

Radio im interkulturellen Dialog

Kaspar, Frank

Veröffentlichungsversion / Published Version

Forschungsbericht / research report

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kaspar, F. (2014). *Radio im interkulturellen Dialog*. (ifa-Edition Kultur und Außenpolitik). Stuttgart: ifa (Institut für Auslandsbeziehungen). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-51194-2>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>



ifa-Edition Kultur und Außenpolitik

Radio im interkulturellen Dialog

Frank Kaspar

ifa-Edition Kultur und Außenpolitik

Radio im interkulturellen Dialog

Frank Kaspar

Impressum

Diese Publikation ist entstanden im Rahmen des ifa-Forschungsprogramms „Kultur und Außenpolitik“ und erscheint in der ifa-Edition Kultur und Außenpolitik. Das Forschungsprogramm wird finanziert aus Mitteln des Auswärtigen Amts.

Herausgeber
ifa (Institut für Auslandsbeziehungen),
Stuttgart und Berlin

Autor
Frank Kaspar

Redaktion und Lektorat
Dorothea Grassmann
Sarah Widmaier

Bildnachweis
Titel: Flickr/olkehjelp, Rücktitel: Flickr/estan

Satz und Gestaltung
Andreas Mayer, Stuttgart

Institut für Auslandsbeziehungen e. V.
Charlottenplatz 17
70173 Stuttgart

info@ifa.de
www.ifa.de

© ifa 2014

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	6
1. Ohr zur Welt – Neue Wertschätzung für ein altes Medium	8
2. Vom Kurzwellensender zum Multimedia-Unternehmen	11
3. Interaktion und Dialog	14
4. Lernplattformen und <i>Community Radios</i>	17
5. Transmediale Erzählformen	20
6. Fazit	23
Literatur- und Quellenangaben	26
Zum Autor	29

VORWORT

„Hallo! Hier Welle Erdball!!!“ – 1928 hat Fritz Walter Bischoff die Utopie eines globalen Dialogs durch den Rundfunk gestaltet. Zwei Jahre später spricht Albert Einstein bei der Eröffnung der 7. Berliner Funkausstellung vom Radio als Instrument der „Völkerversöhnung“.

Seit dieser Zeit ist viel passiert: das Internet ist als neues Medium hinzugekommen – ein Medium, das es dem Nutzer nicht nur ermöglicht Inhalte zu empfangen, sondern auch selbst mitzugestalten. Die Kommunikation ist zur Zweibahnstraße geworden. Audioformate im Internet und das Radio schaffen Freiräume – Freiräume der Phantasie und damit auch Raum für eigene Wertvorstellungen, da die Inhalte ohne Bilder, lediglich über das Gehör vermittelt werden.

Internationale Rundfunkanstalten richten ihren Fokus vermehrt auf die Programmgestaltung im Internet, Kurzwellenprogramme hingegen werden reduziert. Trotz des Vormarschs des Internets ist die Kurzwelle ein Instrument, das es derzeit noch mehr als das Internet ermöglicht, Menschen in entlegenen Gebieten zu erreichen.

Ist das Radio ein Relikt längst vergangener Zeiten oder spielt es doch noch eine Rolle für den Auslandsrundfunk? Steck in Audioformaten das Potenzial zum globalen Dialog?

Frank Kaspar vertieft im vorliegenden Artikel die Frage nach der Rolle des Radios im interkulturellen Dialog in Zeiten von Web 2.0. Welchen Mehrwert haben Bildungsformate im Audioformat? Wie ermöglichen Audioformate alternativen Stimmen in restriktiven Regimen Gehör zu finden?

Dieser Beitrag führt die Diskussion der Konferenz „*Radio and Audio Strategies for External Cultural Relations*“, die das ifa in Kooperation mit der Deutschen Welle im Rahmen des internationalen Medienfestivals „Prix Europa“ am 24. und 25. Oktober 2013 in Berlin veranstaltete weiter. Der Konferenzbericht ist online auf der ifa-Homepage einsehbar.

Die Konferenz und dieser Beitrag entstanden im Rahmen eines Projekts des ifa-Forschungsprogramms „Kultur und Außenpolitik“. Hier setzen sich seit 2010 Expertinnen und Experten mit aktuellen Themen der Auswärtigen Kultur und Bildungspolitik auseinander, mit dem Ziel Wissenschaft, Praxis, Politik und Öffentlichkeit zu verbinden.

Dem Autor des Artikels, Frank Kaspar, möchte ich ganz herzlich für seine Arbeit danken. Audio lebt!

Ihr
Ronald Grätz,
 Generalsekretär des ifa
 (Institut für Auslandsbeziehungen)

1.

OHR ZUR WELT – NEUE WERTSCHÄTZUNG FÜR EIN ALTES MEDIUM

Radio? Ist das denn überhaupt noch ein Medium mit Zukunft? Skepsis erscheint angebracht, zumal wenn es um die Rolle von Medien in internationalen Beziehungen, in länderübergreifenden Bildungs- und Kulturprogrammen geht. Bietet das Internet nicht längst bessere Möglichkeiten, Menschen weltweit zu erreichen und miteinander in Kontakt zu bringen? Motivieren Onlinemedien ihre Nutzer nicht viel erfolgreicher, Wissen miteinander zu teilen, an Diskussionen teilzunehmen oder sogar eigene Inhalte ins Programm einfließen zu lassen? Wie nutzt der Auslandsrundfunk als Mittler in den auswärtigen Kultur- und Medienbeziehungen diese Optionen, und welche Rolle spielt der Hörfunk dabei noch?

Tatsächlich hat der Siegeszug digitaler Medien die Arbeit des Auslandsrundfunks seit der Jahrtausendwende entscheidend verändert und international ausgerichtete Sender wie die Deutsche Welle (DW), *BBC World Service*, *Radio France Internationale (RFI)* oder *Voice of America (VOA)* vor große Herausforderungen gestellt (Feilcke/Pianka 2012). Die führenden *International Broadcaster*¹ haben ihre Strategie neu ausgerichtet: Medienkonvergenz, Multimedia-Produktion, Distribution über eine Vielzahl von Plattformen und Kanälen sowie der Einbezug sozialer Netzwerke wie Facebook und Twitter bestimmen den Kurs; das herkömmliche lineare Radioprogramm wurde im gleichen Zuge schrittweise zurückgefahren.²

Dieser Artikel nähert sich der Praxis des *International Broadcasting* und ausgewählten Programmen internationaler Bildungs-, Kultur- und Medienarbeit dennoch bewusst von der Seite der akustischen Medien. Denn der gegenwärtige Medienumbruch bietet auch die Chance, spezifische Qualitäten von Radio- und Audioformaten zu erkennen und zu erörtern, wie sie, auch im Zusammenspiel mit anderen Medien, noch gezielter für bestimmte Aufgaben und Adressaten eingesetzt werden können.

Als das Radio seine Zukunft noch vor sich hatte, wurde das neue Medium, ganz ähnlich wie später das Internet, schnell zum Gegenstand gesellschaftlicher Utopien. Viele Zeitgenossen sahen im Rundfunk ein viel versprechendes Instrument der interkulturellen Verständigung. Albert Einstein bescheinigte ihm „eine einzigartige Funktion (...) im Sinne der Völkerversöhnung“ (Einstein 1930). Der Kunstpsychologe, Film- und Medientheoretiker Rudolf Arnheim erkannte im „Überfliegen der Grenzen“ und dem „Kulturimport auf den Flügeln der Welle“ das „große Wunder des Rundfunks“ (Arnheim 1936/2001: 13). Im August 1929 startete der „Weltrundfunksender“ in Königswusterhausen bei Berlin ein Kurzwellenprogramm, das sich an deutsche Emigranten in aller Welt richtete, aber (bis zur Gleichschaltung des Senders durch die Nationalsozialisten im April 1933) auch Kultur, Politik und Wissenschaft aus Deutschland in englischer Sprache für ein globales Publikum aufbereitete. An diese Mischung aus Kulturdiplomatie und Brückenschlag in die Heimat hat die DW als deutscher Auslandsrundfunk im Jahr 1953 bewusst angeknüpft.³

Drei wesentliche Qualitäten machen das Radio und neue Audioformate für internationale Kulturbeziehungen, für Bildungs- und Medienentwicklungsprogramme bis heute attraktiv. Sie alle waren

1 Der englische Begriff ist offener und wird den Aufgaben des Auslandsrundfunks unter den heutigen politischen und medialen Rahmenbedingungen besser gerecht; vgl. Feilcke 2011: 141.

2 siehe Abschnitt 2 „Vom Kurzwellensender zum Multimedia-Unternehmen“

3 siehe das Vorwort des damaligen Intendanten Walter Steigener in *Deutsche Welle (1969): Mit 8 KW rund um die Welt: deutscher Weltrundfunk in der Weimarer Zeit. Geschichte des Kurzwellenrundfunks in Deutschland 1929–1932.*

bereits Gegenstand der ästhetischen Ideen und sozialen Utopien der ersten Rundfunkjahre:

- Radio wirkt – durch Stimmen, Geräusche und Musik – sehr direkt und intensiv auf die Emotionen seiner Hörer;
- es kann Dialoge initiieren und inszenieren und damit im besten Fall einen Raum für interkulturelle Verständigung schaffen;
- es ist in der Lage, sein Publikum zu aktivieren und zu involvieren – sei es, dass die Hörer Programme mitgestalten, sei es, dass sie, allein oder in Gemeinschaft, selbst zu Produzenten werden.

Alle drei Qualitäten können im Verbund mit Onlinemedien noch gestärkt und entfaltet werden. Darüber hinaus spielt Radio aber auch eine wichtige Rolle in Entwicklungs- oder Schwellenländern und in abgelegenen Regionen, die von Fernsehen und Internet bisher nicht erschlossen sind. Dort wird es nach Einschätzung von Experten der Entwicklungszusammenarbeit „für Millionen Menschen in naher Zukunft das einzige erschwingliche und erreichbare Medium bleiben“ (Leusch 2013: 352).

Ausgehend vom ifa-Forschungsprojekt „Audioformate als Medium internationaler Kulturarbeit“ skizziert dieser Artikel die Entwicklung vom Kurzwellenrundfunk zum „multimedial aufgestellten Medienhaus“ (Deutsche Welle 2013: 5), die für viele *International Broadcaster* charakteristisch ist. Eine Auswahl innovativer Radio- und Audioprojekte zeigt die Bedeutsamkeit für die internationale Kulturarbeit sowie interkulturellen Dialog und gibt Anregungen für zukünftige Projekte.

2.

VOM KURZWELLEN- SENDER ZUM MULTI- MEDIA-UNTERNEHMEN

In ihrem Evaluationsbericht über die Geschäftsjahre 2010 bis 2013 findet die DW deutliche Worte: Der Hörfunk, bis vor kurzem noch als „Nukleus“ der DW bezeichnet (Deutsche Welle 2008), „hat in vielen Zielregionen an Bedeutung (...) verloren. Insbesondere traditionelle Verbreitungswege wie Kurz- und Mittelwelle spielen bis auf wenige Ausnahmen (...) keine Rolle mehr“ (Deutsche Welle 2013: 21f.). Als die DW 1953 gegründet wurde, erreichten alle ihre Sendungen die Hörer über Kurzwelle. Mittlerweile ist die teure Übertragungstechnik weitgehend aufgegeben worden. „Seit 2012 werden nur noch die Regionen via Kurzwelle versorgt, in denen dieser Verbreitungsweg noch von den Informationssuchenden in relevantem Umfang genutzt wird, wie Subsahara-Afrika und Teile Asiens. (...) Wurden im Jahr 2010 durchschnittlich 260 Stunden täglich über Kurzwelle ausgestrahlt, waren es 2012 etwa 59 Stunden pro Tag“ (Deutsche Welle 2013: 83f.).

Im Herbst 2011 hat die DW die Ausstrahlung ihres linearen Radioprogramms in deutscher Sprache über Kurzwelle, Satellit und Internet-Stream eingestellt (Radioszene 2011b). Im Radiobereich werde man sich „auf moderne Module“ konzentrieren, „die sowohl UKW-tauglich (...) als auch on demand vor allem über das Internet oder mobil angeboten werden können“, kündigte der Sender an (Radioszene 2011a). Mit ihrer strategischen Neuausrichtung liegt die DW im Trend der großen *International Broadcaster*. So hat BBC World Service zwischen 2005 und 2008 elf Sprachredaktionen im Hörfunk geschlossen (Deutsche Welle 2010: 30), 2011 folgten weitere Einschnitte bei Sprachdiensten und linearen Radioprogrammen. Auf der Kurzwelle sollen künftig nur ein Angebot auf Englisch und spezielle Dienste für Krisengebiete erhalten bleiben (Deutsche Welle 2013: 32f.).

Die Neuorientierung der *International Broadcaster* betrifft auch die Definition der eigenen Zielgruppe. Im Januar 2014 erklärte die DW, man wolle die „globalen Entscheider und Teilnehmer am politischen Meinungsbildungsprozess“ künftig noch besser erreichen (Deutsche Welle 2014). Zu diesen so genannten „Informationssuchenden“ (*Information Seekers*) gehören „Personen, die durch ihre gesellschaftliche Stellung einen hohen Einfluss auf die öffentliche Meinung eines Landes haben bzw. zukünftig haben werden und sich in autoritären Staaten aktiv für Demokratie, Freiheitsrechte und Fortschritt einsetzen“ (Deutsche Welle 2010: 28). Zwar bietet die DW in einzelnen Regionen nach wie vor aufwändig produzierte edukative Programme an, die auch weniger gebildete Hörer gezielt mit Wissen und Orientierung versorgen (z. B. die Hörspiel-Reihe *Learning by Ear* für Afrika und Afghanistan, siehe Abschnitt 4 „Lernplattformen und Community Radios“). In der Gesamttendenz richtet sich das Programm jedoch an ein gebildetes, vorwiegend urbanes Publikum von Meinungsbildnern und Multiplikatoren.

Um dem Mediennutzungsverhalten dieser Zielgruppe zu entsprechen, werden die Inhalte von vornherein für eine Vielzahl verschiedener Plattformen konzipiert: von der Verbreitung via Satellit über die Ausstrahlung durch eigene UKW-Frequenzen und regionale Partnersender bis zu Internetangeboten (Streaming, Podcast, Audio-on-Demand) und mobilen Services (Deutsche Welle 2010: 28). Seit den 1990er Jahren hat das Internet als Distributionskanal stetig an Bedeutung gewonnen. Es ist der Verbreitungsweg mit der am schnellsten wachsenden Nachfrage. Bei der DW stieg die Nutzung der Onlineangebote von ca. 6,5 Millionen Abrufen pro Woche in 2010 auf 48 Millionen pro Woche in 2012 (Deutsche Welle 2010: 20; Deutsche Welle 2013: 22).

Beginnend in 2007, wurden die Bereiche Radio und Online bei der DW in Multimedia-Redaktionen zusammengefasst (Deutsche Welle 2010: 99f.). Im Februar 2012 ging ein neu gestaltetes Onlineangebot in 30 Sprachen an den Start. Künftig sollen alle Inhalte trimedial geplant und produziert werden (Deutsche Welle 2013: 82 und 85). Die Verbindung von Radio und Online bringt völlig neue, multimediale Programmformen hervor, die Text, Ton, Bild und Bewegtbild integrieren. Insbesondere durch die Einbeziehung sozialer Medien eröffnet sich für die Rolle des Radios in der internationalen Kultur- und Bildungsarbeit damit die Chance, mit Mediennutzern auf vielfältige Weise in den Dialog zu treten und sie in die Programmgestaltung stärker einzubeziehen (Deutsche Welle 2013: 18; vgl.: Abschnitt 3. „Interaktion und Dialog“).

Seit einigen Jahren stehen die *International Broadcaster* der westlichen Länder in einem zunehmenden Wettbewerb mit anderen staatlichen und kommerziellen internationalen Rundfunkanbietern wie „China Radio International“ (CRI /CCTV), Voice of Russia/ Russia Today oder Al-Dschasira (Feilcke 2011). Diese Konkurrenz setzt die Sender umso mehr unter Druck, da westliche Anbieter wie BBC World Service, Voice of America (VOA) oder Radio France Internationale (RFI) „zunehmend von Budgetkürzungen betroffen sind, während beispielsweise Russland, China und Iran ihre Angebote weiter stark ausbauen“ (Deutsche Welle 2013: 20). Die schrittweise Reduzierung der relativ kostenintensiven Kurzwellenprogramme, die nicht zuletzt vor diesem ökonomischen Hintergrund stattfindet, ist unter Experten durchaus umstritten. So wies der Medienforscher Ian Liston-Smith in einer Studie der BBC darauf hin, dass der Empfang per Satellit und Internet nach wie vor eine kostspielige Infrastruktur voraussetzt, die nicht in allen Zielgebieten existiert und daher nur relativ wohlhabenden und lesekundigen Mediennutzern zugänglich ist.

Zudem setzt die Ausstrahlung über regionale Partnersender stabile diplomatische Beziehungen voraus, die gerade im Kontakt mit Staaten, die Presse- und Meinungsfreiheit einschränken, oft nicht gegeben sind (BBC Monitoring research 2007). Kurzwellensignale haben sich als relativ robust gegenüber Attacken durch Störsender (*Jamming*) erwiesen, sie gewähren ihren Hörern eine Anonymität, die das Internet so nicht gewährleisten kann, und sind in der Lage, viele Barrieren zu überwinden, um Hörer zum Beispiel auch in Gefängnissen zu erreichen. Die „Entwicklung von Strategien zur Zensurumgehung“ bleibt eine wichtige „Herausforderung für internationale Informationsanbieter“ (Deutsche Welle 2013: 19). Die Kurzwelle aber auch bestimmte Online-Audio-Strategien können hier gute Dienste leisten.⁴

4 siehe auch Abschnitt 5. „Transmediale Erzählformen“

3.

INTERAKTION UND DIALOG

Durch die Verbindung von Radio und Internet wurde das Verhältnis von Produzent und Rezipient grundsätzlich neu justiert. Soziale Medien wie Facebook oder Twitter machen es möglich, dass Radiomacher und ihre Hörer direkt miteinander kommunizieren. In der vernetzten Öffentlichkeit von heute wendet sich der Rundfunk nicht mehr einseitig an eine Masse von unsichtbaren Hörern. Die Programm-macher und ihr Publikum bewegen sich in ein und demselben Medium – einem Medium, das es den einst zu Passivität verurteilten Zuhörern ermöglicht, sich zu zeigen, Profil zu gewinnen und ihrerseits auf Sendung zu gehen. „Das Radiopublikum ist selbst zu einem Verbund individueller kleiner Sender geworden“, sagt der Mailänder Mediensoziologe Tiziano Bonini, „Radiostationen können ihre Hörer einbinden und zu Koproduzenten machen“ (Bonini 2013).

Bonini erprobt dieses Konzept auch in der Praxis. In der werktäglichen Radioshow *„Voi Siete Qui“* („Sie sind hier“) für den italienischen Sender Radio 24 erzählen er und seine Kollegen persönliche Geschichten, die Hörer eingesandt haben.⁵ Auf einer interaktiven Karte im Internet können die Sendungen nachträglich noch einmal angehört und kommentiert werden. Hörer werden so jeweils für eine Folge zu Autoren, die Radiomacher verstehen sich eher als Kuratoren, die Geschichten sammeln und für die Sendung aufbereiten, indem sie korrespondierende Texte, Songs, Filmausschnitte oder weiterführende Informationen recherchieren – auch dies zum Teil per Aufruf an das soziale Netzwerk.

Für Bonini hat das Radio durch diese Erweiterung seiner kooperativen Möglichkeiten eine neue Evolutionsstufe erreicht. Aus seiner Sicht erfüllt sich damit eine Utopie aus der Frühzeit des Rundfunks. Schon der Schriftsteller und Radioautor Walter Benjamin plädierte in den frühen dreißiger Jahren dafür, die Distanz zwischen Produzent und Publikum aufzuheben (Bonini 2013: 3). Zur selben Zeit forderte auch Bertold Brecht, „den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen“, und den Rundfunk von einem einseitigen „Distributionsapparat“ in einen „Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens“ umzuwandeln (Brecht 1967: 127ff.).

Dass die geeigneten Instrumente für eine derartige Aktivierung der Zuhörer inzwischen zur Verfügung stehen, davon legt die Podcast-Szene ein lebendiges Zeugnis ab. Dabei erweist sich das neue, netzbasierte Radio gelegentlich ganz als das alte. Viele populäre Podcasts setzen geradezu puristisch auf den Reiz des Live-Gesprächs: Zwei oder mehr Personen sitzen miteinander im Studio und schlüsseln in spontaner Wechselrede komplexe Themen auf oder führen mitreißende Dispute. Ein Tondokument des Deutschen Rundfunkarchivs zeigt, dass diese Urform des Radiogesprächs bereits 1930 als viel versprechendes Rundfunkgenre erkannt wurde. Es war die Zeit, als das junge Radio nach seinen Ausdrucksmöglichkeiten suchte: Der Rundfunktheoretiker Friedrich Karl Roedemeyer und die Radiomacher Richard Flaut und Ernst Schoen nahmen die Idee der Talkshow vorweg und erkannten im kontroversen Disput eine genuine Radioform (Flaut/Roedemeyer/Schoen 1930).

Heute verfügt das Radio über eine gewachsene Kultur des Dialogs, die sich mit den neuen Medien auf fruchtbare Weise verbinden lässt. Gerade wenn es darum geht, junge Leute für politische Debatten zu gewinnen, können Radio und Internet einander gut ergänzen. „In Afrika läuft eine öffentliche

5 <http://www.radio24.ilsole24ore.com/programma/voi-siete-qui/index.php>

Diskussion üblicherweise nach dem folgenden Muster ab“, sagt Hélène Michaud vom Afrika-Team des niederländischen Auslandssenders RNW: „Vorn sitzen drei ‚weise alte Männer‘, jeder von ihnen spricht 30 bis 45 Minuten, und am Ende bleibt keine Zeit für Fragen.“ RNW möchte aber gerade die 15- bis 30-jährigen erreichen, denen es oft nicht erlaubt ist, öffentlich das Wort zu ergreifen.

„Wir erreichen sie dort, wo sie sich am liebsten aufhalten“, sagt Michaud: „in sozialen Netzwerken.“ RNW arbeitet mit sieben afrikanischen Ziel-ländern zusammen, darunter die Elfenbeinküste, die Demokratische Republik Kongo, Nigeria und Ruanda. Das Afrika-Team startet eine Debatte mit der Aufforderung, über Facebook relevante Themen vorzuschlagen. Dann organisiert RNW eine wirkliche Versammlung mit einer Partnerinstitution vor Ort und engagiert einen agilen Moderator, der das Publikum offensiv einbezieht (Experten bekommen nur fünf Minuten Redezeit). Ein lokaler Sender strahlt die Debatte aus, und interessante Punkte werden gezielt bei sozialen Netzwerken platziert, um weitere Diskussionen anzustoßen. So springt die Debatte von Online zu Offline und wieder zurück. Michaud nennt es den „Loop“.⁶

6 <http://www.rnw.nl/africa/radioshow/corruption-what-can-we-do-end-it>

4.

LERNPLATTFORMEN UND COMMUNITY RADIOS

Das Internet ist auch auf dem „Radiokontinent“ Afrika auf dem Vormarsch, aber es ist längst noch nicht überall angekommen und hat gegenüber Audioprogrammen ohnehin den schwer wiegenden Nachteil, dass es Analphabeten von den Bildungs- und Informationsangeboten ausschließt. Die Hörspielreihe *Learning by Ear*, mit der die DW in jeweils zehn Episoden auf unterhaltsame Weise Wissen über Gesundheitsfragen und Frauenrechte, politisches Engagement oder das Know-how zur Gründung von Kleingewerben vermittelt, wird deshalb nach wie vor über Kurzwelle und zusätzlich von lokalen Partnerstationen ausgestrahlt. Die im November gestartete neue Radionovela *Crossroads Generation* wird allerdings auch von einem Videoblog zweier Hauptfiguren flankiert und lädt die Zuhörer zur Diskussion in sozialen Netzwerken ein.⁷

Um die Geschichten authentisch zu inszenieren, werden die Hörspiele aufwändig produziert. Alle Aufnahmen finden vor Ort in den Partnerländern statt. Die Handlung stammt aus der Feder einheimischer Autoren, und die Schauspieler werden eigens in den Ländern der sechs Sprachregionen gecastet, für die *Learning by Ear* konzipiert wurde, erklärt Maja Braun von der Multimediaredaktion Afrika der DW. Genauso hält es der französische Auslandsrundfunk RFI mit seinen interaktiven Sprachkursen, die auf phantasievolle Weise in eine Hörspielhandlung eingebettet sind: Der Protagonist wird jeweils in einen Kriminalfall verwickelt und muss sich in der ihm fremden Sprache durchschlagen, um den Fall zu lösen. Die Spielszenen werden mit einheimischen Schauspielern aufgenommen. Für Zuhörer, die in einer lebendigen Tradition mündlich überlieferter Geschichten aufgewachsen sind, sind glaubwürdige Stimmen in einem solchen Format besonders wichtig.⁸

Es gibt durchaus triftige kulturelle Gründe dafür, dem akustischen Medium in bestimmten Fällen den Vorzug vor einer bildlichen Darstellung zu geben. *Learning by Ear* wird von der DW seit 2009 auch für Afghanistan produziert.⁹ Dort wäre es, aufgrund eines gesellschaftlichen Tabus, für Frauen und Mädchen kaum möglich, sich vor der Kamera zu zeigen, erklärt Florian Weigand, der Leiter der DW-Programme in den Landessprachen Dari und Paschtu. In einem Hörspiel aber kann der Konflikt eines Mädchens mit seinen Eltern durchaus thematisiert werden. „Jeder kann sich, seinem kulturellen Hintergrund gemäß, selbst vorstellen, ob die junge Frau einen Schleier oder eine Burka trägt oder nicht“, sagt Weigand.

Dass Audioformate und Radio als Plattformen des Dialogs dienen können, ist keine Garantie für einen Geist der Verständigung. Das hat der Schweizer Regisseur Milo Rau auf radikale Weise in seinem Theaterstück *Hate Radio* gezeigt (Rau 2013). Rau rekonstruiert auf der Bühne den Fall eines Radios, das während des Genozids in Ruanda 1994 eine mörderische Hetze betrieb. Während sie ihre Hörer dazu aufriefen, die Angehörigen der Tutsi-Minderheit zu töten, spielten die Moderatoren von Radio RTLM internationale Pop-Musik und scherzten mit Anrufern am Telefon. Ihre Strategie war äußerst perfide. RTLM wirkte humorvoll, dialogisch und interaktiv. „Der Genozid“, sagt Milo Rau, „war eine Jugendbewegung.“ Europäische Nichtregierungsorganisationen haben als Geldgeber das „Hass-Radio“ mit finanziert. Sie wollten eine alternative Stimme in Ruanda fördern und fielen auf den Schwindel herein. Milo Raus *Hate Radio* ist ein eindrucksvolles Beispiel dafür, wie zeitgenössische Künstler das Medium Radio reflektieren und für den interkulturellen Dialog fruchtbar machen. Der Aufführung

⁹ <http://www.dw.de/%D9%BE%D8%B1%D9-%88%DA%AB%D8%B1%D8%A7%D9%85/%D9%8-8%D8%A7%D9%88%D8%B1-%D9%87-%D8%A7%D9%88-%D8%B2-%D8%AF%D9%87-%D9%8A%D9%8A-%DA%A9%DA%93%D9%87/s-13151>

⁷ <http://www.dw.de/top-stories/learning-by-ear/s-11908>

⁸ http://www.rfi.fr/learn_french/le_talisman_brise

des Stücks am Originalschauplatz des ehemaligen RTLM-Sendestudios in Kigali ging ein mehrtägiger Workshop mit ruandischen Journalistik-Studenten voraus.

In Regionen mit schwacher Infrastruktur, wo der terrestrisch ausgestrahlte Rundfunk nach wie vor das Medium der Wahl ist, haben von internationalen Organisationen unterstützte *Community Radios* eine immense Bedeutung. Das gilt zum Beispiel für abgelegene Gegenden im Nordosten Kolumbiens, wo indigene Volksgruppen eigene Radiostationen betreiben. Lokale Radios wie *Tayrona Stereo*, das von der DW-Akademie mit Journalistentrainings und Organisationsberatung unterstützt wird, haben zwar eine Website, um sich über die Region hinaus darzustellen, aber für ihren eigentlichen Wirkungskreis spielt das Internet keine Rolle. Das Radio ist das einzige Medium, das in der Lage ist, die Gemeinschaft in den unwegsamen Bergen zusammenzuhalten und ihre kulturelle Identität zu stärken. Darüber hinaus erfüllt es, mangels anderer Nachrichtenkanäle, elementare Aufgaben der Gemeindeverwaltung. Es sind umgeschulte Bauern und Lehrer, die über den Sender Impftermine bekannt geben oder auf anstehende Versammlungen oder entlaufene Haustiere hinweisen. Das Radio ist darüber hinaus ein wichtiges Instrument, um gegenüber der Regierung gemeinsame Interessen zu vertreten. In den bewaffneten Konflikten der letzten Jahrzehnte sind indigene Gruppen in Kolumbien immer wieder zwischen die Fronten geraten.

5. TRANSMEDIALE ERZÄHLFORMEN

Aber auch im Verbund mit anderen Medien können akustische Mittel eine neue Wertschätzung erfahren und aufgrund ihrer spezifischen Qualitäten ganz bewusst eingesetzt werden. Fred Petrossians betreut als Online-Chefredakteur die Website von Radio Farda, einem Programm für Iran, das der amerikanische Auslandsrundfunk Radio Free Europe/Radio Liberty in Prag produziert.¹⁰ In die Website eingebundene Audio-Beiträge werden viel gehört, berichtet Petrossians. Besonders bewegend seien persönliche Zeugnisse, etwa von Anrufern, die auf das Schicksal inhaftierter Angehöriger aufmerksam machen möchten. Radio Farda hat keine Möglichkeit, selbst Reporter im Land zu beschäftigen, daher haben Anrufe von Hörern, die ihre eigene Geschichte erzählen oder Einschätzungen zur Lage abgeben, besonderes Gewicht.

Rudolf Arnheim sprach in seinem Buch „Rundfunk als Hörkunst“ (1936) von der Stimme als „irdischem Steckbrief des Menschen“ (Arnheim 1936/2001). In der Stimme kommt eine Persönlichkeit, eine subjektive Haltung zur Welt zum Ausdruck, die den Zuhörer dazu einlädt, sich mit ihr zu identifizieren und die eigene Perspektive in Frage zu stellen. Insofern kann Subjektivität durchaus subversiv wirken, und das zunächst einmal unabhängig davon, wovon eine Stimme spricht, eine Geschichte im Einzelnen handelt. Die Form selbst, der Ton einer Geschichte, kann bereits eine kritische Haltung vermitteln. Davon ist Jens Jarisch überzeugt, der als freiberuflicher Feature Autor und Produzent Workshops zum Thema *Storytelling* für chinesische Journalisten gegeben hat.¹¹

Dass Jarischs Expertise als professioneller Geschichtenerzähler in China gefragt war, hat mit der rasanten Kommerzialisierung des dort nach wie vor strikt kontrollierten Medienmarktes zu tun. Um kritischen Stimmen in China Gehör zu verschaffen, die von der kommunistischen Partei dort nicht erwünscht sind, hat die DW sich einer so pragmatischen wie effektiven Audiostrategie bedient: In der Reihe „Verbotene Bücher“ bietet der Sender Titel, die in China nicht erscheinen dürfen, als Audiobücher zum Download an.¹² Anders als Texte können Audio-dateien (bisher) von Suchprogrammen nicht effizient nach Schlüsselbegriffen gescannt werden, erläutert der Leiter des Chinesischen Programms, Matthias von Hein. Deshalb bereiten sie Zensoren deutlich mehr Mühe. Chinesische Leser, welche die Zensur umgehen möchten, können die „Verbotenen Bücher“ über die DW-Website als Podcast abonnieren.

Die Verbindung von Radio und Onlinemedien hat mittlerweile völlig neue, eigenständige Erzählformen hervorgebracht, die Text, Fotografie und Video kombinieren und die spezifischen Qualitäten auditiver Elemente zum Teil umso deutlicher herausstellen. Francesca Panetta wechselte als Feature Produzentin und Podcasterin von der BBC zur Londoner Tageszeitung *The Guardian*, wo sie als Redakteurin mit besonderen Aufgaben transmediale Erzählformen entwickelt. Welches Potenzial in diesem Genre schlummert, zeigt auf eindrucksvolle Weise die Produktion *The View from the Shard*: eine frei navigierbare Stadtlandschaft aus der Vogelperspektive, fotografiert von der Aussichtsplattform des höchsten Wolkenkratzers von London.¹³ Schon während der Besucher der Website den Blick in die Runde schweifen lässt, pfeift ihm ein eisiger Wind um die Ohren, der ihn unmittelbar

¹² <http://www.dw.de/%E6%9B%B4%E5%A4%9A%E7%A6%81%E4%B9%A6-%E7%82%B9%E5%87%BB%E8%BF%99%E9%87%8C/a-5931279>

¹³ <http://www.theguardian.com/artanddesign/interactive/2013/feb/01/view-from-top-shard-london-interactive>

¹⁰ http://www.rferl.org/info/radio_farda/186.html

¹¹ <http://www.yeya.de/>

in die Szenerie eintauchen lässt. Von hier aus kann man nach Belieben in Straßen und Parks hinabtauchen, Promenaden und Plätze, Anleger und Ausflugsboote in Augenschein nehmen und die verschiedensten Klänge zu sich heran zoomen. Ein unerschöpfliches Netz von Sinneseindrücken und Geschichten scheint in dieser Matrix verborgen zu liegen, in die man zusätzlich eigene Kommentare und Geschichten eintragen kann. Es sind die Klänge, die diesen Streifzug zu einem besonders sinnlichen Erlebnis machen.

Eine weitere, auf den ersten Blick weitaus schlichter angelegte Produktion nimmt ihren Ausgangspunkt von Pressefotos, die durch den Irak-Konflikt weltbekannt wurden. *Faces of War* heißt diese Serie, die in ebenfalls aufwändig produzierten, zwei, drei Minuten langen Audio-Szenen die Stimmen der Militärs und Zivilisten zu Wort kommen lässt, die unfreiwillig zu Gesichtern des Krieges wurden. Der Ton entzaubert, erläutert und bereichert die Bilder und lässt sie uns anders sehen.¹⁴

Um einen anderen Blick ging es auch Berit Schuck und Julia Tieke bei ihrem gemeinsam kuratierten „*Alexandria Streets Project*“. Sie führten Interviews mit Schriftstellern und Taxifahrern, Architekten und Aktivisten und komponierten aus den Aufnahmen, zusammen mit Stadtklängen und Musik, zwanzig Hörstücke, die von ganz konkreten Orten in der ägyptischen Hafenstadt erzählen. Das Projekt entstand in Zusammenarbeit mit einem lokalen Internetradio und dem Goethe-Institut Alexandria. Schucks und Tiekies Blick ist nicht touristisch, sondern sie sind darauf aus, die Stadt durch die Augen möglichst vieler verschiedener Bewohner lesbar zu machen. Ihre Gesprächspartner deuten Graffiti an den Mauern von Alexandria, sie berichten vom Tod eines Bloggers und von den

Tagen der Revolution. Die arabisch-englischen Hörstücke stellen die Perspektive der Einheimischen in den Vordergrund, aber beide Sprachen sind so miteinander verwoben, dass ihre Geschichten auch für Außenstehende nachvollziehbar werden, die im Internet auf einem stilisierten Stadtplan die verschiedenen Orte ansteuern.

Dank einer Smartphone-App sind die Geschichten des *Alexandria Streets Projects* inzwischen auch per GPS-Ortung an den Originalschauplätzen zu hören. Sobald man mit dem Telefon in den Bannkreis des Ortes tritt, startet die Zuspieldung automatisch. Die raffinierte Erweiterung des Gesprächs- und Erfahrungsraums über das Radio hinaus, in reale Räume und ihre alltäglichen wie historischen Konnotationen hinein, zeigt ein weiteres Mal, welche Chancen gerade das akustische Medium für eine produktive Auseinandersetzung und Verständigung über kulturelle Identitäten bietet.

¹⁴ <http://www.theguardian.com/world/interactive/2013/mar/15/iconic-faces-iraq-war-pictures>

6.

FAZIT

Für Menschen in vielen Teilen der Welt war das Radio das erste Medium, das ihnen einen Horizont jenseits des eigenen Kulturraums eröffnet hat. Unterwegs auf dem Frequenzband lernten sie Stimmen, Sicht- und Lebensweisen aus anderen Ländern kennen. Bis heute bieten die Programme des Auslandsrundfunks eine Gelegenheit, Informationen aus anderen Weltregionen zu erhalten. Die *International Broadcaster* berichten in vielen Sprachen über das eigene Land und verfolgen dabei durchaus unterschiedliche Interessen. In Kriegs- und Krisenzeiten dienen die Programme vor allem strategischen Zwecken. Im Zweiten Weltkrieg und während des Kalten Krieges standen die Kurzwellendienste der verfeindeten Mächte in einem Wettbewerb von Verschleierung und Aufklärung, von Propaganda und Gegenpropaganda.

Nach dem Fall der Berliner Mauer und dem Ende der Sowjetunion musste der Auslandsrundfunk sich neu orientieren. In der Außen- und Entwicklungspolitik sind Kultur und Medien zunehmend als wichtige Faktoren für die Gestaltung auswärtiger Beziehungen und internationaler Entwicklungszusammenarbeit erkannt worden. Führende *International Broadcaster* des Westens wie BBC, RFI, DW, RNW und die Programme des US-amerikanischen *Broadcasting Board of Governors (BBG)* haben sich daher neben der Außendarstellung des eigenen Landes die Förderung von unabhängigem Journalismus und interkulturellem Dialog zum Ziel gesetzt. Sie produzieren Bildungs- und Informationsprogramme und führen Medienentwicklungsprojekte mit zahlreichen Partnerländern durch.

In ihren Zielgebieten stehen die international ausgerichteten Sender der westlichen Demokratien zunehmend in Konkurrenz mit Auslandsprogrammen von autokratisch regierten Staaten wie China und Russland, die dort selbst politisch und ökonomisch Einfluss nehmen wollen. Nicht zuletzt unter diesem Druck und nach einschneidenden

Budgetkürzungen haben europäische und amerikanische *International Broadcaster* die kostspielige Kurzwellentechnologie weitgehend aufgegeben und setzen stattdessen auf die Verbreitung multimedialer Inhalte über eine Vielzahl von Plattformen: von Internet- und mobilen Onlinediensten bis zur Ausstrahlung durch Partnersender in den Zielregionen.

Radio- und Audioformate stellen in diesem Medienverbund weiterhin wertvolle Instrumente dar, die nicht unterschätzt werden sollten. In Regionen, die von Fernsehen und Internet bisher kaum erschlossen sind, ist terrestrisch ausgestrahltes Radio nach wie vor das Medium der Wahl, um Informationen und Bildungsinhalte zu verbreiten. Das betrifft weite Teile Afrikas sowie asiatische Länder wie Afghanistan und Pakistan. Gerade mit seinen Bildungsprogrammen erreicht das Radio auch Zuhörer, die nicht lesekundig sind, und schließt auch in Gebieten mit besser entwickelter Infrastruktur Nutzer nicht aus, die sich teure Satellitenempfänger oder Internetzugänge nicht leisten könnten. Gleichwohl flankieren DW, RFI, RNW und andere Sender ihre Sprachkurse, Diskussionssendungen und edukativen Hörspiele erfolgreich mit Angeboten in sozialen Netzwerken, für Mobiltelefonie oder mobile Onlinedienste. In der jüngeren Zielgruppe sind diese Medien auch auf dem „Radiokontinent“ Afrika auf dem Vormarsch.

Auch für die Medienentwicklungszusammenarbeit spielt das „Radio alter Schule“ noch eine wichtige Rolle. Seine Flexibilität und Mobilität und die relativ geringen Kosten für Aufnahme- und Produktionstechnik machen es besonders geeignet für Journalistenschulungen und Medientrainings und für den Aufbau eigener Sendestationen in den Partnerländern. Auch in unwegsamen Regionen können *Community Radios* lokale Gemeinschaften stabilisieren und ihnen eine wirksame Stimme zur Vertretung ihrer Interessen geben. Darüber hinaus hat sich die Kurzwelle dort bewährt, wo

Regierungen die Informations- und Meinungsfreiheit ihrer Bürger beschränken. Der Kurzwellenempfang ermöglicht Hörern eine Anonymität, die das Internet seinen Nutzern so nicht bieten kann, und die Übertragungstechnik ist gegenüber Störsendern und anderen Versuchen der Blockade von Programmen relativ robust. Das Radio vermag Barrieren zu überwinden, die andere Medien abschirmen, so kann es Zuhörer zum Beispiel auch in Gefängnissen erreichen. Gegen Zensurversuche erweisen sich Audioprogramme auch im Internet als widerständig, da Tondokumente, anders als Texte, bisher nicht effizient von Suchprogrammen nach indizierten Schlüsselbegriffen durchforstet werden können.

Im Zusammenspiel mit Onlinemedien und als Element in Multimediaprogrammen bleiben Radio- und Audioformate attraktiv, da sie eine Reihe von Qualitäten einbringen, die in der Kombination mit neuen Medien weiterhin wirksam sind, ja, zum Teil sogar gesteigert werden können. Zunächst bieten Audioprogramme Menschen durch ihre Konzentration auf das Wort die Chance, sich buchstäblich ohne Ansehen ihrer Person zu äußern. Damit sind mögliche Angriffsflächen für eine Diskriminierung des Sprechers wie dessen religiöses Bekenntnis, Hautfarbe oder gesellschaftlicher Status zunächst ausgeblendet. Durch die Stimme des Gesprächspartners bilden akustische Medien zudem auf sehr direkte Weise individuelle Äußerungen ab, die das Temperament und die Haltung des Sprechers mit transportieren und den Zuhörer dadurch auffordern, selbst Position zu beziehen und andere Positionen anzuerkennen.

Diese genuin dialogische Qualität, die durch Onlinemedien produktiv erweitert werden kann, indem der Hörer in die Lage versetzt wird, sich aktiv ins Gespräch einzuschalten, macht Radio- und Audioformate für die interkulturelle Verständigung besonders geeignet. Ein Radio auf der Höhe der Zeit ermöglicht uns, am Wissen, an der Weltsicht

und den Erfahrungen anderer Kulturen zu partizipieren und – Dank der neuen Medien – miteinander in den Dialog zu treten. Diese Chance sollten wir uns nicht entgehen lassen.

LITERATUR- UND QUELLENANGABEN

Arnheim, Rudolf (1936/2001): *Rundfunk als Hörkunst*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

BBC Monitoring research (Hg.) (2007): *Fragmenting audiences challenge shortwave broadcasters*. Analysis by Ian Liston-Smith of BBC Monitoring on 31 July. <http://mt-shortwave.blogspot.de/2007/08/fragmenting-audiences-challenge.html> (Stand: 5.2.2014)

Bonini, Tiziano (2013): *The Listener as Producer. Radio Audience in the Age of Social Media*. Vortrag im Rahmen des Expertenseminars „Radio and Audio Strategies for External Cultural Relations“ am 25.10.2013 in Berlin. <http://de.slideshare.net/TizianoBonini/the-listener-as-producer-presentation-at-prix-europa-2013> (Stand: 5.2.2014)

Brecht, Bertold (1967): *Der Rundfunk als Kommunikationsapparat*. In: Bertold Brecht: *Gesammelte Werke*, Bd. 18. *Schriften zur Literatur und Kunst*, Bd. 1. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Deutsche Welle (Hg.) (2014): *Deutsche Welle beschließt Weichenstellungen auf dem Weg zum globalen Informationsanbieter*. Pressemitteilung vom 20. Januar 2014. <http://www.dw.de/deutsche-welle-beschließt-weichenstellung-auf-dem-weg-zum-globalen-informationsanbieter/a-17373354> (Stand: 4.2.2014)

Deutsche Welle (Hg.) (2013): *DW Evaluationsbericht 2013*. <http://issuu.com/deutsche-welle/docs/evaluationsbericht-2010-2013> (Stand: 3.2.2014)

Deutsche Welle (Hg.) (2010): *DW Evaluationsbericht 2007–2009*. <http://www.dw.de/popups/pdf/27759306/evaluationsbericht-2007-bis-2009.pdf> (Stand: 3.2.2014)

Deutsche Welle (Hg.) (2008): *DW-Radio – Erfolgsgeschichte in vielen Sprachen*. Pressemitteilung, April 2008. <http://www.dw.de/dw-radio-erfolgsgeschichte-in-vielen-sprachen/a-821343-1> (Stand: 3.2.2014)

Deutsche Welle (Hg.) (1969): *Mit 8 KW rund um die Welt: deutscher Weltrundfunk in der Weimarer Zeit. Geschichte des Kurzwellenrundfunks in Deutschland 1929–1932*. Berlin: Haude und Spener.

Einstein, Albert (1930): *Rede zur Eröffnung der 7. Großen Deutschen Funkausstellung und Phonoschau Berlin, 22.8.1930*. Tondokument, Deutsches Rundfunkarchiv: DRA Wiesbaden B003851538 / DRA CD I-2002. <http://www.dra.de/online/hinweisdienste/wort/2005/april18.html> (Stand: 3.2.2014)

Feilcke, Adelheid/ Pianka, Fabian (2012): *Vom Sender zum Dialogpartner. Digitale Herausforderungen für den Auslandsrundfunk*. In: Erik Bettermann/ Ronald Grätz (Hrsg.) (2012): *Digitale Herausforderung. Internationale Beziehungen in Zeiten von Web 2.0. Reihe „Medienkulturen“ des ifa (Institut für Auslandsbeziehungen) und der Deutschen Welle*, Band 1. Göttingen: Steidl. S. 121–127.

Feilcke, Adelheid (2011): *Auslandsrundfunk – International Broadcasting*. In: Christoph Schmidt/ Bernd-Peter Arnold (Hrsg.) (2011): *Handbuch International Media Studies. Edition International Media Studies der Deutsche Welle Akademie*, Band 1. Berlin: Vistas. S. 138–157.

Flaut, Richard/ Roedemeyer, Friedrich Karl/ Schoen, Ernst (1930): *Über das Gespräch als neue Rundfunkform*. Tondokument des Deutschen Rundfunkarchivs. Aufnahme vom 12.10.1930. In: *Der Klang der zwanziger Jahre. Reden, Rezitationen, Reportagen 1920 bis 1930*. <http://www.dra.de/publikationen/cds/stimmen/cd31.html> (Stand: 5.2.2014)

Leusch, Patrick H. (2013): Medien und Entwicklungszusammenarbeit. In: Hartmut Ihne/ Jürgen Wilhelm (Hrsg.) (2013): Einführung in die Entwicklungspolitik. 3. erweiterte Auflage. Einführungen Politikwissenschaft, Band 4. Berlin/Münster: Lit. S. 349–366.

Radioszene (2011a): Deutsche Welle Reform: Weniger Kurzwelle, mehr Online. DW-Presse-meldung vom 18.5.2011. <http://www.radioszene.de/24835/deutsche-welle-reform-ab-juli-weniger-kurzwelle-mehr-online.html> (Stand: 4.2.2014)

Radioszene (2011b): Adieu, DW: Ein Rundfunkriese schaltet ab. Artikel zur Einstellung des deutschsprachigen Radioprogramms der Deutschen Welle, erschienen am 29.10.2011. <http://www.radioszene.de/31215/adieu-dw-ein-rundfunkriese-schaltet-ab.html> (Stand: 4.2.2014)

Rau, Milo (2013): Hate Radio. In: Kultur und Gespenster, Ausgabe 14. Hamburg: Textem Verlag. S. 321–338. Vgl.: <http://international-institute.de/?p=345> (Stand: 5.2.2014)

ZUM AUTOR

Frank Kaspar arbeitet als Kulturjournalist, Dozent und Kurator im und über das Radio. Er studierte Germanistik, Neuere Geschichte und Kunstwissenschaft in Essen. Für die FAZ und den Fachdienst epd-Medien schrieb er über aktuelles Hörspiel und Feature (1999–2006). Mit der Publizistin Gaby Hartel kuratierte er das Internationale Hörkunsthauptfestival der Akademie der Künste Berlin (2007) und gemeinsam mit weiteren Kuratoren das bilaterale Programm „rádio d-cz“ und die Ausstellung „Sounds. Radio – Kunst – Neue Musik“ im Rahmen von „Zipp – deutsch-tschechische Kulturprojekte“, einer Initiative der Bundeskulturstiftung (2008–2010). Als Lehrbeauftragter für Medienästhetik unterrichtete er an der Hochschule für Musik und Theater in Leipzig (2009–2012).

Kontakt: fkaspar@arcor.de

Charlottenplatz 17 P.O. Box 10 24 63
D-70173 Stuttgart D-70020 Stuttgart
Tel. +49/711 2225-0 Fax +49/711 2 26 43 46
www.ifa.de info@ifa.de

