

Wirtschaft und Kultur

Schriftenreihe des Forschungsbereiches

No. 9

2007

Professionalität im „Offenen Kanal“ Okto – ein Widerspruch?

Monika Geppl
Gerhard Kreuch
Martin Ludescher

unter Mitarbeit von:
Roland Auer

Forschungsbericht
aus der Integrierten Projektveranstaltung „Creative Industries“
im Rahmen des Studiums der Sozioökonomie
an der Wirtschaftsuniversität Wien
unter der Leitung von
a.o.Univ.Prof.Dr. Andrea Grisold und Ass.Prof.Dr. Elfie Miklautz
Studienjahr 2006/07

Über die AutorInnen:

Monika Gepl (1986) studiert Wirtschaftswissenschaften (Studienzweige „Sozioökonomie“ und „Wirtschaft und Recht“) an der Wirtschaftsuniversität Wien. Im Rahmen ihres Sozioökonomie-Studiums spezialisierte sie sich auf das Management von öffentlichen und Nonprofit-Organisationen.

Gerhard Kreuch (1984) studiert Wirtschaftswissenschaften (Studienzweig „Sozioökonomie“) und Philosophie in Wien. Er ist als Tutor am Institut für Soziologie und empirische Sozialforschung der Wirtschaftsuniversität Wien beschäftigt und Mitglied des Center of Excellence. Seine Schwerpunkte im Studium legt er auf Personalmanagement, Gruppendynamik sowie Wirtschaft und Ethik.

Martin Ludescher (1981) studiert Wirtschaftswissenschaften (Studienzweig „Sozioökonomie“) an der Wirtschaftsuniversität Wien und Politikwissenschaft an der Universität Wien. Er arbeitet als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Sozialpolitik bzw. am Forschungsinstitut für Altersökonomie der Wirtschaftsuniversität Wien. Im Rahmen seiner Studien setzt er sich mit den verschiedensten Feldern österreichischer und europäischer Politik, sowie der Analyse der österreichischen Verwaltung auseinander.

Professionalität im „Offenen Kanal“ Okto – ein Widerspruch?

Abstract

Der vorliegende Forschungsbericht setzt sich mit dem Wiener Fernsehsender “Okto” auseinander, dessen Konzept einerseits auf dem Fundament Offener Kanäle aufbaut, sich andererseits aber von diesem bewusst abgrenzt.

Offene Kanäle haben als nicht-kommerzielle Medien den Anspruch, Personen, die im öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Rundfunk nicht vorkommen, Wort und Bild zu geben und den ehrenamtlichen ProduzentInnen dabei einen möglichst freien und gleichberechtigten Zugang zur Produktion und Öffentlichkeit zu gewähren. Mittels selbst gestalteter und unzensurierter Beiträge soll die durch öffentlich-rechtliche und privat-kommerzielle Sender geprägte Fernsehlandschaft komplementiert werden.

Okto grenzt sich nun, trotz ideeller Verbundenheit, bewusst von diesem ursprünglichen Konzept Offener Kanäle ab. Okto will nicht nur den partizipativen Zugang zur Sendungsproduktion ermöglichen, sondern über das Setzen von gestalterischen und organisatorischen Maßnahmen seitens der Senderleitung, den sendenden Personen auch eine gewisse ZuseherInnenzahl bieten können. Der sich hier manifestierende Anspruch auf Professionalität steht, wie im Rahmen des Berichtes gezeigt wird, im Spannungsverhältnis zur Ursprungsidee offener Kanäle.

Auf der einen Seite macht dieses konzeptuell verankerte Spannungsverhältnis, in dem sich die AkteurInnen bei Okto bewegen, die Besonderheit des Senders aus, da beispielsweise aufgrund des partizipativen Zugangs auf besondere kreative Ressourcen zurückgegriffen, und gleichzeitig über gestalterische und organisatorische Maßnahmen an deren Publikumswirksamkeit gearbeitet werden kann. Auf der anderen Seite besteht die Gefahr, dass über einen zu großen gestalterischen und organisatorischen Einfluss der Sender seine Rückbindung an die Ursprungsidee Offener Kanäle zunehmend verliert. Anzeichen für eine solche Entwicklung werden im Rahmen des Forschungsberichtes aufgezeigt und kritisch diskutiert.

Inhaltsverzeichnis

1	<i>Einleitung und Forschungsfrage</i>	6
2	<i>Forschungsorganisation und methodische Vorgehensweise</i> -	10
3	<i>Der Offene Kanal: Konzeption, Theorie und Geschichte</i>	14
3.1	Zur Konzeption des Offenen Kanals	14
3.2	Ursprungsidee und Theorie partizipativer Medien	16
3.2.1	Kritik am Medium Fernsehen.....	16
3.2.2	Fernsehen als Möglichkeit zur Partizipation/Emanzipation	18
3.2.3	Geschichte des Offenen Kanals.....	22
3.2.4	Diskussions- und Forschungsstand	26
3.3	Geschichte des partizipativen Fernsehens in Österreich	29
3.3.1	Vorformen partizipativen Fernsehens in Österreich.....	30
3.3.2	Die Gründung von Okto	35
4	<i>Das Community-TV Okto und seine Professionalität</i>	37
4.1	Zur Konzeption von Okto	37
4.2	Professionalisierung bei Okto	41
4.2.1	Aufbau und Organisation.....	41
4.2.2	Finanzierung.....	45
4.2.3	ZuschauerInnenorientierung	46
4.2.4	Programmgestaltung.....	51
4.2.5	Marketing	52
4.2.6	Schulungen.....	53
5	<i>Widersprüche und deren Handhabung durch die relevanten AkteurInnen</i>	58
6	<i>Fazit</i>	66
7	<i>Anhang</i>	69
8	<i>Literaturverzeichnis</i>	70

1 Einleitung und Forschungsfrage

In den 1990ern erfuhr die Fernsehlandschaft in Österreich eine bedeutsame Wende. War der ORF in den 1970er und 1980er Jahren aufgrund des heimischen Rundfunkmonopols das elektronische Leitmedium dieser Zeit und kaum Konkurrenz ausgesetzt, bündelte sich Anfang der 1990er Jahre wieder einmal Kritik am öffentlichen Rundfunk im Hinblick auf dessen Grundauftrag. Forderungen nach einer De- bzw. Reregulierung von öffentlich rechtlichem Fernsehen zu privatwirtschaftlich organisierten TV-Stationen wurden immer lauter. Diese Liberalisierung des Mediensektors, welche in anderen Ländern schon vollzogen worden war, wurde in Österreich erst infolge eines Spruches des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte in Straßburg realisiert. Neue Organisationsformen des Fernsehens, von kommerziellem Fernsehen, über Rahmenkanäle hin zu Offenen Kanälen und somit abseits des staatlichen Rundfunks wurden in diesem Zusammenhang diskutiert und geschaffen.¹

Eine dieser, für Österreich neuartigen, Formen des Fernsehens stellt der Fernsehkanal Okto dar, der seit November 2005 im Wiener Raum über Kabel, aber auch weltweit als livestream via Internet² empfangen werden kann. Okto hatte das Interesse des Forschungsteams geweckt, da er sich von bisherigen, konventionellen Kanälen in vielen Punkten deutlich unterscheidet. Bei Okto handelt es sich um einen „Offenen Kanal“. Charakterisiert ist der Offene Kanal, als ein „nichtkommerzielles, werbefreies, lokales oder regionales Radio und/oder Fernsehen“³, das allen BürgerInnen einen freien und gleichberechtigten Zugang garantiert und ihnen die Möglichkeit bietet, sich mit selbst gestalteten Beiträgen – ohne Zensur – an die Öffentlichkeit zu wenden. Der Offene Kanal ist eine Plattform, die selbst kein Programm macht, dessen Programm sich nicht am Markt orientiert, denn Programmveranstalter ist der jeweilige Produzent selbst⁴. Eine besondere Bedeutung kommt in solchen Kanälen, welche sowohl als Verbreitungs- als auch als Lernplattform verstanden werden können, der Förderung der Medienkompetenz der ProduzentInnen und Bereitstellung von adäquaten Produktionsrahmenbedingungen

¹ vgl. Grisold, 1996:259f

² auf www.okto.tv

³ Buchholz, 2003:76

⁴ vgl. ebd.:76f

zu, ebenso der Einweisung und Beratung durch KommunikationsassistentInnen, um die „Hürden“ des Sendungsproduzierens zu meistern.

Wenngleich Okto, dessen Herzstück unterschiedliche Communities der Stadt darstellen (die zum Großteil ehrenamtlich im Form des „citizen journalism“ Themengebiete aus ihren (Alltags)kulturen aufgreifen und über diese Bericht erstatten), die zuvor angeführten „Essentials“ basisdemokratischer Medien aufweist, so unterscheidet sich dieser Sender dennoch auf den ersten Blick von dem „Idealtypus“ des Offenen Kanals. Okto folgt bewusst einem Leitbild Offener Kanäle, das von der Ursprungsidee abweicht und durch nachstehende Prinzipien gekennzeichnet ist:

ZuschauerInnenorientierung anstatt ProduzentInnenorientierung, Abkehr von dem „Prinzip der Schlange“ „wonach derjenige den ersten Zugriff auf Produktionstechnik und Programmplätze hat, der sich als erster anmeldet“⁵, Strukturierung des Programms, Einführung von Programmschemata zum Zwecke der Vorinformation des Publikums, Öffentlichkeitsarbeit, Sicherung und Ausbau der Qualität der Sendungen mittels Projektanträgen, Förderung der medialen Kompetenz und Professionalisierung der ProduzentInnen.

So bereichernd diese Neuorientierung für die ZuschauerInnen und im Sinne einer Publikumsmaximierung für die KanalbetreiberInnen ist, sie scheint auch mit einigen Entbehungen – insbesondere auf Seiten der ProduzentInnen – verbunden zu sein. Es stellt sich die Frage, ob diese neue Art Offener Kanäle, wie ihn Okto darstellt, weiterhin eine *offene* Plattform für *alle* Menschen verschiedener gesellschaftlicher Gruppierungen darstellt, oder ob ProduzentInnen Grenzen erfahren, indem einzelne Beiträge aufgrund mangelnder Qualität zurückgewiesen werden – ein Gedanke, welcher auch in gegenwärtigen Diskursen anzutreffen ist und das Forschungsteam im Zusammenhang mit dem partizipativen Kanal Okto zu folgender Forschungsfrage geführt hat:

„Besteht ein Widerspruch zwischen der Ursprungsidee Offener Kanäle und der derzeitigen Tendenz zur Professionalisierung dieses Mediums und wie handhaben die relevanten AkteurInnen bei Okto dieses Spannungsverhältnis?“

⁵ Buchholz, 2003:76

Die Frage, die sich dem/der interessierten LeserIn an dieser Stelle möglicherweise auftut, ist: Warum sollte diese Forderung nach Professionalisierung mit der Idee einer kommunikativen Plattform als basisdemokratischer Einrichtung in Widerspruch stehen? Möglicherweise deshalb, weil die geforderte Medienkompetenz eine neue Hürde darstellt, weil es nun Formen und Prozesse gibt, die man als ProduzentIn zu verwenden hat, weil sie Erfolg versprechend im Sinne einer ZuschauerInnengewinnung sind, obwohl es nicht die eigenen Formen und Prozesse sind, nicht die, die man selbst für sein Thema angemessen fände, wenn man die freie Wahl hätte. Und weil man als ProduzentIn – eine Rolle die auch der/die LeserIn jederzeit einnehmen kann – gezwungen ist, sich mit Dingen zu beschäftigen, die einen gar nicht interessieren, wie etwa Schnitt- oder Präsentationstechniken, und weil es insbesondere für beginnende ProduzentInnen mehr Selbstvertrauen braucht, sich an einen „halbwegs professionellen“ Beitrag zu wagen, wenn alle anderen ProduzentInnen – etwaige KonkurrentInnen um diverse Sendeplätze – schon durch zahlreiche „Kompetenzvermittlungs-Maßnahmen“ zu „Medienprofis“ entwickelt wurden.

Offene Kanäle wollen Bevölkerungsgruppen zu Wort kommen lassen, die diese Möglichkeit sonst nicht haben. Diese Bevölkerungsgruppen werden aber in der Regel nicht diejenigen mit einer hohen Medienkompetenz und einem diesbezüglichen Selbstvertrauen sein. Eine Aussage wie „Sendungen produzieren heißt Demokratie üben“⁶, also der Ansatz, dass die neue Erfahrung des Austausches und der Kommunikation wichtiger sind als das Stottern des Sprechers oder die fehlende Musikuntermalung⁷, und die Übernahme eines Auftrags zur Vermittlung von Medienkompetenz⁸ müssen einander vielleicht nicht ausschließen, in einem Spannungsverhältnis aber stehen sie allemal.

Es gilt somit, zu untersuchen, ob eine Konzeption wie die des Fernsehkanals Okto, die sich der Professionalisierung verschrieben hat, mit dem vormaligen Anspruch, ein basisdemokratisches Medium⁹ zur Verfügung zu stellen, noch vereinbar ist, oder

⁶ Pöttinger, 2002:3

⁷ vgl. ebd.:a. o. O.

⁸ vgl. Paukens, 2003:2

⁹ Der Begriff „Medium“ kann in diesem Zusammenhang im Übrigen möglicherweise näher an seinem ursprünglichen Bedeutungsinhalt angesiedelt werden, als sonst heute üblich, nämlich als etwas Mittleres oder Vermittelndes, im Sinne der Kommunikation aber auch: technisches Mittel der Verbreitung. – vgl. dazu auch Enzensberger, 1970/1997:149

ob dieser Anspruch implizit aufgegeben wurde¹⁰. Des Weiteren ist es Ziel, zu eruieren, zwischen welchen beteiligten Akteursgruppen bei Okto sich dieses Spannungsverhältnis manifestiert.

Die Erkenntnisse, die im Zuge dieses einjährigen Forschungsprojekts gewonnen wurden, werden nun auf den folgenden Seiten dieses Forschungsberichts aufbereitet, wobei dieser in mehrere Kapitel gegliedert ist: Die methodische Vorgehensweise im Rahmen dieser Fallstudie wird in Kapitel 2 dargelegt. Im Anschluss daran erfolgt in Kapitel 3 der Einstieg in das thematische Feld des Offenen Kanals, seiner Ursprungsidee und theoretischen Fundierung. Ebenso werden hier die praktische Umsetzung des Offenen Kanals und seine Entwicklungsgeschichte beleuchtet. Ausgehend von dieser historischen Betrachtung widmet sich Kapitel 4 dem Offenen Kanal „Okto“, seinen Prinzipien und insbesondere der Professionalisierung. Kapitel 5 beschäftigt sich mit dem Spannungsverhältnis „Tendenz zur Professionalisierung versus Ursprungsidee“, zwischen welchen Akteursgruppen dieses anzutreffen ist und wie dieses Spannungsfeld durch die jeweiligen AkteurInnen gehandhabt wird. Den Abschluss des Berichts bildet ein abrundendes Fazit (Kapitel 6).

¹⁰ vgl. Tiersch, 1995/2004:167

2 Forschungsorganisation und methodische Vorgehensweise

Das Forschungsteam führte eine qualitative Fallstudie im „Feld Okto“ durch. Qualitative Sozialforschung erscheint geeignet, um die Bedeutung dieses Widerspruches im Feld nachvollziehen und den Sinn der im Zusammenhang mit diesem Widerspruch stehenden Handlungen verstehen zu können.

Die folgenden Ausführungen sollen, anhand des 4-Phasen Modells von Lueger¹¹, einen tieferen Einblick in die Organisation des Forschungsprozesses geben und die methodische Vorgehensweise offen legen, wobei die eng begrenzte Projektdauer dazu führte, dass die von Lueger vorgeschlagene Organisation nur ansatzweise möglich war.

Die Planungsphase

Das Forschungsteam, welches aus einer Forscherin und drei Forschern bestand, zeichnete sich über das Sozioökonomiestudium durch eine gemeinsame Basis aus, vereinigte aber auch aufgrund der Zusatzausbildungen der Mitglieder unterschiedliche wissenschaftliche Disziplinen und Herangehensweisen, miteinander.¹²

Zur Organisation: Die regelmäßigen Sitzungen wurden protokolliert und eine verschlüsselte Internetplattform für den Aufbau des gemeinsamen Datenbestandes eingerichtet.

Der Umstand, dass es sich um ein rein universitäres Forschungsprojekt handelte und es keinen Auftraggeber im untersuchten Feld gab, ermöglichte, abseits der notwendigen Kooperationsbereitschaft vom Feld (über welche kritisch reflektiert wurde), einen größtmögliche Unabhängigkeit von diesem. Dass das Forschungsprojekt Teil einer universitären Lehrveranstaltung war, stellte eine besondere Rahmenbedingung dar. Das Forschungsteam musste mehrere Teilschritte des Projektes gegenüber den Lehrveranstalterinnen präsentieren und das Vorgehen begründen. Abseits der internen Reflexion über das Vorgehen, stand so auch eine

¹¹ siehe hierzu genauer: Lueger, 2000:51ff

¹² siehe Kurzzangaben zu den AutorInnen am Beginn dieser Arbeit

externe Instanz zur Verfügung. Zusätzlich gab es im Rahmen von Plenarveranstaltungen mit anderen Forschungsprojekteams die Möglichkeit zum fruchtbaren Gedankenaustausch.

Die Orientierungsphase

Die Orientierungsphase im Feld war, wie in der Literatur empfohlen wird, durch extrem offene Erhebungsverfahren gekennzeichnet. Nach der offiziellen Kontaktaufnahme mit dem Geschäftsführer per e-Mail, in welchem er, in Achtung seiner Position, über unsere Forschungsabsicht informiert und ein Gesprächstermin für ein Kennenlernen vereinbart wurde, begann das Forschungsteam seine Arbeit am „unteren Ende“ von Okto und stellte den Sender damit quasi auf den Kopf, um ihn aus der Perspektive der ProduzentInnen kennen zu lernen. Hierzu wurden explorativ angelegte, teilnehmende Beobachtungen bei einem Informationsabend und bei Grundlagenschulungen für angehende ProduzentInnen durchgeführt. Regelmäßige Gruppentreffen abseits des Feldes dienten der Reflexion über die Felderfahrungen.

Im Rahmen der geschilderten Orientierungsphase konnte der Feldkontakt erfolgreich aufgebaut werden.

Die Hauptforschungsphase

Mit dem durch die offenen Verfahren der Orientierungsphase erweiterten Erkenntnisstand wurde die Hauptforschungsphase mit einem narrativen Interview mit einer etablierten Produzentin bzw. Sendungsverantwortlichen und mit Leitfadeninterviews (mit narrativen, episodischen Elementen) auf Ebene der Kommunikationsassistenten und –assistentinnen fortgesetzt. Konkret setzte das Forschungsteam, auf Basis des theoretical samplings, beim Schulungsbereich an, wobei sowohl dessen Leitung, als auch ein Mitarbeiter, der Okto als Allrounder und „alter Hase“ im Bereich alternativer Medien aus den unterschiedlichsten Perspektiven kennt und auch an einer zentralen Eigenproduktion des Senders maßgeblich beteiligt ist, interviewt wurden. Den Abschluss auf dem „Weg zur Spitze“ bildeten ein Interview mit dem Geschäftsführer und ein Interview mit der Programmintendanz. Auch hier wurden Leitfadeninterviews durchgeführt, wobei dieses beim Geschäftsführer in eine abschließende Diskussion über die Forschungsfrage übergeführt wurde. Regelmäßige Reflexion war auch Bestandteil dieser Forschungsphase.

Die Auswertungs- und Interpretationsphase

Neben den Protokollen der teilnehmenden Beobachtungen und den Transkripten der Interviews lagen am Ende der Hauptforschungsphase gesammelte e-Mails (anhand deren CC-Zeilen etwa Kommunikationswege innerhalb von Okto nachvollzogen wurden), sonstige protokollierte Feldkontakte, skizzierte Pläne der Okto-Räumlichkeiten, und eine große Zahl von sonstigen Materialien (z.B. Schulungsunterlagen, Feedbackbögen, Infomaterial) vor, welche in einen einheitlichen Auswertungsprozess einbezogen wurden, um das Feld aus den unterschiedlichsten Perspektiven verstehen zu können. Während die Orientierungs- und Feldforschungsphase zur Kenntnis von Detailwissen aus unterschiedlichen Blickpunkten des Feldes führte, musste im Rahmen der Auswertung dieses Wissen strukturiert und abstrahiert werden, um die Forschungsfrage mittels allgemeiner Aussagen beantworten zu können. Hierfür zog das Forschungsteam das Verfahren des „Thematischen Codierens“, welches Flick als eine Modifikation des Verfahrens des theoretischen Kodierens von Strauss (1991) beschreibt, heran: „Der Forschungsgegenstand ist dabei die soziale Verteilung von Perspektiven auf ein Phänomen oder einen Prozess. Es wird die Annahme zugrunde gelegt, dass in unterschiedlichen sozialen Welten bzw. sozialen Gruppen differierende Sichtweisen anzutreffen sind.“¹³

Entsprechend des mehrstufigen Auswertungsverfahrens, des „thematischen Kodierens“, welches aufgrund der begrenzten Projektdauer leicht modifiziert wurde, fertigte das Forschungsteam anfänglich jeweils eine Kurzbeschreibung der einzelnen erhobenen Fälle (der einzelnen Beobachtungen, Interviews,...) an. Diese Kurzbeschreibungen umfassten eine typische Aussage, eine für die Forschungsfrage relevante Personenbeschreibung, sowie eine Übersicht über die zentralen Themen des jeweils vorliegenden Materials.¹⁴

Auch wurde für jeden Einzelfall ein eigenes Einzelfallkategoriensystem erarbeitet, welches wie folgt erstellt wurde: Zuerst wurde das zugrunde liegende Datenmaterial des jeweiligen Einzelfalls offen kodiert.¹⁵ Dann wurden mittels selektiver Kodierung für den Einzelfall Kategorien und thematische Bereiche abgeleitet. Solche Kategorien oder thematischen Bereiche gruppieren dabei die erarbeiteten Codes eines Einzelfalls thematisch. Diese Kategorien wurden näher definiert. Die

¹³ Flick, 2006:271

¹⁴ vgl. Flick, 2006:272

¹⁵ vgl. Flick, 2006:273

Gesamtheit der erarbeiteten Codes bildete dann das Kategoriensystem für den untersuchten Einzelfall. Die jeweiligen Einzelfallkategoriensysteme wurden dann mit Kategoriensystemen anderer Einzelfälle, die mittels der selben Vorgehensweise erarbeitet wurden, verglichen und in eingehenden Diskussionen abgeglichen, wodurch eine über den Einzelfall hinausgreifende, alle Untersuchungsfälle mit einbeziehende thematische Struktur von Kategorien entstand.¹⁶ Mittels Feinanalyse unter Einbeziehung der Codes und Ursprungstexte wurden die einzelnen Kategorien detaillierter interpretiert und ausdifferenziert. Die Art des Zustandekommens der Kategorien der thematischen Struktur ermöglichte es auch, innerhalb der jeweils fallübergreifenden Themenstrukturkategorie die Perspektiven einzelner Gruppen zu vergleichen.¹⁷

¹⁶ vgl. Flick, 2006:267 sowie 273f

¹⁷ vgl. Flick, 2006:274f

3 Der Offene Kanal: Konzeption, Theorie und Geschichte

Der partizipative Fernsehkanal Okto baut auf dem ideellen Fundament des Offenen Kanals auf. In diesem Kapitel soll demnach der Offene Kanal näher vorgestellt werden, indem auf seine Konzeption (3.1), die dahinter stehende Ursprungsidee, wie auch auf seine theoretischen Fundierungen eingegangen wird (3.2). Abgerundet wird dies durch eine Skizzierung der Entwicklungsgeschichte partizipativer Medien in Österreich bis hin zu Okto (3.3).

3.1 Zur Konzeption des Offenen Kanals

Eine Definition des Offenen Kanals wurde bereits zu Beginn dieses Forschungsberichtes vorgenommen. Die Eckpunkte des Offenen Kanals sollen hier nun aufgegriffen und ausführlicher dargestellt werden, um an späterer Stelle (vgl. Kap. 4.1) Unterschiede zwischen dem „klassischen“ Offenen Kanal, das heißt dem Offenen Kanal in seiner Ursprungsversion, und der Konzeption von Okto zeichnen zu können.

Vergleicht man die, in der herrschenden Literatur¹⁸ angeführten, verschiedenen Definitionen des Offenen Kanals, aber auch jene begrifflichen Abgrenzungen, welche im Rahmen der Interviews¹⁹ eingebracht wurden, miteinander, so lassen sich die wesentlichen Merkmale des Offenen Kanals in drei Prinzipien wiedergeben: Der Offene Kanal ist partizipativ, komplementär, nicht-kommerziell!

Partizipativ

Der Offene Kanal ist ein partizipatives Medium, das allen BürgerInnen die Möglichkeit eröffnet, sich als ehrenamtliche ProduzentInnen mit selbstgestalteten, selbstbestimmten und unzensierten Beiträgen an die Öffentlichkeit zu wenden.²⁰ Der Offene Kanal fungiert dabei als Kommunikationsplattform: er stellt die nötigen

¹⁸ vgl. hierzu beispielsweise: Breunig, 1998:236; Buchholz, 2003:75; Paukens, 2003:2; Schütz, 2002:37

¹⁹ vgl. hierzu beispielsweise: Interview 2, Interview 5

²⁰ weshalb partizipative Medien auch als „Bürgermedien“ bezeichnet werden

Rahmenbedingungen für die Produktion zur Verfügung – Infrastruktur, Schulung und Beratung – und gewährt allen ProduzentInnen einen gleichberechtigten Zugang zum Sender und zum Programm. Als basisdemokratisches Medium verleiht der Offene Kanal seinen ProduzentInnen Partizipationsmöglichkeiten, die über das Gratis-Produzieren von Beiträgen hinausreichen. Die ProduzentInnen sind in Entscheidungsprozesse eingebunden, üben gestalterischen Einfluss auf den Sender, die Abläufe und das Programm aus.

Komplementär

Der Offene Kanal versteht sich als Komplementärmedium, als eine Ergänzung zum öffentlich-rechtlichen (1. Säule) und privat-kommerziellen Rundfunk (2. Säule), weshalb er auch er auch als „*Medium dritter Art*“²¹ oder als „*3. Säule*“²² (Okto-MitarbeiterIn) bezeichnet wird. Der Grundauftrag des Komplementärmediums liegt in dem Empowerment jener Gesellschaftsgruppen, die in den ersten beiden Rundfunkarten nicht zu Wort kommen und im Offenen Kanal eine Verbreitungsplattform bzw. eine zusätzliche Artikulationsmöglichkeit für ihre Anliegen finden.

Nicht-kommerziell

Der Offene Kanal ist dem Grundsatz der Gemeinnützigkeit verschrieben. Er ist durch Nicht-Gewinnorientiertheit und Werbefreiheit charakterisiert. Die Finanzierung des Senders erfolgt aus den Rundfunkgebühren²³ und/oder öffentlichen Subventionen. Das Programm wird nicht durch den Markt bestimmt, es richtet sich nicht nach den Wünschen und Bedürfnissen der ZuschauerInnen. Denn die ProgrammgestalterInnen sind die jeweiligen ProduzentInnen selbst, welche ihre Beiträge selbstbestimmt und gleichzeitig im Rahmen ehrenamtlicher Arbeit produzieren und somit eine wichtige Ressource für den Offenen Kanal darstellen.

²¹ vgl. Interview 2

²² vgl. Interview 2

²³ Die Finanzierung Offener Kanäle durch Rundfunkgebühren ist in Österreich (noch) nicht umgesetzt.

3.2 Ursprungsidee und Theorie partizipativer Medien

3.2.1 Kritik am Medium Fernsehen

Am Medium Fernsehen ist von verschiedenen Theoretikern immer wieder scharfe Kritik geübt worden. Im Folgenden wird ein knapper Überblick über die wichtigsten Kritikpunkte gegeben.

Horkheimer/Adorno liefern in ihrem Hauptwerk²⁴ eine im konkreten Kontext interessante Beschreibung der Kulturindustrie der Moderne. Für die Untersuchung des emanzipatorischen Fernsehgebrauchs ist vor allem die Diagnose bedeutend, dass ein Prinzip der Kulturindustrie darin bestünde, über eine Manipulation der Präferenzen der KonsumentInnen eine Vereinheitlichung und Normierung derselben zu erreichen, die Menschen also „der Subjektivität zu entwöhnen“²⁵ und zu passiv rezipierenden Objekten zu machen, was widerständige Rezeption und damit Fortschritt verunmögliche.

Das Problem mangelnder KonsumentInnensouveränität wird auch von dem institutionellen Ökonomen Galbraith²⁶ angesprochen, der den „Habits“ der KonsumentInnen und deren Beeinflussbarkeit durch Massenmedien, wie durch die Werbung, besondere Bedeutsamkeit beimisst.

Auch die Kulturökonomik sieht eine Verzerrung von Präferenzen durch Medien, was staatliche Eingriffe legitimiert. Aus der Sicht von O'Hagan²⁷ sind drei Argumente dafür auszumachen: Der nicht-private Nutzen von Kulturprodukten, Informationsversagen und damit mangelnde KonsumentInnensouveränität, und schließlich Distributionsfragen des Zugangs zu Konsum und Produktion.

²⁴ Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W. (1947/1998): Kulturindustrie: Aufklärung als Massenbetrug, in: dies., Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente, Frankfurt am Main; zit. nach Grisold, 2004:140-155

²⁵ ebd.:153, zit. nach Grisold, 2004:150

²⁶ Galbraith, John Kenneth (1974): Wirtschaft, Friede und Gelächter, München, zit. nach Grisold, 2004

²⁷ O'Hagan (1998): The State and the Arts. An Analysis of Key Economic Policy Issues in Europe and the United States, Cheltenham, zit. nach Grisold, 2004

Bourdieu macht unter anderem auf den Wirklichkeitseffekt²⁸ des Fernsehens aufmerksam und setzt sich kritisch mit diesem Medium und seiner Stellung auseinander. Insbesondere zeigt er auf, dass Fernsehen eine dominierende Rolle im „journalistischen Feld“ spielt, wo es unter Zeitdruck vor allem um die Jagd nach Sensationen geht, eine Jagd, die jedoch in ihrer Gesamtheit in einer Uniformisierung und Banalisierung endet.²⁹ Unter einem Feld ist ein strukturierter sozialer Machtraum zu verstehen, der durch das Vorherrschen von spezifischen Interessen und Interessensobjekten gekennzeichnet ist, und in dem um den Erhalt oder die Veränderung bestehender Machtverhältnisse gekämpft wird.³⁰ Ähnlich wie in anderen Feldern der kulturellen Produktion findet man grundsätzlich auch im journalistischen Feld zwei Logiken beziehungsweise Legitimationsprinzipien: So gibt es einerseits die Anerkennung auf der Basis der feldinternen Werte und Grundsätze und andererseits die Anerkennung durch die Menge, welche sich im finanziellen Gewinn niederschlägt. Nun hat gerade das unter dem Verdikt der Einschaltquote stehende Fernsehen das letztere Legitimationsprinzip dominant gemacht.³¹ Über seine zentrale Rolle in der Gesellschaft, welche das journalistische Feld dem faktischen Monopol über die Informierung der einfachen BürgerInnen verdankt, übt es – beziehungsweise seine Mechanismen – Druck auf andere Felder kultureller Produktion aus und bedroht deren Autonomie. Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken, müssten die AkteurInnen der anderen Felder das faktische Informationsmonopol in Frage stellen und einen Kampf um das Eigentum an den Verbreitungsmitteln beginnen.³²

Auf der Suche nach einem „emanzipatorischeren Mediengebrauch“ und einem „unverzerrteren“ Bild der Wirklichkeit wurden von verschiedenen Theoretikern alternative Konzepte erarbeitet, wobei dieses „andere“ Fernsehen sich unter anderem durch dezentralisierte Programme, eine Interaktion der TeilnehmerInnen³³, einen politischen Lernprozess, gesellschaftliche Kontrolle der

²⁸ siehe hierzu genauer Bourdieu, 1998: 27f

²⁹ siehe hierzu ebd.: 25ff sowie 62ff

³⁰ zu den Eigenschaften von Feldern siehe genauer: Bourdieu, 1993: 107ff

³¹ vgl. Bourdieu, 1998: 106ff und 80

³² vgl. ebd.: 95

³³ „Der Gegensatz zwischen Produzenten und Konsumenten ist den elektronischen Medien nicht inhärent.“ (Enzensberger, 1970/1997: 108)

kollektiven Produktion und der Möglichkeit der EmpfängerInnen, auch SenderInnen zu sein, auszeichnen sollte.³⁴

3.2.2 Fernsehen als Möglichkeit zur Partizipation/Emanzipation

Von den Theoretikern, die im (veränderten) Medium Fernsehen/Film die Möglichkeit zur politischen Emanzipation sahen, sollen hier die Konzeptionen von Benjamin³⁵, Enzensberger³⁶ und Brecht³⁷ kurz behandelt werden.

In Benjamins Werk „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“³⁸ beschäftigt er sich ausdrücklich mit den Veränderungen der Kunst selbst als Folge der technischen Veränderungen, was auch am Beispiel Film gezeigt wird. Da die „fortschrittliche“ Bedeutung von Kunst zur Förderung der Partizipation und damit zur Grundlage für Offene Kanäle führt, soll der Bedeutungswandel hier kurz skizziert werden.

Vormalig wurde das Kunstwerk in seiner „Echtheit“³⁹, d.h. seinem Hier und Jetzt, rezipiert. In dieser Originalität liegt auch seine Funktion als „Kultobjekt“ begründet. Das Kunstwerk als Objekt des Kultes ist jeweils eingebettet in die Tradition seines Volkes. Als solches steht es im Dienst des Rituals, wo es den Menschen als „einmalige Erscheinung einer Ferne, so nah sie sein mag“⁴⁰ entgegentritt. Das nennt Benjamin die „Aura“ des Kunstwerks, die eng verbunden mit seiner Echtheit ist. In der kontemplativen Betrachtung eines Gemäldes oder einer Statue liegt die vormalige Bedeutung der Kunst. Mit dieser sind auch Begriffe „wie Schöpfertum und Genialität, Ewigkeit und Geheimnis“⁴¹ verbunden, die nach Benjamin direkt zum faschistischen Gebrauch der Kunst führen können.

Mit der Möglichkeit der massenhaften Reproduktion von Kunstwerken tritt nun eine Veränderung auf: Die Echtheit und die Aura sind nämlich nicht technisch

³⁴ vgl. Enzensberger, 1970/1997:116

³⁵ Auch wenn Benjamins Schriften historisch vor die eigentliche Begründung der Kritischen Theorie durch Horkheimer/Adorno fallen, kann er aufgrund der erst dann erfolgten starken Rezeption in diesen Theoriekreis eingeordnet werden.

³⁶ Dieser vor allem in seinen früheren Schriften in den 1970ern

³⁷ Brecht (1932) Radiotheorie, in: Gesammelte Werke, Band VIII, S129f, zitiert nach Enzensberger, 1970/1997:100

³⁸ Benjamin, 1936/1939

³⁹ ebd.: 354: „Das Hier und Jetzt des Originals macht den Begriff seiner Echtheit aus.“

⁴⁰ ebd.: 357

⁴¹ ebd.: 352

reproduzierbar. „Der gesamte Bereich der Echtheit entzieht sich der technischen ... Reproduzierbarkeit“⁴². An die Stelle der kultartigen Rezeption von Kunstwerken tritt nun also eine neue: Wo vormals die Erscheinung der Ferne kontemplativ erfahren wurde, was Benjamin beispielhaft mit der Betrachtung des Schattens eines Zweiges an einem warmen Sommernachmittag vergleicht, gilt es heute, sich die Dinge näher zu bringen, die Ferne zu überwinden, und das Einmalige durch Reproduktion aufzulösen. Durch die Möglichkeit der massenhaften Reproduktion hat sich die Wahrnehmungsweise der Menschen verändert. Der „Sinn für das Gleichartige in der Welt“⁴³ ist gewachsen. Die Aura des Kunstwerkes ist damit verschwunden, und damit seine Tradition, seine Einzigartigkeit. Was auf den ersten Blick vielleicht an den Kulturpessimismus von Horkheimer/Adorno erinnert, erweist sich im Weiteren als durchaus anders. Mit dem Versagen des Maßstabes der Echtheit und dem Verschwinden der Fundierung des Kunstwerks auf das Ritual tritt an seine Stelle eine Fundierung auf Politik. Die Kunst wird also nicht länger in ihrer Qualität der Ferne und Unnahbarkeit gesehen, sondern in ihrer sozialen Dimension. Der quantitativen Veränderung (Reproduktion) folgt eine qualitative (in der Bedeutung der Kunst selbst). Beim Film tritt diese in besonderem Maße auf, weil dessen Technik der Produktion ohne massenhafte Vervielfältigung undenkbar ist.

Im geschichtlichen Verlauf der Kunstrezeption tritt also der „Kultwert“ zunehmend in den Hintergrund und der „Ausstellungswert“⁴⁴ gewinnt an Bedeutung. Je größer die Reproduzierbarkeit eines Kunstwerkes ist, desto mehr Möglichkeit der Ausstellung ist gegeben. Wo die Ausstellung in den Vordergrund tritt, verändert sich auch der Inhalt des Kunstwerkes. So verschwinden aus der Fotografie die portraitierten Menschen zugunsten von Aufnahme von historischen Beweisstücken als tatortartige Beschreibungen der Realität. Diese lassen den/die BetrachterIn nicht länger kontemplativ aufnehmen, sondern irritieren und beunruhigen. Wo die kultige Betrachtungsweise verschwindet, erscheint die politische Dimension der Kunst. Besonders der Film mit seiner besonderen Vervielfältigbarkeit hat diese Eigenschaft. Fern von kultischen Elementen zeigt er der Masse sich selbst. Der Film betrachtet kühl und sachlich die Bewegungsabläufe der Wirklichkeit. Das betrachtende Publikum kommt an die Darsteller im Gegensatz zum Theater nicht mehr in ihrer „Echtheit“ heran, sondern nur mehr durch die Apparatur der Filmtechnik. Der/Die FilmschauspielerIn muss auf seine/ihre „Aura“ verzichten. Dem Film wohnt also ein dokumentarischer Charakter inne. Durch den Verzicht auf direktes Hier und Jetzt,

⁴² ebd.: 354

⁴³ ebd.: 357

⁴⁴ Benjamin, 1936/1939: 360

durch Kameraperspektiven, durch Schnitt, kann die Aufmerksamkeit des Betrachters auf bestimmte Aspekte der Realität gelenkt werden. Der Filmmacher hat damit die Möglichkeit zur Kritik an gesellschaftlichen Verhältnissen. Das stellt eine neue Funktion der Kunst dar.

Wenn nun in die faktische Welt des Films geblickt wird, muss einerseits eine Permanenz des kultischen Elements beobachtet werden (z.B. Starkult). Andererseits stellt Benjamin aber eine im konkreten Kontext äußerst bemerkenswerte Forderung auf. Er bemerkt, dass durch die Etablierung der Lithografie und der Presse eine fundamentale Veränderung eintrat: Während Jahrhunderte davor einige wenige Schreiber (Buchautoren) einer Vielzahl von Lesern gegenüberstanden, kann sich heute jeder bemühen, mit seinem Geschriebenen Publikation in einer Zeitung zu finden (man denke nur an die Institution der Leserbriefe in heutiger Zeit). Analog dazu schreibt Benjamin weiter: „Jeder heutige Mensch kann einen Anspruch vorbringen, gefilmt zu werden.“⁴⁵ Wo die Funktion der Kunst nicht mehr länger im Ritual fundiert ist und mit Genialität und Schöpfertum zu tun hat, sondern vielmehr politisch begründet ist, hat jeder das Recht, sich in diesem Medium darzustellen. Bezogen auf die Presse geht Benjamin so weit, zu schreiben: „Damit ist die Unterscheidung zwischen Autor und Publikum im Begriff, ihren grundsätzlichen Charakter zu verlieren. ... Der Lesende ist jederzeit bereit, ein Schreibender zu werden“⁴⁶. Zur Zeit der Verfassung des Textes gab es in der Sowjetunion Schriftstücke von Arbeitern, die als Sachverständige zu Wort kamen: „Die literarische Befugnis wird nicht mehr in der spezialisierten, sondern in der polytechnischen Ausbildung begründet, und so Gemeingut. Alles das lässt sich ohne weiteres auf den Film übertragen...Ein Teil der im russischen Film begegnenden Darsteller sind ... Leute, die sich – und zwar in erster Linie in ihrem Arbeitsprozess – darstellen“.⁴⁷

Was Benjamin hier in den 1930ern schreibt, hat heute, wo sich die technischen Möglichkeiten vergrößert und der finanzielle Aufwand verringert hat, sogar noch mehr Bedeutung als damals. Wenn also die politische Dimension der Kunst ernst genommen werden soll, führt an der Partizipation an Medien kein Weg vorbei. Interessant scheint in diesem Zusammenhang die von Benjamin erwähnte Kritik Huxleys:⁴⁸ Wenn der Privilegiertencharakter des Zugangs zu Kunstproduktion

⁴⁵ ebd.:369

⁴⁶ Benjamin, 1936/1939:369

⁴⁷ ebd.:370

⁴⁸ Aldous Huxley (1935): *Croisière d'hiver. Voyage en Amérique Centrale* (1933), Paris, S 273-275, zit. nach: Benjamin, 1936/1939:370

verloren gehe, vermehren sich die Kunstwerke in weit größerem Ausmaß als die Bevölkerung. Da aber der Anteil der Talentierten nicht gleichzeitig steige, führe das zu einem Niveauverlust der Kunst. Offenkundig übersieht Huxley an dieser Stelle den durch die technische Reproduktion verursachten Bedeutungswandel. Wo der Kultwert vom Ausstellungswert und seiner sozialkritischen Funktion ersetzt wird, spielt Talent keine Rolle mehr. Die Qualitätskriterien der traditionellen Kunst, die in ihrer Echtheit nur im Hier und Jetzt kontemplativ erfahren werden konnten, greifen in der fortschrittlichen Betrachtungsweise nicht mehr.⁴⁹ Damit schließt sich der Kreis und wir befinden uns direkt in der Begründung und Ursprungsidee der Offenen Kanäle. Aus dem Anspruch, gefilmt zu werden, wird der Anspruch, zu filmen.

Auch Brecht hat schon 1932 den Ansatz der – auch politisch verstandenen – Partizipation sehr klar formuliert: „Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln. Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, das heißt, er wäre es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen.“⁵⁰

Enzensberger hat seine Überlegungen zu einem „Emanzipatorischen Mediengebrauch“ in seinem „Baukasten zu einer Theorie der Medien“ aus dem Jahr 1970 dargestellt, in dem er sich klar als in der Tradition insbesondere von Benjamin stehend verortet.⁵¹

Um einen „Emanzipatorischen Mediengebrauch“ – im Gegensatz zum bisherigen „repressiven“ – zu ermöglichen, fordert Enzensberger eine Dezentralisation der Programme, die Möglichkeit für jeden Empfänger, Sender zu werden, die Mobilisierung der Massen, eine Interaktion der Teilnehmer und die Möglichkeit von

⁴⁹ vgl. zum Verhältnis Qualität-politische Tendenz auch Benjamin, 1934: 231f

⁵⁰ Brecht, Radiotheorie (1932), in: Gesammelte Werke, Band VIII, S. 129f, zitiert nach Enzensberger, 1970/1997:100

⁵¹ vgl. Enzensberger, 1970/1997:129ff

Feedback, einen politischen Lernprozess, eine kollektive Produktion und die gesellschaftliche Kontrolle durch Selbstorganisation.⁵²

Während einige dieser Punkte eine starke ideologische Ausrichtung aufweisen und von ihrer Entstehungszeit in den 1960er und 1970er Jahren her zu lesen sind, deuten andere schon sehr klar die Konturen der dann in der Folge realisierten Offenen Kanäle an. Der Text zählt damit wohl zu den wichtigsten Wegpunkten am Übergang von theoretischen Vorüberlegungen zu konkreteren Umsetzungsmaßnahmen der Kanäle in Deutschland.

Dass Enzensberger mit den dann verwirklichten Konzeptionen wohl nicht völlig zufrieden sein konnte, zeigt sich andererseits insbesondere an seiner im Text immer wieder erhobenen Forderung nach einer kollektiven Struktur. Die alleinige Sendemöglichkeit der RezipientInnen bleibt für ihn „unpolitisch und borniert, sofern diese Produktion auf individuelle Basterei“ hinausläuft und zur „harm- und folgenlosen Freizeitgestaltung“ verkommt.⁵³ Allein durch „fleißiges“ Senden und Empfangen werde sich die Medienfreiheit nicht einstellen.⁵⁴ Obwohl auch diese Aussagen klar ideologische sind, kann man in ihnen doch schon den Kern gewisser tatsächlich aufgetretener Problemfelder – insbesondere der Schwierigkeit, Inhalte nicht nur innerhalb von gesellschaftlichen Gruppen, sondern auch zwischen ihnen zu vermitteln⁵⁵, und dem Vorwurf, partizipatives Fernsehen sei nur eine Spielwiese für Selbstdarsteller – spüren.

3.2.3 Geschichte des Offenen Kanals

In vielen Ländern sind teilweise unter expliziter Berufung auf diese theoretischen Überlegungen partizipative Medienformen entstanden. Hier soll vor allem auf die in Deutschland seit 1984 in Betrieb stehenden Offenen Kanäle näher eingegangen werden, da ihr Entstehen einerseits unter deutlicher Bezugnahme auf die Theorie emanzipatorischen Mediengebrauchs von statten ging und sie andererseits bei der Gründung von Okto immer wieder als bestehendes Muster herangezogen wurden⁵⁶,

⁵² vgl. ebd.:116

⁵³ ebd.:109f

⁵⁴ ebd.:111

⁵⁵ vgl. Grisold, 2003:54

⁵⁶ vgl. www.offener-kanal.at

das als Vorbild dienen konnte, von dem man sich möglicherweise in Teilbereichen aber auch abgrenzen wollte.

Der Beginn des Bürgerrundfunks Mitte der 1980er Jahre in Deutschland ist ohne die Berücksichtigung der dargelegten theoretischen Überlegungen nicht adäquat zu erfassen und stand für die Intention, denjenigen eine kommunikative Plattform zu bieten, die in den professionellen Kanälen absehbar nicht zu Wort kommen würden⁵⁷. Die Offenen Kanäle sollten damit allen BürgerInnen den „freien und gleichberechtigten Zugang“⁵⁸ zu diesen elektronischen Medien“ garantieren und die Möglichkeit bieten, „sich selbstverantwortet mit selbstbestimmten Inhalten an die Öffentlichkeit zu wenden“⁵⁹. Darüber hinaus sollten die Kanäle der „medienpädagogischen und politischen Bildung“ dienen und Platz für „soziale und kulturelle Aktivitäten und Impulse“ bieten⁶⁰ und ein unverzerrtes oder zumindest anders verzerrtes Bild der Wirklichkeit liefern.

Dahinter steht die Erkenntnis, dass trotz der Vielzahl neuer Fernseh- und Radiofrequenzen viele BürgerInnenanliegen nicht an eine breitere Öffentlichkeit gelangen, da sich „herkömmliche“ Medien nur dann für ein Thema interessieren, wenn bereits ein öffentliches Interesse besteht, da sie gezwungen sind, auf ihre Verkaufszahlen zu achten. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist das falsche Medium für regionale Anliegen und auch im Internet gehen Mitteilungen regionaler Art aufgrund der enormen Streuung leicht unter. Offene Kanäle haben demgegenüber den Vorteil regionaler Gebundenheit und können etwa über Telefoneinschaltungen einen interaktiven Prozess tragen.⁶¹ Dieses politisch-kulturelle Potential wird auch häufig als Legitimation für die öffentliche

⁵⁷ vgl. Paukens, 2003:1

⁵⁸ Der Leiter des Offenen Kanals Berlin betont die Integrationsfunktion Offener Kanäle, welche selbst Personen mit unterschiedlichsten Werthaltungen, aufgrund der wechselseitigen Abhängigkeit, integrieren: „Wie anti-demokratisch, radikal-politisch, religiös-fundamentalistisch ein Nutzer [Anm.Verf. Produzent] auch immer sein mag, wenn er die Schwelle zum Offenen Kanal Berlin überschreitet, unterwirft er sich dessen Regeln. Er akzeptiert, dass er nur deshalb senden darf, weil und so lange der andere auch senden darf. Verliert der andere dieses Recht, betrifft es auch ihn. Er nimmt ein demokratisches Grundrecht für sich in Anspruch und kann es für sich selbst nur dann bewahren, wenn er die Grenzen dieses Grundrechts beachtet. Durch seine Aktivitäten im Offenen Kanal wird er Teil einer Gesellschaft, die von der Gleichheit und Freiheit aller Bürger ausgeht.“(Linke, 2004: 38)

⁵⁹ Zur grundlegenden Konzeption Offener Kanäle siehe außerdem Schütz, 2002: 19ff

⁶⁰ vgl. die „7 Thesen von Kleinrich“ zitiert nach Fürhapter, 2003:31

⁶¹ vgl. Pöttinger, 2002:3

Finanzierung (im Falle von Okto die Subventionierung durch die Stadt Wien) dieser Kanäle gesehen.⁶²

Der gleichberechtigte Zugang zum Massenmedium sollte in der ursprünglichen Konzeption – zu der mittlerweile auch in Deutschland Alternativen entwickelt wurden – durch die strikte Anwendung des so genannten „Prinzips der Schlange“ gewährleistet werden, nach dem diejenige Person oder Gruppe den ersten Zugriff auf Produktionstechnik und Programmplätze haben sollte, die sich als erstes anmeldete. Eine besondere Rezeptions- oder Publikumsorientierung, etwa über Programmstrukturierungen und Sendesparten oder die feste Zuweisung von Sendeplätzen an bestimmte Produktionsgruppen wurde abgelehnt.⁶³

Um noch einmal auf die üblicherweise vorgebrachte Kritik am „klassischen Fernsehen“ zurückzukommen – die sich mit Enzensberger, für den das Fernsehen 1988 nur noch ein „Nullmedium“⁶⁴ darstellte, in vier Thesen zusammenfassen lässt⁶⁵ – kann nun untersucht werden, inwieweit diese Kritik auf Offene Kanäle oder partizipative Sender nicht mehr zutrifft:

- (1) Die Manipulationsthese sieht die Massenmedien als Instrumente der politischen Herrschaft und wirft ihnen vor, mittels Propaganda und politischer Agitation ein passives Publikum im Sinne der Herrschenden zu beeinflussen.

In Bezug auf Offene Kanäle ließe sich hier argumentieren, dass deren ProduzentInnen aus der Masse der Bevölkerung kommen und zwar möglicherweise ebenfalls versuchen können, ihr Publikum zu beeinflussen, dies aber nicht unbedingt im Sinne der Herrschenden erfolgen muss. Als Kommunikationsplattform schafft der Kanal eben gerade die Möglichkeit, auch abweichende Meinungen über ein Massenmedium zu verbreiten.

⁶² vgl. beispielsweise Tiersch, 1995/2004:334

⁶³ vgl. Buchholz, 2003:76f

⁶⁴ „Man schaltet das Gerät ein, um abzuschalten.“, „technische Annäherung an das Nirwana“ (Enzensberger, 1970/1997:155f)

⁶⁵ vgl. Enzensberger, 1970/1997:145f

- (2) Bei der Nachahmungsthese wird dahingehend argumentiert, dass Massenmedien eine sittliche Gefährdung darstellen, und zwar in dem Sinne, dass das dauernde Voraugenführen von Verbrechen und Gewalt zu Abstumpfung und Gewöhnung führen kann.

Es lässt sich nicht unmittelbar argumentieren, warum ein Offener Kanal hier Vorzüge bieten sollte. Da sich der Vorwurf aber hauptsächlich gegen täuschend echt nachgestellte „Amoral“ in Spielfilmen oder sonstigen fiktionalen Formaten richtet, scheint die Gefahr der Abstumpfung bei Offenen Kanälen kleiner, zumal ihr Programm nicht im gleichen Ausmaß professionell erstellt wird und mehr durch Authentizität als durch Täuschung überzeugen will.

- (3) Gemäß der Simulationsthese wird das Publikum außerstande gesetzt, zwischen Wirklichkeit und Fiktion zu unterscheiden, gelegentlich wird die These dahingehend verschärft, dass eine Unterscheidung zwischen Wirklichkeit und Simulation überhaupt sinnlos geworden sei.

Es kann hier weitgehend auf den vorigen Punkt verwiesen werden. Ergänzend ist an dieser Stelle zu erwähnen, dass der Offene Kanal sich der Darstellung von Facetten der Wirklichkeit durch Personengruppen verschrieben hat, die sonst in Massenmedien nicht zu Wort kommen würden. Demzufolge wird hier versucht, ein vollständigeres Bild der Wirklichkeit zu bieten und eben keine Simulation.

- (4) Die abschließende Verblödungsthese kombiniert das bisher Vorgebrachte noch einmal und behauptet, dass das Fernsehen sich negativ auf Kritik- und Urteilsvermögen, moralische und politische Tugenden, das Wahrnehmungsvermögen und sogar die psychische Identität der KonsumentInnen auswirkt, die in der Folge zu einer Art „dauerberieselter Zombies“ verkommen.

Allein schon aus der Tatsache, dass der/die KonsumentIn durch das Medium des Offenen Kanals herausgefordert werden soll, selbst zum/zur ProduzentIn zu werden, folgt, dass das Konzept einen Bruch mit der herkömmlichen, rein passiven Berieselung versucht. Im Übrigen ist auf die bisherige Argumentation zu verweisen.

3.2.4 Diskussions- und Forschungsstand

Größer angelegte wissenschaftliche Arbeiten zur Thematik der Offenen Kanäle sind im deutschsprachigen Raum eher selten, der Großteil der verfügbaren Studien stammt aus der Erprobungsphase der Offenen Kanäle in Deutschland (von 1984 – 1987), da in diesem Zeitraum eine den Versuchsbetrieb begleitende Forschung gesetzlich vorgesehen war⁶⁶, in der Folge sind empirische Untersuchungen aber meist unterblieben.

Eine wichtige Informationsquelle stellen – neben kürzeren wissenschaftlichen Artikeln – damit einerseits Diplomarbeiten und Dissertationen und andererseits Studien für die deutschen Landesmedienanstalten dar, die – wenn auch nur vereinzelt – größere Forschungsprojekte durchführen ließen. Aktuelle Entwicklungen und Überlegungen spiegeln sich oft sehr schön in den Referaten, die im Rahmen der Jahrestreffen Offener Kanäle gehalten werden und die durchaus ein wissenschaftlichen Ansprüchen genügendes Niveau anstreben. Teilweise wird die Meinung vertreten, dass die eher schlechte Forschungslage darauf zurückzuführen ist, dass die Offenen Kanäle aufgrund des enormen Legitimationsdrucks, der auf ihnen lastet, vorhandene Mängel und nicht erfüllte Erwartungen eher zu verbergen suchen, statt eine wissenschaftliche Analyse zu unterstützen.⁶⁷

Allgemeine Tendenz der vorliegenden Analysen ist zunächst, dass es den Offenen Kanälen oft nicht gelingt, eine lokalpolitisch relevante Nahöffentlichkeit zu ermöglichen. Auch aufgrund der oft nur geringen inhaltlichen und formalen Qualität der Beiträge, ist die Akzeptanz unter den RezipientInnen und damit die Einschaltquote meist eher gering. Die Reaktion auf solche Befunde ist dann in der Folge der – schon oben behandelte – Ruf nach einer größeren Professionalität der ProduzentInnen.⁶⁸

⁶⁶ vgl. Fürhapter, 2003:11

⁶⁷ vgl. ebd.:12

⁶⁸ vgl. beispielsweise Buchholz, 2003:83; Grisold, 2003:54; Fürhapter, 2003:12f

Empirische Untersuchungen über die ProduzentInnen in Offenen Kanälen⁶⁹

Insbesondere in der Frühzeit der Offenen Kanäle sind wiederholt Studien über die ProduzentInnenstruktur durchgeführt worden.

1984 und 1987 durchgeführte Befragungen ergaben relativ übereinstimmend, dass die ProduzentInnen meist männlich, und überdurchschnittlich jung und gut gebildet waren. Bei der 1987 in Ludwigshafen durchgeführten Befragung verfügten 72 Prozent der ProduzentInnen schon über Vorkenntnisse im Journalismus oder über Video-, Film-, und Tontechnik. Es handelte sich überwiegend um auch abgesehen vom Offenen Kanal überdurchschnittlich aktive und sozial partizipierende BürgerInnen. 30 Prozent betrachteten ihre Tätigkeit als Berufsvorbereitung.

Die Frage ist nun, ob diese Ergebnisse als Widerspruch zur Erwartung einer „Demokratisierung“ der Massenmedien gewertet werden müssen. Ziel war ja ausdrücklich eine Darstellungsmöglichkeit für gesellschaftliche Gruppen, die sonst in Massenmedien nicht zu Wort kommen, wobei man wohl eher nicht an junge, gut ausgebildete Männer gedacht haben wird.

Etwas spätere Untersuchungen zeigen eine tendenzielle „Erstarrung“ der ProduzentInnenstruktur in zwei Richtungen: Einerseits alterten die ProduzentInnen mit der fortschreitenden Betriebsdauer des Kanals mit, andererseits – und damit natürlich im Zusammenhang stehend – wurde es für NeueinsteigerInnen immer schwieriger, sich gegen die bereits etablierten ProduzentInnenteams durchzusetzen. Ansonsten wurden die früheren Ergebnisse weitgehend bestätigt, so ergab eine in Rheinland-Pfalz durchgeführte Untersuchung ein Ansteigen des Durchschnittsalters von 40 auf 46 Jahre innerhalb kurzer Zeit. Dies bestätigt einerseits die These vom „Mitaltern“ der ProduzentInnen, zeigte aber auch, dass die Offenen Kanäle immer weniger in der Lage waren, technikbegeisterte junge Menschen anzuziehen.⁷⁰

Die Diskussion über die Aufgabe der Medienkompetenzvermittlung

⁶⁹ vgl. zum Folgenden Tiersch, 1995/2004:159ff

⁷⁰ vgl. Breunig, 1998:246

Das Bestreben, Menschen die Fähigkeit zu vermitteln, selbstständig mit Massenmedien umzugehen und zu arbeiten, ist den Offenen Kanälen natürlich von Beginn an immanent.

Laut Brandi setzten die deutschen offenen Kanäle in den 1980er Jahren dabei auf „Learning by doing“. Nach einer kurzen technischen Einführung an den Geräten wurde alles Weitere den angehenden ProduzentInnen überlassen. Wenn diese weitere Techniken, Methoden oder Fertigkeiten benötigten, mussten sie sich selbst darum kümmern. Es wurde damals davon ausgegangen, dass sich der kompetente Umgang mit den Medien bei deren aktiven Nutzung von selbst einstellt. Die KommunikationsassistentInnen beschränkten sich ganz strikt auf rein technische Hilfestellungen. Inzwischen hat es in Deutschland den Anschein, dass sich Offene Kanäle zu einer Art Medienkompetenzzentren entwickeln, wo medienpädagogische Maßnahmen einen größeren Stellenwert einnehmen. Brandi weist darauf hin, dass bei dieser Entwicklung die Gefahr besteht, dass angehende ProduzentInnen zu SchülerInnen einer ambitionierten Medienpädagogik degradiert werden. Dies mag auch zu einer „Begradigung“ führen, „(...) das heißt überspitzt formuliert: aus sumpfigen, unverwechselbaren und eigentlich unbegehbaren Nebenpfaden werden möglicherweise einheitlich ausgebaute Datenautobahnen im Mainstream.“⁷¹ Dieser Argumentationsstrang würde dafür sprechen, dass medienpädagogische Schulungsmaßnahmen im Rahmen einer Professionalisierung nicht vorteilhaft sind.⁷²

Andererseits könnte man argumentieren, dass gerade durch sorgfältig gewählte medienpädagogische Aktivitäten dazu beitragen werden kann, dass bestimmte Zielgruppen – etwa Gruppen abseits junger gut gebildeter Männer – zum kompetenten Medienumgang angeregt und befähigt werden.⁷³ Wenn nun aber die Arbeitsgruppe „Offene Kanäle Österreich“ Medienkompetenz als „Schlüsselqualifikation“ zur „Internationalen Wettbewerbsfähigkeit im Informationszeitalter“ bezeichnet⁷⁴, dann legt das eine Wortverwendung im Sinne von „Fertigkeit, Geräte zu bedienen“ oder auch der – aktuelleren – Qualifikation mit unübersehbaren Datenmengen effektiv arbeiten zu können nahe. Sicher nicht deckungsgleich dazu ist eine Konzeption von Medienkompetenz als „Befähigung, mit

⁷¹ vgl. Brandi, 2004: 46

⁷² vgl. ebd.: 42ff

⁷³ wie Brandi in Grundsätzen auch aufzeigt: siehe hierzu Brandi, 2004:42ff

⁷⁴ www.offener-kanal.at/deutsch/offene%20kanaele/bedeutung.htm

Medien kritisch und selbstbestimmt umzugehen⁷⁵. Ihrer Intention nach sollen Offene Kanäle wohl beide Arten von Medienkompetenz erhöhen, die Frage ist aber, ob die Überbetonung einer Komponente zu Lasten der anderen nicht das Gesamtkonzept in Frage stellt. Diese Problematik scheint im Zuge der geschilderten Professionalisierungs-Debatte durchaus gegeben und ist kontrovers zu diskutieren. In der unmittelbaren Praxis bei Okto kommt hierbei den KommunikationsassistentInnen eine zentrale Rolle zu.⁷⁶

3.3 Geschichte des partizipativen Fernsehens in Österreich

Während in Deutschland die Offenen Kanäle eine dritte Rundfunkform bilden⁷⁷, lässt sich die österreichische Landschaft nur in zwei Teilbereiche gliedern: in die öffentlich-rechtlichen Sender des ORF auf der einen Seite und die österreichischen Privatsender auf der anderen.⁷⁸

Österreich hat das öffentlich-rechtliche Fernsehmonopol erst relativ spät aufgegeben, da die Vorteile der Liberalisierung nicht durchwegs unkritisch gesehen wurden (Stichwort Quotenfalle).⁷⁹ Das führte zu wenig schmeichelhaften Etikettierungen des Landes als „Medien-Kasachstan“ oder schlicht „Bananenrepublik“.⁸⁰ Die tatsächliche Liberalisierung des Fernsehmarktes erfolgte in Österreich – als letztem Land Europas⁸¹ – durch eine Entscheidung des EGMR 1995 und in der Folge durch das Privatfernsehgesetz (PrTV-G) aus dem Jahr 2001, in dessen Gefolge es auch zur Erlassung eines adaptierten ORF Gesetzes kam. Erst durch das PrTV-G gelang Österreich die endgültige Etablierung des dualen Rundfunksystems. Auf Basis des PrTV-G werden heute acht terrestrisch übertragende Fernsehkanäle betrieben, wobei nach wie vor nur ein einziger – ATV – bundesweit sendet.⁸²

⁷⁵ vgl. Fürhapter, 2003:88f

⁷⁶ vgl. Kap 4.2

⁷⁷ vgl. Breunig, 1998:236

⁷⁸ Okto ist deshalb im Sinne des Grundsatzes „tertium non datur“ trotz einiger abweichender Spezifika rechtlich klar der Gruppe der „Privatsender“ zuzuordnen.

⁷⁹ vgl. Grisold, 1996:32ff

⁸⁰ vgl. Petritsch, 2007:166

⁸¹ vgl. ebd:169

⁸² vgl. Petritsch, 2007:170

In Deutschland sind die Offenen Kanäle öffentlich-rechtlich über das Medienrecht organisiert und in verschiedenen Varianten eng mit den Landesmedienanstalten verbunden. Eine ähnliche öffentlich-rechtliche Grundlage gibt es in Österreich nicht. Okto ist deshalb grundsätzlich als Privatfernsehen zu qualifizieren, was auch durch das Betreiben des Kanals in der Rechtsform einer Kapitalgesellschaft zum Ausdruck kommt. Rechtliche Grundlage für Okto ist damit das Privatfernsehgesetz 2001.

Damit ist von vornherein klar, dass Okto allein aus seinen Rahmenbedingungen heraus nicht völlig dem Typus des Offenen Kanals in Deutschland entsprechen kann. Dies sagt aber noch nichts über die inhaltliche Konzeption und die Funktion, die der Kanal erfüllen will, aus.

3.3.1 Vorformen partizipativen Fernsehens in Österreich

Die Voraussetzungen für einen „vollwertigen“ Offenen Kanal oder einen ähnlichen privatrechtlich geführten Fernsehkanal mit partizipativ gestaltetem Sendeprogramm waren somit in Österreich rechtlich gesehen erst seit der Liberalisierung des Rundfunks gegeben. In anderen Staaten hingegen (wie Deutschland, Großbritannien, Australien oder den USA) haben Bürgermedien eine bedeutsame Tradition aufzuweisen. Sie entstanden hier zum Großteil bereits gegen Mitte der 1980er in Verbindung mit dem Aufkommen des privaten Rundfunks.⁸³

Aber auch in der österreichischen Fernsehgeschichte findet sich eine ganze Reihe von Vorformen des „Fernsehens 3. Art“⁸⁴. Okto hat insofern durchaus eine „Vorgeschichte“.

Die ersten Versuche von partizipativen Videobewegungen wurden ebenso wie in Deutschland in den 1970er und 1980er Jahren gestartet, wobei insbesondere die Projekte von Valie Export und Peter Weibel, die das erste Mal in Österreich das Video-Format einsetzten, zwar Vorbildwirkung hatten, aber noch nicht explizit partizipatorisch ausgerichtet waren. Erste Initiativen, die sich bewusst an der Theorie teilnehmender Medien orientierten, waren das ebenfalls auf Videobasis betriebene Projekt „Planquadrat“ und die Arbeiten der „Video Initiative Graz“ rund

⁸³ vgl. Paukens, 2003:1 und Schütz, 2002:31ff

⁸⁴ vgl. Reck, 1994

um Peter Huemer mit ihren Videoprojekten „Lokales Fernsehen Burgenland/Steiermark“.

Einen frühen Höhepunkt dieser Bemühungen stellte dann das von Sepp Auer, Peter Hueber und Hans Kronberger initiierte Projekt „Arbeiter machen Fernsehen“ dar. Es handelte sich dabei um eine Reihe von Videoprojekten, die von den Initiatoren gemeinsam mit einer Reihe von ArbeiterInnen über Themen des Alltags und der Arbeitswelt der ArbeiterInnen durchgeführt wurden. Es wurde dabei bewusst auf die allgemein geforderte „wissenschaftliche Distanz“ verzichtet: Persönliche Kontakte und Freundschaften wurden nicht vermieden, da man eigene Überlegungen und Erfahrungen ebenso weitergeben wollte, wie man auch Überlegungen und Anregungen „von unten“ zu integrieren versuchte. Im Ergebnis wurden rund 70 Stunden Videoband- und 40 Stunden Tonbandaufzeichnungen hergestellt, die einen intensiven sozialen Prozess dokumentieren, der durch die gemeinsame Arbeit in Gang gekommen war.⁸⁵

Am bekanntesten wurde der Film „Stahlsplitter“, der den Arbeitsprozess in den „Vereinigten Edelstahlwerken“ in Mürzzuschlag und Hönigsberg und den Alltag der ArbeiterInnen anhand „eines gewöhnlichen Arbeitstags“ im Leben des 52-jährigen Stahlarbeiters Rudolf Fritz, der als Rahmenhandlung diente, schilderte. Rudolf Fritz war dabei als „idealtypisches Bild eines Arbeiters“ ausgewählt worden, er war so, wie die Stahlarbeiter sich selbst gern sahen.⁸⁶

Ein Facharbeiter fasste damals die Meinung vieler seiner Kollegen nach Betrachtung des Films folgendermaßen zusammen: „Ja, ich glaub´ schon, machen kann den Film jemand anderer auch, aber nicht mit dieser Wirkung, weil ja niemand das Vertrauen hat. Ich glaube, es würde dann viel nicht gesagt werden und vieles nicht gezeigt werden, weil ja wer anderer nicht weiß, wo die Probleme liegen, wo es die Schwierigkeiten gibt. Und das, glaub ich, ist am besten aufgezeigt worden. Es geht gar nicht anders.“⁸⁷ Man kann wohl sagen, dass das eine ausgezeichnete Zusammenfassung dessen ist, was man sich damals an positiven Wirkungen vom öffentlichen Zugang zur Produktion in Massenmedien wünschte. Auf welche

⁸⁵ vgl. Auer et al.,1980:9ff

⁸⁶ vgl. ebd.:33

⁸⁷ vgl. ebd.:29

Widerstände diese Ambitionen stießen, zeigte sich hingegen sofort an der Reaktion des damaligen Werksdirektors, der sich gegen eine öffentliche Vorführung des Films wehrte, nicht wegen der schlechten Arbeitsbedingungen, die gezeigt würden, „sondern weil es nicht gut ist für die hier Verbleibenden, und das sind ja die Arbeiter, die Angestellten, also die Mitglieder der Firma.“ Inwieweit die MitarbeiterInnen diese Aussage als Drohung verstehen mussten, lässt sich aus der Distanz nicht leicht beurteilen. Statt die kulturelle Selbstständigkeit der ArbeiterInnen zu fördern, wollte der Direktor in Hinkunft jedenfalls lieber „Kultur in die Arbeitswelt tragen“, einige Wochen später sollte es in der neuen Werkshalle zu einer Aufführung avantgardistischer Musik kommen.⁸⁸

Weitere Filmprojekte waren unter anderem „Es werden Schritte unternommen...“, ein Film, der ganz von Lehrlingen gedreht wurde und deren Probleme beleuchten sollte, „Früher und heute ist wie Tag und Nacht“, das in der ÖBB-Hauptwerkstätte entstand und „Emailsplitter“ zur Arbeitssituation insbesondere auch von Frauen in der Austria Email. In ihrem Geleitwort zur schriftlichen Aufarbeitung des Projektes konstatierte die damalige Ministerin für Wissenschaft und Forschung, Dr. Hertha Firnberg, nicht nur, dass die Begleituntersuchung gezeigt habe, „dass unter günstigen Bedingungen auch so genannte ‚Laien‘ in der Lage sind, fernsehgeeignete Programme zu produzieren“, sie sah auch bereits – etwa 25 Jahre vor dem Start von Okto – die konkrete Möglichkeit, einen derartigen Mediengebrauch in einem „künftigen lokalen Kabel-Fernsehnetz“, zu etablieren und „breiten Schichten der Bevölkerung aktiven Zugang zu den Massenmedien“ zu verschaffen, wodurch etwa „die Berichterstattung aus der Arbeitswelt“ in Fluss geraten könnte.⁸⁹

Tatsächlich kam es in der Folge aber zwar zu einigen Vorführungen der Filme in der Umgebung der Werke und auch an Universitäten, der ORF weigerte sich aber, die Filme in sein Programm aufzunehmen. Ein Offener Kanal etablierte sich in Österreich vorerst nicht.⁹⁰ Die österreichischen Projekte hatten aber durchaus Vorbildcharakter für die damals noch in der Planung befindlichen deutschen Projekte.

⁸⁸ vgl. Auer et al.,1980 :64f

⁸⁹ vgl. ebd.: 7f

⁹⁰ vgl. Schütz, 2002:65ff und Fürhapter, 2003:7ff

In Österreich gab es 1984 konkrete Bemühungen für ein offenes Bürgerfernsehen⁹¹ im Raum Salzburg. Damals richtete das zuständige Bundesministerium ein Studio ein, in dem untersucht wurde, wie die Bevölkerung ein Medium dieser Art nutzen würde. Man kam aber zu dem Schluss, dass die „offene, kommunikative Infrastruktur“ – eine Stufe vor dem Bürgerfernsehen angesiedelt – noch zu gering ausgebildet sei, um das Potential des Mediums ausschöpfen zu können.

Erst mit der Etablierung des Privatrundfunks⁹² wurde das Thema „Offener Kanal“ in Österreich wieder stärker diskutiert. 1993 wurden die Möglichkeiten eines „Fernsehens 3. Art“ bei einem Symposium an der Hochschule für angewandte Kunst breit diskutiert.⁹³

In der Folge wurde vom Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaften das Projekt „UTV Wien“ lanciert. Dabei sollte zuvorderst den StudentInnen die Möglichkeit gegeben werden, sich durch den Erwerb von Rundfunk- und Fernsehpraxis Medienkompetenzen anzueignen, das Projekt startete deshalb auch als „Inhouse Report“ am Institut. Auf der anderen Seite sollte die Universität durch das eigene Fernsehen aber auch ein Sprachrohr erhalten. Das Programm wurde zunächst über Monitore am Institut übertragen, später sendete man auch auf einem zweiwöchentlichen Sendefenster auf Wien1. Damit und insbesondere mit der Konzentration auf das Internet als Sendeplattform ab dem Jahr 2000 wurde die engere Ausrichtung auf Universitätsthemen aufgegeben, man arbeitete nun mit Internet-Streaming und Video-On-Demand. Dabei wurden über 300 Filme archiviert, die über die Homepage abrufbar waren, gleichzeitig kam es projektbezogen immer wieder zu Live-Übertragungen. Insbesondere aufgrund eng begrenzter finanzieller Mittel und einer geringen institutionellen Verankerung konnte sich UTV aber einerseits nicht als Universitätsfernsehen etablieren, andererseits blieb die Öffnung gegenüber

⁹¹ Fürhapter, 2003:9f

⁹² Auf die für die österreichische Medienlandschaft sehr spannende Phase der „Piratenradios“ kann hier nicht eingegangen werden. Es scheint aber argumentierbar, dass ohne den damals erzeugten „Druck von unten“ eine Öffnung des österreichischen Mediensystems noch länger auf sich warten hätte lassen.

⁹³ vgl. Reck, 1994

außerstudentischen Produktions- und Rezeptionsstrukturen eingeschränkt. 2006 ist UTV eine Kooperation mit Okto eingegangen.⁹⁴

Ein anderes Projekt, das eine Nähe zu partizipativem Fernsehen aufweist, war das ab 1999 über den Infokanal von UPC Telekabel im Wiener Kabelnetz übertragene Programm von „T.I.V.“ – True Image Video. T.I.V. wollte als „*sexy Sender*“⁹⁵ (Okto-MitarbeiterIn) „*cooles Fernsehen für coole Leute*“⁹⁶ (Okto-MitarbeiterIn) machen und ist als lokales Privatfernsehen einzustufen, konnte aber aufgrund seiner inhaltlichen und personalen Ausrichtung als „Fernsehen 3. Art“ bezeichnet werden. Es wurde täglich zwei Stunden im Hauptabendprogramm gesendet, der inhaltliche Schwerpunkt lag auf der Wiener Musik- und alternativen Kulturszene. Der Sendebetrieb war nicht zuletzt nur dank dem Engagement von über 100 ehrenamtlichen Helfern aufrechtzuerhalten, was das Projekt in ein eindeutiges Naheverhältnis zu partizipativem Fernsehen rückt. Ende 2001 hat T.I.V. seinen Sendebetrieb eingestellt.⁹⁷

Es darf nicht übersehen werden, dass den Offenen Kanälen zwischenzeitlich mit dem Internet ein großer Konkurrent erwachsen ist, da hier das Hochladen eigener Medienprodukte und somit die – zumindest theoretische – massenmediale Verbreitung in den verschiedensten Varianten möglich ist. Im Besonderen ist hier das Indymedia-Netzwerk⁹⁸ zu nennen, in dem jeder Texte, Fotos und Videos veröffentlichen kann und in dem es keine Zensur gibt, was die Grundprinzipien der ursprünglichen Offenen Kanäle beinahe in idealtypischer Form erfüllt.⁹⁹

Gleichzeitig liefen ab dem Jahr 2000 konkrete Vorbereitungen für die Etablierung eines „Community-TV Wien“, wobei insbesondere vom „Arbeitskreis Offener Kanäle in Österreich“ Überzeugungsarbeit geleistet wurde. Das Ergebnis dieser Bemühungen ist Okto, das somit wie gezeigt nicht nur auf ausländische Erfahrungen, sondern auch auf recht unterschiedliche Vorformen und Vorarbeiten in Österreich zurückgreifen kann, was sich allein schon an der Tatsache zeigt, dass

⁹⁴ vgl. www.utv.at

⁹⁵ Interview 2

⁹⁶ vgl. Interview 2

⁹⁷ vgl. Altendorf, 2002

⁹⁸ vgl. <http://de.indymedia.org/>

⁹⁹ vgl. beispielsweise Behling, 2006

etwa mit Peter Hueber im Hintergrund von Okto ein Mann tätig ist, der bereits am Projekt „Arbeiter machen Fernsehen“ maßgeblich beteiligt war, während Alf Altendorf, Geschäftsführer von T.I.V., an der Machbarkeitsstudie 2002 mitarbeitete.

3.3.2 Die Gründung von Okto

Mit Jänner 2004 wurde „top-down“ ein „*ProponentInnenkomitee*“¹⁰⁰ in Form eines gemeinnützigen „Vereins zur Gründung und zum Betrieb Offener Fernsehkanäle Wien“ konstituiert, mit dem Ziel der Etablierung eines partizipativen Kanals für Wien. Alf Altendorf, der dem Kreise der ProponentInnen eines Offenen Kanals im „traditionellen“ Sinne zuzuordnen ist und für einen „bottom-up“ organisierten Sender plädierte, beschreibt dies folgendermaßen: „Was ist geschehen? Nachdem breite Trägerschaft aus der Szene von [Anmerkung Verf., Wiens Vizebürgermeisterin Grete] Laska abgestellt worden war, besetzte die Stadt im Dezember einen neuen Vorstand für das Projekt.“¹⁰¹ Kritisiert wird von Altendorf vor allem, dass mit dem achtköpfigen AutorInnenteam der Machbarkeitsstudie, auf die sich der Trägerverein häufig beruft, keine Gespräche stattgefunden haben, diese trotz ihrer Expertise nicht in den Trägerverein berufen worden sind und auch bei der späteren Ausschreibung der Position der/des Geschäftsführerin/Geschäftsführers und der Programmintendanz im Herbst 2004 nicht zum Zug gekommen sind. Von Seiten Altendorfs, welcher im Rahmen einer Teambewerbung auch an der Ausschreibung der Leitungsfunktionen des Senders teilgenommen hat,¹⁰² aber auch Juliane Altons¹⁰³ (IG-Kultur Vorarlberg) wird der Stadt Wien, insbesondere SPÖ-Gemeinderat Jürgen Wutzlhofer, der bei der Bestellung des Geschäftsführers ein Veto-Recht innehatte, vorgeworfen, massiv die eigenen Interessen und Vorstellungen artikuliert zu haben. Die Entscheidung bei der Bestellung des Geschäftsführers fiel zu Gunsten des vormals Vorstandsvorsitzenden von Radio Orange 94.0, Christian Jungwirth, und bei der Programmintendanz auf Barbara Eppensteiner, langjährige Leiterin des Medienzentrums und Mitarbeiterin von Jürgen Wutzlhofer. Diese Vorwürfe weist Geschäftsführer Jungwirth dezidiert zurück: Die Stadt Wien wäre lediglich bei der Bestellung des Geschäftsführers im Besitz eines Vetorechtes gewesen, um im Bezug auf Förderintensität und im Sinne einer Risikoabwägung sicherstellen zu können, dass die kaufmännische

¹⁰⁰ Interview 4

¹⁰¹ Altendorf, 2005:3

¹⁰² vgl. ebd.:5

¹⁰³ siehe hierzu ausführlicher: Alton, k.A.

Geschäftsführung über ausreichend betriebswirtschaftliches Know-How und Erfahrung verfügt. Darüber hinaus, so Jungwirth, hätte es bei seinem Hearing von Seiten Jürgen Wutzlhofers „nicht einmal einen Kommentar gegeben“.¹⁰⁴ Neben den Qualifikationen hätte bei der Bestellung der Leitungspositionen auch die Geschlechterparität eine wesentliche Rolle gespielt. Barbara Eppensteiner sei schließlich eine der wenigen ausgewiesenen Expertinnen im Bereich der Medienpädagogik in der Stadt, wohl auch aufgrund ihrer langjährigen Tätigkeit beim Medienzentrum.¹⁰⁵

Was eine etwaige politische Einflussnahme durch die Stadt Wien betrifft, so entgegnet der Okto-Geschäftsführer im Zusammenhang mit der Grundsubventionierung durch die Stadt Wien:

„Im Gegenteil: Ich habe immer wieder versucht, teilweise für langfristige strategische Ziele irgendwie herauszuhören seitens der Stadt, ob es Präferenzen gibt. Weil es gibt noch immer natürlich Vertiefungsmöglichkeiten (...). Es ist eher Entsetzen was ich dabei ernte und großes Kopfschütteln [Anmerkung Verf., im Sinne von]: ‚Sie sind der Geschäftsführer einer unabhängigen GmbH. Sie haben tunlichst selbst in Eigenverantwortung die strategischen Entscheidungen mit Ihrem Vorstand für diesen Betrieb zu treffen‘.“¹⁰⁶ (Okto-Geschäftsführer)

Mit Februar 2005 wurden schließlich die organisatorischen Rahmenbedingungen für den Aufbau und Betrieb des in Aussicht stehenden Community-Senders geschaffen, welcher schließlich im Herbst 2005 mit dem Namen „Okto“ auf Sendung ging und sich von bisherigen Offenen Kanälen in seiner Konzeption bewusst unterscheidet.

¹⁰⁴ Interview 4

¹⁰⁵ vgl. Interview 4

¹⁰⁶ Interview 4

4 Das Community-TV Okto und seine Professionalität

Analog zur Vorstellung des Offenen Kanals (3.1) wird nun im Rahmen dieses Kapitels zunächst die konzeptionelle Verortung Oktos in den Blick genommen (4.1) um dann näher auf die empirisch aufgefundenen Umsetzungen vor allem des Prinzips der Professionalität einzugehen (4.2).

4.1 Zur Konzeption von Okto

Bei der Gründung von Okto wurde bewusst eine Konzeption gewählt, welche von der Ursprungsidee Offener Kanäle abweicht. Sie steht exemplarisch für einen Paradigmenwechsel des Leitbilds Offener Kanäle und entspringt zum großen Teil den (vom Feld „Okto“ als negativ gewerteten) Erfahrungen im Zusammenhang mit der Praktizierung von Offenen Kanälen in ihrer Ursprungsversion, vor allem jenen Erkenntnissen, welche anhand der deutschen „Versuchsobjekte“ gewonnen werden konnten. Die Kritik an diesen basisdemokratischen Medien, denen es vor allem an den nötigen finanziellen Mitteln, Tragfähigkeit, ZuschauerInnen, Gegenöffentlichkeit und Nachhaltigkeit mangelte, dient gleichzeitig auch als Legitimation dieser Neuorientierung:

„Wir haben von den Fehlern der Deutschen gelernt“, so der Okto-Geschäftsführer im Rahmen der Journalist Lectures 2006 in Wien. „Okto ist Österreichs erstes und derzeit einziges partizipatives und nicht kommerzielles Fernsehprojekt. Wir haben auf international vergleichbaren Modellen aufgebaut und uns auf best practice-Beispiele konzentriert. Dadurch konnten wir so manche historischen Irrwege partizipativer Medien auf der Seite lassen.“¹⁰⁷

Auf die Eckpunkte des Selbstverständnisses von Okto soll in der Folge näher eingegangen und somit eine konzeptionelle Verortung Oktos innerhalb der heterogenen Landschaft partizipativer Medien vollzogen werden. Festzuhalten ist,

¹⁰⁷ Hummel/Jungwirth, 2007:16

dass dieses Selbstverständnis innerhalb des Feldes variiert. Zum einen wird es von AkteurIn zu AkteurIn differenziert wiedergegeben, zum anderen lässt sich auch bei einem Vergleich der verschiedenen Publikationen des Senders, wie beispielsweise der Vision des Senders („Okto Manifesto“)¹⁰⁸, mit den „Richtlinien und Grundsätzen von Okto“¹⁰⁹, und den allgemeinen Presseinformationen, welche auf der Homepage aufbereitet werden, keine einheitliche bzw. kontinuierliche Linie im Inhalt ausfindig machen, wenngleich sich eine Schnittmenge an gemeinsamen Prinzipien abzeichnet. Die unterschiedlichen Sichtweisen der AkteurInnen sollen an dieser Stelle jedoch nicht ignoriert werden, sondern in die nachstehende Darstellung miteinbezogen und thematisiert werden.

Auf der einen Seite handelt es sich bei der Konzeption von Okto um jene drei Prinzipien, die bereits in Kapitel 3.1 als die, den „Idealtypus“ des Offenen Kanal kennzeichnenden, herausfiltriert worden sind, auch, wenn diese zum Teil im Feld anders als in ihrer ursprünglichen Bedeutung bzw. neu interpretiert werden. Auf der anderen Seite werden diese drei durch ein neues Prinzip ergänzt. Okto ist aus der Sicht der Akteure partizipativ, komplementär, nicht-kommerziell und professionell.

Partizipativ

Okto ist als partizipatives Medium konzipiert¹¹⁰. Als Kommunikationsplattform stellt der Sender die nötigen Rahmenbedingungen – Infrastruktur, Schulung und Betreuung – den Communities zur Verfügung und eröffnet ihnen die Möglichkeit, sich mit ihren zum Großteil ehrenamtlich produzierten Beiträgen an die Öffentlichkeit zu wenden.

Das Community-TV bedient sich überwiegend des „*citizen journalism*“¹¹¹ (Okto-Geschäftsführer). Die ProduzentInnen berichten als Experten aus ihrer Alltagswelt – eine Berichtsform, die vom klassischen Journalismus abweicht und als Kreativressource geschätzt wird:

„Wir bewegen uns mit der überwiegenden Anzahl der Community-Magazine im Feld des ‚citizen journalism‘, was eine ganz besondere Qualität hat. Nämlich die,

¹⁰⁸ vgl. Okto Manifesto. Community-Fernsehen Wien

¹⁰⁹ vgl. Richtlinien und Grundsätze von Okto

¹¹⁰ Richtlinien und Grundsätze von Okto:1

¹¹¹ Interview 4

*dass ich die Leute mit einem gewissen Anspruch der Subjektivität, auch mit höchster Authentizität und höchster inhaltlicher Kompetenz über ihre Lebenswelten berichten lasse, über ihre Alltagskulturen.*¹¹² (Geschäftsführer)

Komplementär

Okto versteht sich als Komplementärmedium: ein nichtkommerzielles Mediums das eine Ergänzung zum öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Fernsehen darstellt. Im Rahmen dieser Forschung hat sich herauskristallisiert, dass die Komplementarität innerhalb des Feldes unterschiedlich interpretiert wird.

Auf der Ebene der ProduzentInnen wird der Sender mehr als Gegenpol denn als Ergänzung zum öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Rundfunk wahrgenommen, im Sinne von: ich produziere etwas, das experimentell¹¹³ ist und das abseits des medialen Mainstreams liegt.

Dem Geschäftsführer und der Programmintendanz ist es hingegen ein Anliegen, Tabus zu brechen und jenen Gruppen der Gesellschaft ein Sprachrohr zur Verfügung zu stellen, welche vom medialen Mainstream nicht erfasst werden. Als eine der Kernaufgaben wird das „Empowerment“ von bestimmten Gruppierungen am Rande der Zivilgesellschaft betrachtet. Um dem Anspruch der Komplementarität gerecht zu werden, geht der Sender aktiv auf bestimmte, von ihm als *„in der Öffentlichkeit unterrepräsentiert“*¹¹⁴ (Okto-Geschäftsführer) deklarierte Communities zu und ermutigt diese, über ihre Alltagswelt Bericht zu erstatten.¹¹⁵ Darüber hinaus sollen all jene Themenbereiche, bei denen die hierfür relevanten und gewünschten gesellschaftlichen Gruppen nicht von selbst auf den Sender zugehen oder es keinen Zugang zu den Communities gibt, durch Eigenproduktionen abgedeckt werden.

Durch diesen gestalterischen Einfluss, den der Sender auf das Programm und die ProduzentInnen ausübt, kann man dem Anspruch auf Komplementarität im engeren Sinne (vgl. Kapitel 3.1) nicht mehr gerecht werden. Okto kann (technische Restriktionen), darf (rechtliche Restriktionen) oder will auch nicht (Eigenrestriktionen wie Richtlinien, Projektanträge) die ganze Komplementärmenge zum öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Rundfunk abdecken, weshalb an dieser Stelle der Begriff der „Komplementarität“ durch den der „selektiven Komplementarität“ zu ersetzen ist: nicht die ganze Ergänzungsfläche wird

¹¹² Interview 4

¹¹³ vgl. Interview 2

¹¹⁴ Interview 4

¹¹⁵ in der Fachliteratur unter dem Schlagwort „affirmative action“ bekannt

repräsentiert, sondern es werden nur vereinzelte Bereiche der Gesellschaft nach selbstdefinierten Kriterien herausgegriffen und dargestellt.

Nicht-kommerziell

Im engen Zusammenhang mit dem Charakteristikum der Komplementarität und der, damit einhergehenden, Abgrenzung zum privatwirtschaftlich-kommerziellen Sektor steht die Eigenschaft des nicht-kommerziellen Mediums. Geschäftsführer Christian Jungwirth beschreibt das Geschäftsmodell von Okto im Rahmen seines Diskussionsbeitrages bei den Journalist Lectures 2006 folgendermaßen: „In unserem Geschäftsmodell steht Gewinn nicht im Vordergrund, vielmehr geht es darum, ein komplementäres Programm anzubieten und ergänzend in einer Programmlandschaft aufzutreten, die sich immer stärker – sowohl im privaten als auch im öffentlich-rechtlichen Bereich – kommerzialisiert.“¹¹⁶ Das Programm Oktos ist nicht durch den Markt bestimmt, Werbung in Form von klassischen Werbefenstern findet nicht statt. Jedoch ist den einzelnen Sendungsteams das Anwerben von Sponsoren (sog. „Sendungspatronanz“) gestattet, um ihnen die Möglichkeit zu bieten, (zusätzliche) finanzielle Mittel zu lukrieren. Ausgenommen von der Patronanzwerbung sind: Werbung für Parteien, Vereine, Glaubensgemeinschaften, Drogen und Erotikhotlines. Des Weiteren ist es den Communities untersagt, mittels Beitragsinhalten Eigen- bzw. Fremdwerbung zu veranstalten, wobei hier eine Grenzziehung nach nicht normierten Kriterien erfolgt.¹¹⁷ So bewegt sich beispielsweise „AugustinTV“ im legitimen Bereich, da im Rahmen dieser Sendung keine Spendenaufrufe für den „Augustinkonzern“¹¹⁸ (Programmintendantin) getätigt werden und auch nicht die Augustinzeitschrift beworben wird. Sondern es handelt sich hierbei um eine journalistische Sendung, die sich mit sozialpolitischen Themen auseinandersetzt.¹¹⁹ In Zukunft möchte man bei Okto im Bereich der Unterstützung von gemeinnützigen Organisationen jedoch ein wenig weitergehen, wie die Programmintendantin darlegt. So wird derzeit ein Konzept erarbeitet, wie man „social advertising“¹²⁰ (Programmintendantin), die Förderung von Institutionen, die zivilgesellschaftliche Anliegen bewerben und unterstützen, möglich machen könnte.

¹¹⁶ Hummel/Jungwirth, 2007:19

¹¹⁷ vgl. Interview 3

¹¹⁸ vgl. Interview 5

¹¹⁹ vgl. Interview 5

¹²⁰ Interview 5

Auch wenn Okto ein werbefreies Medium darstellt, „gibt es Dinge, die sind irgendwie so wichtig, dass wir für die schon werben.“¹²¹ (Programmintendantin)

Professionell

Zwar wird die Professionalität als Prinzip des Senders im Feld nicht direkt wiedergegeben, dieses lässt sich aber als Überbegriff für zahlreiche Schlagwörter begreifen, welche auf eine Professionalisierung des Senders abzielen. Die unterschiedlichen Ausprägungen der Professionalität bei Okto machen einen zentralen Unterschied zur Konzeption offener Kanäle aus und sind nicht zuletzt Ursprung der auftretenden Spannungsverhältnisse. Im nächsten Kapitel werden die vorgefundenen Umsetzungen dieses Prinzips innerhalb von Okto ausführlich dargestellt.

4.2 Professionalisierung bei Okto

4.2.1 Aufbau und Organisation

Okto-GmbH und Trägerverein

Aufgrund der rechtlichen Situation in Österreich war es bei der Gründung von Okto notwendig, eine Gesellschaft zu gründen, die den operativen Betrieb von Okto übernimmt. Der Trägerverein¹²², in dem österreichweit anerkannte Persönlichkeiten aus der Medienwelt sitzen, übernimmt strategische Funktionen. Bei der Auswahl der Vorstandsmitglieder des Trägervereins (der im Feld oftmals als „*der Vorstand*“¹²³ angesprochen wird) durch politische Verantwortungsträger der Stadt Wien wurde darauf geachtet, Personen zu finden, die über medienpolitische Kompetenz verfügen und gleichzeitig „*parteilich nicht unmittelbar zuordenbar*“¹²⁴ (Okto-Geschäftsführer) sein sollten. Der Trägerverein/Vorstand übernimmt innerhalb von Okto die langfristige strategische Ausrichtung. Die führenden Gremien der Gesellschaft erhalten strategische Vorgaben im Rahmen von Klausuren, die langfristig umzusetzen sind. Im Gespräch mit den leitenden Personen der GmbH ist dieser strategische Einfluss bemerkbar. Es handelt sich also nicht nur um einen pro

¹²¹ Interview 5

¹²² zum Trägermodell siehe Altendorf, 2002:98

¹²³ vgl. beispielsweise Interview 4

¹²⁴ Interview 4; zu den Mitgliedern – siehe hierzu ausführlicher www.okto.tv

forma „Rat der Weisen“, sondern um ein aktives Steuerungsgremium, das entschlossen für bestimmte Entwicklungen bei Okto eintritt. Als Beispiele für solche strategischen Ziele wurden der Aufbau einer alternativen Nachrichtenredaktion, der Ausbau von Eigenproduktionen, sowie das aktive Zugehen auf Communities, die noch nicht im Okto-Programm vertreten sind, genannt.¹²⁵

Die Okto-GmbH wird rechtlich von einem Geschäftsführer geleitet, im Feld wird allerdings durchgängig betont, dass es eine kollegiale Führung aus Geschäftsführer und Programmintendanz gebe. Diese beiden haben die Leitungsfunktion des operativen Betriebs inne und sind direkt dem Vorstand gegenüber verantwortlich. Der Geschäftsführer kümmert sich um Belange des technischen und finanziellen Ablaufs, sowie um Prozessoptimierung und Koordination anderer laufender Aktivitäten. Die Programmintendanz steht dem Programmteam vor, das sich um das laufende Programm kümmert. In ihren Kompetenzbereich fallen inhaltliche Fragen sowie Fragen der Sendeplatzvergabe und Programmgestaltung. Von Seiten der Geschäftsführung wird von einer „*top-down*“-Organisation¹²⁶, also einer hierarchischen gesprochen, die damit begründet wird, dass es sich bei Okto um ein äußerst ressourcenintensives Projekt handelt und der Geldgeber damit begründetes Interesse an einer geregelten und nachvollziehbaren Gebarung der Finanzen habe. Demgegenüber wird auf den Infoabenden für angehende ProduzentInnen der Aufbau von Okto von seinen MitarbeiterInnen vollkommen unhierarchisch als „*Support-Plattform*“ beschrieben, in der keine Weisungsstrukturen erkennbar sind.¹²⁷

Die statische Struktur ablösend ist in Zukunft (bis 2008) für bestimmte Projekte, die besonders auf personelle bzw. sachliche Ressourcen zugreifen, die Etablierung einer Matrixstruktur geplant. Zunehmend generalistisch ausgebildete Okto-MitarbeiterInnen sollen projektbezogenen Leitungsfunktionen übernehmen. Die zwei Sendungen „Europa und der Stier“¹²⁸ sowie „Vitam in C“¹²⁹ sind als von der EU geförderte Projekte schon heute in dieser Form eingebunden.

¹²⁵ vgl. Interview 4 und Interview 5

¹²⁶ vgl. Interview 4

¹²⁷ Beobachtung 1

¹²⁸ „Europa und der Stier“ geht in Diskussionsrunden auf gesellschaftspolitische und philosophische Fragen ein, die durch die aktuellen Debatten in der EU aufgeworfen werden. Vgl. www.okto.tv/europa

¹²⁹ „Vitam in C“ wirft einen Blick auf den Centropo-Raum abseits von Stereotypen und gängigen Vorurteilen, besonderes Augenmerk gilt der Kunst- und Kulturszene sowie der Medienbranche (vgl. www.okto.tv)

Der organisatorische Ablauf zwischen Okto-MitarbeiterInnen und Sendungsteams – Der „Weg zur Sendung“

Um das Zusammenspiel der Okto-MitarbeiterInnen und den Sendungsteams beschreiben zu können, ist es notwendig, ein im Feld äußerst präsent Konzept vorzustellen: Den Weg zur Sendung. Dieser beschreibt die Schritte, die für eine Person notwendig sind, um eine eigene Sendung on-air zu bringen und wird breit kommuniziert (Homepage, Infoabend,...).

Zunächst wird ein schriftliches Konzept der Sendung eingereicht, das vom Okto-Programmteam begutachtet wird. Dafür steht ein Leitfaden mit Fragenkatalog zur Verfügung. Falls einzelnen ProduzentInnengruppen das schriftliche Verfassen zu schwer fällt, besteht seitens des Programmteams auch die Möglichkeit, dies gemeinsam zu bewerkstelligen. Ob dieses Angebot gestellt wird, hängt jedoch aufgrund beschränkter Zeitressourcen davon ab, wie wichtig dem Programmteam die neue Sendung ist.¹³⁰ Wenn das Konzept abgegeben ist, wird begutachtet, inwiefern das Projekt in die Programmgestaltung von Okto passt. Dabei werden Kriterien angewandt, die weiter unten noch zu besprechen sein werden. Schließlich wird überprüft, ob die ProduzentInnen Produktionsmittel von Okto benötigen, um ihre Nullnummer zu produzieren. Wenn das der Fall ist, müssen sie Schulungen im Ausmaß von drei Abenden absolvieren, die kostenpflichtig in der Höhe von 30 Euro sind. Erst nach Absolvierung dieser Kurse darf Okto-Equipment ausgeliehen werden.

Die Nullnummer ist eine erste Sendung, die noch nicht gesendet wird. Vielmehr dient sie dazu, den ProduzentInnen das eigene Ressourcenbudget erfahrbar werden zu lassen. Diese Nullnummer wird dann mit dem Programmteam besprochen und etwaige Änderungen durchgeführt. Gegebenenfalls muss das Konzept umgeschrieben werden, da es später als Grundlage für die Evaluation von Sendungen herangezogen wird.

Wenn die Nullnummer erfolgreich vom Programmteam abgenommen wurde, muss von einer Person im ProduzentInnenteam eine Nutzungsvereinbarung unterschrieben werden. Die unterzeichnende Person übernimmt damit im medienrechtlichen Rahmen die Verantwortung für den Sendungsinhalt gemäß Medienrecht und Okto-Richtlinien und ist gegenüber Okto verantwortlich. Diese Person muss die Schulung „Medien- und Urheberrecht“, für die ein Beitrag von 25

¹³⁰ vgl. Interview 5

Euro zu zahlen ist, absolviert haben. Nach Absolvierung dieses Weges kann das ProduzentInnenteam regelmäßige Sendungen produzieren.

Produktpalette Okto

Die Produktpalette des „Produktionsbetriebs“¹³¹ (Programmintendantin) Okto lässt sich wie folgt charakterisieren: Zunächst gibt es die Sendungen der ProduzentInnen, die von leitenden Okto-MitarbeiterInnen als „Community-Magazine“¹³² bezeichnet werden. Diese Sendungen sind jene, die man in einem aus den Offenen Kanälen erwachsenen Fernsehsender unmittelbar erwarten würde. Sie werden in strategischen Überlegungen als kostengünstige Kreativressource bezeichnet.¹³³ Durch diese Sendungen macht sich Okto einzigartig gegenüber kommerziellen Konkurrenzsendern. Die Ideen, die ehrenamtliche ProduzentInnen einbringen, seien oftmals fruchtbringender als die Ergebnisse diverser Kreativteams in den kommerziellen Anstalten.

Neben den Community-Magazinen wird die Sparte der reinen Eigenproduktionen bei Okto immer stärker und soll auch in Zukunft weiter ausgebaut werden. Diese Eigenproduktionen werden ausschließlich von bezahlten Okto-MitarbeiterInnen in deren Arbeitszeit produziert. Sendungen wie das mit dem Axel-Corti-Preis¹³⁴ ausgezeichnete Oktoskop oder Oktofokus sind Beispiele für diese Produktparte.

Zwischen diesen beiden Sendungstypen gibt es Mischformen, in denen ehrenamtliche Community-Redaktionen und bezahlte Okto-MitarbeiterInnen zusammenarbeiten. So gibt es Sendungen, in denen die Communities inhaltliche Experten zur Verfügung stellen, die von Okto-MitarbeiterInnen in eine Sendung eingebettet werden.

Als viertes Standbein haben sich diverse gewerbliche Tätigkeiten etabliert. So produzierte Okto vergangenes Jahr in Zusammenarbeit mit Universal Austria die DVD eines Musikkonzertes einer bekannten österreichischen Sängerin „Denk – live in Rappoltenkirchen“.

¹³¹ vgl. Interview 5

¹³² vgl. Interview 4

¹³³ vgl. Interview 4

¹³⁴ Oktoskop wurde in der Kategorie „Beste Sendereihe“ ausgezeichnet

Es ist also erkennbar, dass sowohl bezüglich der hierarchischen Organisation, des klar strukturierten Wegs zur Sendung als auch der Einteilung der Produktpalette von Professionalisierung vor allem im Vergleich zur Ursprungsidee Offener Kanäle gesprochen werden kann.

4.2.2 Finanzierung

Da die realisierende Initiative zur Gründung von Okto von politischen Verantwortungsträgern der Stadt Wien erfolgt ist, trägt diese derzeit die Hauptlast der Grundfinanzierung. Die MA 13 unterstützt das Projekt mit einer jährlichen Subventionierung von 980.000 Euro¹³⁵, welche vormals dem Aufbau des Projekts diente und nun dessen Betrieb sichert.¹³⁶ Diese erfolgt dezidiert ohne Leistungsvereinbarung und ist damit eine klassische Grundfinanzierung.¹³⁷ Auf die nächsten drei Jahre (also bis 2010) gibt es eine definitive Zusicherung der weiteren Finanzierung.¹³⁸ In den Verhandlungen des Geschäftsführers mit VertreterInnen der Stadt Wien hat sich gezeigt, dass einerseits ein breiter politischer Konsens (alle Rathausparteien außer BZÖ) für das Projekt besteht, andererseits aber über die tatsächliche Höhe der Finanzierung die zuständigen Fachbeamten entscheiden, was in der Vergangenheit zu langwierigen Diskussionen geführt hat.¹³⁹ Für eine so ressourcenintensive Branche wie das Fernsehen können Budgetkürzungen jedoch existenzbedrohend sein.¹⁴⁰

Aus diesem Grund wird für die Zukunft eine Diversifikation der Finanzierungsquellen angestrebt. Konkret bedeutet das, über gewerbliche Tätigkeiten Gewinne zu lukrieren. Bereits erfolgt ist eine Auftragsproduktion in Zusammenarbeit mit Universal Austria: Die österreichische Sängerin „Denk“ gab ein Konzert in Rappoltenkirchen, welches von Okto-MitarbeiterInnen auf DVD gebracht wurde und im Handel erhältlich ist. Hier hat Okto also Produktionsarbeitleistung der MitarbeiterInnen gewerblich zur Verfügung gestellt. Neben den zusätzlichen

¹³⁵ vgl. www.okto.tv

¹³⁶ Zur Erläuterung des Finanzplans siehe auch Altendorf et al., 2002: 127ff

¹³⁷ vgl. Interview 5

¹³⁸ vgl. Interview 4

¹³⁹ vgl. Interview 6

¹⁴⁰ So ist beispielsweise auch T.I.V letztendlich an den Finanzen gescheitert (vgl. Interview 2).

Einnahmen sei das auch eine gute Motivationsquelle für die MitarbeiterInnen.¹⁴¹ Eine Ausweitung dieser Tätigkeiten wird angestrebt. Außerdem wird überlegt, die hauseigen produzierte Abwicklungssoftware gewerblich nutzbar zu machen. Es handelt sich dabei um ein speziell auf die Bedürfnisse des Okto-Betriebs zugeschnittene Software zur TV-Abwicklung. Ziel der Geschäftsführung ist auf Weisung des Vorstandes und der Stadt Wien die Maximalausweitung dieser gewerblichen Tätigkeiten.¹⁴² Inwieweit diese gewerblichen Tätigkeiten im Widerspruch zur öffentlichen Finanzierung stehen, wird weiter unten diskutiert.

Zusätzlich ist für die Geschäftsführung vorstellbar, in Zukunft einen Anteil an den Fernsehgebühren des ORF (GIS) zu erhalten. Schließlich sei dieser zur Förderung des österreichischen Rundfunks gedacht. Hier wird von Seiten der Okto-Leitung Druck auf die Entscheidungsträger ausgeübt.¹⁴³

Ein weiterer Bereich, aus dem Gelder fließen, ist jener der EU-Förderungen. Zurzeit gibt es zwei Sendungen, die über EU-Mittel gefördert werden (Europa und der Stier, Vitam in C). Diese Sendungen kommen über Kostenerstätze, ExpertInnenhonorare, etc. auch direkt in den Genuss der EU-Mittel.

Finanzierung über Werbung, das heißt Einnahmen über Patronanzwerbung, ist für die Geschäftsführung sekundär. Das werbefinanzierte Ballungsraumfernsehen sei gescheitert, eine echte Finanzierung sei damit nicht dauerhaft zu gewährleisten. Patronanzwerbung sei eher unter programmästhetischen Gesichtspunkten zu sehen, als imagebildende Maßnahme.¹⁴⁴

Vor allem an der Diversifizierungsbestrebung zeigt sich, dass Okto in seiner Professionalität weit über die Ursprungsidee offener Kanäle hinausgeht.

4.2.3 ZuschauerInnenorientierung

Auch die ZuschauerInnenorientierung kann als eine zentrale Ausprägung des Prinzips der Professionalität verstanden werden. Unterschiedliche Kriterien zur Qualität von Sendungen geben darüber Aufschluss.

¹⁴¹ vgl. Interview 6

¹⁴² vgl. Interview 4

¹⁴³ vgl. Beobachtung 1

¹⁴⁴ vgl. Kennenlernen

Sowohl ProduzentInnen, Okto-MitarbeiterInnen als auch Führungspersonen stimmen überein, dass Zuschauerorientierung ein wesentlicher Eckpunkt von Okto ist.

„Wir wollen das nicht nur hinauslassen, wir wollen auch, dass das ankommt bei den Leuten.“¹⁴⁵ (etablierte Produzentin)

„Wir machen nicht Fernsehen um des Fernsehenmachenwillens, sondern wir machen ein Programm, das sich an ZuschauerInnen richtet.“¹⁴⁶ (Programmintendantin)

Im Gegensatz zu früheren Formen der Offenen Kanäle mit ihrem prozessorientierten Ansatz steht Okto zu seinem produktorientierten Ansatz. Das Produkt als Endergebnis des Produktionsprozesses steht also im Vordergrund der Überlegungen der Okto-MitarbeiterInnen.

„Okto ist keine Bastelwerkstatt.“¹⁴⁷ (Okto-MitarbeiterIn)

Wenn den ProduzentInnen die Möglichkeit geboten würde, Sendung zu machen, dieser Möglichkeit aber kein Publikum außerhalb der produzierenden Community gegenüberstünde, so würde das von den Okto-MitarbeiterInnen als Betrug an den ProduzentInnen angesehen werden. Zur Möglichkeit, zu produzieren gehört auch die Möglichkeit, gehört und gesehen zu werden, so die herrschende Auffassung. So wird der Qualitätsanspruch legitimiert. Hier stellt sich die Frage, nach welchen Qualitätskriterien die Produkte gemessen werden.

„Das ist vor allem meine Meinung, aber nicht nur. Man muss halt zuerst einmal was können bevor man sich da so kreativ einlässt. Es sollte immer noch das erste Ziel sein ein möglichst gutes Bild mitzunehmen. Dass das dann auch ein

¹⁴⁵ Interview 1

¹⁴⁶ Interview 5

¹⁴⁷ vgl. Kurzbesuch; vgl. hierzu die Ausführungen zu Enzensberger in Kapitel 3.2

*schönes leiwandes interessantes Bild sein kann und soll ist keine Frage, aber vor allem sollte es einmal scharf und gut belichtet sein.*¹⁴⁸ (etablierte Produzentin)

Im Gegensatz zu dem auf den Inhalt bezogenen Anspruch der Komplementarität orientiert man sich in der gestalterischen Umsetzung der Sendungen am herrschenden Medien-Mainstream. Die Beiträge dürfen nicht langweilig sein (so kurz wie möglich), sie müssen „konsumierbar“ (etablierte Produzentin)¹⁴⁹ und „mediengerecht“ (etablierte Produzentin)¹⁵⁰ sein. Eine Produzentin spricht in diesem Sinne beispielsweise von dem besonderen Gefühl dafür, dass Zeit im Filmischen anders wahrgenommen wird und dies in der Gestaltung berücksichtigt werden muss. Selbstverständlich gilt das auch für die Gestaltung von Einblendungen, die dem Anspruch nach sendungseinheitlich und mit der Senderidentität konform sein müssen.¹⁵¹

In Bezug auf diese Qualitätsansprüche gehen die ProduzentInnen teilweise auch durchaus selbstkritisch mit sich um:

„Also das war auch in der ersten Phase, also das war echt so die Kindergartenphase“ (etablierte Produzentin)¹⁵².

Der Umgang mit kreativ-künstlerischen Ansprüchen in der Sendungsgestaltung ist durchaus als harsch zu bezeichnen: *„Unfähigkeit ist keine künstlerische Note.“* (etablierte Produzentin)¹⁵³ Diese Aussage bezieht sich auf die mutmaßliche Ausrede mancher ProduzentInnen-Neulinge, einen Beitrag besonders „künstlerisch“ gestalten zu wollen, schlicht weil sie einen ausreichenden Umgang mit den Gerätschaften noch nicht beherrschen.

Neben den genannten gestalterischen Kriterien sind auch inhaltliche Kriterien für die wahrgenommene Qualität einer Sendung auszumachen.

¹⁴⁸ Interview 1

¹⁴⁹ vgl. Interview 1

¹⁵⁰ vgl. Interview 1

¹⁵¹ vgl. Interview 1

¹⁵² Interview 1

¹⁵³ Interview 1

„Die Leute, die bei Okto arbeiten, sind zwar von der Produktion her Amateure, aber sie sind Experten für die Themen, über die sie arbeiten.“
(Programmintendantin)¹⁵⁴

Gewöhnliche JournalistInnen sind zwar ExpertInnen in der Aufbereitung und Darstellung von Information, also ExpertInnen in der Produktion, aber in der Sache aufgrund der Breite der von einer Person behandelten Themen nur AmateurInnen. Ganz anders ist die Sache bei Okto. Hier sind die ProduzentInnen AmateurInnen in der Informationsaufbereitung, aber Experten in der Sache selbst, schließlich berichten sie über ihr subjektives Erleben. Es handelt sich also in gewissem Sinne um „*citizen journalism*“¹⁵⁵ (Okto-Geschäftsführer). Damit ergibt sich ein weiteres Qualitätskriterium: Qualitätsvoll im Sinne der Okto-Crew sind jene Sendungen, in denen Menschen als subjektive Experten über ihre Lebenssituation berichten. Einseitigkeiten werden dabei in Kauf genommen, wenn nicht sogar erwünscht. Relativ häufig werden Sendungskonzepte abgelehnt, die sog. „*Vorführformate*“¹⁵⁶ (Programmintendantin) im Sinn haben, also Beiträge, in denen Menschen nicht über die eigene Perspektive sondern über andere Menschen berichten.

Ein weiteres, sich daraus ergebendes, Kriterium ist die Wahrung der Menschenwürde. Während im Privatfernsehen der demütigenden Zurschaustellung von Menschen Tür und Tor geöffnet ist,¹⁵⁷ verhindert die subjektive Berichterstattung bei Okto weitestgehend Verletzungen der Menschenwürde. Im konkreten sind damit sexistische, rassistische, antisemitische... Inhalte gemeint. Diese Einschränkungen gehen bei Okto dezidiert weiter als das Medienrecht vorschreibt. So spricht der Geschäftsführer davon, Inhalte, die in Richtung Antisemitismus und Neofaschismus gehen, auch dann auszuschließen, wenn sie dem Medienrecht genüge tun.¹⁵⁸

Werbung und kommerzielle bzw. mitgliederwerbende Aktivitäten in Sendungen sind ebenfalls nicht gestattet. Ausnahmen von dieser Regelung werden gemacht, wenn

¹⁵⁴ Interview 5

¹⁵⁵ Interview 4

¹⁵⁶ Interview 5

¹⁵⁷ Aufgrund eines hohen Abstraktionsgrad und wenig Detaillierungsgrad der Schutzgebote mangelt es an Effektivität, Kontroll- und Sanktionsmöglichkeiten. Die bestehenden rechtlichen Grenzen der Programminhalte sind strukturell defizitär und bieten demnach unzureichend Schutz der Menschenwürde (vgl. Jestaedt, 2006:143ff).

¹⁵⁸ Interview 4

die transportierten Inhalte dem Okto-Programmteam als zivilgesellschaftlich besonders wertvoll erscheinen. Organisationen wie Ute Bock, Augustin, Aidshilfe etc. sind von dem Werbeverbot teilweise ausgenommen. Diese Form des „*social advertising*“¹⁵⁹ (Programmintendantin) soll zukünftig noch weiter ausgebaut werden.¹⁶⁰

Ingesamt wurde in den Okto-Richtlinien, die auf der Homepage abrufbar sind, versucht, die inhaltlichen Ansprüche schriftlich zu fassen. Man ist sich jedoch bewusst, dass es sich letztlich um schwer abgrenzbare Einzelentscheidungen des Programmteams handelt. Aus diesem Grund hat man sich schon zur Gründungszeit für die Einrichtung einer Resonanzgruppe ausgesprochen, die sich aus Repräsentanten aller in Okto vertretenen Gruppierungen zusammensetzt. Diese Resonanzgruppe soll bei schwierigen Entscheidungen über Sendungsabsetzungen zu Rate gezogen werden. Bis dato wurde die dieses Gremium jedoch noch nicht verwirklicht.

Schließlich ist als Kriterium zur Sendungsqualität jenes der Komplementariät zu nennen. Die leitenden Okto-MitarbeiterInnen betonen diesen Anspruch Oktos, ergänzendes Programm zu bieten. Also müssen sich Sendungen, die auf Okto laufen, einerseits innerhalb von Okto durch Einzigartigkeit auszeichnen und andererseits auch keine zu starken Parallelen zu kommerziell ausgestrahlten Programmen aufweisen. Parallel dazu wird der Anspruch an Pluralität geäußert. Die Qualität des Okto-Programms äußert sich auch in der Vielfalt und Buntheit der Beiträge.

Um dem erwiesenermaßen hohen Anspruch der Sendungsqualität auch Genüge zu tun, gibt es ein mehrstufiges Abnahmesystem, bevor eine Sendung tatsächlich on-air geht. Einerseits findet eine technische Abnahme statt, in der ein Mitglied des Technikteams sich die Sendung nach technisch-gestalterischen Gesichtspunkten (Belichtung, Audiomischung,..) ansieht und gegebenenfalls Verbesserungen durchführt.¹⁶¹ Andererseits wird eine inhaltliche Abnahme durchgeführt, in der ein Mitglied des Programmteams jede Sendung vorab begutachtet und gegebenenfalls die Ausstrahlung unterbindet. Jedes Produktionsteam muss seine Sendung zwei Tage vor der Ausstrahlung abgeben. Falls vor dem Ausstrahlungstermin gravierende

¹⁵⁹ Interview 5

¹⁶⁰ vgl. Kapitel 4.1

¹⁶¹ vgl. Interview 2

Einwände auftauchen sollten, besteht die Gelegenheit, die Sendung noch zu verändern. Anderenfalls wird sie nicht gesendet.

4.2.4 Programmgestaltung

Auch die Programmgestaltung genügt in ihrer Strukturiertheit höchsten Ansprüchen der Professionalität. Die einzelnen Sendungen können entweder 13, 5, 27 oder 57 Minuten Länge haben und entweder wöchentlich, zweiwöchentlich, vierwöchentlich oder achtwöchentlich neu erscheinen. Am häufigsten werden Sendungen mit 27 Minuten und alle vier Wochen neu ausgestrahlt. SendungsmacherInnen, die nur einmalig senden wollen oder kürzere Beiträge im Sinn haben, werden angehalten, sich an bestehende Sendungen anzuklinken und sich im Rahmen der jeweiligen Programmplätze einzubringen. Das Programmschema rechnet mit regelmäßigen Sendungen einer gewissen Länge. Live-Sendungen sind ebenso unüblich.¹⁶²

Grundsätzlich wird unter der Woche nur zwischen 20.00 und 21.00 Uhr neues Material gesendet. Das gesamte restliche Programm wochentags besteht aus zyklischen Wiederholungen, wobei jede Sendung an unterschiedlichen Wochentagen zu unterschiedlichen Zeiten wiederholt wird. Der Samstagabend und der Sonntag ist speziellen Okto-nahen Produktionen vorbehalten.¹⁶³

Die Sendepplatzvergabe obliegt dem Programmteam, welches diese Aufgabe zurzeit zweimal jährlich durchführt. In Zukunft soll das aber nur mehr einmal jährlich stattfinden.¹⁶⁴ Eine laufende Reprogrammierung ist notwendig, weil ständig alte Sendungen auslaufen und neue hinzukommen. Bei der Sendepplatzvergabe wird nach dem „*Amazon-Prinzip*“¹⁶⁵ (Programmintendantin) vorgegangen. Das heißt, man versucht, jene Sendungen nacheinander zu senden, die mutmaßlich ähnlichen Zuschauerschichten zusagen könnten (z.B. „common motion“ und „wrestling fight night“). Gleichzeitig soll aber auch ein gewisser Grad an Abwechslungsreichtum erwirkt werden, sodass hinreichend unterschiedliche Sendungen aufeinander folgen (beispielsweise nicht drei Diskussionssendungen nacheinander). Natürlich wird auch versucht, den Wünschen der SendungsmacherInnen Rechnung zu tragen.

¹⁶² Beobachtung 1

¹⁶³ siehe hierzu genauer im Programmschema im Anhang

¹⁶⁴ vgl. Interview 5

¹⁶⁵ Interview 5

Für die Zukunft wird angedacht, dass man Sendeplätze zum einen für junge, experimentelle Sendungen ohne großen Publikumsanspruch und zum anderen für etablierte Formate mit Stammpublikum schafft.

4.2.5 Marketing

Die Tatsache, dass Okto es als seine Aufgabe sieht, Marketing zu betreiben, zeigt, wie durchgehend das Prinzip der Professionalität verwirklicht wird.

Zunächst ist das professionelle Corporate Design von Okto zu erwähnen. Dieses wurde in der Gründungsphase von einer externen Agentur entworfen und zieht sich über das Senderlogo am Bildschirm über die Werbemittel bis zu den Inseraten und dem online-Auftritt durch. Im Gegensatz zu vergangenen Projekten war es den BetreiberInnen wichtig, ein eigenes Sender-Image aufzubauen, das Wiedererkennungswert besitzt – Okto als Marke.

Es wird versucht, eine einheitliche Kommunikation über alle Kanäle zu erwirken. Die ProduzentInnen werden angehalten, bei ihren öffentlichen Auftritten bzw. zur Sponsorensuche Unterstützung von der PR-Abteilung anzunehmen. Von dort werden umfangreiche Werbematerialien (Sticker, Feuerzeuge, T-Shirts,...), professionell gestaltete Präsentationsmappen und Powerpoint-Vorlagen zur Verfügung gestellt.¹⁶⁶ Beim Verfassen von Briefen gibt es Unterstützung von den Mitarbeiterinnen der PR-Abteilung. Die Okto-Mikrophone sind selbstredend mit Logo versehen.

Auch nicht-produzierende InteressentInnen wie StudentInnen haben Zugriff auf Okto-Infomaterialien. Als das Forscherteam für die Antragspräsentation nach Unterstützung fragte, wurden umfangreiche Materialien zur Verfügung gestellt. Gleichzeitig wurde auch der Wunsch geäußert, das Ergebnis der Präsentation rückzumelden.

Diese umfangreiche PR-Unterstützung führt in der Sicht der Okto-MitarbeiterInnen zu einer umfassenden Identifikation der ProduzentInnen mit dem Sender.¹⁶⁷

Zusätzlich zur ProduzentInnenbetreuung leistet sich Okto Inserate in zielgruppengerechten Medien. So ist auf derstandard.at immer wieder ein Banner zu

¹⁶⁶ vgl. Kurzbesuch

¹⁶⁷ vgl. Interview 4

finden, sowie auf Homepages der ÖH Uni Wien. Außerdem gibt es z.B. eine gedruckte Programmvorschau im Wiener City-Magazin.

Neben diesen Anstrengungen zur off-air-Promotion betreibt Okto auch relativ umfangreiche on-air-promotion. Darunter wird das vernetzende Ankündigen verschiedener Sendungen innerhalb des Programms verstanden. So gibt es bei Okto jeden Tag von 19.00 bis 20.00 Uhr Programmankündigungen, die nach einem selbst entwickelten Schema erfolgen. Für die Zukunft ist in diesem Bereich geplant, noch zuschauerInnenorientierter zu werden, in dem neben dem bereits eingeführten voice-over auch tatsächliche Gesichter mit der Programmankündigung verbunden werden. Verschiedene Image Trailer und Sendungssparten-Vorstellungsvideos sollen ebenso ausgebaut werden. Für diese Aktivitäten wird (geplant im Jahr 2007) auch eine neue 40-Stunden-Stelle besetzt.¹⁶⁸

Eine nicht zu unterschätzende Herausforderung stellt die Koordination der on-air-promotion mit der off-air-promotion dar. Geplante Sendungsinhalte, die on-air angekündigt werden, sollten abgestimmt auch off-air verfügbar sein. Aus diesem Grund müssen bestimmte Sendungen, die speziell beworben werden, mehrere Wochen vor dem Ausstrahlungstermin fertig sein, um in die Promotion aufgenommen werden zu können (z.B. Oktoskop vier Wochen vorher).

Wenn es um die Erreichung von neuen ZuschauerInnenschichten geht, geht Okto auch den Weg der Kooperation mit ähnlichen ausländischen Projekten. Mit diesen anderen Fernsehkanälen werden bestimmte Sendungen ausgetauscht, die so ihre SeherInnenzahl vervielfachen können. Als Beispiel sei hier der Hamburger Sender „Tide“¹⁶⁹ erwähnt, mit dem ca. zehn Sendungen ausgetauscht werden.¹⁷⁰

4.2.6 Schulungen

Das zentrale Schulungsangebot bei Okto beläuft sich auf vier unterschiedliche Module: Der Kurs für „Medien- und Urheberrecht“ muss von jedem/jeder

¹⁶⁸ vgl. Interview 4

¹⁶⁹ vgl. www.tidenet.de

¹⁷⁰ vgl. Interview 2

ProduzentIn absolviert werden, der/die eine eigene Sendung on-air bringen möchte. Der Kursbeitrag beläuft sich hier auf 25 Euro. Die „Grundlagen der Fernsehgestaltung“ bestehen aus drei Modulen: „Kamera und Bildgestaltung“, „Interview und Tontechnik“, „Schnitt“. Diese muss man absolvieren, wenn Okto-Equipment (Kameras, Mikrophone, etc) ausgeliehen werden soll. Alle drei Module sind kostenpflichtig in der Höhe von insgesamt 30 Euro.

Zusätzlich dazu findet regelmäßig ein kostenfreier Infoabend statt, in dem grundlegende Infos zu Okto und zur Möglichkeit der Gestaltung einer eigenen Sendung vermittelt werden.

Weiterführend werden diverse Aufbaumodule auf freiwilliger Basis angeboten, die kostenpflichtig sind. Diese beschäftigen sich mit Themen wie Außendrehen, oder Videoblogs.

In naher Zukunft ist die Einrichtung einer Medienbibliothek als Ergänzung für Schulungsmaßnahmen geplant, in der Literatur über Fernsehgestaltung, Okto und andere Formen partizipativen Fernsehens auszuleihen sein wird.

Die Möglichkeit des Ausleihens von Equipment steht allen AbsolventInnen der Grundlagenschulungen offen. Von Seiten des Oktoteams wird der Zugang zu den Gerätschaften als wichtige Voraussetzung für die tatsächliche Offenheit des Senders gesehen. Okto stellt „Produktionsmittel“¹⁷¹ (Programmintendantin) zur Verfügung und befähigt damit Menschen, selbst aktiv zu werden.

Ablauf der Schulungen

Der Ablauf der Schulungen wurde im Rahmen einer teilnehmenden Beobachtung erforscht¹⁷². Allgemein kann berichtet werden, dass eine lockere Atmosphäre vorherrscht. Die SchulungsleiterInnen¹⁷³ sind teilweise selbst Okto-MitarbeiterInnen, teilweise erfahrene ProduzentInnen, die ehrenamtlich Schulungen anbieten. Alle beobachteten Module arbeiteten methodisch mit der starken Einbindung praktischer Übungen. So wurden die TeilnehmerInnen recht rasch mit Kamera, Mikrophon und Schnittcomputern vertraut gemacht. Ein Gutteil

¹⁷¹ Interview 5

¹⁷² vgl. Kapitel 2

¹⁷³ Mit dem Begriff „SchulungsleiterIn“ ist die Person angesprochen, die die jeweilige Schulung mit den TeilnehmerInnen durchführt. Die „Leiterin des Schulungsbereichs“ ist davon zu unterscheiden.

der Abende wurde damit verbracht, dass die TeilnehmerInnen selbst „Hand anlegen“ und die Geräte ausprobieren durften.

Das zeigt sich auch an der Meinung der Okto-MitarbeiterInnen über die Schulungen, wenn sie in Interviews befragt werden. Hier misst man vor allem der Interaktivität und dem Praxisbezug denselben hohen Stellenwert bei.¹⁷⁴ Medienpädagogik wird als etwas die Menschen Befähigendes beschrieben. In der Geschäftsführung denkt man an eine Ausweitung des Schulungsbetriebs auch für Menschen, die nicht dauerhaft bei Okto produzieren. Schließlich ziehe sich die kommerzielle Medienbranche mehr und mehr aus der Ausbildung zurück. Selbst wenn manche zukünftigen Sendungsmacher schlussendlich nicht bei Okto landen, so könne man doch mit einer gewissen ideologischen Prägung rechnen.¹⁷⁵ Auch ein „Medienunterricht“ (Okto-MitarbeiterIn) in den Pflichtschulen ist für manchen Oktomitarbeiter wünschenswert.¹⁷⁶

Im faktischen Ablauf der Schulungen zeigt sich ein vom Anspruch abweichendes Bild. Beispielsweise geht es nicht nur um die technische Handhabung der Geräte, auch in gestalterischen Belangen wie Bild, Ton und Schnitt geben die SchulungsleiterInnen klare Anweisungen, was „schön“¹⁷⁷ und was „nicht schön“¹⁷⁸ ist bzw. weisen auf gestalterische „Fehler“¹⁷⁹ hin. Dies geschieht teilweise in einer wertschätzenden Weise den TeilnehmerInnen gegenüber, teilweise wird aber eine Ausdrucksweise gewählt, die entmutigend auf Neulinge, wie sie in den Schulungen anzutreffen sein könnten, wirken kann. Auf den Versuch einer Teilnehmerin, eine Videokassette verkehrt einzulegen, merkt die Schulungsleiterin an:

„Wie willst du denn die Kassette bitte so einlegen, wenn die Löcher nach oben zeigen? Machst du das zu Hause auch so? Warum glaubst du, ist hier ein Pfeil?“

¹⁸⁰ (Okto-MitarbeiterIn)

¹⁷⁴ Interview 2 und Interview 3

¹⁷⁵ Interview 4

¹⁷⁶ vgl. Interview 2

¹⁷⁷ Beobachtung 2

¹⁷⁸ Beobachtung 2

¹⁷⁹ Beobachtung 2

¹⁸⁰ Beobachtung 4

Als ein Problem mit einem Schnittcomputer auftritt und die TeilnehmerInnen Lösungsvorschläge machen, wird die Schulungsleiterin laut:

*„Wenn ich nicht weiß, wie es funktioniert, wirst es du schon gar nicht wissen!“*¹⁸¹
(Okto-MitarbeiterIn)

Die SchulungsleiterInnen tendieren zu einer negativen Darstellung der Schulungen während der Schulung selbst. Ein Schulungsleiter nennt seinen Kurs statt Crashkurs „*Trashkurs*“¹⁸² (Okto-MitarbeiterIn), und will damit vermutlich ausdrücken, dass die zu vermittelnden Inhalte in der kurzen Zeit nur schwer behandelbar sind und der Kurs daher an Wert verliere. Zwei Schulungsleiterinnen betonen während des Abends mehrmals, dass die Schulung ohnehin keinen Sinn habe, weil ein Abend zu kurz sei, um so ein komplexes Schnittprogramm zu erklären.

Die Schulungsunterlagen, die eigentlich als Grundlage des Vorzutragenden dienen sollten, werden zu spät (erst in der darauf folgenden Einheit) zur Verfügung gestellt.

Was die Wortwahl der SchulungsleiterInnen betrifft, so ist ein Hang zur Fachsprache zu bemerken, der es Neulingen schwer macht, inhaltlich zu folgen. Zum Beispiel wird ansatzlos von „*Timecodebreak*“¹⁸³, „*Batch capture*“¹⁸⁴ (Okto-MitarbeiterIn) etc. gesprochen.

Die Qualitätssicherung der Schulung selbst im Rahmen von Feedback wird mangelhaft durchgeführt. Feedbackbögen werden am Ende der letzten Schulungseinheit zwar verteilt, eine Abgabemöglichkeit der ausgefüllten Bögen jedoch nicht genannt. Es ist fraglich, ob die wenigen rücklaufenden Bögen ein repräsentatives Feedback widerzuspiegeln im Stande sind.

Die SchulungsteilnehmerInnen

Grundsätzlich ist die TeilnehmerInnenstruktur bunt gemischt: Junge Menschen um die 20, Personen mittleren Alters, MigrantInnen, berufstätig, nicht berufstätig. Manche TeilnehmerInnen sind der deutschen Sprache nur bedingt mächtig, es

¹⁸¹ Beobachtung 4

¹⁸² vgl. Beobachtung 2

¹⁸³ Beobachtung 4

¹⁸⁴ Beobachtung 4

kommt zu kleineren Verständigungsschwierigkeiten unter den TeilnehmerInnen und den LeiterInnen.

Es fällt auf, dass auch erfahrenere SendungsmacherInnen anwesend sind. Das ist insofern zu erklären, als für die Mitgestaltung einer Sendung die Schulung nicht Pflicht ist, solange ein anderes Teammitglied die Schulungen absolviert hat und somit Equipment ausleihen darf. Die anwesenden Routiniers machen also die Schulungen, um sich in Zukunft auch selbst Okto-Gerätschaften ausleihen zu dürfen.

Das Verhalten der TeilnehmerInnen während der Schulung ist tendenziell ruhig und teilnahmslos. Selten mischt man sich aktiv ins Gespräch ein, vornehmlich spricht der Schulungsleiter allein. Besonders auffällig war das bei einer Schulung, bei der die SchulungsleiterInnen wiederholt die Frage an das Publikum richteten, ob es denn Unklarheiten oder Fragen gebe, und das Publikum nicht antwortete. Das kann einerseits auf eine gewisse Passivität bei den TeilnehmerInnen rückgeführt werden und andererseits auf die Vortragsweise der Schulungsleiterin. Ein Schulungsleiter formuliert es im Interview so:

„Weil in Österreich ist das, glaub ich schon von den pädagogischen Ansätzen her – also seit der Schulzeit – so, dass die Leute dasitzen und berieselt werden. Ich kenn das auch sehr stark von der Uni – also wenn mal ne Frage gestellt wird ... da kommt sehr selten was zurück.“¹⁸⁵ (Okto-MitarbeiterIn)

Während der Übungen gibt es TeilnehmerInnen, die motiviert bei der Sache sind und Dinge ausprobieren. Andere beschäftigen sich wenig bis gar nicht mit der gestellten Aufgabe, sobald der Schulungsleiter außer Sichtweite ist.

In den Pausen bilden die TeilnehmerInnen Grüppchen gemäß ihren aus Sendungen bestehenden Bekanntschaften, also die gemeinsamen ProduzentInnen einer Sendung stellen sich zusammen und reden miteinander. Manche TeilnehmerInnen, die gerade eine eigene Sendung planen, schauen sich um mögliche MitarbeiterInnen um und sprechen andere TeilnehmerInnen an. Großteils wird jedoch entweder mit Bekannten aus der eigenen Sendung geplaudert oder allein geschwiegen. Eine Verständigung zwischen den Communities, wie sie oft gewünscht wird, konnte nicht beobachtet werden.

¹⁸⁵ Interview 2

5 Widersprüche und deren Handhabung durch die relevanten AkteurInnen

Die vorhergehenden Kapitel haben implizit und explizit Widersprüche zwischen dem dominant gewordenen Prinzip der Professionalität bei Okto und den ursprünglichen Prinzipien offener Kanäle gezeigt, die in diesem Kapitel nun hervorgehoben und diskutiert werden. Dabei steht die Handhabung dieser Spannungsverhältnisse durch die jeweils relevanten AkteurInnen, welche mit Hilfe der Darstellung derer Perspektiven aufgezeigt wird, im Zentrum.

Basisdemokratische, repräsentative Strukturen?

Wie in Kapitel 3.1 dargelegt wurde, erachtet Enzensberger die Selbstorganisation als bedeutenden Bestandteil der gesellschaftlichen Kontrolle der Medien und als zentralen Aspekt des emanzipatorischen Mediengebrauchs. Die Forderung nach einer möglichst basisdemokratischen Organisation offener Kanäle erscheint daher verständlich und bot auch Diskussions- und Konfliktstoff während der Gründungszeit von Okto (vgl. Kapitel 3.3.2).

Die Frage einer "bottom-up"-Organisation des Senders hat sich jedoch für die aktuelle Senderleitung niemals wirklich gestellt. So meint etwa der Geschäftsführer, der bei Radio-Orange selbst schon eine bottom-up Entwicklung durchgemacht hat:

„Und es war definitiv politischer Wille und zu dem bekenne ich mich auch bis heute, auch in meiner Auftragserfüllung, dass es nicht als ein basisdemokratisches Projekt gewünscht war. Also dass man sozusagen darauf wartet, bis „grassroot-mäßig“, „bottom-up“ was daherkommt, was so tragfähig ist, dass es eine Legitimation für eine öffentliche Finanzierung dieser Größenordnung darstellen würde.“¹⁸⁶ (Okto-Geschäftsführer)

Die öffentliche Finanzierung des besonders ressourcenintensiven Mediums Fernsehen, der Rückgriff auf das Geld der SteuerzahlerInnen, mit dem verantwortungsbewusst umgegangen werden muss, ist jenes Argument, welches aus

¹⁸⁶ Interview 4

Sicht des Geschäftsführers die „top-down“-Organisation rechtfertigt. Verantwortungsbewusst mit den Mitteln wird umgegangen, indem ein tragfähiges gut durchdachtes Projekt umgesetzt wird.

Auch im alltäglichen Betrieb sind basisdemokratische Entscheidungen für die Programmintendantin ein Ding der Unmöglichkeit. In einem Produktionsbetrieb, wo die Produktorientierung eine Rolle spielt, müssen klare Entscheidungsstrukturen vorhanden sein.¹⁸⁷

Die Darstellung des Aufbaus von und der Abläufe bei Okto (Kapitel 4) haben gezeigt, dass hier auch repräsentativ demokratische Strukturen, die mit einem produktorientierten Denken vielleicht kombinierbar wären, nicht ausgeprägt sind, wie man es in Hinblick auf das Fundament der Idee Offener Kanäle hätte vermuten können.

Die Etablierung einer Resonanzgruppe, bestehend aus RepräsentantInnen der bei Okto produzierenden Communities (die selbst nicht unbedingt Sendung machen), ist angedacht aber bisher noch nicht verwirklicht worden. Diese sollte beigezogen werden, wenn zum Beispiel eine Sendung von der Absetzung bedroht ist. Bisher benötigte man solch eine Gruppe, aus Sicht der Programmintendantin, noch nicht.¹⁸⁸ Doch gerade der Aufbau einer solchen Resonanzgruppe mit gewählten Community-RepräsentantInnen¹⁸⁹ könnte ein Schritt in Richtung stärkerer Mitbestimmung der Communities und je nach Ausgestaltung eine Chance sein, eine ergänzende demokratische Struktur zum rechtlich vorgegebenen Aufbau einer GmbH zu etablieren um damit eine stärkere gesellschaftliche Selbstorganisation der Produktion zumindest in Ansätzen zu verwirklichen und die von Okto, nach Aussagen von MitarbeiterInnen am Infoabend, angestrebte „Demokratisierung der Produktion“¹⁹⁰ zu unterstützen.

Zu erwähnen ist an dieser Stelle aber auch, dass ein Demokratiedefizit gegenüber dem Forschungsteam auf ProduzentInnenebene nicht beklagt wurde. Es zeigte sich aber, dass mitunter innerhalb von Sendungsteams sehr wohl versucht wird, Entscheidungen möglichst unter Einbezug aller in einem gemeinsamen Prozess zu

¹⁸⁷ vgl. Interview 5

¹⁸⁸ vgl. Interview 5

¹⁸⁹ Laut Okto-Richtlinien würde die Bestellung dieser Resonanzgruppe derzeit im Kompetenzbereich des HerausgeberInnenvorstandes liegen. (vgl. Okto-Richtlinien, 2005:5)

¹⁹⁰ vgl. Beobachtung

erarbeiten und ein gewisser basisdemokratischer Zugang innerhalb dieser vorhanden ist.¹⁹¹

Gerade für Personen, die sich vor dem ideellen partizipativen Hintergrund ehrenamtlich einbringen, mag das Gefühl ein Stück weit mitbestimmen zu können und in Entscheidungen, die über ihre unmittelbare Sendung hinausgehen, eingebunden zu sein, eine besondere Bedeutung haben und zur Motivation beitragen.

Dass sich diese Herausforderung, den ProduzentInnen Mitsprache und Mitgestaltung zu gewähren, stellt, ist auf Seite der Sendungsleitung bekannt. So beschreibt die Programmintendantin gerade diese Aufgabe als besonders reizvoll.¹⁹²

Gestalterischer Einfluss auf Sendungen seitens Okto

Der Community-Sender Okto ist wie die vollkommen offenen Kanäle zwar partizipativ angelegt, jedoch ist die Freiheit der ProduzentInnen im Vergleich zu diesen eingeschränkter.

Wie aufgezeigt wurde, übt Okto aber einen gestalterischen Einfluss auf die Sendungen aus, der über jenen bei offenen Kanälen hinausgeht.

Auch ist Okto, wie der Geschäftsführer betont, in der Lage, zum Beispiel medienrechtlich gerade nicht belangbare, rechtsextreme Inhalte abzulehnen.¹⁹³ Die Verbreitung solcher Inhalte war etwa auch bei Projekten wie Indymedia ein diskutiertes Problem, wie ein Oktomitarbeiter darlegte.¹⁹⁴ Okto macht diesbezüglich also bei der Offenheit bewusst Abstriche und mehr noch, fördert entsprechend seinen Richtlinien und Prinzipien gewisse Inhalte stärker als andere.

Das Prinzip der Komplementarität, wonach der Sender die Medienlandschaft ergänzen soll (zu den verschiedenen Auffassungen von dem Begriff siehe genauer Kapitel 2), gibt hier den AkteurInnen von Okto einen gewissen Gestaltungsspielraum und eine Legitimationsbasis für ein ganzes Bündel an Aktivitäten. So sagt etwa der Geschäftsführer:

¹⁹¹ vgl. Interview 1

¹⁹² vgl. Interview 5

¹⁹³ vgl. Interview 4

¹⁹⁴ vgl. Interview 1

„Und das andere ist ganz einfach nur logische Konsequenz in der Weiterführung des Anspruchs Komplementärmedium zu sein, das heißt, dass wir eben überall dort inhaltlich ergänzend aufkommen wollen, wo der öffentlich rechtliche Sender, aber auch das private kommerzielle Fernsehen auslässt und das muss man ganz einfach in Abgleich stellen zu dem was freiwillig aus den Community-Magazinredaktionen kommt. Weil die sind ja definitiv nicht weisungsgebunden im Gegenteil, denen wird ja eigentlich hundertprozentige redaktionelle Freiheit über die Nutzungsvereinbarungen zugestanden und [Anmerkung Verf., diese] sind ja eher sogar dazu angehalten möglichst frei und komplett unabhängig ihre Sendungen zu machen. Das führt aber natürlich auch mit sich, dass man nur bis zu einem gewissen Grad jetzt diesen Komplementaritätsauftrag erfüllen kann, weil es kommen sendungsinteressierte Menschen her und man kann selbst irgendwie unter vollem Einsatz von Methoden wie affirmative action und so weiter immer nur gewisse Gruppen ansprechen und gewinnen, auch selber ein Programm zu machen, gewisse Gruppen werden immer auslassen.“¹⁹⁵

Auch die Programmintendantin weist darauf hin, dass es nicht reiche, einen offenen, partizipativen Zugang bereitzustellen, da nur bestimmte Gruppen von sich heraus zu Okto kommen. So kommen zum Beispiel bei den jüngeren ProduzentInnen SchülerInnen, die eine AHS besuchen und häufig aus besseren sozialen Schichten kommen, eher von selbst auf Okto zu. Durch Kooperationen wie etwa mit Jugendzentren kann man hier auch andere junge Menschen ansprechen. Ähnliches gilt für schwarze Immigrantinnen. Während schwarze Immigranten bei Okto vertreten sind, sind Immigrantinnen es nicht.¹⁹⁶

Kooperationen abzuschließen ist ein Weg, auf solche Gruppen zu zugehen. Der Geschäftsführer, der solche „affirmative actions“ auch nicht als ausreichend sieht, sagt weiter:

„Und da muss man sich überlegen, wie man dann dennoch dem Auftrag gerecht wird. Und das geht dann defacto nur über Eigenproduktionen¹⁹⁷. Oder über diese Mischform (...), dass ich sag, ich hol mir nur die inhaltlichen Experten rein, die mit die Sendungen kuratieren und mach irgendwie die

¹⁹⁵ Interview 4

¹⁹⁶ vgl. Interview 5

¹⁹⁷ deren Bedeutung für die Motivation von MitarbeiterInnen der Geschäftsführer nicht verkennt. (vgl. Kennenlernen)

*Produktionshandarbeit selber als Betrieb. Das sind diese Übergangsformen, aber es ist ganz einfach so, dass nicht alles automatisch auch selbst in einer Stadt mit 1,8 Millionen Einwohnern zwingend automatisch von den Community kommt was man gern im Programm haben möchte um diesen Auftrag zu erfüllen und dort muss dann ganz einfach der Betrieb zusätzlich ergänzend noch einmal auftreten und diese Bereiche mit eigenen Produktionen auffüllen.*¹⁹⁸

Insgesamt wird so natürlich der Handlungsspielraum der Senderleitung größer. Diese entscheidet letztlich, auf wen man zugeht und auf wen nicht.

Gestalterischer Einfluss im Spannungsfeld zwischen Ehrenamt und bezahlter Arbeit

Gerade über Mischformen kann auch, auf Grundlage einer anderen Legitimationsbasis, gestaltend eingegriffen werden. So meint der Geschäftsführer, dass es, im Hinblick auf die Sender-Identität zu bedauern sei, dass gewisse Sendungen aufgrund des Ressourcendrucks unter dem die ProduzentInnen stehen, aufgegeben werden mussten. Er kann sich vorstellen, dass man im Sinne des Senders bestimmte Sendungen, die für Okto und dessen Auftreten besonders wichtig sind, stärker zum Sender holt und deren ProduzentInnen der Ressourcendruck genommen wird.

„Weil die Leute stehen ja meist unter einem sehr großen Ressourcendruck und auch einem wirtschaftlichen Druck, um eine laufende Produktion aufrecht halten zu können. Uns sind da sehr gute Produktionen abhanden gekommen aufgrund der Ressourcenfrage, die aber für die Senderidentität in der Zeit, wo sie gelaufen sind, so wichtig waren, dass man eben im Nachhinein fragen muss, ob es nicht sinnvoller gewesen wäre, die paar hundert Euros in die Hand zu nehmen, aus dem Haushalt, und diese Sendungen, die eigentlich als Community-Magazinredaktionen angefangen haben, gesondert zu unterstützen, um sie am Sender halten zu können. Also ich würde mich heute sofort aussprechen dafür, und für mich sind auch manche dieser Sendungen noch nicht abgeschlossen, wenn ich die reanimieren kann mit so einer Maßnahme, und diese

¹⁹⁸ vgl. Interview 4

*Maßnahme auch finanzierbar ist aus einer der Folgebudgets, dann würde ich das auch sofort machen.*¹⁹⁹ (Okto-Geschäftsführer)

Dies kann, wie bereits in Kapitel 4 dargelegt, in unterschiedlicher Form geschehen, etwa durch die Bereitstellung von Okto-MitarbeiterInnen zur Unterstützung der Sendungsproduktion, die Förderung mittels Reisepauschalen und die Bezahlung der Sendungsverantwortlichen.

Unterstützt werden bisher vor allem Community-Sendungen, die Förderkriterien eines EU-Projektes erfüllt haben.

Damit war diese Vorgehensweise gut legitimierbar und hat aus Sicht des Geschäftsführers bisher kaum zu Konflikten geführt. Die Ausweitung solcher Praktiken, welche auch zu einem förderlichen Wettbewerb zwischen den Community-Sendungen führen, würde allerdings aus Sicht des Geschäftsführers nicht konfliktfrei ablaufen. Hier müssten dann subjektive Entscheidungen getroffen werden, die nicht nur anhand von Kriterienkatalogen argumentierbar wären. Dass hier Korrekturmechanismen eingeführt werden müssen, um den Grundauftrag nicht aus den Augen zu verlieren, ist dem Geschäftsführer bewusst, die konkrete Ausgestaltung jedoch noch nicht. Er würde dies in die Hand von Kollektivorganen legen, wobei er etwa den Vorstand in Betracht zieht.²⁰⁰

Im Sinne des ideellen Fundaments der offenen Kanäle und des partizipativen Zugangs, welchen Okto besondere kreative Ressourcen zur Verfügung stellt, könnte hier versucht werden, auch den Communities ein stärkeres Mitspracherecht zu geben.

Denn dass solche gestalterischen Einflüsse seitens Okto in den Communities zu Spannungen führen und mit diesen äußerst vorsichtig umgegangen werden muss, zeigt sich bereits heute im Feld.

Ein Beispiel ist eine alternative Nachrichtensendung, die seitens Okto initiiert wurde, indem Schulungen angeboten und ehrenamtliche ProduzentInnen angeworben wurden, um ein Konzept für eine solche Nachrichtensendung zu entwickeln. Diese Nachrichtensendung könnte man also als Mischform

¹⁹⁹ Interview 4

²⁰⁰ vgl. Interview 4

kategorisieren²⁰¹. Für eine gewisse Zeit wurde hier ein Sendungsverantwortlicher direkt bezahlt. Hier muss man sich der Auswirkungen bewusst sein, die dies auf eine Gruppe von Ehrenamtlichen haben kann. Einerseits mag es als Förderung der Sendung und Entlastung bei der Koordinationsarbeit angesehen werden, wenn ein bezahlter Sendungsverantwortlicher/eine bezahlte Sendungsverantwortliche von Okto bereitgestellt wird. Doch auf der anderen Seite muss auch die Gefahr der Demotivation ehrenamtlicher Gruppenmitglieder berücksichtigt werden. So wurde dem Forschungsteam beschieden, dass es gruppendynamisch leichter sei, wenn der Sendungsverantwortliche nicht bezahlt wird²⁰². Die Unterstützung von Gruppen durch direkte Bezahlung von Sendungsverantwortlichen mag Oktos Einfluss in besonderer Weise institutionalisieren²⁰³, ist aber aus der Perspektive der Gruppendynamik gesehen problematisch. Förderungen, die der Sendung insgesamt zu Gute kommen, würden innerhalb von Gruppen zu weniger Konflikten führen.

Der Wettbewerb zwischen den Gruppen um Fördermittel und Sendeplätze mag bis zu einem gewissen Grad motivierend wirken. Die Option, Unterstützungsleistungen erwerben zu können, kann ProduzentInnen anspornen, ihre Sache besonders gut machen zu wollen und die Qualität der Beiträge erhöhen, was im Sinne des Publikums ist. Doch läuft man hier auch Gefahr, dass die ProduzentInnen versuchen, sich an dem zu orientieren, was bei Okto ankommen könnte²⁰⁴, was wiederum einen Verlust der Breite des kreativen Potentials der Community selbst bedeuten würde. Dass Sendungsverantwortliche, die mit Okto ja die Nutzungsvereinbarung eingegangen sind, sich in einem gewissen Spannungsverhältnis befinden zwischen dem, was sie als Okto-Interessen wahrnehmen und dem was ProduzentInnen für Vorstellungen haben, zeigte sich im Feld²⁰⁵. Je näher eine Sendung dem Sender Okto steht, desto stärker mag dieser Konflikt für die Sendungsverantwortlichen werden.

²⁰¹ Inzwischen wurde diese Sendung jedoch in eine klassische Community-Sendung übergeführt. Der Geschäftsführer anerkennt die Leistungen der ProduzentInnen, die Sendung hat sich aber nicht in Richtung eines klassischen Journalismus Magazins, wie vom Vorstand gewünscht, entwickelt. Hier zeigt sich der Unterschied zwischen dem Citizen Journalism, wo man über die eigene Lebenswelt subjektiv und authentisch berichtet und dem klassischen Journalismus (vgl. Interview 4)

²⁰² siehe hierzu Interview 1

²⁰³ auch unbezahlte Sendungsverantwortliche stehen im Spannungsverhältnis zwischen dem, was sie denken was Okto will und den Interessen der ProduzentInnen (vgl. Interview 1)

²⁰⁴ siehe hierzu etwa Beobachtung 4

²⁰⁵ vgl. Interview 1

Ein transparenter Umgang mit den Gründen, warum eine gewisse Produktion gefördert wird, scheint dennoch bedeutend, damit sich ProduzentInnen anderer Sendungen nicht schlecht behandelt fühlen²⁰⁶. Etabliert man hier eine demokratische Struktur, bei denen Vertreter/Vertreterinnen der Communities in die Förderdiskussion und Entscheidung eingebunden werden, fänden Sonderbehandlungen einzelner Sendungen im Sinne des gesamten Senders vermutlich mehr Akzeptanz und die Gefahr der Demotivation der kreativen Basis würde sinken.

Nicht-kommerziell vs. gewerbliche Tätigkeit

Im Sinne einer größeren Unabhängigkeit gegenüber einer reinen Förderung durch die Stadt Wien hat der Geschäftsführer auf Wunsch des Vorstands privatwirtschaftliche Aktivitäten, zum Beispiel die Verwertung gewonnenen IT-KnowHows oder die Produktion von Unterhaltungsmedien voranzutreiben. Diese sollen ausgebaut werden, wobei dies im Spannungsverhältnis zur Gemeinnützigkeit steht, da die gemeinnützige GmbH in Konkurrenz zu anderen privatwirtschaftlichen Unternehmen tritt. Eventuell könnten in Zukunft strukturelle Maßnahmen notwendig sein, die eine Trennung des gewerblich aktiven Teils und des gemeinnützig produzierenden Teils bewirken. Spannungsverhältnisse dieser Art sind jedoch nicht neu, meint der Geschäftsführer:

„Da gibt es auch immer so was wie einen Kernauftrag und eine Kernkompetenz, das ich insbesondere auch jetzt empfinde bei uns wie Partizipation und BürgerInnenbeteiligung in der Programmschöpfung, aber sehr wohl auch den Anspruch, das Know-How, das bei dieser Arbeit täglich erworben wird, sehr wohl auch auf einem nahen Markt zu nutzen, um dieses Gesamtteil, sag ich einmal, ein bisschen solider, in den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ausgestalten zu können, ja. Das wurde nicht unbedingt durch mich erfunden.“²⁰⁷
(Okto-Geschäftsführer)

²⁰⁶ siehe hierzu Interview 1

²⁰⁷ vgl. Interview 4

6 Fazit

Die Professionalisierung bei Okto hat einen besonderen Hintergrund. Man will nicht gesellschaftlich marginalisierte Gruppen Sendungen produzieren lassen, die nur von einer verschwindend geringen ZuschauerInnenzahl gesehen wird. Man will einerseits eine breite Bevölkerung mit dem Programm erreichen, und gleichzeitig Menschen das Wort erteilen, die gewöhnlich nicht zu Wort kommen. Im Anspruch der Professionalität liegt also die Verpflichtung zum Eingriff in die Produktion, zur Gestaltung des Programms. Nur wenn das Programm aktiv gestaltet wird, können die zwei Ziele erreicht werden. Einerseits müssen bewusste Qualitätssicherungen angestrengt werden, andererseits müssen selektiv Sendungen gefördert bzw. ProduzentInnengruppen gesucht werden. In diesem Zwang zur Gestaltung liegt die Notwendigkeit, Entscheidungen zu treffen. Wo Programmgestaltungsentscheidungen getroffen werden, muss zwischen Alternativen gewählt werden. Je komplexer das System, je vielfältiger die Produktion und je weniger quantifizierbar/vergleichbar die einzelnen Alternativen sind, desto schwieriger wird es, solche Entscheidungen demokratisch und transparent durchzuführen. Es entsteht also ein Widerspruch zwischen dem Anspruch des partizipativen Zugangs, des demokratischen Mitspracherechts und jenem der Professionalität. Der Grund liegt jedoch wohlgemerkt nicht in den beteiligten AkteurInnen, sondern in den im Spannungsverhältnis stehenden Prinzipien selbst, die sich im empirischen Feld manifestieren und aufzeigen lassen.

Das Prinzip der Nicht-Kommerzialität findet sich in ähnlicher Form auch bei Offenen Kanälen. Dem kapitalistischen Medienbetrieb sollte etwas Revolutionäres entgegengesetzt werden. Im konkreten Fall Okto zeigen sich jedoch zwei Schwierigkeiten:

Einerseits ist Okto im Sinne seines Auftrags werbefrei, andererseits wird bestimmten zivilgesellschaftlichen Kräften Raum gegeben, der durchaus auch im Sinne einer Imagebildung verstanden werden kann und damit in die Nähe von kommerzieller Werbung kommt. Die Werbefreiheit ist also genau gesprochen auf kapitalistisch privatwirtschaftlich geführte Unternehmen bezogen, nicht aber auf Organisationen, die Anliegen vertreten, die in den Augen der AkteurInnen bedeutsam erscheinen.

Zweitens ist eine Tendenz zu bemerken, die Okto zunehmend als Konkurrent zu privatwirtschaftlichen Produktionsunternehmen auftreten lässt. Wenn erworbenes Know-How und professionelle MitarbeiterInnenkapazitäten für gewerbliche Zwecke marktmäßig genutzt werden, dies aber nur auf Grundlage einer Förderung mit öffentlichen Geldern möglich ist, muss eine wettbewerbsverzerrende Wirkung angenommen werden. Im Feld wird diese Gefahr wohl gesehen, am Ausbau dieser Aktivitäten jedoch weiter gearbeitet. Auch wenn zurzeit nur Tendenzen in diese Richtung bemerkbar sind, so stellt eine Teilnahme am Markt für DVD-, Software, etc. -produktion erwiesenermaßen einen Widerspruch zu den revolutionären Ideen Benjamins, Brechts und Enzensbergers dar.

Sowohl die Problematik der gestalterischen Einflussnahme auf das Programm als auch jene der gewerblichen Aktivitäten werden innerhalb des Feldes zumeist mit dem Anspruch der Komplementarität legitimiert. Die breite Interpretation des Begriffes geschieht so auffallend, dass sie hier extra erwähnt werden muss. Einerseits (tendenziell von Seiten der ProduzentInnen) wird sie als Ziel verstanden, möglichst „anders“ im Sinne von experimentell zu sein. Andererseits (von Seiten der Okto-Führung) ist damit ein korrigierender Eingriff in die Medienlandschaft nach weltanschaulichen Gesichtspunkten gemeint. Genau jene Inhalte sollen zusätzlich ins Angebot aufgenommen werden, die nach Ansicht der beteiligten AkteurInnen in Vorstand und Okto-Führungsebene „ergänzend“ wirken. Dabei fließen mehr oder minder bewusst Vorstellungen der Okto-Leitung ein, was in der Ursprungsidee so nicht vorgesehen ist. Das führt dazu, dass Okto nicht mehr für tatsächlich alle Gruppierungen der Gesellschaft attraktiv ist, sich darzustellen. Der Grundsatz der Partizipation sollte jedoch für alle gleichermaßen gelten. Hier zeigt sich also ein weiterer Widerspruch zwischen der Ursprungsidee bzw. den eigenen Ansprüchen und der faktischen Ausgestaltung im Rahmen der Auslegung der Komplementarität.

Insgesamt kann gesagt werden, dass mit Okto ein Unternehmen auf die österreichische Medienbühne getreten ist, das in dieser Form noch nicht da gewesen ist. Die AkteurInnen bei Okto bewegen sich, wie gezeigt wurde, in mehreren Spannungsverhältnissen zur Ursprungsidee offener Kanäle, mit denen der Sender über ein gewisses ideelles Fundament verbunden ist. Gleichzeitig grenzen sich die AkteurInnen jedoch ebenso bewusst von offenen Kanälen ab, was sich zum Beispiel darin zeigt, dass sie Okto als „Community-Sender“ bezeichnen.

Aufbauend auf dem ideellen Fundament der offenen Kanäle ist man sich bei der Sendungsleitung der demokratiepolitischen Bedeutung der Ermöglichung des partizipativen Zugangs zu dem Medium Fernsehen grundsätzlich bewusst. Für den Sender stellen die ehrenamtlichen Community-ProduzentInnen weiters eine besondere kreative Ressource dar, und sind für ihn auch aus der Unternehmenslogik heraus von besonderer Wichtigkeit. Offenheit wird den ehrenamtlichen ProduzentInnen daher bewusst signalisiert. Gleichzeitig kommt es zu gestalterischen Eingriffen seitens der Okto-Leitung und der MitarbeiterInnen, wodurch die Freiheit der ProduzentInnen, im Vergleich zu den offenen Kanälen, beschränkt wird.

Die Maßnahmen, die im Rahmen des Umgangs mit dem Spannungsverhältnis in den Blick genommen werden, stärken dabei tendenziell den Einfluss des Vorstandes und der Sendungsleitung, während der Einbezug der produzierenden Basis im Rahmen demokratischer Entscheidungsprozesse, was mittel- und langfristige Entscheidungen betrifft, weitgehend unterbleibt.

Vor dem ideellen Fundament der offenen Kanäle ist dies überraschend, da dieses die Demokratisierung der Medien propagiert und die Selbstorganisation durch die ProduzentInnen ein wichtiger Faktor ist.

Bei aller Abgrenzung von Okto von den offenen Kanälen könnte die Stärkung solcher partizipativen, demokratischen Strukturen innerhalb der Organisation des Senders seine charakteristische Eigenheiten, die ihn von anderen Sendern abheben, absichern und gleichzeitig mit einer Einbindung der ProduzentInnen in mittel- und langfristige Entscheidungen einer möglichen Demotivation von ehrenamtlichen ProduzentInnen entgegen wirken. Und welches Unternehmen, wenn nicht Okto, könnte einen solchen Versuch wagen?

7 Anhang

OKTO PROGRAMMSCHEMA							
	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
09:00	WH v. Mo 20 - 22 h	WH v. Di 20 - 22 h	WH v. Mi 20 - 22 h	WH v. Do 20 - 22 h	WH v. Fr 20 - 22 h	WH v. Mo 20 - 22 h	
10:00							
11:00	WH v. Di 20 - 22 h	WH v. Mi 20 - 22 h	WH v. Do 20 - 22 h	WH v. Fr 20 - 22 h	WH v. Mo 20 - 22 h	WH v. Di 20 - 22 h	
12:00							
13:00	WH v. Mi 20 - 22 h	WH v. Do 20 - 22 h	WH v. Fr 20 - 22 h	WH v. Mo 20 - 22 h	WH v. Di 20 - 22 h	WH v. Mi 20 - 22 h	WH des letzten Oktofokus oder Sondersendung
14:00							Community TV
15:00	WH v. Do 20 - 22 h	WH v. Fr 20 - 22 h	WH v. Mo 20 - 22 h	WH v. Di 20 - 22 h	WH v. Mi 20 - 22 h	WH v. Do 20 - 22 h	Anderswo (WH v. DO)
16:00							WH v. Sa Hauptabend
17:00	WH v. Fr 20 - 22 h	WH v. Mo 20 - 22 h	WH v. Di 20 - 22 h	WH v. Mi 20 - 22 h	WH v. Do 20 - 22 h	WH v. Fr 20 - 22 h	
18:00							
19:00	Programmorschau	Programmorschau	Programmorschau	Programmorschau	Programmorschau	Programmorschau	ROH
20:00	neues Programm	Oktofokus Oder	Oktoskop				
21:00							
22:00	Nachtprogramm	Nachtprogramm	Nachtprogramm	CTV anderswo	Nachtprogramm	Sondersendungen	Oktoskop (WH der Vorwoche)
Anschließend	WH v. Mo 20 - 22 h + Nachtprogramm (2x)	WH v. Di 20 - 22 h + Nachtprogramm (2x)	WH v. Mi 20 - 22 h + Nachtprogramm (2x)	WH v. Do 20 - 22 h + Nachtprogramm (2x)	WH v. Fr 20 - 22 h + Nachtprogramm (2x)	WH des letzten Oktofokus oder Sondersendung	ROH (WH)
ca. 05:00	Sendeschluss	Sendeschluss	Sendeschluss	Sendeschluss	Sendeschluss		



Okto Programmschema²⁰⁸

²⁰⁸ www.okto.tv [18.05.2007]

8 Literaturverzeichnis

Empirische Erhebungen

ABKÜRZUNG	BESCHREIBUNG	DATUM
Interview 1	Narratives Interview mit einer etablierten Produzentin	16.03.2007
Interview 2	Leitfadeninterview mit einem Okto-Mitarbeiter	27.03.2007
Interview 3	Leitfadeninterview mit einer Okto-Mitarbeiterin	27.03.2007
Interview 4	Leitfadeninterview mit dem Geschäftsführer von Okto	16.04.2007
Interview 5	Leitfadeninterview mit der Programmintendantin von Okto	20.04.2007
Kurzbesuch	Protokoll eines Kurzbesuches in der PR-Abteilung von Okto	16.01.2007
Kennenlernen	Protokoll des ersten Gespräches mit dem Geschäftsführer von Okto	01.03.2007
Beobachtung 1	Teilnehmende Beobachtung am Infoabend „Was ist Okto?“	19.02.2007
Beobachtung 2	Teilnehmende Beobachtung an der Schulung „Bildgestaltung und Kamera“	14.02.2007
Beobachtung 3	Teilnehmende Beobachtung an der Schulung „Interview und Ton“	21.02.2007
Beobachtung 4	Teilnehmende Beobachtung an der Schulung „Schnitt und Postproduction“	28.02.2007

Literatur

Altendorf, Alf (2002): Trägerschaft. Rahmenempfehlung, in: Schütz, Johannes (Hrsg.) (2002): Studie zur praktischen Umsetzung des Offenen Fernsehkanals Wien, im Auftrag des Presseinformationsdienstes der Stadt Wien, S. 98

Altendorf, Alf/Steirer-Mika & Co./Alton-Scheidl, Roland/Thurnher, Thomas (2002): Finanzplan, in: Schütz, Johannes (Hrsg.) (2002): Studie zur praktischen Umsetzung des Offenen Fernsehkanals Wien, im Auftrag des Presseinformationsdienstes der Stadt Wien, S. 127-155

Altendorf, Alf (2002): On Sale: Ausverkauf nach Selbstdemontage, in: www.skug.at/ [07.06.2007]

Altendorf, Alf (2005): Red Heat – Green Slime, in: <http://altendorf.enemy.org> [09.06.2007]

Alton, Juliane (k. A.): Die Feudale Demokratie. Ein kleiner Ausschnitt aus der Wiener Kulturpolitik der Gegenwart, in: www.igkultur.at [09.06.2007]

Auer, Sepp/Hueber, Peter/Kronberger, Hans (1980): Arbeiter machen Fernsehen – Eine Projektstudie der Österreichischen Gesellschaft für Kommunikationsfragen. Graz: Video Initiative

Behling, Mario (2006): Das Wachstum des Indymedia-Netzwerks - Das erste global agierende alternative Mediennetzwerk, in: www.student.euv-frankfurt-o.de/~euv-6136/Wachstum%20des%20Indymedia-Netzwerks.pdf [01.05.2007]

Benjamin, Walter (1934): Der Autor als Produzent, in: ders. (2002): Medienästhetische Schriften. Frankfurt/Main: Suhrkamp, S. 231-247

Benjamin, Walter (1936/1939): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, in: ders. (2002): Medienästhetische Schriften, Frankfurt/Main: Suhrkamp

Berka, Walter/Grabenwarter, Christoph/Holoubek, Michael (Hrsg.) (2006): Medienfreiheit versus Inhaltsregulierung. Schriftenreihe Recht der Elektronischen Medien. Band 1. Wien: Manz

Bourdieu, Pierre (1993): Soziologische Fragen. Frankfurt/Main: Suhrkamp

Bourdieu, Pierre (1993): Über einige Eigenschaften von Feldern, in: ders. (1993): Soziologische Fragen. Frankfurt/Main: Suhrkamp, S. 107-114

Bourdieu, Pierre (1998): Über das Fernsehen. Frankfurt/Main: Suhrkamp

Brandi, Bettina (2004): Offene Kanäle als Orte der Bildung?, in: Köhler-Terz, Kai (Hrsg.) (2004): Medienkompetenzerwerb und medienpädagogisches Handeln in Offenen Kanälen. Aachen: Shaker, S. 39-54

Breunig, Christian (1998): Offene Fernseh- und Hörfunkkanäle in Deutschland, in: Media Perspektiven Nr. 5/1998, S. 236-249

Buchholz, Klaus-Jürgen (2003): Vielfalt gegen Einfalt – Bürgermedien in Deutschland, in: Medienjournal. Freie Radios als Alternative. Nr. 4/2003, S. 75-84

Enzensberger, Hans Magnus (1970/1997): Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit. München: Fischer

Flick, Uwe (2006): Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. 4. Auflage, Hamburg: Rowohlt

Fürhapter, Helga (2003): Die Entwicklung der Offenen Kanäle in Deutschland (Diplomarbeit), Wien

Grisold, Andrea (1996): Regulierungsformen am Mediensektor. Der „Fall“ Österreich: Frankfurt/Main, Wien: Lang

Grisold, Andrea (2003): Finanzierungsmodelle und –praxis nichtkommerzieller Radios, in: Medienjournal. Freie Radios als Alternative. Nr. 4/2003, S. 44-54

Grisold, Andrea (2004): Kulturindustrie Fernsehen. Zum Wechselverhältnis von Ökonomie und Massenmedien. Wien: Löcker

Hummel, Roman/Jungwirth, Christian (2007): Mediengeschichte Österreich. Gründerwelle oder Konzentration?, in: Zukunfts- und Kulturwerkstätte/Friedrich Austerlitz-Institut für JournalistInnenausbildung (Hrsg.) (2007): Heimat, bist du großer Medien? Journalist Lectures. Wien, S. 8-25

Jestaedt, Matthias (2006): Inhaltliche Grenzen für Programmformate, in: Berka, Walter/Grabenwarter, Christoph/Holoubek, Michael (Hrsg.) (2006): Medienfreiheit versus Inhaltsregulierung. Schriftenreihe Recht der Elektronischen Medien. Band 1. Wien: Manz, S.

Köhler-Terz,Kai (Hrsg.) (2004): Medienkompetenzerwerb und medienpädagogisches Handeln in Offenen Kanälen. Aachen: Shaker

Linke, Jürgen (2004): Die Arbeit mit dem Nutzer, in: Köhler-Terz,Kai (Hrsg.) (2004): Medienkompetenzerwerb und medienpädagogisches Handeln in Offenen Kanälen. Aachen: Shaker, S. 37-39

Lueger, Manfred (2000): Grundlagen qualitativer Forschung. Methodologie, Organisation, Materialanalyse. Wien: WUV-Univ.-Verl.

Okto Manifesto. Community-Fernsehen Wien, in: www.okto.tv [30.05.2007]

Okto Programmschema, in: www.okto.tv [18.05.2007]

Paukens, Hans (2003): Quo Vadis Bürgermedien? Referat: Partizipation im Zeitalter der Globalisierung. Dortmund 3. April 2003

Petritsch, Tanja (2007): Mediensystem Österreich: Eine Analyse der Bereiche Print, Fernsehen und Hörfunk (Diplomarbeit), Salzburg

Pöttinger, Ida (2002): Das Private ist politisch – Warum der Taubenzüchterverein die Demokratie stärkt. Referat beim 9. Jahrestreffen Offener Kanäle am 6. und 7. September 2002 in Berlin „Bürgergesellschaft und Medien – Zur Bedeutung des Bürgerrundfunks“

Reck, Hans Ulrich (Hrsg.) (1994): Fernsehen der 3. Art. Wien: Hochsch. Für Angewandte Kunst

Richtlinien und Grundsätze von Okto, in: www.okto.tv [30.05.2007]

Schütz, Johannes (Hrsg.) (2002): Studie zur praktischen Umsetzung des Offenen Fernsehkanals Wien, im Auftrag des Presseinformationsdienstes der Stadt Wien

Schütz, Johannes (2002): Zur Konzeption Offener Kanäle, in: Schütz, Johannes (Hrsg.) (2002): Studie zur praktischen Umsetzung des Offenen Fernsehkanals Wien, im Auftrag des Presseinformationsdienstes der Stadt Wien, S. 19-21

Schütz, Johannes (2002): Erfahrungen mit offenen Fernsehprojekten, in: Schütz, Johannes (Hrsg.) (2002): Studie zur praktischen Umsetzung des Offenen Fernsehkanals Wien, im Auftrag des Presseinformationsdienstes der Stadt Wien, S. 31-54

Schütz, Johannes (2002): Österreich: Eine Vorgeschichte, in: Schütz, Johannes (Hrsg.) (2002): Studie zur praktischen Umsetzung des Offenen Fernsehkanals Wien, im Auftrag des Presseinformationsdienstes der Stadt Wien, S. S. 65-67

Tiersch, Stephan (2004/1995): Bürgerfernsehen (Dissertationsschrift), Trier

Zukunfts- und Kulturwerkstätte/Friedrich Austerlitz-Institut für JournalistInnenausbildung (Hrsg.) (2007): Heimat, bist du großer Medien? Journalist Lectures. Wien

Internetquellen

Arbeitsgruppe Offene Kanäle Österreich: www.offener-kanal.at

Indymedia: <http://de.indymedia.org/>

Okto: www.okto.tv

Universitätsfernsehen Wien (UTV): www.utv.at

Bisher in dieser Reihe erschienen:

No. 1: Cserer, Michael; Paukovits, Harald; Teodorowicz, Slawomir; Wolf, Thomas: Die Wiener Indie-Szene: Independent Networking innerhalb einer verworrenen Mikroökonomie. 2006

No. 2: Aicher, Linda: Kinderkonzerte als Mittel der Distinktion. Soziologische Betrachtung von Kinderkonzerten in Wien anhand von Pierre Bourdieus kulturosoziologischem Ansatz. 2006

No. 3: Ehrenhöfer, Katrin; Koppensteiner, Gudrun; Pumberger, Doris; Steinbauer, Birgit: Musikwirtschaft und neue Medien: Veränderungen in der Musikwirtschaft durch die Digitalisierung aus der Sicht von österreichischen Musikexperten und Vertreter der Musikwirtschaft. 2006

No. 4: Eidenberger, Judith; Haider, Sandra; Oberhumer, Astrid; Rozinski, Jutta: Creative Industries in der Gemeinde Gaspoltshofen. Eine Regionalstudie. 2006

No. 5: Buchacher, Christoph; Steyer, Mario: Die österreichische Verlagsbranche. Eine Branche unter Druck? 2006

No. 6: Frass, Johannes; Frotzler, Martin; Hartner, Michael; Kiennast, Herbert: Habitusforschung in der Wiener Elektronischen Musikszene. 2006

No. 7: Beltzung, Luise; Kittenberger, Axel; Mayer, Susanne: Lebensläufe österreichischer Chefredakteure. Eine Ressourcenanalyse nach Pierre Bourdieu. 2006

No. 8: Angel, Stefan; Roch, Ramona; Witzani, Agnes: Zusammenarbeit und Konkurrenz in der Wiener Theaterlandschaft: unter besonderer Berücksichtigung der Wiener Festwochen; eine explorative Studie.