

Jedes Land, jedes Kind, eine Stimme

Radijojo erhält „Goldene Göre 2012“

Elektronische Medien haben den Vorteil, dass sie weltweit Menschen miteinander vernetzen können, die sich zwar nicht kennen, aber immerhin über ihre Kultur oder die Probleme der Welt kommunizieren können. Ein medienpädagogisches Projekt aus Berlin wollte Kindern zunächst die Möglichkeit geben, zu ihren Alltagsproblemen und ihren Interessen Ton-

träger herzustellen. Inzwischen ist es mit vergleichbaren Projekten in aller Welt vernetzt. Über die Chancen, Ziele und Erfolge von Radijojo, aber auch über die Probleme, mit denen ein nicht kommerzielles medienpädagogisches Projekt kämpfen muss, sprach *tv diskurs* mit Thomas Röhlinger, Gründer und Chefredakteur des Projekts.

Was verbirgt sich hinter dem Namen Radijojo?

Wir sind ein gemeinnütziges Projekt an der Schnittstelle von Medium, Medienpädagogik und globalem Lernen. Wir haben in Deutschland als medienpädagogisches Projekt angefangen und verbinden heute Kinder in mehr als 100 Ländern für gemeinsame Projekte des globalen Lernens. Unser Ziel lautet: Jedes Land, jedes Kind, eine Stimme. Wir versuchen, möglichst dezentral zu arbeiten. In Berlin laufen die Fäden zusammen, aber es soll nicht alles aus Berlin, aus Deutschland oder aus Europa kommen, sondern unsere Aufgabe ist es, Kindern auf der ganzen Welt eine Stimme zu geben und dafür eben die Medien zu nutzen. Wir haben uns auf Audio spezialisiert, weil wir denken, dass Audio die Fantasie und den eigenen Ausdruck fördert und Talent eine Chance gibt, die in einer sehr visuell geprägten Welt sonst oft untergehen. Wir wollen Themen aufgreifen, die Kinder interessieren oder interessieren sollten. Das ist nicht immer deckungsgleich. Kein Kind würde von sich aus auf die Idee kommen, eine Serie zum Thema „Kinderrechte“ zu machen. Wir geben den Anstoß dazu – und wenn der Rahmen einmal gesetzt ist, dann wird es auch für die Kids spannend. Die Unterstützung des internationalen Austauschs von Kindern untereinander ist unserer Meinung nach eine weltweit

vernachlässigte Aufgabe. Dieses Kinderrecht gerät oft unter die Räder, weil Politik, Medienpolitik und Medien regional und national aufgestellt sind. So gibt es z. B. medienpädagogische Projekte in Deutschland und in den USA, aber wenig Kommunikation darüber zwischen den beiden Ländern. Zudem werden Kinder oft nicht mitgedacht, weil man ihnen nicht zutraut, dass sie etwas zu so komplexen Themen wie UN-Millenniumszielen, Kinder- und Menschenrechten, Klimawandel und Fair Trade zu sagen haben. Insofern machen wir viel Pionierarbeit.

Wie ist Radijojo organisiert?

Wir haben unser Hauptquartier in Berlin und machen viele Workshops an den umliegenden Schulen. Unser Büro liegt an einem sozialen Brennpunkt, und wir arbeiten sehr viel mit den Kindern dort. Hier haben wir es mit Klassen zu tun, die ausschließlich von Kindern mit Migrationshintergrund besucht werden. Wir sind aber ebenso in anderen Stadtbezirken oder im Umland unterwegs oder arbeiten mit Partnern im Ausland. Wenn möglich, fahren wir dorthin. Ich war vor Kurzem z. B. in Jakarta, momentan arbeiten wir mit Marokko zusammen. Wenn das nicht möglich ist, machen wir es sozusagen über Ferntraining. Wir sind Mitglied im Welt-

verband der Community Radios, also der nicht kommerziellen, zivilgesellschaftlichen Radiostationen. Hier sind 3.000 solcher Sender vertreten, viele von ihnen auch aus den Entwicklungsländern. Wir sind in Europa auch Mitglied im Community Media Forum Europe, was eine ähnliche Aufgabe hat, allerdings nicht auf Radio beschränkt ist. Weiterhin engagieren wir uns in den nicht kommerziellen Mediennetzwerken der Welt und in globalen Bildungsnetzwerken. Dieser globale Blick macht unsere Arbeit einmalig und das Lernen erlebbar. Man bekommt einen ganz anderen Blick auf das Thema „Wasser“, wenn man von Inuit-Jugendlichen gehört hat, dass die Gletscher in Grönland schmelzen. Man bekommt ein anderes Bild, wenn Kinder aus Gambia erzählen, dass der Fluss, an dem sie wohnen, austrocknet und die Ufer versalzen. Man bekommt ein anderes Bild, wenn Kinder aus Bolivien erzählen, wie hart der Kampf gegen die Privatisierung der Wasserrechte in Bolivien geführt wird. Da hat man einen komplett anderen Bezug zu den Themen, als wenn man sich hier in der Schule mit dem Lexikon hinsetzt und zum gleichen Thema etwas erarbeitet.

**Wie kann man sich das konkret vorstellen?
Haben Sie in jedem Land Dependancen?**

Wir arbeiten mit Freiwilligen oder mit Partnern in allen Ländern der Welt. Ich selbst bin sehr viel auf Kongressen unterwegs. Ich stelle dort unsere Arbeit vor und biete Kooperationen an. Die Vorgehensweise ist recht einfach: Es werden Verabredungen zu Skype-Gesprächen von Kind zu Kind gemacht oder bestimmte Themen vorgeschlagen, zu denen Beiträge hergestellt werden sollen, etwa zum Thema „So leben wir in Kirgisistan“. Oder wir bitten sie, uns zehn Fragen zu schicken, was Kinder in Brasilien über Deutschland wissen möchten, und wir beantworten die dann mit den deutschen Kindern. Umgekehrt funktioniert es genauso.

**Das heißt, Sie verabreden sich auf Themen,
und diese werden dann lokal bearbeitet.
Wie funktioniert das sprachlich?**

Wir improvisieren sehr häufig. Entweder man findet bei uns Kinder, die die jeweilige Sprache beherrschen oder man einigt sich auf Englisch. Wenn die Kinder das nicht beherrschen sollten, muss man es overvoicen. In Berlin machen wir auch Integrationsprogramme für Migranten. Hier ist unser Vorteil, dass wir Leute aus Haiti oder Afghanistan vor Ort haben, die die Sprache beherrschen und uns unterstützen.

In welchem Alter sind die Kinder?

Wir haben eine große Spannbreite. Vor einer Weile haben wir bewusst damit angefangen, mit Kitas zu arbeiten, weil es uns geärgert hat, dass sie komplett ausgeblendet werden, weil man ihnen eine Mitarbeit nicht zutraut. Deshalb haben wir ein Skype-Gespräch als Pilotprojekt mit Kindern aus einer Kita in Moskau gemacht. Ähnliches lief dann mit Mexiko, und gerade vor Kurzem haben sie beim UNESCO-Radiotag mitgemacht. So kam es, dass ihr kleiner Spot in Vancouver und Irland lief. Unsere Hauptzielgruppe sind jedoch Grundschul Kinder bis zur 8. Klasse. Wenn es sehr anspruchsvolle Themen sind, haben wir auch ältere Jugendliche dabei. So beschäftigen wir uns z. B. in einem europäischen Netzwerk mit Jugendlichen aus ganz Europa mit Fragen zur Zukunft Europas.



Wie kann ich als Rezipient an das Programm oder die einzelnen Beiträge herankommen?

Da gibt es mehrere Wege. Im Internet haben wir einen Livestream, in dem die Highlights in einer Schleife laufen. Dann haben wir die meisten Inhalte als Podcasts auf den verschiedenen Webseiten, die dort meist nach Regionen und Themen sortiert sind. Alle unsere Inhalte sind zeitlos. Das heißt, man kann sie heute, aber auch noch in drei oder fünf Jahren anhören. Es ist also ein bisschen als eine Bibliothek zu betrachten. Zusätzlich geben wir alles, was wir haben, jedem nicht kommerziellen Radiosender im In- und Ausland weiter.

Warum geben Sie die Beiträge nicht auch an kommerzielle Radiostationen?

Weil es dann ganz schnell Interessenkonflikte gibt. Der eine ist, dass viele von unseren Inhalten nicht in kommerzielle Sender passen würden, weil es eben um Kinder geht, die selbst etwas machen, was nicht so hochglanzproduziert ist. Es kommen auch Kids zu Wort, die einen Sprachfehler haben, manchmal ist auch die Qualität nicht so gut, es kratzt oder scheppert. Zum anderen beißt es sich auch mit unserer nicht kommerziellen Grundlogik. Unser Ziel ist es, Medien als Einsatz für sozialen Wandel, für Bildung zu nutzen. Das ist eben nicht mit den Interessen einer Firma, die Gewinn machen muss, in Einklang zu bringen. Wie es in der Gesellschaft Wirtschaft, Staat und Zivilgesellschaft gibt, spiegelt sich das auch in der Medienwelt. Da sind wir weder staatsnah wie die Öffentlich-Rechtlichen noch wirtschaftlich orientiert kommerziell, sondern wir sind Medien der Zivilgesellschaft. Und nur so können wir uns über Spenden, über Volunteering und über Projektarbeit über Wasser halten. Das ginge nicht, wenn wir eine gewinnorientierte Firma wären. Viele Themen, die sperrig, aber für uns ganz wichtig sind, weil sie pädagogisch wichtig sind, würden automatisch hinten runterfallen. Bestimmte Regionen der Welt, die nicht in ein kommerzielles Raster passen, würden auch hinten runterfallen, weil sie im Zweifel zu wenig Quote bringen, und dann würde von unserer Grundsubstanz wenig übrig bleiben. Das war eine Grundentscheidung, die wir ganz am Anfang vor zehn Jahren getroffen haben.

Auf der anderen Seite ist es natürlich in Ihrem Interesse, möglichst viele Menschen zu erreichen.

Es wäre für uns der Hauptgewinn, wenn wir es schaffen würden, unsere Themen noch mehr in die Breite zu bringen. Damit wären wir weltweit auch ein Vorbild. Schon jetzt sind wir für viele eine Art Modell, womit wir uns auch in der Verantwortung sehen. Wenn wir zeigen können, dass es in Deutschland funktioniert, dann hat es auch positive Auswirkungen auf andere Länder. Deshalb ist es unser Fernziel, uns zu einer weltweiten Media Foundation zu entwickeln, die ihre Arbeit noch breiter, größer, stärker, bekannter und nachhaltiger machen kann. Als wir vor zehn Jahren angefangen haben, hatte ich nur Deutschland im Kopf. Jetzt sind wir auf einmal international. Die Roadmap für die nächsten zehn Jahre ist die Entwicklung dieser World Children's Media Foundation.

Die Wurzeln liegen in Berlin, dann haben Sie versucht, das Ganze in anderen Ländern zu verknüpfen – und dadurch hat sich das Projekt dann internationalisiert.

Genau, wir haben schon relativ früh eine Anfrage aus Südtirol bekommen, wo wir bis heute auch zu hören sind, in diesem Fall über eine quasi öffentlich-rechtliche Rundfunkstation. Dann kam eine Anfrage aus China mit einem Kulturaustauschhintergrund. Dann war ich 2006 in Mali bei einem Kongress von Plan International zu Kindermedien. Das war der Schlüsselmoment, in dem ich Feuer gefangen habe und dachte, dass wir das ausprobieren sollten. Ich kam zurück mit 50 Kooperationsanfragen aus aller Welt, die wir heute noch abarbeiten. Ganz viele solcher kleinen Projekte gibt es auf der ganzen Welt. Alle haben ähnliche Probleme: zu wenig Geld, unzureichende Technik. Aber alle verfügen über Menschen, die ehrenamtlich gerne etwas für Kinder machen wollen. Und die zu vernetzen, ist unser Ziel.



Das heißt, es geht nicht nur um das eigene Programm, sondern es geht um die Vernetzung, wovon jeder profitiert, weil jeder zuliefert. Würden Sie sagen, dass das Ganze eher eine Kulturarbeit ist oder eine medienpädagogische Arbeit?

Sowohl als auch. Das sind zwei Aspekte. Es ist eine kulturelle Bildung, es ist aber auch medienpädagogische Arbeit, es geht aber auch um die Förderung von Weltwissen. Wichtig ist uns Förderung von Empathie. Gerade hier in Deutschland gibt es dafür zwei Beispiele: Es gibt in Ostberlin eine ganze Menge rechtsgefährdeter Kinder, bei denen sämtliche Förderprogramme für Jugendliche viel zu spät greifen. Umgekehrt, im Wedding, wo wir sitzen, gibt es spiegelbildlich integrationsbedingte Defizite, was ebenso viel mit Empathie und interkultureller Bildung zu tun hat. Mangelnde Empathie führt oft zur Ausgrenzung. Wir haben erlebt, wie ein Mädchen aus einer kurdischen Familie mit einem Rap ankam, in dem es hieß: „Angelika Merkel, mein Hasspfeil trifft dich“. Wir nehmen so etwas auf und sagen, dass wir das so nicht machen können, fragen aber natürlich auch nach, wie sie drauf kommt – und versuchen, einen Dialog herzustellen. Sie öffnen sich uns gegenüber über diesen Umweg der Medien. Ein anderer Junge, Ali, kam mit einem Text an, als Gaza wieder bombardiert wurde: „Und der Junge bindet sich den Sprengstoffgürtel um, und dann geht er über die Grenze und weint und weiß, er wird nicht zurückkommen.“ Da sind wir an einem Punkt, an dem wir die Nachsorge nicht so leisten können, wie wir es uns wünschen würden. Wir haben eben keine feste Förderung, sodass wir eben solche Kinder und Jugendlichen nicht weiter begleiten können. Die verlieren wir dann wieder. Deshalb ist unser großer Appell an die Politik in Bund, Land und EU, solche Projekte wie uns zu fördern.

Die Medien sind für Sie eine Art Anker, der Menschen an sich zieht. Man ergreift die Chance und versucht, den positiven Kontakt zu verwenden, um im Grunde eine Integrationsleistung zu schaffen. Gelingt das?

Bei dem Mädchen, von dem ich erzählt habe, haben wir es hinbekommen, dass sie in ihrem nächsten Song „Seht Ihr nicht die Kinder in den Straßen, die brauchen Eure Hilfe“ getextet hat. Aus dem Hass ist also eine halb konstruktiv-appellative Form geworden.

Sie haben das Jugendzentrum, aus dem die Kinder kommen, und können hier auch zusammenarbeiten.

Ja, das ist unsere quasi-offene Arbeit. Dann gibt es auch noch andere Formate – wie etwa unsere Schulworkshops, für die wir in Schulen gehen, eine Woche oder einzelne Tage mit den Kindern an ganz bestimmten Themen arbeiten und dann alle Register ziehen; Einführung in Medientechnik, Einführung in kritische Medienwissenschaften: Warum gibt es kommerzielle und nicht kommerzielle Medien? Warum gibt es so etwas wie Radijojo? Das geht bis zur Sprachförderung, zu Musik, die sie dann aufnehmen und mit in die Sendung einbauen, Rechercheübungen, journalistische Arbeiten, Schnittübungen. Wir spielen da auf einer ganzen Klaviatur: Medienpädagogik, Medienpolitik, Schnitt, Medientechnik, Journalismus, Entwicklung von inhaltlichen Themen, die man medial umsetzt. Auf einer Webseite wird der Prozess dann abgebildet.

Sie erwähnten, dass das, was Kinder interessieren sollte, nicht unbedingt das ist, was Kinder tatsächlich interessiert. Wie schaffen Sie es, Kinder zu Inhalten zu bringen, die auch kulturell relevant sind?

Das ist durchaus schwierig, und wir schaffen es nicht immer. Da gibt es verschiedene Motivationen. Die wirklich anspruchsvollen Themen bearbeiten wir innerhalb der geschlossenen Projektwochen in der Schule, wo die Kinder nicht weg können, wo man dann aber eben gezielt Radiosendungen als Motivation anbringen kann oder das Bauen einer Webseite, auf die alle dann natürlich sehr stolz sind. Ein Highlight ist auch ein Skype-Gespräch mit Kindern aus einem anderen Land oder mit Gästen, die wir einladen. Es geht ein bisschen auch darum, Kindern zu zeigen, dass es sich lohnt, an einer Sache dranzubleiben, dass dabei etwas herauskommen kann, was andere nicht einfach so schaffen.

Das Interview führte Prof. Joachim von Gottberg.

Webseiten von Radijojo:

www.world-childrens-radio.net
 www.across-the-ocean.org
 www.radijojo.de/the-movement
 www.radijojo.de/we-are-discovering-the-world
 www.radijojo.de
 www.euchira.eu
 www.global-radio-kids.org