

# Im Interview

## Medienwerkstatt Rostock – institut für neue medien gGmbH Dr. Klaus Blaudzun

### Herausragendes und Spezielles

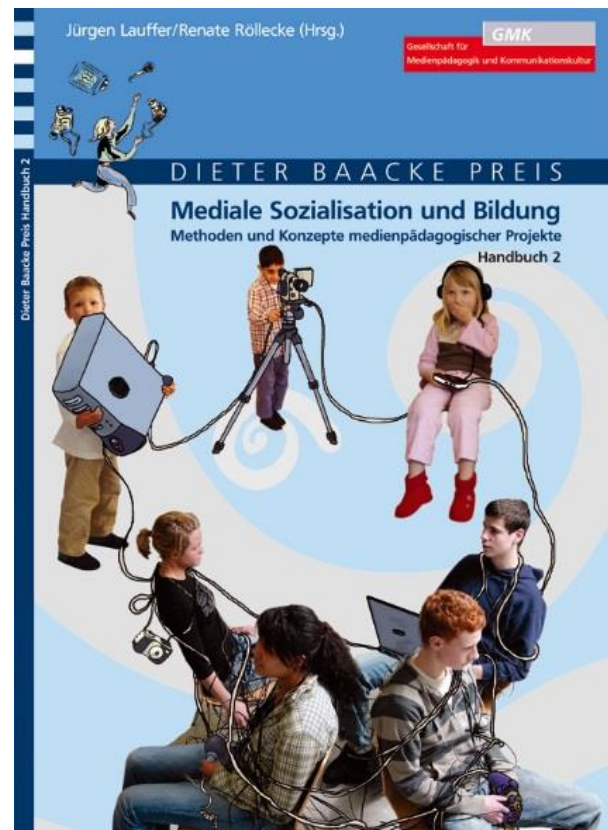
#### Welches sind die Besonderheiten Ihres Projektes?

Die Medienwerkstatt entstand 1991 als ostdeutsches Nachwendeprojekt in der alternativen Medienszene. Der erste Berufsbildungskurs 1992 - 1994 forcierte den Wandel zur Medienschule. Das Institut für neue Medien gGmbH (vgl. [www.ifnm.de](http://www.ifnm.de)), seit 1994 Träger der Medienwerkstatt, betreibt heute zwei Einrichtungen (Bereiche) mit regionalen Funktionen für Mecklenburg-Vorpommern (im Folgenden: M-V). Die Bereiche sind die Medienwerkstatt für kulturelle Medienbildung und der Bereich Berufliche Bildung. Diese Kombination von Berufsbildung und Medienschule für den Freizeitbereich ist offenbar etwas Ungewöhnliches. Der Berufsbildungsbereich hat produktive Folgen für die Medienwerkstatt, und umgekehrt. Junge filmbegeisterte Auszubildende bringen nach Ausbildungsschluss in die Freizeitproduktionen der Medienwerkstatt etwas sehr Wertvolles mit: Das frisch erworbene Know-How, die Professionalitätsansprüche und die spezialisierende Arbeitsteilung, die sie in der Ausbildung erlernt haben, und welche sie nun, im sozialen Lernen der Freizeitgruppe, an andere weitergeben – wie sie umgekehrt die gruppenspezifische Selbstbestimmung von Format und Thema, in der Berufsausbildung naturgemäß nicht angesagt, genießen.

### Ziele und Methoden

#### Welche pädagogischen Ziele wurden mit welchen Methoden verfolgt?

Das generelle Ziel unserer Medienwerkstatt heißt: Medienkompetenz in der Rolle des Medienproduzenten vermitteln, Medienalphabetisierung und Mediensozialisation an modernen AV-Medien, hier und jetzt in den multi- und hypermedialen Grammatiken der modernen Medien, die aus Empfängern auch virtuelle Sender machen. Unser kreativpädagogischer Akzent liegt in den Zielbandbreiten musisch-ästhetischer, nicht bloß technologischer Bildung, nämlich auf der Vermittlung von komplexen, ästhetisch-kommunikativen Kulturtechniken, von Kompetenzen der Mediengestaltung, der Gestaltung des künstlerischen und kommunikativen Ausdrucks: The medium is the message.



## **Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte**

### **Welche Vorkenntnisse hatten die TeilnehmerInnen? Welche Bereiche der Medienkompetenz fördert das Projekt?**

Die Vorkenntnisse der TeilnehmerInnen umfassen das ganze Spektrum, von gerade angefangen bis semiprofessionell. Den damit verbundenen Problemen kann auf zwei Wegen begegnet werden. Der erste heißt Differenzierung von Angeboten (bzw. Lern- und Projektgruppen) zwischen Anfängern und Fortgeschrittenen, zwischen Graswurzelarbeit und Talentförderung. Daneben gibt es die zweite Methode: soziales Lernen voneinander in inhomogenen Lern- und Projektgruppen, die Fortgeschrittenen fungieren als Mentoren der Anfänger. Beide Methoden flexibel und am besten, wo möglich, im Mix anzuwenden, bringt am ehesten den Sonntagskuchen in den Ofen des Medienpädagogen: Sozialkompetenz und Medienkompetenz im Schichtkuchen gebacken. Scheinbar wie von selbst. In den Computerkursen, die Jugendliche für SeniorInnen geben, gern im Computerkabinett ihrer Schule (eine Spezialität unser schulnahen Projekte), zeigt sich diese Melange aus Sozialkompetenz und Fachkompetenz am deutlichsten im Rollentausch. Die Jüngeren als (Fach-) Lehrer der Älteren, welche Verkehrung des Generationenvertrags und der sozialen Rollen!

### **Welche sozialen oder kommunikativen Kompetenzen wurden durch das Projekt gefördert?**

Unsere Projekte fördern idealerweise beides, Sach- und Sozialkompetenz. Definiere dich und deine Rolle(n) in der Mediengesellschaft, im Begriff steckt beides drin. Finde heraus, wer du bist (sein könntest) und was du (noch nicht immer perfekt, aber immer besser) kannst in der (Medien-)Welt. Lernen ist Konstruktion von Weltwissen in Simulationen? Medien sind Simulationsmaschinen! Also Lernmaschinen, Kommunikationsmaschinen, sind Ereignisse zwischen Menschen. Leider kommt in Medienwerkstätten u. a. die kritisch-reflektierende Kompetenzentwicklung (nach Baacke und Schorb) systematisch zu kurz, das liegt in der Betonung von praktischer Projektarbeit, die ist per se handlungs- und produktorientiert. Aber eines lernen die Teilnehmenden immer, neben den fachlichen Dingen wie: Wie kommt Suspense in eine Filmszene, Infotainment in die Glotze, die fertige, abspielbare DVD aus dem Brenner? Es ist, dass Medien keine Naturereignisse sind (wie das Wetter), sondern soziale Ereignisse, zweckvoller Austausch zwischen Menschen, Simulationen in kommunikativen Akten. Diese Ereignisse kann mann / frau zweckvoll herbeiführen – wenn mann / frau kann. Und das ist auch so, wenn du im Kino sitzt, nicht selbst am Schnittplatz in der Medienwerkstatt.

## **Probleme und Grenzen**

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

Unser Stolperstein Nr. 1 ist derzeit der Spagat unserer Medienpädagogen zwischen zwei Lernwelten, zwischen kreativpädagogischer Freizeitbildung (aus der wir kommen) und

unseren schulnahen Bildungsangeboten, insbesondere im Nachmittagsbereich von Ganztagschulen. Mit 18 solchen Schulkursen im Herbst- / Wintersemester 2006 haben wir inzwischen etwa quantitativen Gleichstand zwischen den beiden Lernumgebungen, Lernort Medienwerkstatt und Lernort Schule. Aber die pädagogischen Strategien aus dem Freizeitbereich an der Medienwerkstatt lassen sich nicht einfach in die institutionalisierte Situation der Schule hineinragen. Schule tickt anders, auch im Nachmittagsbereich. Im nach wie vor dominanten Instruktionsparadigma der ehemals jesuitischen Kathederschule sozialisiert, stecken die Schüler fest in ihrer Rolle auf der anderen Seite der Katheder-Barrikade, auch der Gastlehrer für das Medienprojekt hat sich gefälligst auf der anderen Seite zu verschanzen, so sind die Regeln. Das Problemlösungsparadigma der projektorientierten Pädagogik ist in der allgemeinbildenden Schule noch nicht wirklich heimisch, anders als in der Berufsbildung, in der Regel jedenfalls – Schule ist nicht gleich Schule, aber Schulluft macht nicht wirklich frei (von festgefahrenen Rollen). Kreativpädagogen aus dem Freizeitbereich müssen ihre pädagogischen Settings abwandeln, sich anpassen und einpassen in die anderen, stark institutionalisierten Rahmenbedingungen. Das führt zu Reibeflächen und Reibungsverlusten, was auch unsere Selbstevaluation zeigt: Die Zufriedenheitswerte von Teilnehmern und Dozenten liegen am Lernort Medienwerkstatt höher als in den Schulprojekten. Es ist noch ein langer Weg in der Annäherung von Freizeitpädagogik und Lernort Schule.

## **Technik**

### **Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?**

Die technischen Voraussetzungen sind nicht unwichtig, aber zweitrangig. Es gibt, von diversen Verteilungsproblemen abgesehen, keinen wirklichen Mangel an DV-Cam und Silikonchips und Software darauf, davon haben viele junge Leute auch zu Hause genug. Es gibt eher einen Mangel an Softwarekonfigurationen auf „Eiweißrechnern“ in der „Bildungsrepublik Deutschland“, Mangel an kreativ- und medienpädagogischem Know-How. Medienwerkstätten dürfen den rasanten technischen Standards nicht hinterherhecheln. Sie müssen Anschluss halten können in verbreiteten semiprofessionellen Standards, ja, aber mehr nicht, denn mehr ist nicht finanzierbar und auch nicht angemessen, jedenfalls nicht in der Breitenbildungsarbeit. Das zu leisten allein schon fällt uns in den letzten Jahren immer schwerer, für Investitionszuschüsse ist kaum Geld aufzutreiben, unser Kooperationspartner, der Offene Kanal Rostock, unterstützt mit seiner Technik, wo er nur kann. Aber ein Teil unserer Ausrüstungen ist nicht nur moralisch verschlissen, er ist inzwischen geölter Schrott, der scheppernd noch läuft.

## **Tipps für die Praxis**

### **Welche Ratschläge oder Empfehlungen können Sie InteressentInnen geben, die ähnliche medienpädagogische Projekte durchführen möchten?**

Ratschläge oder Empfehlungen für InteressentInnen, die ähnliche medienpädagogische Projekte durchführen möchten? Alle geben sie gern, wer nimmt sie gern an? Mit Ratschlägen ist es wie mit Weiterbildung. Alle NutzerInnen an Offenen Kanälen sagen, ja, NutzerInnen an

Offenen Kanälen brauchen Weiterbildung, in diversen Belangen. Nächste Frage: Brauchst Du Weiterbildung? Alle NutzerInnen an Offenen Kanälen sagen: Nein, ich nicht.

Unsere Medienwerkstatt samt Kulturpreisträger und Kinderkulturpreis und so weiter gäbe es nicht und nicht 15 Jahre ohne das Vorbild, das uns andere Medienprojekte gaben, nicht ohne deren Erfahrungen, an denen sie uns teilhaben ließen, durch training on the job, Weiterbildung in der Zusammenarbeit. Es wären zu viele aufzuzählen, von denen wir gelernt haben, z.B. warum und was an einem Nachwuchsfestival wichtig ist – da wären das KJF Remscheid (Deutscher Jugendvideopreis) und die BJK-Werkstatt für junge Filmemacher in Wiesbaden an erster Stelle zu nennen. Unser wichtigster Anreger war in den 90ern The Nerve Centre in Derry (Nordirland), es war die streng soziale Attitüde der dortigen Philosophie in Medien- und Musikprojekten: Wenn du die Leute und ihre Lebenswelt nicht ernst nimmst und nicht magst, dann kannst du auch den Film und den Song vergessen, die in einem Projekt entstehen. Sie werden fischig sein und kalt bleiben, der Film, der Song, die Leute. Du kannst fachlich noch so gut sein, wenn du die Jugendlichen nicht bei dem packst, wofür sie brennen wollen, dann bleibt alles kalt. Auch Medienpädagogen kann man einteilen in cold und hot, frei nach McLuhan.

## **Motivation, Nachhaltigkeit und Wirkung des Projekts**

### **Was hat den Beteiligten besonders viel Spaß gemacht? Was fanden sie besonders motivierend?**

Was TeilnehmerInnen besonders motivierend empfinden? Adrenalin spritzt bei dem Finish, den jeder Film erst vor seinem Publikum findet. 13- bis 15-Jährige, mein / unser erster Film, eine kleine Horror-Thriller-Etüde, und er kommt jetzt auf dieser Leinwand. Ob er funktioniert? Sogar einen Preis auf dem Festival haben wir damit bekommen! Eine Rückkopplung ohne Gleichen, nur noch übertroffen von den Publikumsreaktionen, wie im richtigen Kino. Jeder Pädagoge weiß, was das an Gratifikation bedeutet, an emphatischem Schub für die Verinnerlichung des Gelernten und an neuer Lernmotivation. Reichlich gelernt haben sie bereits, die Teilnehmenden, von Teamwork bis Ausdauer, von Planung einer Produktion bis Ausführung der Kreationen. Über die Gestaltungsmittel und Dramaturgien des Genres haben sie genug erfahren, um künftig billig gemachten Film von gut gemachtem unterscheiden zu können. Und mehr noch, sie haben etwas Unersetzliches von sich und an Medienwirkung erfahren: Wie ästhetische Affekte absichts- und zweckvoll hervorgerufen werden – eben nicht nur, wie sie wirken. Wichtiger aber noch, sie haben all das gemacht, weil sie – erstens – das machen konnten, was in ihren Peergroups, im eigenen ästhetischen Medienerleben das Angesagte und Wertige ist. Nachhaltiges Lernen ist eben immer auch selbstbestimmtes Lernen, selbst -bestimmt in Bezug auf eigene Medienwerte, Themenpräferenzen, Gruppenbeziehungen. Sie haben all dies aber auch gemacht, weil sie – zweitens – so erst die Motivation aufbauen konnten, nicht nur passiver, erlebender Medienkonsument, sondern auch aktiver, kreativer Medienproduzent zu sein, nicht nur Empfänger, sondern selbst auch Sender.

## **Nachhaltigkeit und Wirkung des Projekts**

### **Welche Bereiche des Projekts haben bei der Zielgruppe nachhaltig gewirkt?**

Die Nachhaltigkeit der Medienprojekte unserer Stadt lassen sich zum Beispiel am Rostocker Filmfest festmachen. Mitte der 90er reichte es noch aus, in der Stadtbibliothek ein paar Bücherregale zusammenzuschieben, eine kleine Leinwand samt Beamer aufzustellen, und alle eingereichten Videos liefen vor 40, 60 Leuten, die ihren Film des Jahres kürten. Anfang dieses Jahrzehnts platzte das Rostocker Cineastenkinol. mit 120 Plätzen aus allen Nähten, und beim 14. Filmfest 2006 mit neuen Filmen aus und um Rostock waren 230 Stimmen von über 300 Besuchern auszuzählen. Das logische Anschlussprojekt war ab 2004 das Festival im Stadthafen FiSH, in 2006 mit nationalem Wettbewerb JUNGER FILM, MeKoPreis M-V und Filmfenster Off Suomi. Das dreitägige Festival ist nicht nur eins für junge Medienmacher, es wird von der jungen Filmszene gemacht, als Mitmachfestival. Die Vorbereitungs- und Programmgruppen setzten sich zu mehr als der Hälfte aus jungen Film- und Medienmachern unter 28 Jahren zusammen. Insgesamt ein Team von ca. 60 MitarbeiterInnen, darunter ca. 40 Jugendliche. Die jungen Festivalmacher arbeiteten unentgeltlich im Festivalteam mit, schon in der Vorbereitungsphase. Ein Festival als ein Production-Based-Training-Projekt, das Projekt der Produktion eines Festivals durch Erlernen von Festivalplanung und Festivalorganisation in einem Team jährlich auch neuer junger Leute.

## **Themen, Trends und Interessen der Zielgruppe**

### **Welche Themen waren für die Zielgruppe besonders spannend?**

Im TV-Bereich sind Enter- und Infotainmentpattern der Trend, der Anchorman und die Moderatorin sind die HeldInnen des jugendlichen Zeitgeistes. Soziale Themen im Offenen Fernsehkanal sind durchaus ein aktuelles Leitbild, meist sehr auf die unmittelbare Lebenswelt bezogen; wir stellen uns Sachverhalte und Menschen aus unserer unmittelbaren Umgebung vor, unsere Nahwelt. Politische Sendungsformate werden selten gewählt, für TV-Projekte zu politischen Hot Spots (wie Nazi- Demo am 1. Mai 2006 in Rostock, Landtagswahl in Mecklenburg-Vorpommern im September 2006) lassen sich vor allem Jugendliche gewinnen, die ohnehin schon politisch motiviert oder engagiert sind – Zusammenarbeit mit dem Sozialkundeunterricht an Schulen? Die Rückmeldungen sind ernüchternd.

Das Medienbudget des statistischen Einwohners in Deutschland ist binnen fünf Jahren um mehr als anderthalb Stunden täglich gestiegen, gestiegen auf ca. achteinhalb Stunden täglich. Die wirken sich aus, und sie durchwirken die Welterfahrung, überlagern sie fast, könnte man meinen. Der Look der Bilder ist oberwichtig, interessante narrative Montagen und Erzähltechniken mit Mehrfachcodierung werden gern nachgebaut. Die Themen sind eher nachrangig, Geschichten zu erzählen ist nicht die Hauptmotivation. Dokumentarisches und soziale Themen im Film? Eher die Ausnahme. Thematisch dominieren Bauchnabelgeschichten, jüngst auch auffällig Tod, Krankheit, Verwirrung und Schicksalsschlag, Schwierigkeiten des Zurechtkommens in einer schwierigen Welt.

Der dominante Themen- und Genretrend ist ziemlich eindeutig. Spannend sind fiktionale Filmgenres, gespeist aus den jahrelangen Medienerfahrungen. Comedy & Klamauk immer gern, Thrill wird versprüht und Kunstblut spritzt, Horror und Gewalt. „Tampoon Man rettet die Welt vor der Regel“, so lautete der Titel eines unserer letztjährigen Videoprojekte mit fünfzehnjährigen Schülern (9. und 10. Klasse) im Nachmittagsbereich einer Rostocker Haupt- und Realschule – wie der Titel es schon sagt, klar von Mädchen dominiert, diese Gruppe. „Blut-und-Sperma-Phase“ nennt einer unserer erfahrensten Rostocker Filmpädagogen diese stabilen Themen- und Genrepräferenzen schwerstpubertärer Altersgruppen. Soll und darf Medienbildung daran anknüpfen? Gar in der Schule? Ist das nicht ein Werteproblem? Das Problem ist vielmehr die Divergenz, die fast unüberbrückbare Kluft zwischen den institutionalisierten Normen (z.B. der Schule) einerseits, den Medienpräferenzen und Mediengratifikationen in der jugendlichen Medienwelt andererseits. Das Aschenputtel-Syndrom (Aufenanger) in der deutschen Pädagogenpraxis: Es geht zu wie in der Arztpraxis, was gut ist und hilft, das tut weh und es schmeckt nicht. Es gibt gute und es gibt schlechte Medien, die guten Medien dürfen ins Töpfchen (in die Schule), die schlechten kommen nicht rein in die Schule – ab ins Kröpfchen. Die Schüler lernen diese Unterscheidung gern mit, nur mit umgedrehter Wertbesetzung, und das nachhaltig. Gut ist, was nicht in die Schule gehört, und was dort auch nicht auftaucht. Die affektiv-ästhetische Wirkung der Medien, diesen prägenden Genuss erfahren Heranwachsende allein gelassen mit der unglaublichen Wucht dieser Wirkung, gespiegelt nur in den Wertsystemen ihrer Peergroups. Dürfen wir Heranwachsende so allein lassen mit ihrer Mediensozialisation in einer schwierigen Medienwelt, allein lassen mit solchen strukturellen Wertdiskrepanzen? Die Frage zu stellen heißt schon, sie zu beantworten.

## **Perspektiven, Struktur und Rahmen**

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

Die 15 Jahre Film- und Medienwerkstatt Rostock sind auch anderthalb Jahrzehnte Projekt- und Bildungsmanagement an einer nichtstaatlichen Medienschule mit jährlich neuer Patchwork-Finanzierung von Werkstätten und Teilprojekten. Projektförderung ist die Hauptfinanzierungsquelle, das Land Mecklenburg-Vorpommern und die Stadt Rostock sind die durchgängigen Aufbau- und Bestandsförderer der Medienwerkstatt, daneben ein bis zwei Dutzend weitere Partner im Jahr wie die Landesrundfunkzentrale, die Europäische Union, die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung oder Fonds Soziokultur u.a.m. Der Aufwand, die Voraussetzungen für die medienpädagogische Projektarbeit einzuwerben, wächst und wächst und wächst. Krisenmanagement und Arbeit an der Sicherung von Rahmenbedingungen statt an der Qualität der Lernprozesse, das ist die Folge. Doppelt unsinnig. Der Landeshaushalt wird saniert, die kommunalen Haushalte in Mecklenburg-Vorpommern kollabieren weiter, nach Neubrandenburg nun Rostock mit komplett haushaltsloser Zeit 2006, Fortsetzung in 2007, das Innenministerium re(a)giert mit Haushaltssparerlassen. Kollateralschaden kulturelle Bildung? „Es gibt nur eins, das teurer ist als Bildung: keine Bildung“, zitiert Bundespräsident Horst Köhler im Sommer 2006 in seiner Berliner Bildungsrede einen anderen Präsidenten, John F. Kennedy. Teures Sparen in Rostock also? Na gut, Kennedy war ja bekanntlich auch ein Berliner, nicht Rostocker.

## **Interviewpartner**

**Dr. Klaus Blaudzun**, Lehrerstudium Geschichte / Deutsch in Rostock, Forschungsstudium Literaturwissenschaft und Promotion zum Dr. phil. sowie Assistenz an der Universität Rostock, seit 1992 Projektleiter Medienwerkstatt Rostock und seit 1993 auch Geschäftsführer institut für neue medien gGmbH Rostock.