für das Zielpublikum formulieren
- **Bilder** in den Köpfen der HörerInnen erzeugen
- **Verben** machen Texte lebendig (gehen, schlendern, bummeln, traben...); Aktiv statt Passiv verwenden
- Nach dem Motto „**kurz und knackig**“:
kurze, klare Sätze mit fünf bis sieben Wörtern bilden
- Text mit Überschriften **strukturieren**
- **Pausen** schaffen durch Musik, Stimmwechsel, akustische Elemente
- **W-Fragen** gleich zu Beginn klären: Wer spricht/handelt? Was passiert? Wo? Warum? Wann? Wie, unter welchen Umständen?
- **Wiederholungen** im Text und innerhalb der Sendung sind erlaubt und erwünscht (HörerIn kann nicht nachlesen)
- **Füllwörter** geschickt, aber nicht inflationär einsetzen:
ja, und, einfach, wie gesagt.
aber: wenn möglich das „böse ja“ vermeiden
- **Fremdwörter**, komplizierte Zahlen etc. meiden.
Es empfiehlt sich z.B. statt „Es ist jetzt 09:28 Uhr“ zu sagen
„kurz vor halb zehn“
- **Dauer des Moderationstextes** checken. Als Faustregel gilt, dass 15 Zeilen mit je 60 Zeichen, also ca. 900 Zeichen, ungefähr eine Sendeminute ergeben

3. Das Interview

Gute Interviews zu führen ist eine Kunst, die erlernt werden kann. Je nach Art der Information, die man von den GesprächspartnerInnen erhalten will, benötigt ein Interview mehr oder weniger intensive Vorrecherche, dramaturgische Planung und Ausführungszeit.



Ein Interview ist mehr als nur das Stellen vorbereiteter Fragen!

Diese **Bausteine** helfen bei der Interview-Vorbereitung:

Recherche

Interviews sollten immer gut vorbereitet sein. Neben der inhaltlichen Recherche zum eigentlichen **Thema** sollten auch Informationen über die zu interviewende **Person** vorhanden sein.

Konzept

Der Interviewablauf sollte in einem Leitfaden ungefähr skizziert sein. Dabei kann wie bei einem spannenden Film vorgegangen werden:

- Leichter Einstieg mittels guter „Eisbrecherfrage“
- Spannungsaufbau mit inhaltlich präzisen Fragen
- gezielte Fragen zum Thema
- eine kurze, abrundende Abschlussfrage

Antworten vordenken

Beim Schreiben des Entwurfs wird bereits überlegt, welche Antworten vom Gegenüber gebraucht oder erwartet werden.

Fragestellung

Fragen so kurz und verständlich wie möglich formulieren, wenn nötig kurz einleitend erklären. Keine Frageketten aus mehreren aneinander gereihten Fragen, sondern immer nur eine Frage stellen.

Offene Fragestellungen

Offene Fragen sind zu bevorzugen, da das Gespräch sonst sehr einsilbig wird.

Vorgespräch

In einem kurzen Vorgespräch kann für ein kommunikatives Klima gesorgt und auch kurz **Ausblick** auf die Interviewinhalte gegeben werden. Aber keine Fragen vorweg nehmen, sonst geht die Spontaneität verloren!

Aufgabe des Interviewenden

Die eigene Rolle des/der Interviewenden soll nicht verlassen werden, denn ein Interview ist keine Plauderei: Höflich, aber wenn nötig auch bestimmt agieren und die Leitung des Interviews nicht aus der Hand geben.

*Natürlich ist eine Vorbereitung bei einem kurzfristigen Reportage-Interview nicht möglich. Dort helfen die klassischen W-Fragen: **Wer? Was? Wann? Wo? Warum? Wodurch?***

Läuft ein Interview aus welchen Gründen auch immer aus dem Ruder, hat man die Möglichkeit es höflich zu beenden.

Nonverbale Kommunikation

Nur 30% der Kommunikation erfolgt über Worte! Daher auf die nonverbale Kommunikation achten!

Gesichtsausdruck und **Gesten** verraten viel über die Gedanken!

Aufnahmegerät prüfen

Ein Interview kann nicht wiederholt werden, die einmalige Gesprächssituation ist unwiederbringlich. Deshalb das Gerät unbedingt vor dem Interview auf Aufnahmekapazität und Batteriestand prüfen und Mikrofon- und Aufnahmetests durchführen. Das permanente Tragen eines Kopfhörers ist ein Muss, um Kontrolle über die Aufnahmequalität zu haben.

***Immer Kopfhörer tragen!**
Nur so kann man hören was
das Gerät tatsächlich aufnimmt.*

3.1 Fragetypen

Die Frage ist das Um und Auf eines Interviews. Um die gewünschten Informationen zu bekommen, müssen auch die „richtigen“ Fragen gestellt werden. Hierzu stehen uns verschiedene **Fragetypen** zur Verfügung:

Offene Fragen

Das sind Frageformulierungen, die nach mehr als einem Ja oder Nein als Antwort verlangen. In Interviews sollte diese Frageform bevorzugt werden.

Geschlossene Fragen

Sie benötigen nur ein Ja oder Nein als Antwort. Solche Fragen werden auch als Entscheidungsfragen bezeichnet und vorzugsweise am Ende eines Interviews gestellt.

Offene und geschlossene (W-)Fragen

Hier zielt die Antwort auf z.B. eine Ortsangabe, einen Namen, die Uhrzeit oder eine Mengenangabe ab: Wer meldet? Wo ist es passiert? Was ist passiert? Wie viele verletzte Personen? Welche Verletzungen? Solche Fragen dienen bei Reportage-Interviews der Erfassung der Basisinformationen zum Geschehen.

Alternativfragen

Als Alternativfrage wird die Kombination von zwei (oder selten mehr) Wahlmöglichkeiten bezeichnet. Eine Alternativfrage lässt dem Befragten nur die Möglichkeit, mit einer der angebotenen Möglichkeiten zu antworten. Solche Fragen erhöhen die Effizienz bei der Gewinnung der gewünschten Infos, da sie Ausflüchte erschweren.

Unterbrechende Fragen

Dienen dem Verhindern von Abschweifungen und sollen wieder zur ursprünglich gestellten Frage zurückführen oder diese einfach wiederholen.

Provokante Fragen

Sollen den/die InterviewpartnerIn "reizen" oder Aussagen zuspitzen. Aber Vorsicht: schnell ist die Person gegenüber irritiert und ein gutes Gesprächsklima gestört, was sich auf die Qualität der Informationen auswirkt.

Suggestivfragen

Diese legen der Person bestimmte Antworten in den Mund und sollten daher vermieden werden.

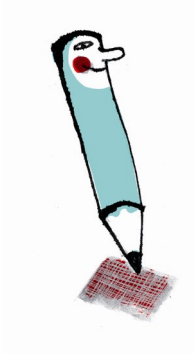
3.2 Live-Interviews

Interviews gehören geplant und strukturiert. Man kann sich nicht darauf verlassen, dass der/die Interview-PartnerIn die Live-Sendung rettet, wenn man selbst nicht vorbereitet ist. Wenn das Interview nicht gut strukturiert wird, könnte sich das Gespräch sehr bald im Kreis drehen und die HörerInnen langweilen. Also: planen, wie viele **Einstiege** (Interview-Teile) es geben soll und **wie sie thematisch gegliedert werden**.

In einer einstündigen Sendung muss nicht zwangsläufig nach jeder Musiknummer ein Interview-Teil folgen.

Die **Gäste in einer Anmoderation vorzustellen** ist die elegantere Lösung als die Formulierung: „Stelle dich doch kurz selber vor.“ Die Aufgabe der Moderation liegt darin, den/die Interview-PartnerIn aufzuwerten, den HörerInnen zu erklären, warum dieser Gast heute im Studio ist, warum er/sie wichtig ist etc.

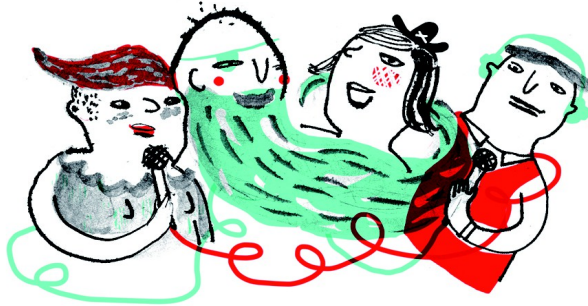
Bsp.: Ihr hört die Sendung „Musikalische Reisen“. Zu Gast ist heute Walter Huber, Lateinamerika-Experte mit einem besonderen Faible für kubanische Songs. Was er auf seiner letzten Reise nach Cuba erlebt hat, das hören wir gleich hier in unserer Sendung.



3.3 Checklist Interview

- Es gebietet der **Respekt** und zeugt von **Professionalität** das Interview gut vorzubereiten und freundlich in das Interview zu gehen
- **Vorbereitung** auf das Thema und die Person
- Einen **Leitfaden/Plan** haben, wie das Interview ablaufen soll
- **Gegencheck** der Fragen: Was interessiert mich an dem Thema?
- Kurze, offene, **verständliche Fragen** formulieren
- Sich genügend **Zeit** für das Interview nehmen
- Die **Technik** überprüfen: Aufnahmegerät, Mikro, Batterien etc.
- Ein **Vorgespräch** mit dem Gegenüber führen und auch auf Ausstrahlung und Schnitt hinweisen
- Eine **angenehme Situation** schaffen
- **Kommunikation** auf gleicher Augenhöhe (geistig und physisch)
- Auf die **non-verbale** Kommunikation (Gestik, Mimik) achten
- Die **Kontrolle** behalten
- Man sieht sich immer zweimal im Leben. Führe das Interview so, dass das Gegenüber auch in **Zukunft** für Interviews zur Verfügung steht

3.4 Livegesprächsrunden



Die Besonderheit von Gesprächs- und Diskussionsrunden liegt wie bei allen Live-Situationen in der Einmaligkeit und Nicht-Wiederholbarkeit.

Das Thema

Grundsätzlich eignet sich jedes Thema für eine Gesprächsrunde, aber es kommt darauf an, wie viel Sendezeit zur Verfügung steht. Auch wenn die Thematik nicht erschöpfend besprochen werden kann, sollte die Runde einen guten Abschluss finden, der nicht allzu viele aufgeworfene Fragen unbeantwortet lässt. Wichtig ist vorab abzuklären, welche Aspekte angesprochen und welche Fragen beantwortet werden sollen. Wie tief soll in das Thema eingedrungen werden? Welche Bereiche sollen außen vor bleiben? Letzteres ist vor allem wichtig, um später im Gespräch das Abdriften in einen unerwünschten Themenbereich rechtzeitig unterbinden zu können.

*Manchmal macht es Sinn, das Thema in einem kurzen Text oder einem **vorproduzierten Beitrag** aufzubereiten. So schafft man zu Beginn der Runde eine gemeinsame Basis, von der aus die Studio-gäste und die HörerInnen sich auf das Thema einlassen können.*

Die Moderation

Der/die ModeratorIn leitet und strukturiert die Gesprächsrunde. Die Qualität der Moderation entscheidet letztendlich auch über die Qualität des gesamten Gesprächs. Aufgaben der Redaktion bzw. Moderation sind:

Im Vorfeld:

- Auswahl des **Themas**
- Aussuchen und Einladen der **Gäste**
- **Formales** klären (Themen, Vorgehensweisen)
- Bei der Eröffnung **Übersicht** schaffen (Einleitungstext, Beitrag,...)
- **Regeln** vereinbaren (Studioordnung, Sprachform,...)

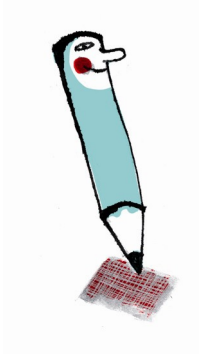
Während der Gesprächsrunde:

- Gespräche anstoßen und **beleben**, den roten Faden beibehalten
- Nachfragen und Unklarheiten **auflösen**
- **Alle** Gäste mit einbeziehen
- **Zeit** managen
- Prozesse und Ergebnisse **transparent** machen
- Für angenehmes **Gesprächsklima** sorgen
- **Regeln** durchsetzen, bei Störungen intervenieren
- KEIN Durcheinanderreden zulassen und bei Konflikten **vermitteln**
- Zusammenfassen, Ziel erreichen, **positiv** abschließen
- TeilnehmerInnen mit **Namen** ansprechen, das schafft Orientierung für die HörerInnen

Die Gäste

Wie viele und welche Personen eingeladen werden, hängt von den räumlichen und zeitlichen Gegebenheiten ab, aber auch von der Art des gewünschten Gesprächs: eine Aneinanderreihung von Kurzinterviews mit mehreren Personen zum Thema oder eine Diskussionsrunde, in der die Gäste auch miteinander diskutieren.

*Selbstverständlich sollte auf ein **ausgewogenes Verhältnis** zwischen weiblichen und männlichen Gästen geachtet werden.*



3.5 Checklist Livegesprächsrunden

Im Vorfeld zu beachten

- **Gute inhaltliche Vorbereitung des Gesprächs:** Was weiß ich selbst zu dem Thema? Wer sind meine Gäste? Was genau machen oder vertreten sie? Wie passen deren Schwerpunkte zum Thema?
- **Ablaufplan:** Je nach Länge der Gesamtgesprächszeit sollte das Thema in sinnvolle Blöcke unterteilt werden. Überlegen, wer der Gäste welche Fragen gestellt bekommt. Musikalische „Verschnaufpausen“ für die Gäste und HörerInnen einplanen.
- **Vorbereitung der Gesprächssituation:** Eine klimatisch (lüften) wie atmosphärisch gute Situation schaffen! Sessel/Hocker und Mikros so positionieren, dass alle miteinander Blickkontakt halten können.
- **Vorgespräch:** Die Gäste etwas früher bestellen, um Verspätungen zu vermeiden und damit sie die Möglichkeit haben, sich noch vorher kennen zu lernen, auszutauschen, vorzubereiten und mit den räumlichen und technischen Gegebenheiten vertraut zu machen. Wichtig ist auch, dass sich alle über die gleiche Anredeform während des Gesprächs einigen.
- Für jeden Themenblock zusätzliche **Reservefragen** vorbereiten.
- **Reservemusikstücke** bereithalten, um auf mögliche eintretende Pausen reagieren zu können.

Während des Gesprächs zu beachten

- **Aufmerksamkeit:** Dem Inhalt aufmerksam folgen und den Gesamtverlauf kontrollieren. Bei Studiogesprächsrunden empfiehlt es sich, extra jemanden für die Technik zu haben, um sich ganz dem Gespräch widmen zu können.
- **Verteilung der Gesprächszeit:** Allen TeilnehmerInnen der Runde etwa gleich viel und gleich gewichtete Gesprächszeit geben.
- **Wiedereinstieg:** Nach Musik-Pausen die HörerInnen wieder kurz in das Thema einführen: Sendungsname, Thema, Gäste nochmal kurz namentlich vorstellen und, wenn es passt, einen kurzen Abriss über die bereits diskutierten Aspekte geben.

Das sollte vermieden werden

- **Zu große Dominanz der Moderation:** Die Moderation sollte sich immer auf das Nötigste beschränken.
- **Rollenwechsel:** Die eigene Rolle als ModeratorIn NIE verlassen, weder parteiisch werden noch zu stark die persönliche Meinung zum Thema einbringen. Sich die Moderation nicht „wegnehmen“ oder als „ZuhörerIn“ den Dingen freien Lauf lassen.
- **Frageketten:** Mehrere Fragen auf einmal überfordern die gefragte Person nicht nur, sondern geben ihr auch die Möglichkeit, sich die leichteste und angenehmste Frage auszusuchen. Also: eine Frage nach der anderen stellen.

4. Musik im Freien Radio



Freie Radios sind eine ideale Plattform für lokale Bands und Muskschaffende!

Gerade im Freien Radio geht die Diskussion über Musik über die reine Geschmacksfrage hinaus. Musik ist nicht nur Unterhaltung oder Beiwerk, sondern auch Teil der Kultur. Dabei geht es nicht um Kriterien wie „gute“ und „schlechte“ Musik oder eine Einteilung in kommerziell oder independent. Vielmehr bedarf es einer kritischen **Auseinandersetzung** mit Musik:

Für welche Kultur mit welchen Zusammenhängen steht diese Musik?
Wer ist die Band und zu welcher Community kann sie gezählt werden?
Was genau wollen die MusikerInnen textlich zum Ausdruck bringen?

Nicht immer ist die **Ankündigung** eines Musiktitels notwendig, während es manchmal einer genaueren Erläuterung der Musikkwahl bedarf.

Musik kann auf verschiedene Arten und Weisen in das Gestaltungskonzept meiner Radiosendung Einzug finden. Hier einige Beispiele:

Als „Lückenfüller“ und/oder Strukturierungsmittel

Gerade wenn viel Information vermittelt werden soll, kann Musik den HörerInnen eine Verschnaufpause bieten. Hier eignet sich z.B. unaufdringliche (Instrumental-)Musik.

Als integrierter Bestandteil des Gesamtkonzeptes

Was bei Musiksendungen Programm ist, kann in anderen Sendungsformen als unterstützendes Element eingebaut werden. Musiktitel, Lyrics oder InterpretInnen können Themenaspekte und Inhaltliches betonen, brechen oder neu auf tun. Außerdem kann Musik Atmosphäre entstehen lassen, die ein Thema in seiner Aussage und Wirkung unterstützen kann.

Als Musikbett

In gewissen Situationen macht es Sinn, die Moderation mit einem Musikbett, also leiser Hintergrundmusik, zu unterlegen. Dafür soll keine Musik mit Gesang oder starken Bässen verwendet werden, da das zu stark von der Moderation ablenkt!

Creative-Commons-Musik kann man tonnenweise legal und kostenlos herunterladen. Da man sich hier in einem Bereich bewegt, der (noch) abseits des Mainstream ist, kann man sich durch die Beschäftigung damit auch zum/r Experten/in entwickeln und den eigenen HörerInnen neue und andere Musik anbieten.

Downloadportale für Creative-Commons-Musik:

<http://jamendo.com/de>

<http://soundcloud.com>

<http://dig.ccmixer.org/>

<http://opsound.org>

„Die Recherche ist die Kür des Journalismus: Nur so erfahren die Menschen die Ereignisse, die ohne die Mühe der JournalistInnen niemals ans Licht gekommen wären. Keine journalistische Aufgabe ist schwieriger, aber auch so abhängig von Zufällen, vom Glück – und von einer detektivischen Kleinarbeit. Nur die Fleißigen und Couragierten nehmen sie auf sich.“ (aus: Wolf Schneider, Paul-Josef Raue: Handbuch des Journalismus)

5. Tipps und Tricks für die Recherche

Die gute journalistische Recherche geht in die Tiefe. Sie ist das eigenständige Beschaffen von Informationen im Gegensatz zum bloßen Verarbeiten von Pressemitteilungen, Agenturmaterial oder Pressekonferenzen. Für eine ausgewogene Berichterstattung sammelt man möglichst **vielfältige Informationen**, die ein bestimmtes Thema aus unterschiedlichen Blickwinkeln beleuchten. Im Idealfall sollte jede Information, die in die journalistische Arbeit einfließt, durch Recherche abgesichert werden.

Die Recherche ist nicht dann zu Ende, wenn man alles weiß – das würde ewig dauern – sondern, wenn alle naheliegenden **Fragen beantwortet** und die Zusammenhänge plausibel gemacht werden können.

Idealerweise erfolgt die Recherche in drei Schritten:

Ein häufiger Fehler ist das Recherchieren in die Breite: Materialien über das Umfeld, die Vor- und Vorgeschichte, alle möglichen Folgen werden gesammelt. Bald kommt man drauf, dass alles mit allem zusammenhängt – und die Geschichte wächst einem über den Kopf...

1. **Eröffnen des Themas:** Vor der Recherche kann das Thema in einem **Brainstorming** oder **Mindmapping** aufgemacht werden. Das heißt, es wird versucht, alle Aspekte des Themas anzudenken.
2. **Nutzung gängiger Recherchequellen:**
 - Internet (Suchmaschinen, Datenbanken, etc.)
 - ExpertInnen (von außen)
 - Beteiligte, Betroffene, Verantwortliche
 - Literatur
 - Printmedien
 - Behörden (Ämter, Polizei, RessortsprecherInnen, Ministerien etc.)
 - Bibliotheken und Archive (öffentliche, Zeitungen etc.)
 - Presseagenturen (APA, DPA, Reuters, etc.)
3. **Mehrfache Überprüfung der Quellen:** Ist die Quelle glaubwürdig und seriös? Welche anderen Positionen gibt es? Bei Überprüfung einer vermeintlich behördlichen oder offiziellen Aussage ist ein Anruf bei den Verantwortlichen/der Pressestelle angebracht.

Bei Gesprächen zu Recherchezwecken zählt die gute Vorbereitung: Was will ich wissen? Eine freundliche Atmosphäre trägt dazu bei, dass ein gutes Gespräch zustande kommt.

Bei der **Internet-Recherche** kommt es darauf an Informationsmüll von relevanter Info zu trennen. Ein Problem stellt die Qualitätsbeurteilung im Netz dar. Das Internet sollte nicht als einzige Quelle verwendet werden, sondern auch offizielle, direkte Quellen.

- **Wikipedia** wird kollektiv von interessierten BesucherInnen erstellt und kontinuierlich erweitert. Durch die große Anzahl an UserInnen steigt die Qualität der Beiträge, Fehler können schnell durch „Besserwissende“ ausgeglichen werden. Dennoch kann Wikipedia eine qualitativ abgesicherte (Print-)Publikation nicht ersetzen.
- **Suchmaschinen** durchkämmen sämtliche Webseiten und deren Verweise. Dabei speichern sie standardisiert Dateninhalte und „indizieren“ das Netz. So werden bei einer Suchanfrage Übereinstimmungen verglichen und nach unterschiedlichen Kriterien sortiert. Bei einer Google-Suche durchsucht man also nicht das Netz an sich, sondern die Google-Datenbank, die keinen Anspruch an Aktualität stellt. Denn oft dauert es Wochen, bis neue Inhalte indiziert werden.

Die Reihung eines Suchmaschinen-Eintrags sagt nichts über die Qualität der Information aus!