

Gerd Brenner, Horst Niesyto (Hrsg.)

Handlungsorientierte Medienarbeit

Video, Film, Ton, Foto

Hinweis

Das Buch erschien 1993 im Verlag Juventa (Weinheim und München) in einer Printversion. Die Veröffentlichung des Online-Dokuments (Beitrag von Horst Niesyto) erfolgt mit Genehmigung des Verlags BELTZ Juventa.

Der Text ist unter der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-NC-ND 4.0 international verfügbar (vgl. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>).

Bitte weisen Sie bei der Verwendung des Textes auf das Gesamtwerk, die Herausgeber und den Verlag hin.

Juventa Verlag Weinheim und München 1993

Die Herausgeber

Gerd Brenner, Dr. phil., ist als Pädagoge in der Schule und in der Lehrerbildung tätig, er ist zudem Redakteur der Zeitschrift „deutsche jugend“, Autor von Büchern wie „Kreatives Schreiben“ (1990), „Praxishandbuch Kinder- und Jugendliteratur“ (1982) und „Gruppenleitertraining – Modelle für die Praxis“ (1976) sowie Mitherausgeber der Bände „Typisch Mädchen? Typisch Junge? Persönlichkeitsentwicklung und Wandel der Geschlechterrollen“ (1991) und „Jugendarbeit und Schule. Kooperation statt Rivalität um die Freizeit“ (1992).

Horst Niesyto, Dr. rer. soc., war von 1981 bis 1990 Jugendbildungsreferent im Jugendbildungswerk des Odenwaldkreises und leitete dort ein medienpädagogisches Landjugendprojekt. Er ist heute Dozent beim Arbeitskreis deutscher Bildungsstätten und Lehrbeauftragter an der Universität Tübingen. 1991 veröffentlichte er bei Juventa den Band „Erfahrungsproduktion mit Medien“.

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Handlungsorientierte Medienarbeit : Video, Film, Ton, Foto /
Gerd Brenner ; Horst Niesyto (Hrsg.). – Weinheim ; München :
Juventa Verlag, 1993
(Praxishilfen für die Jugendarbeit)
ISBN 3-7799-0962-6
NE: Brenner, Gerd [Hrsg.]

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© 1993 Juventa Verlag Weinheim und München
Umschlaggestaltung: Atelier Warminski, 6470 Büdingen 8
Printed in Germany

ISBN 3-7799-0962-6

Erstes Bromischer Fernsehen und Video-Magazin

Jugendliche auf dem Land eignen sich mit Medien soziale Räume an
von Horst Niesyto

Dieser Beitrag entwickelt auf dem Hintergrund von Erfahrungen eines Medienprojekts im Odenwaldkreis (Südhessen) konzeptionelle Überlegungen zu einer lebensweltorientierten Medienarbeit mit Jugendlichen im ländlichen Raum und skizziert zwei Praxisbeispiele (ortsbezogene Medienarbeit und regionales Videomagazin).*

Jugendliche leben in ländlichen Regionen im Spannungsfeld von ‚zwei Welten‘. Einerseits in der modernen, über Bildung, Ausbildung, Medien und Konsum vermittelten urbanen Welt und andererseits in der stark traditional geprägten ländlichen Alltagswelt mit ihren spezifischen Kommunikationsstrukturen und kulturellen Orientierungen (vgl. u.a. *Böhnisch/Funk 1989*). Da der soziale Nahraum vor allem in dörflichen Milieus oft als anregungsarm, beengend und kontrollierend empfunden wird, spielt die Mediennutzung eine wichtige Rolle im jugendkulturellen Freisetzungsprozess. Jugendliche und junge Erwachsenen eignen sich Medien als „soziale Räume“ an:

- als Abgrenzungsmöglichkeit zu dem eigenen Herkunftsmilieu und zur Dokumentation von Selbständigkeit (souveräner Umgang mit Medien);
- als Ausdruck der Zugehörigkeit zu bestimmten jugendkulturellen Szenen;
- als Projektionsfläche für Bedürfnisse nach ganzheitlichen, sinnstiftenden Lebenszusammenhängen, nach Harmonie und Geborgenheit, aber auch nach Ausbruch und Anders-Sein;

* Das Projekt fand in Trägerschaft des Kreis Ausschusses Odenwaldkreis statt, wurde von der Stiftung Deutsche Jugendmarke e.V., Bonn finanziell gefördert und vom Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik, Frankfurt/Main, begleitet. In einer Projektgruppe arbeiteten Mitarbeiter/innen aus verschiedenen Praxisfeldern der Jugendarbeit zusammen, z.B. Jugendbildungswerk, Kreisjugendpflege, Beratungsstelle für arbeitslose Jugendliche, Internationaler Jugendtreff.

- als Möglichkeit des Entkommens aus Alltagsabläufen in den „Muß-Welten“, als „mediale Gegenwelten“;
- als Raum- und Zeitüberbrücker in segmentierten Lebenswelten.

Diese Nutzungs-Funktionen sind nicht landspezifisch, haben aber landspezifische Ausprägungen. Diskotheken, Jugendkneipen, Spielhallen, Kinos, Videoabende in Vereinsheimen und in der eigenen Wohnung werden zu „Medienorten“, wo sich Jugendliche treffen, um ihren jeweiligen Medienstil zu kultivieren und die Zugehörigkeit zu bestimmten Szenen auszudrücken. Der unbefangene, souveräne Umgang insbesondere mit audiovisuellen Medien unterstützt jugendkulturelles Selbständigkeitsstreben und ermöglicht „Erfahrungsvorprünge“ gegenüber Erwachsenen.

Dieses medienvermittelte Selbständigkeitsstreben ist sowohl Teil der Ambivalenz von „industriell vorfabrizierter und subjektiv angeeigneter Jugendkultur“ (*Rogge 1988*) als auch der Ambivalenz von dörflicher Integrationsperspektive und jugendkultureller Freisetzung“ (*Böhnisch/Funk 1989*).

Auf dem Hintergrund dieses doppelten Spannungsverhältnisses erscheinen Jugendliche nicht als ‚passive Opfer‘ eines jegliche Originalität zerstörenden medialen Nivellements, sondern als Mit-Konstrukteure ihrer sozialen Wirklichkeit. Wie Jugendliche sich Medien eignen und welche Momente in dem „doppelten Spannungsverhältnis“ dominieren, hängt unter anderem von dem soziokulturellen Kontext (z.B. Einfluß des Herkunftsmilieus, von Peer-Groups) und von der sozialräumlichen Orientierung (mehr Dorf- oder mehr Regionalorientierung) ab.

Wo soziale Lebenslagen von Jugendlichen im ländlichen Raum durch strukturelle Defizite an kulturellen Bewältigungsmöglichkeiten gekennzeichnet sind, nehmen mediale Leitbilder und Stereotype einen immer größeren Einfluß auf Wahrnehmungs- und Orientierungsmuster. Ob für die Umweltwahrnehmung und -aneignung Jugendlicher die unmittelbar erfahrbare Wirklichkeit des sozialen Nahraums oder medial vermittelte Wirklichkeiten eine größere Bedeutung haben, ist vor allem eine Frage der subjektiv erlebten Attraktivität des sozialen Nahraums sowie der Integration in Gleichaltrigen-Gruppen.

Der ambivalente Aneignungsprozeß medienvermittelter Stile im Kontext der regionalen Vergesellschaftung von Jugend umfaßt sowohl Potentiale für jugendkulturelles Selbstständigkeitsstreben als auch Probleme im Sinne einer Potenzierung der „Außenlenkung“ durch die Medien- und Konsumwelt (zusätzlich zu dem dörflichen Normalitätsdruck). Um die Alltagserfahrungen im sozialen Nahraum mit den Medienrealitäten vermitteln und das Nebeneinander von Tradition und Moderne verarbeiten zu können, bedarf es der Förderung von Anregungsmilieus für jugendkulturelle Produktion mit Hör- und Bildmedien.

Symbolische Umweltaneignung

Eine wichtige Voraussetzung für die symbolische Verarbeitung von Erfahrungen und die Herausbildung eines realitätsgerechten Selbstbildes ist die Möglichkeit zur Aneignung sozialer Räume im Nahraum, ihrer Gestaltung und Umgestaltung. Jugendliche werden heute früher soziokulturell selbständig und eignen sich im ländlichen Raum die regionale Umwelt als „Gelegenheitsstruktur“ an, um „Jungsein“ auszuleben und sich Cliquen und Szenen anzuschließen. Anders als bei früheren Jugendgenerationen wird die Freizeit zu einem wichtigen Ort jugendkultureller Stilbildung (*Böhmisch/Münchmeier 1987*).

Außerschulische Jugendarbeit ist eine dieser Möglichkeiten, die in unterschiedlicher Weise von Jugendlichen als Erfahrungsraum genutzt werden. Die Chance ländlicher Jugendkulturarbeit besteht darin, szenenbezogene Angebote zu entwickeln, die Alternativen zu dem regional expandierenden Jugendkommerz bieten. Jugendkulturarbeit ist dabei nichts Separates zur Jugendkultur, sondern etwas Ergänzendes: sie setzt an den vorhandenen, von Jugendlichen selbst hervorgebrachten Formen der Umweltaneignung an.

„Lebensweltorientierte Medienarbeit“ ist ein solches Alternativangebot. Als symbolische Umweltaneignung knüpft sie an symbolhaft-expressiven Ausdrucksformen Jugendlicher an und ermöglicht die Aneignung und Gestaltung medialer Eigenräume in Form von Eigenproduktionen mit Hör- und Bildmedien. Jugendliche können aus dem eigenen sowie aus ‚fremdem‘ Zeichen- und Bildervorrat mediale Eigenräume ‚basteln‘ und neue, eigene Medienwelten konstruieren. [. .]

Die Mehrdeutigkeit der Bildsprache schafft für Jugendliche Zugänge, um das widersprüchliche Nebeneinander lebensweltlicher Erfahrungen wahrnehmbar und darstellbar zu machen. Während begrifflich-analytische Denkprozesse gezielt sortieren, ermöglicht die Bildsprache intuitive Formen der Annäherung, der Wahrnehmung, der Verarbeitung. Widersprüchliches wird nicht sofort als solches eindeutig bestimmt, sondern sinnlich-emotional wahrgenommen und expressiv ausgedrückt. Damit ist es eher als bei Formen verbalen Diskurses möglich, Unbewußtes und Verdrängtes ‚freizulegen‘, die eigenen Bilder und Gefühle ‚rauszulassen‘ und sie nicht hinter ritualisierten Kommunikationsformen zu verstecken. [. .]

Subjektive Stilbildungsprozesse orientieren sich an dem alltagsästhetischen Ausdrucksvermögen und überlagern es nicht mit professionellen und journalistischen Standards. Medienarbeit sollte von den vorhandenen Wahrnehmungsweisen Jugendlicher ausgehen und auf dieser Grundlage mediale Kompe-

tenz vermitteln. Die Erfolgserlebnisse und die Erkenntnisse bei der eigenen Bildproduktion sind die entscheidende Triebfeder, das eigene Ausdrucksvermögen zu erweitern. Hierzu gehört auch die Möglichkeit, sich Medien spielerisch-experimentell aneignen zu können. [. .]

Medienproduktionen schaffen soziale Räume für jugendkulturelle Stilbildung und für die Bewältigung realer Lebensprobleme. Die Themenfindung, die Auswahl und die Montage des Materials sind Interaktionssituationen, bei denen es um die Definition von Beziehungen, um Selbstdarstellungsbedürfnisse, um eigene Betroffenheit, um Anerkennung und Prestige, um Abgrenzung und Gruppenbildung geht.

Als alltagsästhetische Praxis benötigt Medienarbeit Zeit und ‚langen Atem‘. Es ist zwar wichtig, auf ein Produkt hinzuarbeiten, Produktionen innerhalb eines bestimmten Zeitraums zu erstellen und immer wieder kleine Erfolgserlebnisse zu vermitteln. Aber Erfahrungsprozesse sollten nicht abgekürzt werden, was bei einer einseitigen Produktorientierung leider oft geschieht. Entscheidend sind die Kollektivität des Erfahrungsprozesses, die Originalität der Gestaltung und die Identifikation der Jugendlichen mit ihrem Produkt. [. .]

Eigenproduktionen mit Medien können dazu beitragen, Formen einer regionalen Jugendkultur zu unterstützen. Hier können Jugendliche eher als im dörflichen Milieu mit seiner sozialen Kontrolle eigene Jugendöffentlichkeiten in Form von regionalen Kulturinitiativen, Mediengruppen und Veranstaltungen schaffen sowie kommerzielle Freizeitorte (z.B. bestimmte Kneipen und Cafés) als „Szene-Treffs“ nutzen.

In regionalen Zusammenhängen entstandene Produktionen wirken aber auch auf Dörfer zurück, z.B. wenn sich Jugendliche aus örtlichen Jugendgruppen daran beteiligt haben oder wenn die Produktionen nicht nur in Kleinstädten, sondern auch in Gemeinden gezeigt werden.

Ortsbezogene Medienarbeit

Im Rahmen des Odenwälder Medienprojekts entstanden mehrere Video- und Ton-Dia-Produktionen von örtlichen Jugendinitiativgruppen und Vereinen. Der Gruppe „Erstes Bromischer Fernsehen“ (EBF) – Jugendliche von 14 bis 17 Jahren – ging es vor allem darum, einen selbstgestaltbaren Jugendraum von der Gemeinde zu erhalten. Da ihnen das örtliche Vereins- und Verbandsangebot nicht gefiel, nutzten sie die Projekt-Ressourcen, um ihre „Dorf-Ansichten“ darzustellen und ihrer Forderung öffentlich Nachdruck zu verleihen.

In der ersten Phase entstand der collageartige Videofilm „Szene Bromisch“. Er spiegelte das Dorfbild der Jugendlichen in einer Montage aus Traumsequenzen, symbolischen Anspielungen, Alltagsszenen und fiktiven Spielszenen wider und verstand sich als Anklage gegen Langeweile, Leere, Eingeschlossenheit.

Der Inhalt in Stichworten: Ein Jugendlicher fliegt vom Frankfurter Flughafen aus mit einem Jumbo ins idyllische B. Dort trifft er nur auf Häuser: mondän und zu kleinen Festungen ausgebaut. Eine Schnitt-Sequenz kontrastiert den Mythos „Großstadt“ mit der empfundenen Leere und Öde in B. Hardrock-Musik vermag den Bruch zwischen den beiden Welten auch nicht zu kitten. . . Nur ein Traum? Ein Jugendlicher wacht im Bett auf, fährt zur Schule, funktioniert dort, ärgert sich mit dem Busfahrer herum, kommt nach Hause, schaltet die Glotze ein – „Dallas“! Immer dasselbe, Frust, raus aus dem Ort. Die Flucht in den Alkohol scheint zwangsläufig: Der Jugendliche greift zur Flasche, klagt seine Umwelt an, endet in der Psychiatrie – SchlußEinstellung: ein Schild mit dem Psalm-Text: „Von allen Seiten umgibst du mich und hältst deine Hand über mich“. Ende.

Die collageartige Montageform, die vom Projektmitarbeiter angeregt wurde, eröffnete die Möglichkeit, assoziativ und spontan vorzugehen, Phantasien spielen zu lassen. Die Produktion des Films erfolgte nicht nach einem fertigen Plan, sondern in einem offenen Prozeß:

ausgehend von dem thematischen Motiv „Szene B.“ wurden Erfahrungsbruchstücke aus dem erlebten Alltag gesammelt und in Spielszenen umgesetzt.

Ogleich der Film noch sehr laienhaft gestaltet war, reichlich Klischees strapazierte, gab er dennoch einen Einblick in das Erleben des Dorfes und die damit verbundenen Gefühle und Widersprüche. Die Auseinandersetzung mit der dörflichen Lebenswelt erfolgte provozierend und distanzierend. Der Film war in dieser Phase ein Distanz-Medium, um den Frust zu verarbeiten und um sich abzugrenzen von dem, was man nicht wollte. Obwohl sich nur Freunde, Bekannte und Eltern den Videofilm in einem örtlichen Gemeindehaus ansahen, stabilisierte die Produktion die Gruppe. Der Produktionsprozeß, die Identifikation mit dem eigenen Film und die Anerkennung bei Freunden und bei der Präsentation auf den regionalen Jugendfilmtagen motivierten zum Weitermachen. „EBF“ erstellte u.a. eine Ton-Dia-Schau für eine Bürgerversammlung und organisierte eine Aktion „Video-Mobil“ auf dem Dorfplatz. Obwohl es zunächst nicht gelang, von der Gemeinde einen Jugendraum zu bekommen, waren die Erfahrungen in dem etwa zweijährigen Prozeß wichtig. Sie verstärkten das bereits zu Beginn vorhandene Selbständigkeitsstreben.

Regionales Videomagazin

Mit dem Aufbau eines regionalen Videomagazins verbanden sich folgende Überlegungen:

– Die Magazin-Idee: Bildung eines Redaktionsteams von Jugendlichen auf Kreisebene, das für Inhalt und Gestaltung des Magazins verantwortlich zeichnet. Aktuelles aus der Odenwälder Jugendszene sollte in kurzen Beiträgen in überschaubaren Produktionszeiten vorgestellt werden. Als Abspielorte sollten Jugendtreffs und Vereinsheime genutzt werden.

– Mit der Magazinidee wurde auch – in Anlehnung an eine Intention des Kölner Videomagazins „Iurens“ – die Vorstellung verbunden, den Kontakt zwischen verschiedenen Gruppen und Szenen in der Region zu fördern.

Ein Projektmitarbeiter produzierte zusammen mit einzelnen Jugendlichen eine erste Ausgabe, die u.a. in zwei Jugendkneipen, zwei Jugendtreffs und im Rahmen der „Odenwälder Jugendfilmtage“ gezeigt wurde. In der Folgezeit bildete sich ein Kreis von etwa zehn Schülern, Auszubildenden und jungen Arbeitnehmern, der in vierteljährlichem Abstand weitere Ausgaben erstellte. Die meisten Jugendlichen waren nicht in örtliche Gruppen eingebunden, sondern mehr regional orientiert und arbeiteten sporadisch mit. Der aktive Kern sah in dem Magazin eine Chance, jenen Teil der Jugend-Szene im Odenwald zu unterstützen und bekannter zu machen, der z.B. mit Musik-, Theater- und Filmveranstaltungen Orte und Gelegenheiten für eigene kulturelle Produktion sucht. Die inhaltlichen Beiträge der Ausgaben spiegelten dieses Interesse wider. „Aktuelles aus der Jugendszene im Odenwald“ bezog sich vor allem auf kulturelle Aktivitäten, an denen man selbst beteiligt war oder die man besucht hatte. Beiträge über ‚fremde‘ Gruppen tauchten so gut wie nicht auf. Das Magazin wurde vor allem im Umfeld der Produktionsgruppe, auf Seminaren und Veranstaltungen sowie in einzelnen Jugendkneipen gezeigt. Die Vorführorte und Vertriebswege orientierten sich an den sozialen Zusammenhängen der Gruppe.

Da für die meisten Jugendlichen das Produzieren mit Video und die Selbstdarstellung in ihrer Szene ausschlaggebend waren, liefen die Ausgaben nur vereinzelt an weiteren Orten. Es gab auch dezentral keine Gruppen, die – mit Ausnahme von „EBF“ – Interesse an einer Mitarbeit entwickelten. Mit einzelnen Schulen konnten zwar Kontakte (meist über Schüler) hergestellt werden, aber die Vorführungsmöglichkeiten erwiesen sich als schwierig. Die Intention, über das Videomagazin Kontakte zwischen den verschiedenen Gruppen und

„Szenen“ in der Region zu fördern, ließ sich bislang nur ansatzweise verwirklichen.

Der Aufbau des Videomagazins zeigte, daß die Unterstützung durch Projektmitarbeiter/innen erforderlich ist

- im organisatorischen Bereich (u.a. Vorbereitung von Drehterminen oder bei der Verbreitung des Magazins);
- bei der Koordinierungsarbeit bei der Zusammenstellung der einzelnen Magazin-Beiträge;
- im technisch-gestalterischen Bereich;
- bei der kritischen Reflexion der Produktionsprozesse und der Erfahrungen mit dem Einsatz des Magazins;
- bei gruppenbezogenen Motivations- und Integrationsaufgaben.

Literatur

Lothar Böhnisch, Richard Münchmeier: Wozu Jugendarbeit? Weinheim und München 1987.

Lothar Böhnisch, Heide Funk: Jugend im Abseits? Zur Lebenslage Jugendlicher im ländlichen Raum, Weinheim und München 1989.

Jan-Uwe Rogge: Jugendkultur, Medienkultur, Alltagskultur – einige Beschreibungen und Deutungsversuche. In: Jugendzeit – Medienzeit. Hg. Martin Radde, Uwe Sander, Ralf Vollbrecht, Weinheim und München 1988, S. 43-71.

Theoretische Grundlagen, Konzeption und Ergebnisse des Odenwälder Medienprojekts sind ausführlich dokumentiert in: Horst Niesyto: Erfahrungsproduktion mit Medien. Selbstbilder, Darstellungsformen, Gruppenprozesse, Weinheim und München 1991.