

Jürgen Lauffer / Renate Röllecke (Hrsg.)

Gender und Medien

Schwerpunkt: Medienarbeit mit Jungen

Jürgen Lauffer/Renate Röllecke (Hrsg.)
Dieter Baacke Preis – Handbuch 6 | Gender und Medien
Schwerpunkt: Medienarbeit mit Jungen
Beiträge aus Forschung und Praxis

Dieser Band wurde gefördert vom

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)

Herausgeber

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland e.V. (GMK)

Anschrift

GMK-Geschäftsstelle
Körnerstraße 3
33602 Bielefeld
Tel. 0521/677 88
Fax 0521/677 27
E-Mail gmk@medienpaed.de
Web www.gmk-net.de

Redaktion

Jürgen Lauffer
Renate Röllecke
Tanja Kalwar

Redaktionelle Mitarbeit

Eva-Lotte Heine
Laura Grohmann
Saskia Wohlgemuth
Julia Letetzki

Lektorat

Tanja Kalwar

Titelillustration

Peer Wedderville, Bielefeld

Druck

Kessler Druck+Medien, Bobingen

© kopaed 2011

Pfälzer-Wald-Straße 64
81539 München
fon 089/688 900 98
fax 089/689 19 12
email info@kopaed.de
homepage www.kopaed.de

ISBN 978-3-86736-257-3

Im Interview

Red Carpet Experience

Ev. Versöhnungs-Kirchgemeinde Iserlohn in Kooperation mit Hauptschulen Frithjof Nürnberger

Herausragendes und Spezielles

Welches sind die Besonderheiten Ihres Projekts?

Iserlohn hat einen hohen Anteil an Menschen mit Migrationshintergrund und Arbeitslosigkeit. Insbesondere Jugendliche haben oft deutliche Schwierigkeiten untereinander. Es bilden sich vor allem nationale Lager, die damit auch kulturelle und religiöse Aspekte beinhalten. Jugendkriminalität, Alkohol- und Drogenkonsum gehören zum Alltag vieler frustrierter Jugendlicher, die in das kirchlich betriebene „Jugendcafe Checkpoint“ (www.checkpoint-is.de) kommen. Wir sehen in der Medienpädagogik einen Schlüssel für integrative Jugendsozialarbeit. Das Projekt *Red Carpet Experience* reagiert konkret auf Situationen, Wünsche, Bedürfnisse und Probleme Jugendlicher und geht individuell darauf ein. Dies ist möglich geworden, indem das Projekt als eigenständiges Kreativangebot in die Arbeit eines Jugendcafés eingebettet wurde und somit den Jugendlichen eine direkte kreative Plattform gibt, ihr Verhalten in einem gesunden Gruppenprozess zu reflektieren und in einer Präsentation Freunden und Familie zu zeigen. Dafür werden sie gewürdigt. Integration wird so nicht durch künstliche Maßnahmen und Programme, sondern ganz praktisch in der realen Lebenswelt der Jugendlichen gefördert und ermöglicht. Mediale Kreativität statt Destruktivität. Außerdem ist das Projekt auf Nachhaltigkeit angelegt und entwickelt sich kontinuierlich weiter. Im Herbst 2011 wird es zum Beispiel eine integrative Jugend-Kunstreise nach Spanien geben. Die Teilnehmer sollen nicht nur soziale und kreative Schlüsselkompetenzen für ihre Zukunft erlernen, sondern auch eine echte Chance bekommen, zu authentischen Vorbildern für Gleichaltrige aus ihrem Umfeld zu werden.

Ziele und Methoden

Welche medienpädagogischen Ziele wurden mit welchen Methoden verfolgt?

Mit der Red Carpet Experience legten wir besonderen Wert auf die Dimension der (gesellschaftlichen) Gestaltung und Teilhabe. Medienkritik, Medienkunde und Mediennutzung waren Kompetenzbereiche, die wir fördern wollten. Jedoch lag unser Schwerpunkt darin, dass die Teilnehmer das Medienwissen benutzen, um ihre existierende Lebenswelt zu reflektieren und schließlich zu gestalten. Medien sollten als ein kreatives Sprachrohr begriffen werden. Wir fördern den sozial-integrativen Gedanken vor allem durch Verstärkung der Potenziale.



Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte

Welche Vorkenntnisse hatten die Teilnehmer/-innen?

- Filme mit Handy- und Digitalkameras mit Videofunktion bis hin zu kleinen Camcordern produzieren
- Uploaden der Videos ins Internet

Welche Bereiche der Medienkompetenz fördert das Projekt?

Vorrangig Mediennutzung und Mediengestaltung

Welche Kenntnisse haben die Teilnehmenden erworben?

Von der Idee bis zum Drehbuch, welchen Umfang ein Film hat (Kameraeinstellungen), schauspielerische Grundlagen, Grundlagen des Filmschnitts, die Erfahrung, dass „die Idee den Film macht“.

Welche sozialen oder kommunikativen Kompetenzen wurden durch das Projekt gefördert?

- Medien als Sprachrohr verstehen und nutzen zu lernen
- den Filmprozess als Kommunikationsprozess in der Gruppe wahrzunehmen
- Verantwortung für den transportierten Inhalt zu übernehmen

Probleme und Grenzen

Gab es strukturelle oder pädagogische Grenzen und Stolpersteine bei der Vorbereitung oder Durchführung des Projekts? Wie wurden diese Probleme bewältigt?

Das Projekt war aufgesplittet: So fand es, neben dem verbindlichen Filmprojekt im Jugendcafé Checkpoint, auch als freiwilliges Freizeitangebot in den Räumlichkeiten einer Hauptschule statt. Das Erscheinen war hier unregelmäßig und das Vertrauen untereinander schwach. So mussten wir lernen, mit viel Respektlosigkeit und ständig wechselnden Gruppensituationen umzugehen, da das Angebot freiwillig war und die Teilnehmer kaum ihr Wort hielten. Da wir aber den Zugang zu ihnen finden wollten, führten wir das Projekt weiter durch, aber wir änderten die Taktik. Statt der Erstellung eines kurzen Spielfilms drehten wir jede Woche einen kleinen improvisierten Clip mit den Jugendlichen und griffen deren Anregungen auf. Aus „Unsere Lehrer sind die letzten und unsere Klasse ist doof“ machten wir einen „Gute Schule – Schlechte Schule“-Clip, indem

wir die Schüler in unterschiedliche Rollenmuster schlüpfen ließen. Aus einem „Auf der Straße herrscht Krieg, die Leute ignorieren sich“-Gefühl machten wir ein „Regenschirm-Taxi“, wobei die Teilnehmer den Passanten, die ihren Schirm vergessen hatten, ein Geleit mit Schirm anboten. All das filmten wir und so wurde das Medium nicht mehr zum Mittelpunkt unseres Vorhabens, sondern im wahrsten Sinne des Wortes ein „Mittel“ oder „Mittler“ zum Zweck. Dies erforderte allerdings äußerste Flexibilität seitens der Pädagogen.

Technik

Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?

Eine Kamera, ein Computer (Laptop) mit Videoschnittsoftware (z.B. Adobe Premiere), entsprechende Räumlichkeiten, Beamer und Soundanlage für die Präsentation.

Tipps für die Praxis

Welche Ratschläge oder Empfehlungen können Sie Interessent/-innen geben, die ähnliche medienpädagogische Projekte durchführen möchten?

Wir haben die Erfahrung gemacht, dass es sich lohnt vernetzend zu arbeiten, um authentisch und effektiv in der Lebenswelt junger Menschen präsent zu sein mit dem Angebot. Bei uns war das die Zusammenarbeit mit einer Schule bzw. Einbettung des Projekts in die Jugendarbeit eines Jugendcafés. Hier hat man die Möglichkeit, sein Projekt an die Lebenswelt der Teilnehmer anzuknüpfen und diese sogar als Grundlage zu machen. Die Qualität des medienpädagogischen Angebotes ist dann nicht mehr primär das Resultat, sondern der inhaltliche Prozess dahin. Durch solche Vernetzungen haben Projekte die Chance, sich dauerhaft zu etablieren und weiterzuentwickeln. Aus Projekten können so vertiefende Arbeitsfelder wachsen und eine dauerhafte Präsenz und Zusammenarbeit entstehen.

Motivation

War es notwendig die Zielgruppe für das Projekt zu motivieren? Wenn ja, warum und wie?

Ja und nein. Einerseits bestand ein großes „ja“ für Angebote solcher Art, andererseits ist der Wille noch keine Garantie für Teilnahme. So gab es andere Jugendliche, die nicht teilnehmen (wollten) und dann die anderen auch davon abhalten wollten bzw. sogar kamen, um den Prozess zu stören. Eine permanente Motivation, sich nicht beirren zu lassen und an das Resultat zu glauben, war unabdinglich. Will man das Projekt dauerhaft etablieren, müssen schließlich klare Strukturen und neue Anreize geschaffen werden.

Nachhaltigkeit und Wirkung des Projekts

Welche Veränderungen haben sich durch die Medienprojekte in der Zielgruppe, in Ihrer Einrichtung oder den beteiligten Einrichtungen, im Stadtteil etc. ergeben?

Die Red Carpet Experience wurde von den Jugendlichen und auch den Verantwortlichen als große Bereicherung und Erfolg wahrgenommen. Weitere Schulen bekundeten anschließend ebenfalls ihr Interesse an solchen Kooperationen und Angeboten. Ein muslimischer Jugendlicher sagte im Anschluss an die Präsentation: „Ich will dabei helfen diese Stadt zu verändern.“ Dieser und weitere Jugendliche tragen dazu bei, dass sich diese Arbeit weiter bewegt und entwickelt.



Was hat den beteiligten Kindern, Jugendlichen und Pädagog/-innen besonders viel Spaß gemacht? Was fanden sie besonders motivierend?

Die Präsentation im Ratssaal der Stadt. Der Stolz in den Augen der Jugendlichen. Das Gefühl, etwas Hoffnungsgebendes begonnen zu haben, dass in Iserlohn und Deutschland gerade stark gebraucht wird.

Läuft das Projekt noch oder gibt es Anschlussprojekte?

Das Jugendcafé hat das Projekt als dauerhafte Kreativarbeit eingebettet und die Ev. Kirchgemeinde schuf dazu eine halbe Stelle für einen Kultur- und Medienpädagogen ab September 2010. Die Stelle wiederum finanziert sich vor allem aus Fördergeldern und lokalen Sponsoren, welche Verantwortung für die Zukunft ihrer Stadt übernehmen möchten und das Potenzial dieses Angebotes erkennen und unterstützen wollen. Momentan bereiten wir eine



integrative Jugend-Kunstreise nach Spanien in den Herbstferien 2011 vor. Schirmherr und persönlicher Begleiter unserer Aktion wird der spanische Maler Jorge Rando, der 2011 zum Künstler des Jahres in Spanien gekürt wurde.

Themen

Welche Themen (Inhalte) waren im Projekt für Ihre Zielgruppe besonders spannend?

Spannend für die Teilnehmer war, über ihren eigenen Schatten zu springen und zu dem zu stehen, was sie im Film zeigen. Zum Beispiel in der Stadt mit dem Regenschirm-Taxi, immerhin trifft man viele die man da kennt und die Angst das Gesicht zu verlieren ist bei vielen Jugendlichen sehr groß.

Welche Themen sind – generell – im Rahmen der Medienarbeit für Ihre Zielgruppe interessant?

Drogen, Gewalt, kulturelle Unterschiede, (Rap) Musik, Schule, Alltagsbanalitäten, Comedy

Trends und Interessen der Zielgruppe

Welche neuen Medientrends, medialen Interessen oder Aspekte der Medienkultur sind in ihrer Zielgruppe in jüngster Zeit besonders aktuell?

1. Filme auf dem Handy, YouTube-Videos
2. Indirekte Filme, zum Beispiel ein eigener Rapsong, von welchem dann wiederum auch ein Video gemacht wird. Direkte und offensichtlich pädagogische Filmangebote werden auf Dauer zunehmend schwierig.



Wie geht man in Ihrer Einrichtung/wie gehen Sie evtl. darauf ein?

- Zu 1) Wir machen Filme, die sich an den Interessen der Jugendlichen orientieren. In unserem letzten Projekt *Check we can – talentiert statt frustriert* zeigen Jugendliche ihre Hobbies und was sie drauf haben.
- Zu 2) Wir beziehen zunehmend Jugendliche mit ein und treten selbst mehr in den Hintergrund. Wenn wir den Jugendlichen Freiraum geben, ihre eigenen Ideen zu verwirklichen, ist der Lerneffekt größer. Allerdings brauchen die Jugendlichen eine gute Betreuung und Feedback.

Perspektiven

Welche Chancen sehen Sie vor dem Hintergrund Ihres Erfolgs für die medienpädagogische Projektarbeit an Ihrer Einrichtung und generell?

- die Arbeit weiter vernetzen, um das lokale Netzwerk, in dem sich die Jugendlichen befinden, weiter auszubauen und zu stärken
- in Zukunft eine stärkere Zusammenarbeit mit den Eltern

Struktur und Rahmen

Welche Rahmenbedingungen für Projektarbeit sind wünschenswert? Wie kann man diese schaffen?

Es ist schwierig, externe Orte zu schaffen, wo man solche Projekte durchführt. Wir profitieren davon, dass wir im direkten Alltag der Jugendlichen präsent sind. So kann zum Beispiel die Drogenproblematik oder ein echter Vorfall zum Thema des Medienangebotes werden und dadurch wird ein Bezug zwischen Angebot und Lebenswelt der Jugendlichen geschaffen. Es ist allerdings Vorsicht darin geboten, da man das nicht erzwingen kann.

Feedback

Gab es abschließend seitens der Zielgruppe Verbesserungsvorschläge, weiterführende Ideen bezüglich Ihres Projektes?

Ja, sie wollen auf jeden Fall weitere Filme machen und noch andere Themen finden, die sich nicht nur im Rahmen der Checkpoint-Arbeit abspielt, zum Beispiel Rap-Videos oder lustige Clips.

Interviewpartner

Frithjof Nürnberger: geb. 1983; Kultur- und Medienpädagoge (B.A.); seit 2010 Leitung und Gestaltung der Red Carpet Experience; April bis Juli 2008 Lehrauftrag Sekundarschule „Johann Wolfgang von Goethe Merseburg“ im Fach „Moderne Medienwelten“ in den Klassen 9 und 10; September 2008 Teamer von „step 21 – Initiative für Toleranz und Verantwortung“ in Nordrhein-Westfalen zum Thema „Vorbilder“, Leitung von Radio-, Hörspiel-, Theater- und Filmworkshops; 2009 bis 2010 Mitarbeit als Teamer des Medienmobils der Medienanstalt Sachsen Anhalt (MSA): Medienkompetenz in Schulen, Film- und Hörspielprojekte. Siehe auch: www.puzzleimage.de.