

Daser, Barbara

Schon gehört? Täglich 209 Weiterbildungsminuten mit Radio

Magazin Erwachsenenbildung.at (2007) 0, 10 S.

urn:nbn:de:0111-opus-75517



in Kooperation mit / in cooperation with:

Meb



Magazin
erwachsenenbildung.at

<http://www.erwachsenenbildung.at>

Nutzungsbedingungen / conditions of use

Dieses Dokument steht unter folgender Creative Commons-Lizenz:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/deed> - Sie dürfen das Werk bzw. den Inhalt unter folgenden Bedingungen vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen: Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen. Dieses Werk bzw. dieser Inhalt darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden und es darf nicht bearbeitet, abgewandelt oder in anderer Weise verändert werden.

This document is published under following Creative Commons-License:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/deed.en> - You may copy, distribute and transmit, adapt or exhibit the work in the public as long as you attribute the work in the manner specified by the author or licensor. You are not allowed to make commercial use of the work or its contents. You are not allowed to alter, transform, or change this work in any other way.



Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

peDOCS

Deutsches Institut für Internationale Pädagogische Forschung (DIPF)

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Informationszentrum (IZ) Bildung

Schloßstr. 29, D-60486 Frankfurt am Main

E-Mail: pedocs@dipf.de

Internet: www.pedocs.de

MAGAZIN

erwachsenenbildung.at

Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs

www.erwachsenenbildung.at/magazin

Ausgabe Nr. 0, Februar 2007

Der Stellenwert der Erwachsenenbildung im Kontext des Lebenslangen Lernens

Barbara Daser:

Schon gehört? Täglich 209 Weiterbildungsminuten mit Radio

Schon gehört?

Täglich 209 Weiterbildungsminuten mit Radio

von Barbara Daser, Ö1

Barbara Daser (2007): Schon gehört? Täglich 209 Weiterbildungsminuten mit Radio.

Online im Internet: <http://www.erwachsenenbildung.at/magazin/07-0/meb-ausgabe07-0.pdf>. ISSN 1993-6818. Erscheinungsort: Wien. 18412 Zeichen. Veröffentlicht Februar 2007.

SCHLAGWORTE: Radio, Hörfunk, Massenmedien, ORF, Ö1, Bildungsauftrag, informelles Lernen

Abstract

Dreieinhalb Stunden pro Tag hören die ÖsterreicherInnen durchschnittlich Radio. Darin könnte (!) großes "Weiterbildungspotenzial" stecken - denn z.B. etliche Radiosendungen des ORF-Kultur- und Informationssenders Ö1 liefern konkretes Wissen und/oder motivieren, die klassischen Erwachsenenbildungsinstitutionen zu nutzen: einen Kurs zu besuchen, einen Vortrag zu hören, einen Lehrgang zu belegen. Massenmedien können Weiterbildungsangebote im engeren Sinn nicht ersetzen, aber sie können Anregung sein: die Anregung, wissen zu wollen, verstehen zu wollen, diskutieren zu wollen, sich weiterbilden zu wollen.

Schon gehört? Täglich 209 Weiterbildungsminuten mit Radio

von Barbara Daser, Ö1

Heute schon Radio gehört? Dreieinhalb Stunden pro Tag hören die Österreicher und Österreicherinnen durchschnittlich Radio.¹ Nicht nur nebenbei, sondern auch um sich weiterzubilden. Natürlich ist der Hörfunk kein virtuelles 24-Stunden-Klassenzimmer oder ein Permanent-Weiterbildungsseminar. Viele der täglich 5,757 Millionen RadiohörerInnen drehen den Empfänger auf, um sich von unauffälliger Musik berieseln und durch den Tag – bei der Arbeit im Büro oder beim Autofahren – begleiten zu lassen, und/oder der aktuellen Nachrichten und der Verkehrsinfos wegen.

Doch eben nicht nur. Um es vorwegzunehmen: ExpertInnen wie z.B. Elke Gruber von der Abteilung für Erwachsenen- und Berufsbildung der Alpen Adria Universität Klagenfurt zählen Medien wie den ORF mit seinem Bildungsauftrag sehr wohl zu den Einrichtungen der Erwachsenenbildung.²

Bildungsauftrag des ORF

Die Charta des ORF beschreibt den ORF als einen „leicht zugänglichen und preiswerten Service-Anbieter“³, der der Allgemeinheit vielfältige Bildungsangebote vermittelt: von Orientierungshilfen in praktischen Dingen bis hin zu wissenschaftlichen Erkenntnissen, neuen Forschungsergebnissen und neuen Technologien.

Die Informations-, Kultur-, Bildungs- und Serviceprogramme des ORF müssen dem öffentlichen Auftrag zufolge so aufbereitet sein, dass keine Schwellenängste entstehen und eine möglichst große Anzahl an ZuschauerInnen und ZuhörerInnen Einsichten gewinnt, die einen persönlichen Nutzen bedeuten bzw. nach sich ziehen. Ziel ist es, Lebenshilfe im umfassenden Sinn zu sein, geboten werden: Orientierungshilfen, Möglichkeiten der Sinnstiftung, Problemlösungen.

¹ Vgl. ORF-Medienforschung. Stand 2002. Online im Internet: http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?international/international_radio.htm [2007-02-05].

² Vgl. Alpen Adria Universität Klagenfurt, Abt. für Erwachsenen- und Berufsbildung, Skriptum, S.15. Online im Internet: <http://www.uni-klu.ac.at/ifeb/eb/Bildung.pdf> [2007-02-05].

³ Vgl. Der öffentliche Auftrag – Die Charta des ORF. Online im Internet: <http://publikumsrat.orf.at/richtlinien.html> [2007-02-05].

Funkwellen mit Stimulanz

Radio ist ein flüchtiges Medium. Das wiederholte Hören einer Passage ist nicht möglich – im Gegensatz dazu können Zeitungen regelrecht aufgelesen werden –, selbstbestimmtes Innehalten oder spontanes Unterbrechen bedeutet unweigerlich, Inhalte zu versäumen.

Henri Dieuzeide, Vertreter der UNESCO, soll im Oktober 1977 auf der europäischen Schulfunkkonferenz in München gesagt haben: „[D]er Hörfunk [spielt] im Bildungswesen keine zentrale Rolle [...]. Er ist vielmehr auf bestimmte, ganz spezielle Gebiete beschränkt [...]“ (zit. in: Jochum 2003, S. 108). Der ehe malige ORF-Hörfunkintendant Manfred Jochum, der Dieuzeide in seinem Buch „Bis uns Hören und Sehen vergeht“ zitiert, nennt diese Aussage problematisch, aber auch diskussionswürdig.

Keine Flucht vor Flüchtigkeit

„Bildungssendungen“ wie das „Ö1 Radiokolleg“, das „Ö1 Salzburger Nachtstudio“ oder „Betrifft: Geschichte“ sind quer über den Tag verstreute, fixe Bestandteile des ORF-Kultur- und Informationssenders Radio Österreich 1.

Meine Mutter (eine pensionierte Sonderschulpädagogin) hat sich mittlerweile Funkkopfhörer zugelegt, um den Radioempfang bei Tätigkeiten im und rund ums Haus nicht zu verlieren, und sie hat sich eine Audiothek angelegt: CD- und Kassettenkopien sowie mp3-Downloads „lehrreicher“ Radiosendungen. Radiohören trägt zu ihrer Weiterbildung bei – ohne sie von klassischen Angeboten z.B. dem Besuch einer Volkshochschule oder der Universität abzuhalten: Radiosendungen regen sie an, Bücher zu lesen, im Internet zu recherchieren, mit Bekannten zu diskutieren und sich mit ihnen über Themen auszutauschen.

Lautsprecher & Küchenradio als Potenzial

Wenn im Rahmen der Konferenz der Erwachsenenbildung Österreichs (KEBÖ) Weiterbildung definiert wird als „*selbstverantwortete Bildung auf der Grundlage eines organisierten, freien Angebotes über den Ersten Bildungsweg hinaus*“⁴, so gehört meiner

⁴ Alpen Adria Universität Klagenfurt, Abt. für Erwachsenen- und Berufsbildung, Skriptum, S. 4. Online im Internet: <http://www.uni-klu.ac.at/ifeb/eb/Bildung.pdf> [2007-02-05].

Meinung nach auch das Radiohören zu einer Form der Weiterbildung – zumindest das Hören bestimmter Programme bzw. Sendungen.

Im Jahr 2004 zählten die KEBÖ-Mitglieder 5,13 Millionen Teilnahmen an unterschiedlichsten Veranstaltungen, Seminaren, Kursen, Vorträgen. Erlauben Sie mir ein unwissenschaftliches Zahlenspiel: 5,757 Millionen ÖsterreicherInnen (davon waren 84,1% älter als 14 Jahre) haben im ersten Halbjahr des Jahres 2006 laut Fessel-GfK Radio gehört (ORF-Programme, private Anbieter und/oder freie Sender) –, und zwar zumindest eine Viertel Stunde pro Tag. Im Hörfunk könnte (!) also großes „Weiterbildungspotenzial“ stecken.

Jochum schreibt: *„Bildung im Radio heißt Orientierung, Lebenshilfe, Vermittlung gesicherten Wissens, Anregung zu Diskussion, zum Nachdenken und zum Widerspruch“* (Jochum 2003, S. 116). Bildung im Radio könne weder „erziehen“ noch „belehren“, sehr wohl aber zum selbstständigen Handeln anregen und zur weiteren Auseinandersetzung motivieren. (Vgl. ebda)

Hören und besser verstehen – z.B. mit Ö1

Viel zitiertes Beispiel ist der ORF-Kultur- und Informationssender Radio Österreich 1: Die Sendereihe „Dimensionen – Die Welt der Wissenschaft“ versucht beispielsweise, wissenschaftliche Zusammenhänge zu erkennen. Seit fast 23 Jahren werden die HörerInnen werktags über aktuelle Forschungsergebnisse informiert und erwerben sich so Wissen, das helfen kann, Mensch und Welt besser zu verstehen.

Der Nachfolger des „Schulfunks“: das „Radiokolleg“ hat es sich ebenfalls seit fast 23 Jahren zur Aufgabe gemacht, Denkanstöße zu liefern. Je vier Tage lang werden 3 Themen möglichst breit gefächert aufbereitet: naturwissenschaftlich, erklärend bis emotional. (Das Themenspektrum reicht z.B. von einer Sendereihe über Eifersucht, zu einer Reihe über Erdöl bis hin zu einer Sendereihe über ein chemisches Element.)

„Volkshochschule der Nation“

Dem Hörfunk wurde bereits in seinen Anfängen (Mitte der 1920er-Jahre) attestiert, ein Medium der Volksbildung zu sein. Jochum schreibt in seinem Buch *„Bis uns Hören und Sehen vergeht“* über das Programm der RAVAG (dem damaligen Österreichischen Rundfunk): *„Der hohe Anteil an wissenschaftlichen Themen im Programm, die Erwähnung von Sprachkursen etc. sind ein Hinweis auf die wichtige Bildungsfunktion, die der*

Rundfunk in diesen Jahren erfüllte und die ihn zu einer Art elektronischer Volkshochschule der Nation machten.“ (Jochum 2003, S. 21)

Schon Bert Brecht hatte die Vision, den Hörfunk als umfassenden Kommunikationsapparat zu nützen. Er wollte den einseitigen, nicht umkehrbaren Kommunikationskanal vom Sender zum Empfänger aufheben und die Hörer zu aktiven Mitgestaltern des Programms machen.

In „Der Rundfunk als Kommunikationsapparat“ (1927) rief Brecht dazu auf, den Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln, der statt wenige alle sprechen mache (vgl. Kloock, Spahr 2000, S. 28). *„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 zu hören, sondern auch sprechend zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen. Der Rundfunk müsste demnach aus dem Lieferantentum herausgehen und den Hörer als Lieferanten organisieren.“* (Brecht zit. in: Brunner-Szabo 1989, S. 7 u. S. 221f.)

Der Brechtschen Vision folgt in gewissem Sinne der ORF-Mittelwellensender Radio 1476: Er bietet täglich ein Mischprogramm aus Sendungen des Ö1, aus Volksgruppen-Sendungen, Regionalradioprogrammen sowie aus Eigenprogrammen in einer Experimentalzone, die von eigenständigen Redaktionen mit verschiedensten Interessen genutzt wird.⁵

Bildungsauftrag mit Show-Charakter?

Die Menge an (veröffentlichten) Informationen aus Wissenschaft und Forschung scheint stetig zu wachsen. Und: „Wissen“ ist populär – Alltagswissen wird in Büchern, Zeitungskolumnen oder im Radio wissenschaftlich erläutert und mit Allgemeinbildung (oder dem, was als solche zu gelten hat) kann man in Gameshows etlicher Fernsehsender Geld gewinnen.

Und ja, die „Show“ widerspricht nicht dem Bildungsauftrag: Den Programmrichtlinien des ORF zufolge können auch Informations- und Bildungssendungen „unterhaltend“ sein. Sendungen, die der Volks- und Jugendbildung dienen, sollen einen Lernprozess im Sinne von „Begreifen“, „Verstehen“ und „Behalten“ einleiten und zur Aus- und Fortbildung

⁵ Link: <http://1476.orf.at/>

anregen. Warum dann nicht in locker-flockiger Form? (Auch klassische Weiterbildungsanbieter setzen mitunter auf einen publikumsattraktiven Show-Charakter. Man denke an „University meets public“, die „Science Week“, die „Kinder-Uni“ oder die „Lange Nacht der Forschung“)

Bildung kann Zerstreuung und Unterhaltung bedeuten, ist aber immer auch ein Stück Arbeit. Bildungssendungen könnten dazu beitragen, dass das Lernen, die Wissensvermittlung und die bildenden Informationen zu einer spannenden, anregenden und lustbetonten Aufgabe werden. (Vgl. Jochum 2003, S. 114)

„Politisches“ Bildungsprogramm

Vom Großteil der Geschehnisse auf der Welt erfährt nach Ansicht des Kommunikations- und Politikwissenschaftlers Winfried Schulz das Publikum nichts, weil entweder die Medienanstalten und JournalistInnen selbst nichts davon erfahren oder weil die RedakteurInnen nichts davon veröffentlichen. (Vgl. Schulz 1976, S. 7) Im Hörfunk (und im Fernsehen) sei der Selektionsdruck aufgrund der begrenzten Sendekapazität noch höher als in Zeitungen oder Zeitschriften. (Vgl. ebd.)

Selektion und das Setzen von Prioritäten machen jedes Programm (auch Musikprogramm) zu einem „politischen“ Programm (vgl. Jochum 2003, S. 16). Das gilt auch für Bildungssendungen: Worüber wird berichtet und wie ausführlich? Wer kommt zu Wort? Welche Aspekte eines Themas finden Platz?

Von Bildung zur Meinungsbildung

Bildungssendungen sollen den Richtlinien des ORF zufolge Hilfestellung bei Bewältigung des Lebens leisten, soziales und politisches Lernen fördern, Bewusstseinsbildung und Persönlichkeitsformung unterstützen.

Es geht also nicht um eine „Wissensvermittlung“, die Wissen 1:1 in die Köpfe der Rezipienten pflanzt, sondern darum, selbstständiges Erkennen, kritisches Denken und verantwortungsvolles Handeln zu fördern. So vollzieht sich der Übergang von „sich bilden“ über „sich weiterbilden“ hin zu „sich eine Meinung bilden“. Und dazu tragen nicht nur Bildungssendungen bei, sondern auch der aktuelle Dienst, Diskussionsrunden, Studiogäste etc.



Was bewirken Medien? Und wirken sie überhaupt?

Legt man den „Bildungs-Auftrag“ als einen „Meinungsbildungs-Beitrag“ aus, so stellt sich u.a. die Frage nach der Wirkung von Kommunikation, und zwar nach der „gewollten“ gleichwie nach der „tatsächlichen“ Wirkung. Wirkung zu messen, ist schwer und seit Jahrzehnten Gegenstand der Forschung. (Vgl. Merten 1994, S. 291-328)

Eine der ältesten und einfachsten Theorien ist das Stimulus-Response-Modell aus der Propagandaforschung (1927): Ein Medium „zielt“ auf seinen Rezipienten und „erzielt“ eine Wirkung, sobald es ihn erreicht. Klaus Merten zufolge müsse dabei berücksichtigt werden, in welchem Kontext Medien ihr Publikum erreichen (z.B. in Gesellschaft anderer Rezipienten).

Das Kommunikationswirkungsmodell aus den 1940er-Jahren von Paul Lazarsfeld geht von der Annahme aus, dass Medien nur Opinion-Leader erreichen und dass die wiederum Inhalte und Meinungen an Opinion-Follower weitergeben.

In den 1970er-Jahren fragte man nicht mehr: „Was macht das Medium mit den Menschen?“, sondern „Was machen die Menschen mit dem Medium?“, und stellte damit die selektive Rolle der Rezipienten bei der Auswahl der Medienangebote in den Vordergrund (Uses-and-Gratification-Approach).

Ein anderer theoretischer Ansatz ging vom Gedanken aus, dass Medien ein Thema durch ihre Berichterstattung mehr oder weniger stark „besetzen“; infolgedessen auch beim Publikum die Themen mehr oder weniger stark präsent seien.

Die Theorie der „Schweigespirale“ geht davon aus, dass Menschen ihre Meinung möglichst vor dem Hintergrund ihres Wissens um die Meinung anderer formulieren; Personen, die annehmen, die dominante Meinung zu vertreten, formulieren diese „lauter“ als Personen, die glauben, NICHT die gängige Meinung zu vertreten; so wird in der Öffentlichkeit die Dominanz der bisher nur vermeintlich vorherrschenden Meinung verstärkt. Letztlich wird diese vorgeblich allgemein gültige Meinung tatsächlich zur gängigen Meinung. Bei diesem Ansatz besteht die Wirkung der Medien darin, dass das Publikum aus den Medien die Leitlinien für das eigene Handeln nimmt.

1970 wurde die These der „wachsenden Wissenskluff“ formuliert: Das von den Medien vermittelte Wissen werde von unterschiedlichen Teilen der Bevölkerung unterschiedlich genutzt; dadurch würden sich u.a. Menschen mit höherer formaler Bildung Informationen schneller aneignen und die Wissenskluff würde tendenziell zunehmen.



Kurz: Bisher scheint ein zuverlässiges, wissenschaftliches Modell, um die tatsächliche Wirkung der Medien bzw. der Medienrezeption zu überprüfen, schlicht noch nicht gefunden.

Barrierefrei durch Schriftlosigkeit?

Ein Gedanke zum Medium Radio an sich: Es kommt ohne Schriftlichkeit aus und könnte damit eine Bevölkerungsgruppe besonders ansprechen: Analphabeten. (Vgl. Jochum 2003, S. 30)

Die Größe der Gruppe der Analphabeten wird übrigens oft unterschätzt. Laut Schätzung der Österreichischen UNESCO-Kommission können zumindest 300.000 ÖsterreicherInnen nicht Sinn erfassend lesen und schreiben.⁶

Zufällig im Radio-Kurs gelandet

Die Definition von Weiterbildung im Sinne der KEBÖ (= selbstverantwortete Bildung) setzt (wenn ich sie richtig verstehe) einen gewissen Grad an Bildung und Mündigkeit voraus: zu wissen, was man sucht und worin man sich weiterbilden will; zu wissen, wo bzw. wie man sich weiterbilden kann; zu wissen, was man sich zumuten will und womit man sich herausfordern kann.

Beim Radiohören kann man sich zufällig, unbeabsichtigt und fast nebenbei im weiteren Sinn „weiterbilden“. Etwa wenn eine Sendung wie das „Salzburger Nachtstudio“ läuft (und z.B. über die Zusammenhänge von Ernährung und Erkrankung berichtet) oder wenn ein Kurzmagazin wie „Wissen aktuell“ aufhorchen lässt (z.B. mit einem Beitrag über österreichische Polarforscher).

Ausgehend von den Definitionen des „formalen“ und „informellen“ Lernens (nachzulesen auf dem Informationsportal www.erwachsenenbildung.at⁷) wäre Weiterbildung durch Radio-Bildungssendungen dem informellen Lernen zuzurechnen, das vorwiegend im Alltag, in der Freizeit, zu Hause oder am Arbeitsplatz geschieht. Informell könne man gezielt oder ohne Absicht lernen. Den Schätzungen zufolge erwerben Erwachsene nicht weniger als rund drei Viertel ihres Wissens informell (vgl. ebda.).

⁶ Vgl. Austria Presse Agentur „Erste Erhebung über Analphabetismus in Österreich geplant APA0439 2006-09-07/14:09“ vom 7.9.2006

⁷ Link: <http://www.erwachsenenbildung.at/fachthemen/lernformen/informelleslernen.php>

Unklar erscheinen mir diesbezüglich folgende Punkte: Können die Kompetenzen, die man sich durch informelles Lernen erworben hat, „gemessen“ werden? Können sie bewertet, anerkannt oder gar „zertifiziert“ werden? (Man fühlt sich ein wenig an das weiter oben angesprochene „Dilemma“ der Medienwirkungsforschung erinnert.)

Ergänzung, kein Ersatz. Ergänzung durch Erleben.

Um Missverständnissen vorzubeugen: Massenmedien können Weiterbildungsangebote im engeren Sinn nicht ersetzen – vor allem nicht die Lernerfahrung in der Gruppe –, aber sie können Anregung sein: die Anregung, wissen zu wollen, verstehen zu wollen, diskutieren zu wollen, sich weiterbilden zu wollen.

Übrigens: Radio Österreich 1 sowie die ORF-Landesstudios bieten Weiterbildung nicht nur via Äther an. Die Landesstudios z.B. bringen HörerInnen (und SeherInnen) auch bei „realen“ Schauspielen, Hörspielen, Kulturreisen zusammen; der ORF ist Mitorganisator bei Veranstaltungen der „Langen Nacht der Museen“ oder der „Langen Nacht der Musik“; Ö1 kooperiert bei Symposien und Konferenzen und ist Mitveranstalter der „Alpbacher Technologiegespräche“ oder Medienpartner des „Philosophicum Lech“ und der Ö1 Club organisiert z.B. Studienreisen oder Handwerkerkurse.

Literatur

- Brunner-Szabo, Eva (1989): Medien im Widerstand. Vom Arbeiter-Radiobund in der 1. Republik bis zu den Freien Radios und Piratensendern heute. Oder: Möglichkeiten eines demokratischen Gebrauchs von Massenmedien. Diss., Wien.
- Jochum, Manfred (2003): Bis uns Hören und Sehen vergeht. Stolpersteine auf dem Weg zu einer neuen Medienwirklichkeit. Wien.
- Kloock, Daniela; Spahr, Angela (2000): Medientheorien. Eine Einführung. 2. Auflage. München. (= UTB für Wissenschaft)
- Merten, Klaus (1994): Wirkungen von Kommunikation. In: Merten, Klaus; Schmidt, S. J.; Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Opladen, S. 291-328.
- Schulz, Winfried (1976): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien: Analyse der aktuellen Berichterstattung. Freiburg, München.

Internetquellen (alle aufgerufen am 2007-02-27)

<http://publikumsrat.ORF.at>

http://publikumsrat.ORF.at/go_charta.html

http://publikumsrat.ORF.at/go_arl.html

http://mediaresearch.ORF.at/c_international/c_international_radio.htm

http://www.rtr.at/web.nsf/deutsch/Rundfunk_Rundfunkrecht

http://www.statistik.at/fachbereich_03/kultur_txt5_04.shtml

http://www.statistik.at/fachbereich_03/kultur_txt12_04.shtml

<http://www.uni-klu.ac.at/ifeb/eb/Bildung%20und%20Entwicklung%20im%20Erwachsenenalter.pdf>

<http://www.erwachsenenbildung.at/fachthemen/lernformen/informelleslernen.php>



Mag.^a Barbara Daser

Aufgewachsen in Tirol und Paris (3 Jahre). Barbara Daser studierte Publizistik (in Kombination mit Politikwissenschaften und Zeitgeschichte) an den Universitäten Salzburg und Wien und verfasste ihre Diplomarbeit zum Thema „Hörfunk in der Zeit des Nationalsozialismus in Österreich“. Ihre journalistischen Anfänge hatte sie bei diversen Sportzeitschriften. Seit 1996 ist Barbara Daser im ORF an bzw. in unterschiedlichen Standorten, Abteilungen und Funktionen tätig, seit 2000 arbeitet sie als Redakteurin in der Radio-Wissenschaft.

E-Mail: [barbara.daser\(at\)orf.at](mailto:barbara.daser(at)orf.at)

Internet: <http://oe1.orf.at>

Telefon: +43 (0) 1 50101 18320

Impressum/Offenlegung

Magazin erwachsenenbildung.at

Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs

ISSN: 1993-6818

Gefördert aus Mitteln des ESF und des bm:ukk

Projekträger Bundesinstitut für Erwachsenenbildung

Herausgeberinnen

Mag.^a Regina Rosc (Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur)

Dr.ⁱⁿ Margarete Wallmann (Bundesinstitut für Erwachsenenbildung)

Medieninhaber und Herausgeber

Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur (bm:ukk)

Minoritenplatz 5

A - 1014 Wien

Bundesinstitut für Erwachsenenbildung

Bürglstein 1-7

A - 5350 Strobl

Fachredaktion

Mag.^a Barbara Daser (Ö1, Wissenschaft/Bildung)

Univ.-Prof.ⁱⁿ Mag.^a Dr.ⁱⁿ Elke Gruber (Universität Klagenfurt)

Mag. Wilfried Hackl (Institut EDUCON)

Dr. Christian Kloyber (Bundesinstitut für Erwachsenenbildung)

Dr. Lorenz Lassnig (Institut für höhere Studien)

Mag.^a Regina Rosc (Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur)

Dr. Arthur Schneeberger (Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft)

Dr. Stefan Vater (Verband Österreichischer Volkshochschulen)

Dr.ⁱⁿ Margarete Wallmann (Bundesinstitut für Erwachsenenbildung)

Online-Redaktion

Projekt "Virtuelles Innovationszentrum für Erwachsenenbildung in Österreich"

c/o Institut EDUCON

Mag. Wilfried Hackl

Bianca Friesenbichler

Lektorat

Mag.^a Laura R. Rosinger, Textconsulting

AutorInnen dieser Ausgabe

Mag.^a Barbara Daser (Ö1, Wissenschaft/Bildung)

Univ.-Prof.ⁱⁿ Mag.^a Dr.ⁱⁿ Elke Gruber (Universität Klagenfurt)

Dr. Christian Kloyber (Bundesinstitut für Erwachsenenbildung)

Dr. Lorenz Lassnig (Institut für höhere Studien)

Mag.^a Regina Rosc (Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur)

Dr. Arthur Schneeberger (Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft)

Dr. Stefan Vater (Verband Österreichischer Volkshochschulen)

Dr.ⁱⁿ Margarete Wallmann (Bundesinstitut für Erwachsenenbildung)

Update: o. Univ.-Prof. Dr. Werner Lenz (Universität Graz)

Namentlich ausgewiesene Inhalte entsprechen nicht zwingend der Meinung der Redaktion.

Design und Programmierung

wukonig.com | Wukonig & Partner OEG

Medienlinie

Das Magazin enthält Fachbeiträge von AutorInnen aus Wissenschaft und Praxis und wird redaktionell betrieben. Es richtet sich an Personen, die in der Erwachsenenbildung und verwandten Feldern tätig sind sowie an BildungsforscherInnen und Studierende. Jede Ausgabe widmet sich einem spezifischen Thema. Ziele des Magazins sind die Widerspiegelung und Förderung der Auseinandersetzung über Erwachsenenbildung seitens Wissenschaft, Praxis und Bildungspolitik. Weiters soll der Wissenstransfer aus Forschung und innovativer Projektlandschaft unterstützt werden.

Copyright

Wenn nicht anders angegeben, erscheinen die Artikel des „Magazin erwachsenenbildung.at“ unter der „Creative Commons Lizenz“.

BenutzerInnen dürfen den Inhalt zu den folgenden Bedingungen vervielfältigen, verbreiten und öffentlich aufführen:



- Namensnennung und Quellenverweis. Sie müssen den Namen des/der AutorIn nennen und die Quell-URL angeben.
- Keine kommerzielle Nutzung. Dieser Inhalt darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.
- Keine Bearbeitung. Der Inhalt darf nicht bearbeitet oder in anderer Weise verändert werden.
- Nennung der Lizenzbedingungen. Im Falle einer Verbreitung müssen Sie anderen die Lizenzbedingungen, unter die dieser Inhalt fällt, mitteilen.
- Aufhebung. Jede dieser Bedingungen kann nach schriftlicher Einwilligung des Rechtsinhabers aufgehoben werden.

Die gesetzlichen Schranken des Urheberrechts bleiben hiervon unberührt.

Im Falle der Wiederveröffentlichung oder Bereitstellung auf Ihrer Website senden Sie bitte die URL und/oder ein Belegexemplar an <mailto:redaktion@erwachsenenbildung.at> oder postalisch an die Online-Redaktion erwachsenenbildung.at, c/o Institut EDUCO N, Bürgergasse 8-10, A-8010 Graz, Österreich.

