

ROOTS & ROUTES TV

JUGENDMEDIENARBEIT FÜR KULTURELLE VIELFALT

MIT VIDEO UND WEB 2.0

**ROOTS &
ROUTES TV**

STREAMING CULTURAL DIVERSITY.
WWW.ROOTSNROUTES.TV



ROOTS & ROUTES TV

JUGENDMEDIENARBEIT FÜR KULTURELLE VIELFALT

EINLEITUNG

Grusswort – Ute Schäfer, Ministerin für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport NRW	Seite 01
Einleitung – Gerda Sieben, Leiterin jfc Medienzentrum	Seite 02

THEORIE

Interkulturelle Medienbildung und Jugendmedienarbeit – Prof. Dr. Horst Niesyto	Seite 04
Zur Veränderung des Wahrnehmungsdispositivs durch Webvideo – Prof. Dr. Franz Josef Röll	Seite 08
Von der Alibi-Beteiligung zu aktiven Netzbürgern – Sebastian Kauer, bpb	Seite 12

DOKUMENTATION

ROOTS & ROUTES TV – Das Projekt – Lisette Reuter, Sascha Düx	Seite 16
ROOTS & ROUTES TV – Die Kölner Jugendredaktion – Ascan Breuer	Seite 38
ROOTS & ROUTES TV – Das Raumkonzept des Urban Media Festival Cologne 09 – Thomas Kupser	Seite 39

PARTNERPROJEKTE

UCEESTATION.NL – The Next Generation – Patricia Rijswijk	Seite 42
ROOTS & ROUTES International Association – Interkulturelle Vernetzung – Andreas Kern	Seite 44
NETZCHECKERS.TV – Videomagazin für digitale Jugendkultur – Daniel Poli	Seite 46
NETZCHECKERS Podcast mit Creative Commons Musik – Marco Medkour	Seite 47

ARBEITSHILFE

Musikvideos selbstgedreht – Lisette Reuter	Seite 48
Anregungen für den Aufbau einer Jugendredaktion – Thomas Kupser	Seite 52
Ich mach mir die Welt, wie sie mir gefällt! Trickfilm in der Jugendarbeit – Katinka Sasse	Seite 54
Bluescreen – Kerstin Venne	Seite 56
Videodokumentation fürs Web-TV – Lisette Reuter, Sascha Düx	Seite 57

IMPRESSUM

Impressum, Projektpartner, Förderer, Dank	Seite 61
--	-----------------

GRUSSWORT

In Nordrhein-Westfalen leben Menschen aus mehr als 180 Nationen zusammen. Ein knappes Drittel der Jugendlichen hat einen Migrationshintergrund. Interkulturelles Zusammenleben ist in vielen Regionen – nicht zuletzt im Ruhrgebiet – seit über hundert Jahren Teil des Alltags und ist gesellschaftliche Normalität. Dies geschieht nicht immer reibungslos, doch gerade in der Arbeit mit Jugendlichen ist es möglich und wichtig, kulturelle Vielfalt als Bereicherung erlebbar zu machen.

Das Projekt ROOTS & ROUTES TV nutzt das Zukunftsmedium Web-TV, das gerade bei Jugendlichen immer mehr an Beliebtheit gewinnt, als Drehscheibe und Schaufenster für kulturelle Vielfalt im Alltag. Jugendliche mit und ohne Migrationshintergrund dokumentieren in gemischten Kleingruppen mit medienpädagogischer Begleitung den Alltag in ihren Stadtvierteln, berichten über Jugendszenen und Events und produzieren Musikvideos sowie Kurzfilme. Dies ermöglicht uns einen direkten Einblick in ihre Lebenswelten und gibt ihnen die Möglichkeit in eigener Sache zu informieren. Ihre Produktionen und Ideen werden dabei auf der gemeinsamen Website www.rootsnroutes.tv ausgetauscht und öffentlich präsentiert.

Ich freue mich, dass nun, nach drei erfolgreichen Jahren des Projektes, die gemachten Erfahrungen in dieser Broschüre dargestellt werden. Die vorliegende Publikation fasst Impressionen, Ideen, Methoden und Ansätze aus der Projektarbeit von ROOTS & ROUTES TV und einigen kooperierenden Projekten anschaulich zusammen und ermutigt, selbst solche Projekte durchzuführen.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre dieser Broschüre, die Ihnen hoffentlich künftig als Arbeitshilfe dienen kann und als Ideenpool auch zu der ein oder anderen Nachahmung in Ihrer Einrichtung oder Ihrem Projekt ermutigt.

Ute Schäfer



Ute Schäfer

*Ministerin für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport
des Landes Nordrhein-Westfalen*

EINFÜHRUNG



GERDA SIEBEN

Leiterin jfc
Medienzentrum

*Aktuelle Jugendstudien zeigen:
Das Internet ist das Leitmedium der Kinder
und Jugendlichen heute¹, Videoplattformen wie
YouTube rangieren altersübergreifend unter den
beliebtesten Websites, im Sekundarschulalter
kommen soziale Netzwerke wie facebook
und SchülerVZ hinzu.²*

Das jfc Medienzentrum in Köln hat diese Entwicklung früh erkannt und mit den eigenen medienpädagogischen Erfahrungen in den Bereichen „Jugendkulturen“ und „kulturelle Vielfalt“ verknüpft: Ende 2006, noch bevor YouTube seinen zweiten Geburtstag feierte, konkretisierte unser Team für interkulturelle Medienarbeit diese neue Entwicklung zu einer Projektidee: Jugendredaktionen in mehreren Städten produzieren Videobeiträge über den interkulturellen Alltag und jugendkulturelle Events in ihrem Umfeld, drehen thematische Kurzfilme und Musikvideos, die Ergebnisse werden auf einem gemeinsamen mehrsprachigen Videoportal präsentiert und diskutiert: ROOTS & ROUTES TV, das Web-TV für kulturelle Vielfalt, war geboren.

Im November 2006 stellten wir einen ersten Antrag bei einer Kölner Stiftung, im Februar 2007 beteiligten wir uns erfolgreich am Interessensbekundungsverfahren des Bundesprogramms „Vielfalt tut gut“. Zeitgleich wurden Kontakte zu Projektpartnern in Bielefeld, Solingen und Wuppertal geknüpft.

Nachdem „Vielfalt tut gut“ im Juni 2007 eine positive Rückmeldung gegeben hatte, konnte der offizielle Antrag gestellt werden; weitere Partner aus Duisburg und Münster kamen an Bord.

Das jfc Medienzentrum gewann die 21-jährige Mathematikstudentin Aileen Wessely für die Programmierung des geplanten Video-

portals, jfc-Fachbereichsleiter Sascha Düx entwarf zusammen mit ihr und Kommunikationsdesigner Dirk Unger ein erstes Websitekonzept. Parallel wurde mit den internationalen Partnern ein Kofinanzierungsantrag im EU-Programm „Youth in Action“ gestellt.

Als es im Juli 2007 die offizielle Bewilligung seitens des BMFSFJ gab, waren die Projektmotoren schon heiß gelaufen und es ging mit großer Energie in die konkrete Arbeit. Noch im gleichen Sommer wurde eine erste ROOTS & ROUTES TV-Show unter Livebedingungen produziert. Unter der engagierten Projektleitung von Lisette Reuter entwickelten sich produktive Kooperationen vor Ort und zentrale Angebote wie die städteübergreifenden Aufbauseminare für die Jugendredaktionen.

Mit Hochdruck wurde im Herbst 2007 an der Video-Plattform programmiert und das R&R-TV-Studio im MediaPark Köln aufgebaut. Die Jugendredaktionen nahmen ihre Arbeit auf und produzierten erste Trailer und Musikvideos.

Nach einer Testphase im Oktober ging die Plattform www.rootsnroutes.tv am 28.11.2007 mit einem Pressefrühstück offiziell online.

Mit 148 aktiven Usern und 119 Videos war es schon ein Jahr nach dem Start ein nicht nur hervorragend ge-

¹ <http://tinyurl.com/37nvvb4> | ² <http://tinyurl.com/6cyljwl>

bautes lebendiges Portal, es wurde von den jugendlichen Projektteilnehmern wie auch den Partnerorganisationen gut angenommen.

Ein harter Schlag traf das Projekt, als der EU-Kofinanzierungsantrag abgelehnt wurde. Doch mit der Förderzusage des Nordrhein-Westfälischen Jugendministeriums im Juni 2008 konnte das Projekt mit seinen Partnern in fünf Städten aus NRW dann doch weitergeführt werden. Trotz fehlender europäischer Förderung wurde das Projektportal schnell international: Die Partner im europäischen ROOTS & ROUTES Netzwerk nutzten das Portal begeistert mit und trugen dazu bei, dass **rootsnroutes.tv** mittlerweile in 12 Sprachen verfügbar ist.

Mit zahlreichen themenorientierten Einzelproduktionen verschiedener Gruppen, wöchentlichen Redaktionssitzungen oder auch monatlichen Redaktionstreffen zur Koordination verschiedener Produktionsgruppen fanden die Partnerstädte im weiteren Projektverlauf unterschiedliche Formate und Arbeitsformen für ihre Redaktionen und luden ihre sehenswerten Beiträge auf die TV Plattform, wo sie kommentiert, bewertet und verlinkt werden konnten.

In der 40-monatigen Projektlaufzeit wurden über 600 Videobeiträge produziert, rund 1000 Jugendliche beteiligten und registrierten sich als User der Website, die Zugriffszahlen überstiegen zeitweise 8000 unterschiedliche User pro Monat.³

Es gab diverse Auszeichnungen für das Projekt, die Website gehörte zu den 19 Nominierten aus knapp 2000 eingereichten Vorschlägen beim Grimme Online Award 2008, Programmiererin Aileen Wessely wurde beim bundesweiten „Jugend-Multimediawettbewerb MB21“ als beste Medienmacherin ausgezeichnet und beim World Youth Summit Award 2009 mit 612 Wettbewerbsbeiträgen aus 101 Ländern gehörte das Projekt zu den 15 gleichwertigen Gewinnern.

Die Entstehung des Projekts ROOTS & ROUTES TV ist ohne den Kontakt zum internationalen ROOTS & ROUTES Netzwerk nicht denkbar. Der Kontakt entstand 2004 im Rahmen der Konferenz „Tuning into Diversity“ in den Niederlanden, wo u.a. eine beeindruckende „ROOTS & ROUTES

TV-Show“ der niederländischen Jugendlichen gezeigt wurde. Bereits nach dem ersten internationalen ROOTS & ROUTES-Projekt in Köln im Jahr 2006 kam es zu einer rapiden online-Vernetzung der Teilnehmenden, damals über **MySpace**; hier zeigte sich die große Bedeutung der Web-2.0-Kommunikation für Jugendliche.

Heute ist das jfc Medienzentrum der deutsche Partner des Netzwerks und tragendes Mitglied der internationalen „ROOTS & ROUTES International Association“ mit Mitgliedern aus 12 europäischen Ländern.

Im Oktober 2010 endet nun die Förderphase von ROOTS & ROUTES TV. Die Erfahrungen des jfc Medienzentrums in Köln und der Projektpartner in Bielefeld, Duisburg, Münster und Solingen bilden die Grundlage für die vorliegende Broschüre: Ausgehend vom Projekt ROOTS & ROUTES TV finden sich hier theoretische Reflexionen, Projektdokumentationen und konkrete Anregungen für die Jugendmedienarbeit im Bereich (Web-)Video und kulturelle Vielfalt. Als Arbeitshilfe und Ideengeber sei sie allen Akteuren in der außerschulischen Jugendbildung und anderen Bildungsbereichen ans Herz gelegt.



Gerda Sieben

Leiterin jfc Medienzentrum

³ Unterschiedliche IP-Adressen pro Monat



PROF. DR. HORST NIESYTO

INTERKULTURELLE MEDIENBILDUNG UND JUGENDMEDIENARBEIT

Interkulturelle Medienbildung entwickelte sich seit Ende der 1990er Jahre zu einem Arbeitsschwerpunkt in der Medienpädagogik.

Hintergrund ist die kulturelle Pluralisierung der Gesellschaft, die Zunahme der Globalisierung der Medienkommunikation (insbesondere durch das Internet), die damit verknüpften Hoffnungen auf mehr Partizipation und Austausch zwischen Angehörigen unterschiedlicher Kulturen sowie die Migrations-thematik in Verbindung mit Fragen sozialer Ungleichheit.

Es setzte sich die Erkenntnis durch, Bildungsangebote stärker zu differenzieren, um der kulturellen Heterogenität unter Kindern und Jugendlichen gerecht zu werden. Interkulturelle Bildung entwickelte sich zu einem pädagogischen Konzept, das auf die Sensibilisierung für Unterschiede nicht nur hinsichtlich Migrantenkulturen, sondern auch zwischen verschiedenen Alters- und Sozialgruppen abzielt.

Das Spektrum der Aktivitäten reicht von Formen rezeptiver Filmbildung über Projekte im Bereich der aktiven Medienarbeit (vor allem im außerschulischen Bereich), mediendidaktischen Projekten an Schulen (z.B. im Rahmen von Sprachenlernen) bis hin zu interkulturell orientierten Beratungsangeboten im Internet.

Insbesondere im Bereich der Jugendmedienarbeit entstanden viele Aktivitäten und Projekte. Das jfc Medienzentrum Köln bemühte sich in besonderer Weise darum, ein Netzwerk zu entwickeln, beginnend mit der Cross-Culture-Initiative, welcher weitere Projekte interkultureller Jugendmedienarbeit in Form von HipHop-Workshops und vielen Medien-, Musik- und Tanzprojekten im Rahmen des internationalen ROOTS & ROUTES-Netzwerks folgten (vgl. www.jfc.info).

ZIELE UND ARBEITSFORMEN INTERKULTURELLER MEDIEN- BILDUNG

Übergreifend lassen sich folgende Intentionen und Ziele nennen, an denen sich interkulturelle Jugendmedienbildung orientiert:

+ Herstellen lebensweltlicher Bezüge, um Erfahrungen aus unterschiedlichen kulturellen und sozialen Kontexten medial zu verarbeiten

- + Kreativer Selbstausdruck mit visuellen & audiovisuellen Medien, in Bereichen, in denen Wort und Schrift ihre Grenzen haben
- + Einlassen auf Fremdes, Neues und Unbekanntes in den eigenen Medienproduktionen
- + Teilnahme an öffentlicher Kommunikation durch die Präsentation der erstellten Medienprodukte in unterschiedlichen Kontexten (lokale Öffentlichkeiten, Bürgerkanäle, Internet)
- + Stärkung von Selbstwertgefühlen und Selbstwirksamkeit
- + Förderung sozialen Lernens
- + Reflexion eigener kultureller Deutungsmuster
- + Entwicklung von Kompetenzen zur Medienkritik, z. B. in Zusammenhang mit sog. Ausländerbildern und stereotypen medienkulturellen Mustern

Interkulturelle Medienbildung und Jugendmedienarbeit können in unterschiedlicher Weise entwickelt werden. Bewährt haben sich u. a. folgende Arbeitsformen (vgl. Tomforde/Holzwarth 2006):

- + Eine gemischtkulturelle Gruppe (Migranten und Nicht-Migranten oder Migranten mit verschiedenen kulturellen Hintergründen) arbeitet vor Ort mit Medien
- + Zwei Gruppen von Jugendlichen aus Land A und Land B besuchen sich gegenseitig und produzieren (parallel oder gemeinsam) mit Medien
- + Jugendliche aus verschiedenen Ländern treffen sich im Rahmen einer Jugendbegegnung an einem dritten Ort und arbeiten mit Medien
- + Zwei (oder mehr) Gruppen von Jugendlichen aus verschiedenen Ländern (Migranten und Nicht-Migranten oder Migranten mit verschiedenen kulturellen Hintergründen) senden sich gegenseitig Medienproduktionen zu (z.B. Fotos und kleine Videos per Email-Attachment oder in eine Website eingebunden) und kommunizieren per Internet (Email, Chat, Message-Board, Internettelefon)
- + Eine relativ homogene Gruppe (ohne kulturelle Überschneidungssituationen im engen Sinn) bearbeiten interkulturelle Themen mit Medien (z.B. „Migration und Fremdheit in meinem Viertel bzw. in meiner Stadt“ oder „Typisch Deutsch“)

Zahlreiche Projekte interkultureller Jugendmedienbildung zeigen, dass es oft sinnvoll ist, virtuelle Kommunikation mit Face-to-Face Kommunikation zu verbinden, um Motivation und Vertrauen zu stärken.

Interkulturelle Medienbildung betont die Subjektseite, knüpft an vorhandenen Wissensbeständen, Erfahrungen und Medienkompetenzen an und fördert auf dieser Grundlage Erfahrungs- und Lernprozesse.

„Bei Roots&Routes TV habe ich gelernt, dass Teamwork an erster Stelle steht.“

LEA, 17 JAHRE,
REDAKTION BIELEFELD

FOTO UND VIDEO ALS WICHTIGE AUSDRUCKS- UND KOMMUNIKATIONSFORM

Eine besondere Chance besteht in der Integration visueller und audiovisueller Ausdrucks- und Kommunikationsformen. Vor allem Bilder und Musik sind als präsentativ-symbolische Darstellungen geeignet, um an inneren Bildern anzuknüpfen, Gefühle auszudrücken und Sprachbarrieren überwinden zu helfen. Neben kulturspezifischen Symbolisierungen gibt es eine Vielzahl transkulturell kommunizierbarer Symbolbedeutungen, gerade auf dem Hintergrund der Globalisierung der Medienkommunikation (vgl. hierzu das Forschungsprojekt VideoCulture, Niesyto 2003).

Dieses Potenzial gilt es für interkulturelle Bildungsprozesse viel stärker zu nutzen:

- + Foto und Video bieten die Möglichkeit, sich selbst und die eigene Lebenswelt von außen aus der Perspektive des Fremden zu sehen.
- + Foto und Video erlauben niedrighschwellige, spielerische und selbstreflexive Formen des identitätsbezogenen Probehandelns: Wie wirke ich in dieser Pose? Wie wirke ich in diesem Outfit? Selbstdarstellung, Selbstinszenierung und Selbstfindung sind wichtige Bedürfnisse im Jugendalter.
- + Bilder lassen sich leicht über Email-Attachments oder das Internet austauschen. Dies ist wichtig bei Projekten, die Kommunikation zwischen Jugendlichen an verschiedenen Orten beinhalten. So kann beispielsweise vor oder nach einer Jugendbegegnung virtuell kommuniziert werden.
- + Reflexive Prozesse wie Nachdenken, Erzählen, Diskutieren und Schreiben lassen sich insbesondere bei sprachlichen Begrenzungen leichter anstoßen, wenn von Fotos und Videos ausgegangen wird (vgl. Tomforde/Holzwarth 2006).

Aus der Medienpädagogik ist allgemein bekannt, dass die aktive Medienarbeit ein besonders geeigneter Weg ist, um Medien besser zu verstehen und zu reflektieren. Die Digitalisierung eröffnet(e) neue Chancen für die Produktion (anschaulichere und praktischere Formen des Videoschnitts), für die Distribution (Erreichen großer Öffentlichkeiten durch Foto- und Videoplattformen im Internet) und für die Rezeption/Kommunikation (u. a. interaktive Möglichkeiten durch Weblogs).

Durch Medienarbeit manifestieren sich Lernprozesse in Form von Produkten, die Jugendliche in vielfältiger Form Anderen zeigen und hierüber Anerkennung und Selbstwirksamkeit erfahren können. Ansätze kultureller Medienbildung,

die Medien, Musik und Körperausdruck kreativ miteinander verbinden, haben sich in der Jugendmedienarbeit vielfach bewährt (vgl. hierzu HipHop- oder Tanz-Media-Projekte).

Als Arbeitsprinzipien erwiesen sich in verschiedenen Projekten als sinnvoll:

- + Orientierung an Genres, die Jugendlichen bekannt sind
- + Förderung spielerisch-experimenteller Formen der Medien-gestaltung
- + verbales und visuelles Erklären von medialen Darstellungsmöglichkeiten am praktischen Material
- + Balance zwischen Strukturierung (durch Pädagogen) und Offenheit (Gestaltung durch Jugendliche)
- + hinreichend personelle Betreuung für gruppenbezogene und individuelle Beratung/Unterstützung (vgl. Maurer 2004)

NICHT VERGESSEN: CHANCEN AKTIV-REZEPTIVER FILMBILDUNG

Neben dem Erstellen medialer Eigenproduktionen gibt es bewährte Traditionen aktiv-rezeptiver Filmbildung, insbesondere durch den Einsatz von populären Spielfilmen, Fernsehserien und Jugendvideoproduktionen in der Bildungsarbeit. In Medienproduktionen verdichten sich Bilder vom Fremden. Filmanalysen ermöglichen eine kritische Reflexion von Medientexten über Migration (positive und negative Bilder und Klischees über Andere).

Das Medienprojekt Wuppertal bietet z. B. eine Filmreihe „Jung und Moslem“ für die Bildungsarbeit an; die Bundeszentrale für politische Bildung, kirchliche u. a. Fachstellen für Filmbildung wie das Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland (KJF) geben regelmäßig Hinweise auf Filme (teilweise mit didaktischen Materialien), die auch für eine interkulturelle Medienbildung geeignet sind (vgl. auch Theunert 2008; Hutter & Hoffmann 2006; jfc Medienzentrum Köln 2002).

Erfahrungs- und subjektorientierte Konzepte zur Filmbildung betonen kreative Formen der Auseinandersetzung mit Filmen, die über Filmgespräche hinausgehen und in vielfältigen Formen Jugendliche anregen, Szenen nachzuspielen, ein anderes Filmende zu finden oder gesehene Filme als Anlass für eigene Filmproduktionen zu nehmen (Niesyto 2006; Maurer 2009).

INTERKULTURELLE MEDIENBILDUNG BENÖTIGT MEHR RESSOURCEN!

Es gibt nach wie vor eine große Kluft zwischen allgemeinen bildungspolitischen Proklamationen zur Förderung von Medienkompetenz und Medienbildung einerseits und Maßnahmen

zur breiten und nachhaltigen Stärkung medienbezogener Bildungsprozesse andererseits. Gerade die Themen Migration und soziale Ungleichheit zeigen, dass eine einseitige Konzentration auf Formen systematischen Spracherwerbs nicht ausreicht, um die gesellschaftlichen Partizipationschancen von Jugendlichen zu erhöhen.

Zahlreiche Praxiserfahrungen und Studien konnten belegen, dass das Zusammenspiel von unterschiedlichen Formen der Weltaneignung, des Selbstausdrucks und der Kommunikation wichtig ist, um vorhandene Potenziale und Stärken von Jugendlichen, gerade aus bildungsbenachteiligten Milieus, besser fördern zu können. Das ist eine wichtige Aufgabe für schulische und außerschulische Lernorte.

Das Medienpädagogische Manifest (www.keine-bildung-ohne-medien.de), das inzwischen von über 1000 Personen und Organisationen unterzeichnet wurde, fordert in diesem Zusammenhang eine deutliche Verbesserung der Infrastruktur und der personellen Ausstattung durch öffentliche Mittel.

In der Ausbildung von Erzieher/innen, Lehrer/innen, Erwachsenenbildnern/innen und Sozialpädagogen/innen ist eine medienpädagogische Grundbildung als verbindlicher Bestandteil der pädagogischen Ausbildung zu verankern.

Ohne Kenntnis der konkreten Lebens- und Medienwelten von Kindern und Jugendlichen aus unterschiedlichen soziokulturellen Kontexten und ohne die Bereitschaft und Fähigkeit, zielgruppenspezifische Konzepte und Arbeitsformen zu entwickeln, wird es Pädagogen/innen nicht möglich sein, Intentionen interkultureller Medienbildung und Medienarbeit erfolgreich in die Praxis umzusetzen.

Literatur

Hugger, K.-U./ Hoffmann, D. (Hg.) (2006): *Medienbildung in der Migrationsgesellschaft. GMK-Schriften zur Medienpädagogik 39. Bielefeld*

jfc Medienzentrum Köln (Hg.) (2002): *Media Mix Mondial - Ideen für die interkulturelle Medienarbeit. Zeitschrift MedienConcret, Themenheft 2002*

Maurer, B. (2009): *Subjektorientierte Filmbildung in der Hauptschule. München*

Maurer, B. (2004): *Medienarbeit mit Kindern aus Migrationskontexten. Grundlagen und Praxisbausteine. München*

Niesyto, H. (Hg.) (2006): *film kreativ. Aktuelle Beiträge zur Filmbildung. München*

Niesyto, H. (Hg.) (2003): *VideoCulture – Video und interkulturelle Kommunikation. München*

Theunert, H. (2008) (Hg.): *Interkulturell mit Medien. München*

Tomforde, B./ Holzwarth, P. (2006): *Das Wesentliche ist für die Augen unsichtbar...? Fotografie im interkulturellen Jugendaustausch. In: Holzbrecher, A./ Oomen-Welke, I./ Schmolling, J. (Hg.): Fotografie + Text. Handbuch für die Bildungsarbeit. Wiesbaden, S. 369-373*



PROF. DR. HORST NIESYTO

Leiter der Abteilung Medienpädagogik an der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg

Seine Arbeitsschwerpunkte sind Medienpädagogik und soziokulturelle Unterschiede, interkulturelle Medienbildung, Filmbildung und medienpädagogische Praxisforschung. Er ist Vorsitzender der Sektion Medienpädagogik in der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft (DGfE) und Sprecher der Initiative „Keine Bildung ohne Medien!“.

Mehr Informationen zu Prof. Dr. Horst Biesyto auf Ihrem Smartphone.

Den BeeTagg Reader gratis auf das Smartphone laden, unter: <http://get.beetag.com> Code fotografieren und Link erhalten.



www.ph-ludwigsburg.de

PROF. DR. FRANZ JOSEF RÖLL

ZUR VERÄNDERUNG DES WAHRNEHMUNGSDISPOSITIVS DURCH WEBVIDEO

Bei Webvideos handelt es sich um digitalisierte Filme, die im Internet zu sehen sind. Es handelt sich um eine neue Distributionsmöglichkeit von Filmen.

Videoplattformen wie z.B. **YouTube** ermöglichen das kostengünstige Publizieren von Videos. Durch die Videoplattformen gibt es keine Schwellen-hüter mehr, die bestimmen, ob und welche Filme öffentlich gezeigt werden. Ebenso ist es möglich, mit Hilfe eines Browser-Plug-Ins des Flash Players auf den eigenen Webseiten Webvideos einzubetten.

Im Folgenden möchte ich aufzeigen, wie durch die Digitalisierung von Filmen und die Möglichkeit, diese im Internet zu zeigen, zugleich veränderte Sehweisen erzeugt werden und sich neue Produktionsmöglichkeiten eröffnen. Anschließend werde ich beispielhaft Projekte vorstellen, die bereits produktiv mit den veränderten Produktionsmöglichkeiten arbeiten.

VERÄNDERTE ÄSTHETIK

Die auf Online-Plattformen zur Verfügung gestellten Filme sind meist kurz (max.15 Minuten), hier entsteht eine neue Form von Clip-Kultur. Es werden nicht nur Videos gezeigt, sondern auch Videos mit Standbildern gemischt, durch Software wie Animoto (<http://animoto.com>) kann beides durch Morphing kongenial verknüpft werden.

Mit Hilfe von Screenshot-Software wie **Adobe Captivate** kann vom Computer-Bildschirm abgefilmt werden. Die Möglichkeit, komplizierte

Filme zu machen, Eigen- und Fremdmaterial zu nutzen, wird dadurch erweitert. Somit kann ohne Kameraeinsatz, nur mit einer Videoverarbeitungssoftware, ein Webvideo erstellt werden.

Die digitale Schnittmöglichkeit erlaubt es, Videoaufnahmen, Animationen digitalisierter Fotos, eingescannte Unterlagen, Grafiken, Texte und Videos problemlos zu verbinden.

Die bisher dominante Sender-Empfänger-Struktur wird durch das Mitmach-Web aufgelöst. Jeder kann seinen selbstgemachten Film auf einer Plattform oder seiner Homepage präsentieren.

Damit verlieren Qualitätskriterien, die früher in der Regel die Bedingung für die öffentliche Präsentation von Filmen waren, ihren Stellenwert.

Banales und Außergewöhnliches ist zugleich auf den Videoplattformen zu sehen. Es wird schwieriger, die kategorische Differenz zwischen

professionell produzierten Filmen und Produktionen von Amateuren aufrecht zu erhalten (Engel 2010, S. 43). Die bei Amateuren zu beobachtende kreative Nichtbeachtung von Grenzen zwischen Disziplinen, Themen und Medien führt einerseits zu einer interdisziplinären audiovisuellen Ausdrucksweise, andererseits zu einer originären und authentischen Verknüpfungen von Inhalten, Erfahrungsbereichen und Ausdrucksformen.

Erkennbar ist, dass die bisherigen Kriterien kompetenter Filmgestaltung (goldener Schnitt, ruhiger Schwenk, kein Zoom, keine verwackelten Bilder, Beachtung der Tiefenschärfe) von anderen Kriterien überlagert werden (Authentizität, Ursprünglichkeit, Ideenvielfalt, Komplexität, Vernetzung). Die bei den Amateuren zu beobachtenden Grenzüberschreitungen führen zu neuen Formen der kreativen Gestaltung.

Es entsteht über die Möglichkeit der digitalen Nacharbeitung zugleich eine „neue“ Ästhetik, die gekennzeichnet ist durch die potenzielle Transformation der Ursprungsbilder. Typisch für diese Entwicklung sind Cross-media (interaktive Verknüpfung unterschiedlicher Medien) und Mashups (die Transformation, Veränderung, Kompilierung vorhandener bzw. bekannter Materialien).

DIGITALE ERZÄHLTECHNIK

Interaktivität und Telepräsenz bringen einen neuen Typus von Erzählung hervor. Der Rezipient hat in der Zukunft mit einer grundsätzlichen Ungewissheit der Erzählhandlung zu rechnen. Die narrative Geschlossenheit wird immer mehr durchbrochen. Andere Formen der Erzähltechnik entstehen. An die Stelle statischer Erzählungen werden vermutlich mehrere Plots sowie mehrere Erzähl- und Möglichkeitsräume (Storylines) treten, um den unterschiedlichen Interessen der Rezipienten gerecht zu werden und um virtuelle Teilhabe und/oder soziale Interaktion zu erlauben.

Die digitale Erzählung basiert auf variablen Strukturen, deren Erzählelemente eine multimediale Basis haben. Die digitale Erzählung besteht aus einem verzweigten Netzwerk von Erzählmomenten, das der Rezipient sich selbst erschließt. Der Zugriff auf Datenbanken ermöglicht eine Vielzahl von Entscheidungsmöglichkeiten. Aus der Gesamtheit der Datenbankerzählung konstruiert der Rezipient (s)eine Geschichte.

Mit **YouTube Annotation** steht bereits eine einfach zu bedienende freie Software zur Verfügung, die die kommenden Trends ankündigt. Mit Videoanmerkungen können auf den Videos interaktive Schaltflächen (Hyperlinks) hinzugefügt werden, die wiederum ermöglichen, dass interaktive Filme entstehen. Vor allem ist die digitale Erzähltechnik bei dem „Reverse Broadcasting“-Konzept von Alexandre Brachet erkennbar.

Seine Produktionen nennt er Webdokumentationen, bei denen er Videos, Fotos, Landkarten, Stichworte, Blogs, Originaltöne und Musik miteinander verknüpft. Der Zuschauer kann anschließend im Internet sein eigenes Programm daraus erstellen (<http://prisonvalley.arte.tv/?lang=de>).

VERÄNDERUNG DES WAHRNEHMUNGSDISPOSITIVS

Jedes Medium begünstigt spezifische Wahrnehmungsdispositive, die die Modalitäten des Denkens und Wahrnehmens prägen. Erlebnisqualität, Teilhabe- und Realitätseindruck werden vom jeweiligen Dispositiv beeinflusst.

Mit dem Medium Internet verändert sich das Wahrnehmungsdispositiv. Das neue Dispositiv ist geprägt durch die aktive Partizipation des Rezipienten. Es gibt keine Abgeschlossenheit des Diskurses. Prozeduralität ist eine inhärente Eigenschaft jeglicher Web-Texte. Durch die Bildung von neuen Semantiken und neuer Bedeutungen wird die Rekombination vorhandener Texte ermöglicht. Jederzeit können unterschiedliche Bedeutungszusammenhänge erprobt werden.

„Es gibt keine lineare Narration mehr, sondern Vernetzungen, in denen verschiedene Elemente fragmentarisiert gleichberechtigt nebeneinander stehen.“

(Missomelius 2006, S. 51)

Diese Entwicklung führt dazu, dass Originalität, Autorenschaft und Genie verschwinden. Veränderbarkeit und Fragilität des Erscheinens ersetzen diese Kategorien. Die durch die Digitalisierung hervorgerufene Ästhetik ist prozesshaft und entsteht in einem kommunikativen Prozess.

Die Ästhetik des Internets ist somit gerichtet auf Kommunikation. Sie muss daher dynamisch und prozessual gedeutet werden, als Wirken und Bewirken steht sie in einem interdependenten Zusammenhang. In diesem Kontext kann sie kollektive Kreativität fördern. Die skizzierten Veränderungen lassen sich bei folgenden Projekten erkennen.

DIE ANIMATEURE

Stefan und Benjamin Ramirez Pérez begannen bereits im Alter von 14 Jahren außergewöhnliche kunstvolle Animationsfilme zu drehen. Eine Digitalkamera, die ihre Schwester als Prämie für ein Zeitungsabonnement bekommen hatte, diente als Anstoß zum Herumexperimentieren.

Mit einer gewöhnlichen Software, die sie auf dem Familiencomputer fanden, produzierten sie Filme wie „Paperwork“ und „Imaginary Lines“ und gewannen damit unbemerkt von der Fachöffentlichkeit auf regionalen Festivals Preise. Die Aufmerksamkeit für ihre Kreativität wuchs erheblich, als sie ihre Produktionen auf YouTube zeigten. Im Alter von 19 Jahren gewannen sie 2008 bei einem Videowettbewerb von YouTube mit „What matters to me“ den Hauptpreis, ein Studium an der renommierten Vancouver Film School „Digital Design“.

UNDERTUBE TV

Das Web hilft nicht nur einzelnen Personen dabei, bekannt zu werden; es bietet auch die Chance, dass Zielgruppen Nischen finden, die zwar kein Millionenpublikum generieren, aber die das Potenzial bieten, dass Jugendliche mit Begeisterung für eine bestimmte Musikrichtung sich nachhaltig weiterentwickeln können.

Beispielhaft ist dies [undertube.tv \(http://undertube.de\)](http://undertube.de), dem Musikmagazin aus der U-Bahn, gelungen. In diesem Format werden medienpädagogische Inhalte und Informationen um das Thema „digitale Jugendkultur“ gesendet. Abseits des Mainstreams wird über Musik und ihre Protagonisten gesprochen.

Wichtig bei dieser Sendung sind authentische Erfahrungen und Berichte aus einer subjektiven Perspektive. Videojockeys oder Videoblogger präsentieren unter Nutzung eines Videohosters (Rebell.tv) dem Publikum die besten Stücke, die sie im Netz gefunden haben. Das Besondere an undertubeTV ist, dass alle Sendungen in U-Bahnen produziert werden.

VIDEO-MAIL

„Video-Mail“ nennt sich ein Projekt der LAG Medienarbeit e.V. in Berlin (<http://jugendserver.spinnenwerk.de/~lag-medien>). Konzipiert wurde dieses Konzept für die Bildungsarbeit mit verschiedenen Gruppen, die an unterschiedlichen Orten leben. In den unterschiedlichen Gruppen werden kurze Videogeschichten ausgedacht und produziert. Es wird die Vorgabe gemacht, dass am ersten Tag ein einmütiges Video hergestellt werden soll.

Der entstandene Videoclip wird komprimiert und auf einem Webserver abgelegt, so dass die nächste Gruppe am nächsten Tag auf dieses Video zugreifen kann. Am nächsten Tag setzt die zweite Gruppe das Video fort. Entsprechend der Anzahl der Gruppen dauert der am Ende entstandene Film 5-7 Minuten. Bei der LAG Medienarbeit werden zum Schluss die besten Ideen prämiert.

Dieses Konzept lässt sich auch als eine Form von „Digital Storytelling“ bezeichnen. Bei dieser Erzählform handelt es sich um kurze Videoclips, in denen Ereignisse aus dem eigenen Leben für andere zugänglich gemacht werden. Bilder, Text und Musik werden bei den digitalen Storys miteinander verknüpft.

LIFE IN A DAY – DAS LEBEN IN EINEM TAG

Um kollaboratives Filmmachen geht es auch in dem Projekt „Life in a day“, das der Regisseur Kevin Macdonald, der unter anderem für seine Filme „Der letzte König von Schottland“ und „Ein Tag im September“ Auszeichnungen erhielt, als ein einzigartiges „historisches Experiment“ ansieht.



Angekündigt wurde das Filmprojekt im Internet. Unter dem Motto „Der Tag, auf den Du gewartet hast“ sollen Filme produziert werden, die „Das Leben in einem Tag“ in Szene setzen. Jeder auf der ganzen Welt konnte am 24. Juli 2010 Ausschnitte aus seinem Leben festhalten und über das Internet einreichen.

Die Szenen aus dem Alltag sollten u.a. Fragen wie „Was liebst Du?“, „Was fürchtest Du?“, „Was bringt Dich zum Lachen?“ beantworten. Gewünscht waren banale Augenblicke wie das Filmen von Alltagsarbeiten in der Wohnung, besondere Akzentuierungen und/oder Reaktionen auf ein negatives Ereignis. Aus diesem Material wird dann der Regisseur das Leben auf der Erde am 24. Juli dokumentieren.

Die Unterschiede und Gemeinsamkeiten von 6,7 Milliarden Menschen sollen sich in dem Film abbilden. Alle eingereichten Filme sollen als ewige Dokumente erhalten bleiben.

Nicht nur, weil der weltbekannte Regisseur Ridley Scott der Produzent des Films ist, wird das Ergebnis sicherlich mit großer Aufmerksamkeit registriert werden. Das Vorhaben wird von Googles Video-Portal YouTube mit einem eigenen Channel (<http://www.youtube.com/lifeinaday>), über den auch die Videos hochgeladen werden, unterstützt. Auf dem Sundance Film Festival 2011 wird die Premiere des fertigen Films stattfinden.

Literatur

Olga Engel: *Dem Amateur ist nichts zu schwören – Amateurkultur im Web 2.0*. In: Thomas Knaus; Olga Engel (Hrsg.): *fraMediale – digitale Medien in Bildungseinrichtungen*. München 2010, S. 37-54

Missomelius, Petra (2006): *Digitale Medienkultur – Wahrnehmung – Konfiguration – Transformation*. Transcript Verlag, Bielefeld

„ROOTS & ROUTES TV war für mich sowohl Inspiration als auch Einstieg für meinen beruflichen Werdegang als Journalist. Außerdem konnte man sich hier mit Gleichgesinnten austauschen, die mittlerweile zu guten Freunden geworden sind.“

SASCHA, 23 JAHRE, REDAKTION KÖLN



Schauen Sie sich die Links dieses Artikels im Internet auf Ihrem Smartphone an.

Den BeeTagg Reader gratis unter: <http://get.beetagg.com> auf das Smartphone laden, Code fotografieren und Link erhalten.



prisonvalley.arte.tv



undertube.tv



Life in a Day



PROF. DR. FRANZ JOSEF RÖHL

Professor für Gesellschaftswissenschaften und Soziale Arbeit

Prof. Dr. Franz Josef Röhl (1949) studierte Diplompädagogik (Schwerpunkt: außerschulische Bildung und Erwachsenenbildung) und Soziologie an der Goethe-Universität Frankfurt. Er promovierte über Mythen und Symbole in populären Medien an der Uni Bielefeld.

Drei Jahre arbeitete er als Jugendbildungsreferent in einem Jugendverband. Sechzehn Jahre war er als Bildungsreferent beim Institut für Medienpädagogik und Kommunikation in Frankfurt am Main beschäftigt.

Seit 1999 hat er eine Professur an der Fachhochschule Darmstadt, Fachbereich Gesellschaftswissenschaften und Soziale Arbeit mit dem Schwerpunkt Neue Medien und Medienpädagogik.

Aktuelle Forschungsschwerpunkte:

Veränderung von Wahrnehmung und Bewusstsein bei Kindern und Jugendlichen aufgrund von Medienkonsum, Handlungsorientierte Medienpädagogik, Lernpräferenzforschung, Web 2.0, Selbstgesteuertes Lernen mit Neuen Medien.

SEBASTIAN KAUER

VON DER ALIBI-BETEILIGUNG ZU AKTIVEN NETZBÜRGERN

Wie können Jugendliche im Social Web mit Angeboten der politischen Bildung erreicht werden? Das Beispiel Web-Video hilft, die Bedingungen dafür zu verstehen.

10.000.000 lautete jüngst eine weitere der vielen kaum fassbaren Zahlen, die im Zusammenhang mit YouTube kursieren: Zehn Millionen Mal wurden auf der Online-Videoplattform im September und Oktober 2010 die Videos einer US-amerikanischen Kampagne gegen das Mobbing homosexueller Jugendlicher abgerufen¹. „Es wird besser“, die Gesellschaft wandelt sich – so lautet die Botschaft, die in den Clips von Prominenten und Politikern bis hin zu US-Präsident Barack Obama vertreten wird.

Video im Web wird bevorzugt herangezogen, wenn es darum geht, die Dynamik des Social Web (oder „Web 2.0“) zu verdeutlichen. Es kursieren zahlreiche Beispiele für „virale“ Videos – Clips, die allein durch die Weiterleitung durch Nutzer im Social Web enorme Aufmerksamkeit erzielt haben. Vor allem im Produktmarketing ist das Interesse an solchen viralen Effekten riesig, aber auch, wenn es um politische Kampagnen geht.

Allein, dass Web-Video als Kampagnen-Medium genutzt wird, macht es für die politische Bildung interessant.

Zudem stehen Video-Plattformen für den Wandel vom Sender-Empfänger-Modell der Massenmedien hin zu den „Mitmach“-Medien des Social Web, zur aktiven Beteiligung der Mediennutzer. Mit ihnen wird oftmals die Hoffnung verbunden, politische Partizipation und gesellschaftliche Teilhabe zu fördern.

Gleichzeitig entwickeln politische Institutionen auf allen Ebenen immer mehr konkrete Möglichkeiten der Beteiligung an politischen Prozessen im Netz.

Nicht zuletzt soll die im Frühjahr 2010 vom Bundestag eingesetzte Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ neue Formen der Teilhabe, der Bürgerbeteiligung und Partizipation untersuchen.

WAS MACHT DIE „GENERATION INTERNET“ IM NETZ?

Zwar sind laut der im September 2010 vorgestellten Shell-Jugendstudie mittlerweile „alle im Netz“. Entgegen dem Eindruck, den solche Befunde und Schlagworte wie „Generation Internet“ vermitteln, kennen sich aber längst nicht alle Jugendlichen dort besonders gut aus. Wenn alle im Netz sind, spiegeln sich dort auch alle Eigenschaften, die Jugendliche generell kennzeichnen.

So macht die Shell-Studie eine „soziale Spaltung“ bei der Art der Internet-Nutzung aus. Nur ein Drittel der Jugendlichen, eher ältere männliche Jugendliche aus den oberen Schichten, nutzen die ganze Bandbreite von Anwendungen. Dagegen würde etwa ein Viertel, vor allem jüngere männliche Jugendliche aus sozial benachteiligten Familien, ihre Zeit mit Spielen verbringen.

¹ <http://edition.cnn.com/2010/POLITICS/10/22/obama.bullying/>

Zudem ist ein erheblicher Teil der Jugendlichen nur selten online. Zu den Wenignutzern zählen laut der Studie „Heranwachsen mit dem Social Web“² 41 Prozent.

Dass Jugendliche zunehmend im Netz aktiv sind, heißt nicht unbedingt, dass sie andere Medien nicht mehr nutzen. Das Internet ist Teil ihres Medien-Mixes, sein Alleinstellungsmerkmal sind die Kommunikationsfunktionen. Dazu zählen neben den entsprechenden Funktionen der Online-Communities nach wie vor E-Mail und Instant-Messaging-Dienste wie **ICQ** und **MSN**. Laut ARD-ZDF Online-Studie wenden Jugendliche durchschnittlich mehr als die Hälfte der Zeit im Netz für Kommunikation auf.

LIEBLINGSMEDIUM WEB-VIDEO

Quer durch alle jugendlichen Nutzergruppen gehören Videos zu den beliebtesten Angeboten. Die Videoplattform **YouTube** ist die mit Abstand populärste Website überhaupt. Laut ARD-ZDF Online-Studie nutzen sie 95 Prozent aller jungen Onliner. Allein **YouTube** liegt damit deutlich vor den Online-Communities, selbst wenn man alle Anbieter wie **SchülerVZ**, **Facebook** oder **wer-kennt-wen** zusammennimmt. „Nur“ 81 Prozent der 14- bis 19-Jährigen haben der ARD-ZDF Studie zufolge dort ein eigenes Profil.

Zu den populärsten Video-Inhalten gehören Musikclips, Filmtrailer und Ausschnitte aus Fernsehserien. Besonders beliebt sind sogenannte „Fun“-Videos, z.B. Comedy-Videos, Persiflagen auf Fernsehserien oder zufällig gefilmte Missgeschicke. Viele „Fun“-Clips sind Amateuraufnahmen. Bevorzugt werden auch Videos angesehen, auf denen Freunde oder Bekannte zu sehen sind.³

INDIVIDUALISIERTER ZUGANG

Auch Videos im Netz müssen differenziert betrachtet werden. Sie sind ein Unterhaltungsmedium im doppelten Sinne: Sie werden zur Unterhaltung konsumiert, vor allem aber sind sie Gegenstand, Gesprächsanlass oder Teil der Unterhaltung bzw. der Kommunikation unter Jugendlichen.

Der Zugang zu einzelnen Videos ist individuell sehr unterschiedlich. Jugendliche folgen entweder Hinweisen aus ihrem sozialen Umfeld, weitergegeben in Gesprächen oder als Link per E-Mail oder über Social Networks, oder sie suchen gezielt nach konkreten Videos wie Fernsehserien oder Musikvideos.

So erklärt sich der Effekt der viralen Verbreitung: Die größten Zugriffszahlen erzielen Videos, die einen Nerv treffen und so interessant sind, dass Internet-Nutzer sie an ihre persönlichen Netzwerke weiterleiten. Aber auch die Präsenz in den Massenmedien schlägt sich in hohen Abrufzahlen nieder. Zu den beliebtesten Inhalten gehören nach wie vor Musikvideos von Lady Gaga oder Michael Jackson.

Diese Zugangswege bringen mit sich, dass der enorme Bekanntheitsgrad von **YouTube** für die Reichweite einzelner Inhalte kaum eine Rolle spielt. Zwar erreichen besonders populäre Videos mehrere Millionen Abrufe. Mehr als die Hälfte wird dagegen weniger als 500 Mal angeschaut, 30 Prozent weniger als 100 Mal. Die meisten Videos werden zudem nur „extrem kurz“ angeschaut.⁴

WO BLEIBT DIE POLITIK?

Nur ganz wenige Inhalte der populären Video-Plattformen haben im engeren Sinn mit Politik zu tun. Dennoch spiegeln sich gesellschaftliche Kontroversen und politische Themen natürlich auch im Social Web und bei **YouTube**. Dabei ragen einzelne Beispiele heraus, wie die erwähnten Clips gegen Homophobie oder das auch in Deutschland viel diskutierte Schockvideo, mit dem Greenpeace im Frühjahr 2010 auf die Zerstörung von Regenwäldern für Palmöl-Plantagen aufmerksam machen wollte.

Wesentlich mehr dürfte unterhalb der Aufmerksamkeitschwelle der breiten Öffentlichkeit ablaufen. So machte **jugendschutz.net** im Sommer 2010 darauf aufmerksam, dass auch Rechtsextreme ihre Botschaften zunehmend mittels Musikclips bei **YouTube** verbreiten. Wer nach einschlägigen Bands sucht, stellt schnell fest, dass alle möglichen politischen Positionen in Form von Musik dort zu finden sind.

Eine ganze Reihe von Konflikten der Offline-Welt spiegelt sich zum Beispiel in den Kommentaren zu HipHop-Videos, die offenkundig von überwiegend sehr jungen YouTube-Nutzern stammen. Dort streiten sich nach bekannten Mustern „Kurden“ und „Türken“, „Oben und Unten“, „Deutsche“ und „Araber“ etc.

WER MACHT MIT IM „MITMACH-WEB“?

„Broadcast yourself“ lautet der Slogan von **YouTube**. Doch nur ein Teil der Nutzer stellt tatsächlich selbst Inhalte auf Videoplattformen ein. Von 44 Prozent der jugendlichen Nutzer spricht der Videoplattformen-Report 2009.

² Schmidt et al. (2009) | ³ Vgl. Schmidt et al. 2009, S. 203 und S. 228 ff. | ⁴ Vgl. ARD-ZDF Online-Studie

Deutlich mehr haben ein Video kommentiert (60 Prozent) oder ein Video bewertet (66 Prozent). Damit sind Jugendliche um ein Vielfaches aktiver als andere Altersgruppen. Laut ARD-ZDF Online-Studie veröffentlichen im Durchschnitt lediglich 7 Prozent aller Nutzer von Videoplattformen selbst Inhalte.

Die Qualität dieser eigenen Beiträge im Social Web ist zu Recht Gegenstand kritischer Diskussion. Was in Umfragen als „Aktivität“ gewertet wird, ist zum großen Teil weit entfernt von den Idealvorstellungen von gesellschaftlicher Beteiligung.

Auch die Möglichkeiten sind de facto begrenzt. Schließlich bewegen sich Jugendlichen im Social Web fast ausschließlich auf Plattformen kommerzieller Anbieter, die nach deren Interessen entwickelt werden. Eine echte Mitgestaltung dieser Kommunikationsräume ist kaum denkbar.

Beteiligung bleibt in der Regel an der Oberfläche und erschöpft sich in der Anwendung vorgegebener Funktionen der Selbstdarstellung. Zwar beteiligen verschiedene Online-Communities die Nutzer an der Gestaltung von Regeln für die Anwendung der Plattform. Angesichts der Tragweite der technischen und organisatorischen Änderungen, die Plattformanbieter regelmäßig einseitig vornehmen, erscheint dies jedoch eher als eine Form von Alibi-Beteiligung bzw. präventiver PR, um Regulierungen durch den Gesetzgeber abzuwenden.

Dennoch besteht ein qualitativer Unterschied zwischen dem Konsum von Inhalten der Massenmedien und der alltäglichen Praxis der Mediennutzung im Social Web. Die Autoren von „Heranwachsen im Social Web“ führen drei Gründe an, warum das „Mitmach-Netz“ das Engagement von Jugendlichen unterstützen kann.

Erstens können bereits einfache Elemente der Selbstdarstellung eine Stellungnahme zu gesellschaftlich relevanten Themen sein. Das kann bereits die Mitgliedschaft in bestimmten Diskussionsgruppen sein oder die Angabe politischer Präferenzen im Profil einer Online-Community, sichtbar wenigstens für das eigene Netzwerk der Freunde und Bekannten.

Zweitens können Online-Plattformen genutzt werden, um sich aktiv einzubringen. Dabei können bereits einfache Beiträge wie Fotos von eigenen Aktivitäten Anlass für einen Austausch sein.

Drittens können diese Formen der Beteiligung in der Aktivierung anderer münden. So ist es schon ein kleiner Schritt, z.B. die Aufforderung weiterzuleiten, eine Protestmail an Abgeordnete oder Behörden zu schicken.

JENSEITS DES „HYPES“ – NEUE PERSPEKTIVEN FÜR BEWÄHRTE METHODEN

Für alle Angebote politischer Bildung im Social Web gilt, dass sie am differenzierten Verhalten der jugendlichen Zielgruppen im Netz ausgerichtet werden müssen. Dabei darf Web-Video nicht als isoliertes mediales Darstellungsformat betrachtet werden. Es steht vielmehr im Kontext der gesamten Internet-Nutzung Jugendlicher. Die Funktion, die Web-Video und andere Angebote des Social Web im Rahmen der Kommunikation von Jugendlichen erfüllen, ist der Schlüssel für ihre Erreichbarkeit über diese Angebote.

Wenig Erfolg versprechend erscheint, in Anlehnung an die Trends im Marketing, Inhalte der politischen Bildung per viralem Clip zu verbreiten. Das ist angesichts der beschriebenen Beispiele zwar nicht unmöglich, aber eine Herausforderung mit kaum kalkulierbarem Erfolg. Schwer vorstellbar ist zudem, wie auf diesem Wege kontroverse und komplexe Themen behandelt werden könnten.

Umgekehrt ergeben sich ausgehend von der klassischen Jugendmedienarbeit vielversprechende Ansätze, wenn diese um die Möglichkeiten des Social Web erweitert wird. Das könnte zum Beispiel heißen: gemeinsam im Video-Workshop Inhalte erarbeiten, über **YouTube**, **SchülerVZ** etc. das soziale Umfeld mit einbeziehen – und so vielleicht im begrenzten Umfang sogar „viral“ werden, wenn die Clips auch den Nerv anderer treffen.

Das übergeordnete Ziel für konkrete Bildungsangebote könnte lauten, Brücken zu bauen: von der Alibi-Beteiligung und routinemäßiger Selbstdarstellung hin zu reflektierter Teilhabe mündiger „Netzbürger“, hin zu konstruktiver Auseinandersetzung mit Politik im Netz.

Dabei verdient besondere Beobachtung, wie sich die Teilnehmungsplattformen politischer Institutionen entwickeln. Ein theoretisches Handlungsfeld der politischen Bildung könnte darin bestehen, Qualitätskriterien für die Partizipation über diese Plattformen und für die Partizipation im Social Web im Allgemeinen zu formulieren.

Literatur

Busemann, Gscheidle: *Web2.0: Nutzung steigt – Interesse an aktiver Teilhabe sinkt. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2010.*
In: *Media Perspektiven* 7-8/2010

van Eimeren, Frees: *Fast 50 Millionen Deutsche online – Multimedia für alle? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2010.*
In: *Media Perspektiven* 7-8/2010

JIMplus – Nahaufnahmen 2009. Einstellungen und Hintergründe zum Medienumgang der 12- bis 19-Jährigen. Qualitative Zusatzbefragung zur JIM-Studie 2009. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, Stuttgart 2009

JIM-STUDIE 2009 – Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, Stuttgart 2009

Lenhart, Madden, Rankin Macgill, Smith: Teens and Social Media. Pew Internet & American Life Project, 2007

Schmidt, Paus-Hasebrink, Hasebrink: Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Schriftenreihe Medieforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, ...

Schorb, Würfel, Kießling, Keilhauer: YouTube und Co. – neue Medienräume Jugendlicher. Medienkonvergenz Monitoring Videoplattformen-Report 2009 (MeMo_VP09), Leipzig 2009

Trebbe, Heft, Weiß: Mediennutzung junger Menschen mit Migrationshintergrund. Umfragen und Gruppendiskussionen mit Personen türkischer Herkunft und russischen Aussiedlern im Alter zwischen 12 und 29 Jahren in Nordrhein-Westfalen. Kurzfassung zur Publikation in der Schriftenreihe Medienforschung der LfM, Band 63

Wagner, Ulrike: Partizipation mit und über Medien.
In: *Medien und Erziehung* 5/2010

Wagner, Brüggem, Gebel: Web 2.0 als Rahmen für Selbstdarstellung und Vernetzung Jugendlicher. Analyse jugendnaher Plattformen und ausgewählter Selbstdarstellungen von 14- bis 20-Jährigen.
JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, München 2009



SEBASTIAN KAUER

Konzepter, Redakteur und Projektmanager für Online-Medien

Sebastian Kauer (35) arbeitet seit 2007 als wissenschaftlicher Referent für die Bundeszentrale für politische Bildung. Seine Schwerpunkte sind Social Media und redaktionelle Online-Angebote im Bereich Bildung und Politik.

Er absolvierte ein Magisterstudium der Kommunikationswissenschaft (technische Ausrichtung), Publizistik und Soziologie an der Technischen Universität Berlin sowie der Freien Universität Berlin mit den Schwerpunkten Medien- und Techniksoziologie, Medienkonvergenz sowie Konzeption von Multimedia-Anwendungen.

Seitdem Beschäftigung mit den Berührungspunkten sozialwissenschaftlicher und technischer Aspekte von Online-Medien.

Nach dem Studium Volontariat in der Online-Redaktion der Bundeszentrale für politische Bildung; zwischenzeitlich tätig als freier Online-Redakteur und Berater sowie im PR-Bereich.

LISETTE REUTER / SASCHA DÜX

ROOTS & ROUTES TV

WEB-TV FÜR KULTURELLE VIELFALT

Kulturelle Vielfalt im Web 2.0, Oktober 2010:

An einer Wand entsteht ein Graffiti-Frauenkopf, der plötzlich ein untotes Eigenleben entwickelt und zum Zombie mutiert, der aus der zweidimensionalen Ebene der Wand hinaus Lichtstrahlen in die Nacht sendet.

Einen Klick weiter befinden wir uns in Israel – Jugendliche aus Solingen, Köln und Haifa produzierten zusammen eine TV-Show, die sich mit kulturellen Unterschieden und Vorurteilen beschäftigt.

Und weiter geht die Reise:

Über die HipHop-Szene der Kölner Trabantenstadt Porz zum Reggae-Charity-Event in Münster, mit Jugendlichen aus Duisburg-Bruckhausen nach China, und über Trickfilme aus Bielefeld zurück nach Köln, wo beim Urban Media Festival Cologne 09

junge Medienmacher aus ganz Europa gemeinsam Kurzfilme, Dokumentationen, Musikvideos und Installationen zum Thema „Fremdheit in der Stadt“ produzierten ...

ÜBERBLICK

Im Juli 2007 startet das Modellprojekt **„ROOTS & ROUTES TV – Web-TV für kulturelle Vielfalt“** des jfc Medienzentrums mit Partnern in Bielefeld, Duisburg, Münster, Solingen und Wuppertal.

Die Idee: Mit Videoproduktionen aus den beteiligten Städten kulturelle Vielfalt im Alltag dokumentieren, präsentieren und diskutieren.

Als zentraler Platz der Projektarchitektur ist das gemeinsame Videoportal **rootsnroutes.tv** angelegt, das Videoupload-Möglichkeiten à la YouTube in eine mehrsprachige Community einbindet. Drum herum gruppieren sich verschiedene Elemente:

- + Die Kölner Projektzentrale mit dem ROOTS & ROUTES TV Studio im Kölner MediaPark und der Kölner Jugendredaktion
- + „Satelliten“ in fünf Nordrhein-Westfälischen Städten – Kanal 21 Bielefeld, Kulturbunker Duisburg-Bruckhausen, Bürgermedienzentrum Bennohaus Münster, Jugendförderung Solingen und Medienprojekt Wuppertal (bis Ende 2008) – die teils mit eigenen dauerhaft arbeitenden Jugendredaktionen, teils mit punktuellen Produktionsgruppen thematische Videobeiträge produzieren und auf die gemeinsame Website hochladen
- + Weitere lokale Aktivitäten wie die ROOTS & ROUTES Festival-Workshopwoche 2007 als Projektaufakt, Musikvideo-Aktionstage in verschiedenen Städten sowie die jährlichen Winter-Workshopphasen im HipHop-Projekt für Toleranz und Integration Köln-Nippes, die in das Projekt eingebunden werden
- + Städteübergreifende Aufbauseminare für Mitglieder aller Jugendredaktionen
- + internationale Angebote: Die Website wird zunehmend international genutzt, dazu kommen Reisen von Jugendredaktionsgruppen nach China, England, Frankreich, Israel, Österreich, Ungarn und in die Niederlande. Beim Urban Media Festival Cologne 09 und beim Cologne Graffiti and Media Exchange 2010 wird ROOTS & ROUTES TV dann selbst zum Gastgeber.
- + DVD-Produktionen und Präsentationen: In jedem Projektjahr wird eine „Best of ROOTS & ROUTES TV“-DVD erstellt, die bei öffentlichen Präsentationsevents in allen beteiligten Städten vorgestellt wird.

Das Projektkonzept entwickelt sich im Verlauf der 40-monatigen Förderphase weiter: Manche Ideen funktionieren gut, andere gar nicht, ganz neue kommen hinzu...

>>>



Sept 2004

Konferenz „Tuning in to Diversity“ in Nordwijkerhout/ Niederlande: „ROOTS & ROUTES TV“-Show als Abendprogramm, Erstkontakt zwischen den Teams von jfc Medienzentrum und ROOTS & ROUTES Niederlande

Aug 2005

Erstes ROOTS & ROUTES Projekt in Köln, mit Musik-, Tanz- und Medienworkshops

Nov 2005

Offizieller Launch von YouTube

Juli 2006

Erstes internationales ROOTS & ROUTES Projekt in Köln, danach rapide MySpace-Vernetzung der Teilnehmenden

Idee für ein R & R-Medienprojekt mit eigener Web-2.0-Plattform

Nov 2006

Erster Antrag für die Projektidee ROOTS & ROUTES TV an eine Kölner Stiftung

Feb 2007

Interessensbekundungsverfahren VIELFALT TUT GUT (seinerzeit noch „Jugendstiftung VIELFALT“), Erstkontakt zu den Partnern Jugendförderung Solingen, Medienprojekt Wuppertal und Kanal 21 Bielefeld

März 2007

Die Niederländischen Partner bringen einen Digital-TV-Kanal ins Gespräch

*Insgesamt überwiegt die Erfolgsstory: Bis zum Ende der Förderphase im Oktober 2010 hatte **rootsnroutes.tv** über 600 registrierte Benutzer, die über 1.000 Videos produziert und hochgeladen hatten (davon je ca. 50% in Deutschland); 5.000 bis über 8.000 Besucher (verschiedene IP-Adressen) pro Monat besuchen die Website. Einige sehr gute Produktionen sind entstanden, es gab Preise sowohl für Videos als auch für das Gesamtprojekt.*

Und auch nach Ende der Förderphase lebt das Projekt weiter ... so können seit Mitte Januar 2011 rootsnroutes.tv-Videos direkt in Facebook abgespielt werden, und – mit einer neuen Förderung – wird das Urban Media Festival Cologne im Herbst 2011 in die zweite Runde gehen.

Aber blicken wir zunächst einmal weit zurück ...



Wer die kurze Zeitreise zurück in den Herbst 2004 unternimmt, wird vermutlich vor allem drei Veränderungen bemerken: Die Mode ist anders, Phones sind noch nicht so smart wie 2010, und ... es ist eine Welt ohne YouTube!

Zwar wird „Web 2.0“ bereits ein gutes Jahr lang diskutiert, noch jedoch vorwiegend in Fachzirkeln. Facebook existiert seit einem dreiviertel Jahr, allerdings nur für US-Studenten, StudiVZ ist noch Zukunftsmusik, nur die MySpace-Community ist schon seit über einem Jahr weltweit zugänglich.

Das jfc Medienzentrum hat die erste Welle seiner Internetprojekte abgeschlossen: Die Webmobile für NRW haben ihre letzte Fahrt hinter sich, seit 1998 wurden in Jugendeinrichtungen in ganz NRW Anstöße zur kreative Netznutzung gegeben. Nun entsteht als ein neuer Schwerpunkt gerade die Verknüpfung von Jugendmedien- und Jugendkulturarbeit, und das in internationalem Kontext: In den Sommern 2003 und 2004 wurden erfolgreich internationale HipHop-Camps mit Partnern aus Stockholm und Barcelona durchgeführt.¹

Im Herbst 2004 nun findet in Nordwijkerhout/Niederlande die große internationale Konferenz „Tuning in to Diversity“ statt; auch das jfc Medienzentrum ist vertreten und präsentiert die internationalen HipHop-Camps – im gleichen Workshop, wo sich auch das niederländische Projekt ROOTS & ROUTES vorstellt: Seit drei Jahren werden unter diesem Label Workshops und Masterclasses für Jugendliche aus den multi-kulturellen Vierteln niederländischer Großstädte veranstaltet, die die Disziplinen Musik, Tanz und Medien verbinden, 2004 erstmals mit internationalen Gastteilnehmern.

ROOTS & ROUTES bestreitet auch das kulturelle Abendprogramm dieser Konferenz: Unter Livebedingungen wird eine TV-Show mit Interviews, Videoeinspielern und Livedarbietungen produziert, Publikum sind die Konferenzteilnehmer. Der Name der Show: „ROOTS & ROUTES TV“. Aus den hier geknüpften Kontakten entsteht eine langjährige Zusammenarbeit; als ein erster Schritt wird mit Partnern aus sechs weiteren europäischen Ländern ein Antrag im EU-Programm CULTURE 2000 gestellt.

Ab Sommer 2005 laufen ROOTS & ROUTES Projekte in Frankreich, Griechenland, Italien, Portugal, Spanien, Ungarn – und auch in Köln. Nachdem das jfc Medienzentrum im Sommer 2006 das erste große internationale ROOTS & ROUTES Projekt außerhalb der Niederlande veranstaltet hat², fällt dem jfc-Team erstmals auf:

Web 2.0 ist kein Nerd-Hype mehr, sondern unter ganz normalen Jugendlichen mehrheitsfähig geworden.

Von den MySpace-Seiten der deutschen Teilnehmenden aus spannt sich ein Netzwerk von Freundes-Links auf, das mehr als die Hälfte der internationalen Gruppe umfasst.

Für uns als Medienzentrum liegt es nahe, einen Schwerpunkt auf den medialen Aspekt des ROOTS & ROUTES Netzwerks zu legen: Zügig wird ein Konzept für ein Web-TV-Projekt entwickelt, der Name ROOTS & ROUTES TV mit freundlicher Genehmigung aus den Niederlanden geborgt.

Im November 2006 wird der erste, noch erfolglose Antrag für dieses Projekt bei einer Kölner Stiftung eingereicht; im Februar 2007 geht es dann mit mehr Erfolg ins Antragsverfahren des neuen Bundesprogramms „Vielfalt tut gut“, gemeinsam mit Partnern aus fünf Städten in NRW. Parallel wird ein internationaler Antrag im EU-Programm YOUTH gestellt, der die Einrichtung von Jugendredaktionen in fünf weiteren Ländern ermöglicht hätte, jedoch leider abgelehnt wird.

¹ www.rootsnroutes.tv/activity-id46 | www.rootsnroutes.tv/activity-id50 | ² www.rootsnroutes.tv/activity-id6

Pünktlich zum geplanten Projektstart im Juli 2007 liegt dann die Bewilligung aus Berlin auf dem Tisch: ROOTS & ROUTES TV konnte starten.



Das erste Projekthalbjahr ist Aufbauarbeit: Die für den Antrag entwickelte Konzeption muss in die Realität übersetzt werden, die Zusammenarbeit mit den Partnern in den 5 NRW-Städten eingestiegt, die Jugendredaktionen etabliert und die Online-Plattform entwickelt. Die Projektkonzeption setzt das Schwergewicht auf Jugendredaktionen und Angebote vor Ort, weniger als 10.000 € – nur knapp 2% des Gesamtbudgets – sind für (Weiter-)Entwicklung und Wartung des Online-Portals eingeplant.

Eigentlich am Rand des Unmöglichen, damit im Jahr 2 nach YouTube ein funktionierendes mehrsprachiges Video-Community-Portal aufzubauen.

Ein praktischer Zufall, dass gerade die 21-jährige Aileen Wessely ihr Freiwilliges Soziales Jahr im jfc Medienzentrum beendet und nun, als angehende Mathematikstudentin, Interesse an einer Nebentätigkeit als Programmiererin hat. Die Wahl erweist sich als Glücksgriff: Mit Unterstützung von Designer Dirk Unger, Serverexperte Klaus Jettkant und der Agentur hundertelf – Experten für die Umwandlung hochgeladener Videos aus kunterbunten Formaten in Web-taugliches Flash Video – schafft Wessely es, binnen weniger Monate ein gut laufendes, einfach bedienbares und sicheres System zu entwickeln.

*Am 28. November 2007 ist es dann so weit: **rootsnroutes.tv** geht mit einem Pressefrühstück online.*

Währenddessen ist auch in der offline-Welt einiges passiert: Bei zwei ROOTS & ROUTES Blockworkshops in Köln und Radevormwald im Sommer 2007 hat sich eine Kerngruppe für die künftigen ROOTS & ROUTES TV Jugendredaktion Köln zusammengefunden, beim ROOTS & ROUTES Autumn Course produzieren die Kölner und die Solinger Jugendredaktion gemeinsam einen Trailer in Tag- und Nacht-Variante.³

Am Tag vor dem Launch des Videoportals tagt der städteübergreifende Arbeitskreis zum zweiten Mal: Hier werden die Aktivitäten der Partner koordiniert, das Projekt evaluiert und weiterentwickelt, die nähere Zukunft geplant. Ende Dezember laufen die Jugendredakti-



Juni 2007

positive Rückmeldung von VIELFALT TUT GUT: offizieller Antrag kann gestellt werden, Bewilligung ist wahrscheinlich

als zusätzliche Partner kommen Kulturbunker Duisburg-Bruckhausen und Bennohaus Münster an Bord

Entwicklung des Website-Konzepts

Antragstellung ans EU-Programm JUGEND, Aktion 4.4 mit internationalen Partnern

Juli 2007

Offizielle Bewilligung seitens BMFSFJ

ROOTS & ROUTES TV Show beim R & R Summer Course mit in Radevormwald, Startworkshop der Jugendredaktion beim Projekt R & R Cologne 2007

Aug 2007

am 16. August erster städteübergreifender Arbeitskreis

am 21. erste öffentliche Projektvorstellung bei der GMK-Tagung „Berühmt im Netz“ in Bielefeld

Sept 2007

Druck ROOTS & ROUTES TV Plakate und Flyer

Server-Anmietung

Okt 2007

Hochdruckarbeit an der Website

Aufbau des ROOTS & ROUTES TV Studios im KOMED im Kölner MediaPark

³ www.rootsnroutes.tv/video-id63 | www.rootsnroutes.tv/video-id64 >>>

onen in Bielefeld, Köln, Münster und Solingen; Duisburg und Wuppertal arbeiten mit flexiblen Arbeitsgruppen je Produktion. Die Website ist in vier Sprachen online, und alle Partnerstädte haben ihre ersten Beiträge online.

Im Januar 2008 gibt es einen Dämpfer: Die EU lehnt den YOUTH-Antrag ab; damit verliert das Projekt erstens die Förderung auf internationaler Ebene – internationaler Austausch war ein Kernelement der ursprünglichen Konzeption – und zweitens gibt es Finanzierungsprobleme auch in Deutschland: Das Bundesprogramm VIELFALT TUT GUT fördert nämlich höchstens 50% der Projektkosten, die restlichen 50% müssen durch Drittmittel und Eigenleistungen getragen werden. Und hier fehlt nun ein größerer Betrag.

*Dennoch entwickelt sich das Projekt fröhlich weiter, und zu unserer Freude nutzen unsere internationalen Partner auch ohne Fördergelder begeistert die Plattform, beteiligen sich an der Übersetzung des Systems und ermöglichen, dass bereits Ende März **rootsnroutes.tv** in zehn Sprachen verfügbar ist, mit insgesamt 148 Usern und 119 hochgeladenen Videos.*

In Neuss findet im April 2008 das erste städteübergreifende Aufbau-seminar statt. Hier gibt es vertiefende Workshops zu Themen wie Schnitt, Recherche und Moderation vor der Kamera. Bei Exkursionen entstehen Beiträge, die schließlich zu einer Magazinsendung zusammengestellt werden – moderiert im dabei eingeweihten eigenen ROOTS & ROUTES TV Studio im Kölner MediaPark.

*Kurz darauf gute Nachrichten: **rootsnroutes.tv** gehört zu den 19 Nominierten beim Grimme Online Award – mehr als 1.900 Websites waren vorgeschlagen worden.*

Zwar gehen die Awards in der Kategorie „Kultur und Unterhaltung“ am Ende an Websites großer Verlage, aber schon die Nominierung sorgt für viel Beachtung ... und wer weiß, vielleicht trägt sie ja ein Quäntchen dazu bei, dass das NRW-Jugendministerium im Juni entscheidet, das Projekt über die gesamte Laufzeit mit zu finanzieren; damit ist am Ende des ersten Projektjahrs zumindest ein Großteil der verpflichtenden Kofinanzierung gesichert, das Web-TV für kulturelle Vielfalt kann durchstarten.



VIELFALT VOR ORT

Wie macht man ein Web-TV für kulturelle Vielfalt? Hmm... vielfältig. Die Diversity ist schon groß, wenn man die Projektpartner betrachtet:

KÖLN

Das jfc Medienzentrum ist eine medienpädagogische Fachstelle mit einer Vielzahl von Projekten und Angeboten, aber ohne offenen Betrieb. Es gibt also keine „Laufkundschaft“, aus der eine Jugendredaktion rekrutiert werden könnte. Dafür hat die Verbindung von Jugendkultur und Medienarbeit hier Tradition: Seit 2003 gibt es zunehmend Urban Culture Angebote, die mit Jugendeinrichtungen aus Köln und Partnern in anderen NRW-Städten durchgeführt werden.

Auch parallel zu ROOTS & ROUTES TV laufen weitere Projekte, bei denen Jugendliche mit und ohne Migrationshintergrund gemeinsam Inhalte produzieren.

Mit drei ROOTS & ROUTES Blockworkshops, die Tanz, Musik und Medien sowie Festivalauftritte verbinden, aber auch durch Kooperationen mit dem Medienfest NRW, der Kölner Außenwerbung und dem lokalen Fernsehsender Center.TV wird R & R TV publik gemacht, schnell gibt es eine Kölner Jugendredaktion. Dabei wird nicht explizit nach medieninteressierten Jugendlichen mit Migrationshintergrund gesucht, sondern Projektdesign und -kommunikation sind so angelegt, dass eine breit gestreute Vielfalt von Jugendlichen erreicht wird; und das funktioniert gut, über weite Strecken sind gut 50% Jugendliche mit Migrationshintergrund vertreten. Die Redaktionsarbeit nimmt 2008 langsam Fahrt auf.

Zum Januar 2009 kann der Kölner Filmstudent Ascan Breuer als Redaktionsleiter gewonnen werden.⁴ Ein Kreis von über zwanzig jungen filminteressierten KölnerInnen arbeitet mit, ein harter Kern von ca. sieben Jugendlichen ist immer dabei. Die Redaktionssitzungen finden jeweils am ersten Sonntag im Monat statt, dabei werden Ideen entwickelt und Produktionen geplant, die dann in Kleingruppen umgesetzt werden.

Diese Kleingruppen werden teilweise von älteren, erfahreneren Jugendlichen angeleitet, teilweise vom Redaktionsleiter betreut, mit direkten Meetings und online-Kommunikation über die internen Foren auf **rootsnroutes.tv**.

⁴ siehe Breuers Artikel „ROOTS & ROUTES TV Köln“ in diesem Heft

Die Arbeit in Köln läuft sehr erfolgreich, Fluktuation ist hier freilich auch ein Problem: Viele der jungen Redakteure beginnen im Lauf des Projekts eine Berufsausbildung oder ein Studium, manche verlieren die Lust, neue kommen dazu; öfters werden Filmproduktionen begonnen, aber nicht zu Ende geführt. Vier volle Tage medienpädagogische Betreuung im Monat – doppelt so viel wie in den anderen R & R TV Städten – sind immer noch deutlich zu wenig, um hier allen Teilnehmenden und Anliegen gerecht zu werden.

Dennoch entstehen viele interessante Beiträge, vom Feature über den Film „Ein Augenblick Freiheit“ und die politische Situation im Iran über Musikvideos und Kurzfilme bis hin zu Dokumentationen über politische Demonstrationen und jugendkulturelle Events. Das größte Projekt der Kölner Redaktion, der Film „Die Merhabaphobie“, wird allerdings frühestens Mitte 2011 fertig werden.

BIELEFELD

Der Bielefelder Partner Kanal 21 ist einer der beiden offenen Kanäle im Projekt; anders als das Bennohaus Münster, wo neben anderen Medienangeboten auch das Bürgerfernsehen OK Münster produziert wurde, ist Kanal 21 primär ein offener TV-Kanal.

Zugang zu Jugendlichen erfolgt vor allem über Kooperation mit Schulen und Partnern wie der Jugendkunstschule. Nach einem guten Start mit einer Kernredaktion von sieben älteren Jugendlichen stagnieren die Teilnehmerzahlen. Mehrere Versuche zum Neustart wollen nicht recht gelingen, doch die Arbeit läuft weiter; ein Trickfilm wird für den Spixel Award nominiert.

2009 werden die Förderbedingungen für offene Kanäle in NRW geändert, daraufhin müssen die meisten offenen Kanäle ihren Sende-betrieb einstellen; den Kanal 21 trifft das hart, man stellt auf Web-TV um, das Haus wird dadurch leerer, einige ROOTS & ROUTES TV Workshops müssen mangels Teilnehmender ausfallen.

In Kooperation mit der Jugendkunstschule Bielefeld geht dann wieder ein kleines Jugendredaktions-Kernteam an den Start. Ein Höhepunkt ist das städteübergreifende Aufbauseminar für die ROOTS & ROUTES TV Jugendredaktionen im Mai 2009: Die gute technische Ausstattung und die Studios des Kanal 21 begeistern alle Teilnehmenden.

DUISBURG

Duisburg-Bruckhausen ist dazu der Komplementärkontrast: Die videotechnische Ausstattung ist minimal, der Kulturbunker ist – neben der Jugendförderung Solingen, die jedoch bereits erfolgreich etliche medienpädagogische Projekte realisiert hat – der einzige Projektpartner ohne Medienswerpunkt. Dafür gibt es zahlreiche interessierte Jugendliche aus dem Stadtteil, zur überwiegenden Mehrheit mit Migrationshintergrund, die Interesse an Produktionen haben.



Nov 2007

*R & R Autumn Course,
in diesem Rahmen erstes Grundlagen-
seminar der ROOTS & ROUTES TV
Redaktion Köln*

rootsnroutes.tv im Testbetrieb

*27.11. zweiter Arbeitskreis (Wuppertal),
die Redaktionen Bielefeld, Köln, Münster
und Solingen laufen*

*28.11. Pressefrühstück und
offizieller Launch von rootsnroutes.tv
in Deutsch und Englisch*

Dez 2007

*rootsnroutes.tv in Französisch
und Niederländisch online*

*Am 12. Projektstart mit Aktionstag im
Kulturbunker Duisburg-Bruckhausen*

Jan 2008

*alle Partnerstädte haben erste
Beiträge online*

*Ablehnung des EU-Antrag, damit
Finanzierungslücke*

Feb 2008

*Projektpräsentation bei der
Konferenz „Youth Info 2.0“ Berlin*

März 2008

*rootsnroutes.tv ist in 10 Sprachen
online, mit 148 Usern und 119 Videos*

April 2008

*städteübergreifendes Aufbauseminar
für die ROOTS & ROUTES TV Jugend-
redaktionen (Neuss)*

dabei Einweihung des Studios in Köln

Zwar gibt es Probleme, Teilnehmende für eine regelmäßig tagende Redaktionsgruppe zu finden; aber viele Jugendliche, die den Kulturbunker kulturell und sportlich nutzen, möchten ihre Gruppen medial präsentieren oder über Sachthemen berichten. Ein fester Kern aus fünf jungen Erwachsenen produziert regelmäßig für rootsnroutes.tv; sie arbeiten dabei meist mit privat herangeschaffter Technik.

Auch ein Problem der Förderung: VIELFALTTUTGUT fördert bei technischen Anschaffungen nur den Abschreibungsbetrag. Damit kann man in einem dreijährigen Projekt Laptops kaufen (Abschreibungsfrist: drei Jahre), nicht aber Videotechnik – bei deren langen Abschreibungsfristen könnten nur rund 40% des Anschaffungspreises vom Projektbudget bezahlt werden.

Auch in Duisburg kommt es vereinzelt zu ausfallenden Projekten aufgrund von Teilnehmendenmangel; 2009 ist „ein chaotisches Jahr“, die Produktionen teils qualitativ auf schlechterem Niveau als 2008, zu viele ungeschnittene Beiträge liegen auf Halde, einige der erfahreneren jungen Filmemacher wollen nur noch gegen Bezahlung produzieren.

Eine Chinareise, an der die Duisburger Jugendredaktion teilnimmt, bringt wieder Schwung in die Arbeit, bis zum Projektende werden noch etliche neue Videos produziert und hochgeladen.

MÜNSTER

Partner in Münster ist das Bürgermedienzentrum Bennohaus, das schon in der Vergangenheit mit dem jfc Medienzentrum kooperiert hatte: Bei Projekten wie www.wasglaubststudenn.de wurden in mehreren NRW-Städten zeitgleich an einem Wochenende thematische Webradio-, Webvideo- und Webmagazinbeiträge produziert und zeitnah online gestellt.

Das Bennohaus führt viele Austauschprojekte mit ost-europäischen Ländern durch, im Haus wird bis Ende 2008 der mittlerweile eingestellte Offene Kanal Münster produziert.



„Durch die interessante Arbeit und die Coaches bei ROOTS & ROUTES TV habe ich mein Berufsfeld finden können und viel technische Erfahrung erlangt.“

Zwei Redaktionen des offenen Kanals, insbesondere die der Multikulti-Sendung „Buntfunk“, produzieren auch für rootsnroutes.tv.

Im Rahmen wöchentlicher Coachingtermine werden den jungen Redakteuren medientechnische und journalistische Grundlagen vermittelt.

Außerdem wird ein Element von ROOTS & ROUTES Projekten übernommen, das in ROOTS & ROUTES TV eigentlich gar nicht eingeplant war: ein Musik-Casting wird veranstaltet, Videos werden aufgenommen, Gewinnerin Christine de Sousa-Figueira nimmt in der Folgezeit an mehreren nationalen und internationalen ROOTS & ROUTES Projekten teil.

Mitte 2008 verlässt eine sehr aktive Jahrespraktikantin die Redaktionsgruppe, Ende des Jahres verliert der OK Münster seine Kabellizenz; in der Folge schrumpft die Redaktion auf einen kleinen Kern. 2010 kann die Redaktion dann wieder auf sieben sehr aktive Redaktionsmitglieder ausgebaut werden, Durchschnittsalter über 20 Jahre.

Derzeit wird an Mittelakquise gearbeitet, um auch nach Ende des Offenen Kanals und der ROOTS & ROUTES TV Projektförderung den Bestand der Redaktion zu sichern. So beteiligte sich das Bennohaus gemeinsam mit dem jfc Medienzentrum an einem internationalen Projekt des niederländischen Projekts UCeeStation.⁵

SOLINGEN

Ebenso wie das Bennohaus in Münster hat auch die Jugendförderung der Stadt Solingen schon in mehreren Städteprojekten mit dem jfc Medienzentrum kooperiert, auch beim ersten ROOTS & ROUTES Projekt in Köln 2005 waren die Solinger beteiligt. Auch alleine haben die Solinger etliche beachtliche, teils preisgekrönte medienpädagogische Projekte und ein jährliches Jugendkulturfestival auf die Beine gestellt. Insofern hat die städtische Jugendförderung medienpädagogisches Profil ... nur dezidierte, technisch gut ausgestattete Räumlichkeiten für die Medienarbeit fehlen.

Eine weitere Schwierigkeit: Jürgen Beu, der lange Jahre für Innovation und Drive in der Solinger Jugendarbeit stand, wechselt bei Projektstart in ein anderes Ressort; das Projekt kann er nur noch am Rande begleiten.

Solingen startet mit einer regelmäßig tagenden Redaktionsgruppe, die sich teilweise aus dem sehr aktiven Solinger Jugendstadtrat rekrutiert; dokumentarische Beiträgen über das Jugendkulturfestival und weitere von der Jugendförderung veranstaltete Festivals entstehen.

⁵ siehe Artikel „UCeeStation.nl – The next Generation“ in diesem Heft

Schwierigkeiten gibt es bei der Suche nach einem eigenen Raum und im Umgang mit der manchmal sperrigen städtischen Verwaltung, etwa wenn es um Software-Installationen auf dem Redaktionscomputer geht, die bei einem städtischen Computer eigentlich nur durch die zuständige IT-Abteilung erfolgen kann.

Thomas Kupser⁶ übernimmt Anfang 2008 die Redaktionsleitung von Jens Stuhldreier; es gibt zunächst Probleme, die Gruppe zusammenzuhalten; die auf Schnitt spezialisierte Teilnehmerin geht für ein Jahr nach England und hinterlässt eine Lücke.

Es bildet sich dann eine Kernredaktion von fünf interessierten Jugendlichen heraus, die monatliche Redaktionstreffen nach Kölner Vorbild abhält. 2009 reisen Mitglieder der Solinger und der Kölner Redaktion gemeinsam zu einem Medienprojekt nach Haifa/Israel; Kupser entwickelt gemeinsam mit dem jfc-Team das Konzept für das ROOTS & ROUTES TV Urban Media Festival Cologne 2009; kurz nach Festivalende wird ihm eine Anstellung beim JFF-Institut für Medienpädagogik München angeboten. Nachfolgerin Inga Kaiser muss einen Kaltstart ohne Übergabe hinlegen, die alte Jugendredaktion bricht weg, doch motivierte Neuzugänge aus dem Jugendstadtrat produzieren 2010 noch einige Beiträge. Insgesamt ist Solingen nach Köln die Redaktion mit den meisten hochgeladenen Videos – auch dank der zahlreichen Livemitschnitte u.a. vom Schüler-Rock-Festival.

WUPPERTAL

Das Medienprojekt Wuppertal ist – neben dem Kanal 21 Bielefeld – der Partner mit dem deutlichsten Videoschwerpunkt, und das ganz ohne Anbindung an einen offenen Kanal. Als nach eigenen Angaben größter Träger aktiver Jugendvideoarbeit in Deutschland produzieren die Wuppertaler jährlich über 100 Videos.

Schwerpunkte sind thematische Dokumentationen und szenische Kurzfilme. Wuppertal baut im Rahmen von ROOTS & ROUTES TV keine eigene feste Redaktion auf, sondern bleibt der gewohnten Arbeitsweise treu, arbeitet auf Workshopbasis, meist in Kooperation mit Schulen.

Dabei entstehen 27 Einzelbeiträge und 5 zusammenfassende unmoderierte Magazinsendungen, die Themen wie kulturelle Vielfalt im Alltag und Rassismus auf oft sehr hohem Niveau behandeln: so wird eine muslimische Jugendgruppe aus Deutschland während ihrer Pilgerreise nach Saudi Arabien begleitet, deutsche Passanten scheitern an Fragen des Einbürgerungstests und die rechtsextremistische Ideologie der „Bürgerbewegung pro NRW“ wird in Interviews mit deren Akteuren entlarvt.

So gut die Wuppertaler Beiträge sind, so schwer tun sich die Partner mit weiter gehenden Kooperationen: Kein einziger junger Filmemacher aus Wuppertal registriert sich als User auf der Website, kommt zu einem städte-übergreifenden Seminar oder nimmt an einem der internationalen Austauschprojekte teil. Schließlich trennt man sich zum 31.12.2008 in beiderseitigem Einvernehmen.

⁶ siehe Kupfers Artikel „Anregungen für den Aufbau einer Jugendredaktion“ in diesem Heft

CHRONIK RRTV

Mai 2008

rootsnroutes.tv für den Grimme Online Award nominiert (19 Nominierungen aus über 1900 Einsendungen)

Projektpräsentation bei der Konferenz media4me in Den Haag

Juni 2008

Förderzusage seitens des NRW-Jugendministeriums entspannt die Finanzierungslage

ROOTS & ROUTES TV bei Berlin '08

rootsnroutes.eu geht an den Start

Netd@ys Österreich Award für das ROOTS & ROUTES TV Musikvideo „Mainstream“

Juli 2008

Zweiter ROOTS & ROUTES Summer Course mit Teilnehmenden der Jugendredaktionen Köln, Solingen und Münster

wieder mit Produktion einer ROOTS & ROUTES TV Show

Werbung neuer Redaktionsteilnehmer beim Medienfest NRW

Sept 2008

Besondere Anerkennung für ROOTS & ROUTES TV beim Jugendkulturpreis NRW

Online-Forum für Redaktionsbetreuer wird eingerichtet

Okt 2008

Kölner Jugendredaktion zu Gast bei ROOTS & ROUTES Utrecht

erstmalig Zugriffsstatistik: 5119 unterschiedliche Besucher (verschiedene IP-Adressen) im Oktober



VORBILDER, PROBLEME UND HERAUSFORDERUNGEN

In der vorangegangenen Beschreibung der Projektaktivitäten in den „Satelliten“ in Bielefeld, Duisburg, Münster, Solingen und Wuppertal wurden schon einige der Schwierigkeiten deutlich, denen ein gut dreijähriges Projekt in sechs Städten ausgesetzt ist: Von Änderungen der Rahmenbedingungen auf der Makro-Ebene (de-facto-Abschaffung der offenen Kanäle in NRW durch geänderte Förderbedingungen) über Ausstattungs- und Zuständigkeitsprobleme auf der organisationellen Ebene bis zur Mikro-Ebene der personellen Wechsel bei den RedaktionsbetreuerInnen.

Dass die Arbeit mit kontinuierlichen Jugendredaktionen in Zeiten von individualisierten und flexibilisierten Lebensentwürfen Jugendlicher bei zunehmender Eventorientierung nicht einfach, aber möglich sein würde, war nach den Erfahrungen in anderen jfc-Projekten abzusehen.

Noch einige andere Tücken und Herausforderungen stecken im Projektkonzept; um die zu verstehen, kann ein Blick auf die Vorbilder, die uns bei der Antragstellung inspirierten, hilfreich sein.

Ehrensenf und das Magazinformat

Da wäre zunächst das Videoblog „Ehrensenf“ zu nennen: Diese wöchentliche Internet-Fernsehsendung, November 2005 gestartet, erfreute sich 2006 großer Medienaufmerksamkeit. Ein Kind des Ehrensenf-Hypes war die Idee, regelmäßige Magazinsendungen zum rootsnroutes.tv-Kernformat zu machen.

„Bei Roots&Routes TV habe ich gemerkt, dass es gar nicht so schwer ist, mit der Kamera umzugehen. Auch Einfluss auf die Wirkung in dem Film zu haben, hat mir viel Spaß gemacht.“



In allen Partnerstädten, so die Idee, würden unaufwändige Studioecken eingerichtet werden, in denen mindestens alle zwei Monate eine moderierte Magazinsendung mit vorher produzierten Einspielern – Reportagen, Musikvideos und Kurzfilme – aufgenommen werden sollte. In Köln, wo ein richtiges kleines Studio entstehen sollte, waren darüber hinaus Studio-gäste bis hin zu Livemusik geplant. Insgesamt sollten so zwei bis drei Magazinsendungen pro Monat entstehen, reihum aus den beteiligten Städten.

Dieses schön ausgedachte Konzept bewährte sich in der Realität nicht, wurde von den jungen Redakteuren, teilweise auch den Redaktionsbetreuern und Städtepartnern nicht angenommen; so nahmen wir mehr und mehr Abschied vom Magazinformat, der Schwerpunkt wanderte zu Einzelclips – und so wurde rootsnroutes.tv mehr eine themenzentrierte YouTube als ein jugend- bzw. multikultureller Ehrensenf.

Selbst in Köln gelang es uns nicht, eine regelmäßige Produktion von Magazinsendungen anzustoßen. Nach aufwändiger Sponsorenakquise – Anschaffung von Videotechnik über das Projektbudget war ja wie oben beschrieben kaum möglich – konnten wir ein schönes Studio mit deckenmontierten Profi-Scheinwerfern einrichten. Die Jugendredaktion beteiligte sich am Studiobau, gemeinsam mit einer professionellen Set-Dekorateurin wurden Hintergrundwände im ROOTS & ROUTES TV Design gestaltet.

Allein – genutzt wurde das Studio kaum. Gerade einmal vier Sendungen wurden hier produziert. Als Raum war das Studio dennoch beliebt, hier fanden die regelmäßigen Redaktions-sitzungen statt, hier stand auch der viel genutzte Schnittplatz. Über eine beim Pförtner hinterlegte Liste hatten alle Jugendredaktionsmitglieder freien Zugang zum Studio von morgens bis Mitternachts. Das funktionierte – bis auf Einzelfälle (zwei neu dazugestoßene Redakteure nutzten das Studio mit ihren Freunden als Partyraum und hinterließen Verwüstung; anschließend wurde eine „Probezeit vor Schlüsselliste“ eingeführt) – überwiegend sehr gut und war sicher einer der Erfolgsfaktoren für das gute Funktionieren der Kölner Redaktion.

ROOTS & ROUTES ... mit und ohne „TV“

Es klang bereits an, dass die Medienarbeit von ROOTS & ROUTES Netherlands, insbesondere deren „ROOTS & ROUTES TV“-Shows, die Konzeption des Projekts beeinflussten. Das deutsche ROOTS & ROUTES TV Projekt hatte allerdings schon ein deutlich anderes Konzept; mit Elementen wie den regelmäßig arbeitende Jugendredaktionen und dem Urban Media

Festival, sowie mit dem Fokus auf journalistische und künstlerisch-mediale Behandlung von urbaner Jugendkultur und kultureller Vielfalt im Allgemeinen (statt Fokus auf Dokumentation von ROOTS & ROUTES Tanz- und Musikworkshops sowie mediale Beiträge zu und abfilmen von Bühnenshows).

Dies führte an einigen Punkten zu Verwirrung und mangelnder Trennschärfe – so integrierte ROOTS & ROUTES TV Münster Teile des ursprünglichen ROOTS & ROUTES Konzepts (Casting von Musikern) in die Projektaktivitäten; es dauerte lange, bis in der Kommunikation aller Partner das Projekt stets „ROOTS & ROUTES TV“ (und nicht nur „ROOTS & ROUTES“) genannt wurde; und es führte anfangs zu einer starken Tanz- und Musiklastigkeit der Produktionen. Erst im Lauf der Zeit wurde das Themenspektrum breiter und ROOTS & ROUTES TV bekam ein klares, eigenes Profil.

MySpace und YouTube – oder: die Community-Frage

Vorbilder für die Website rootsnroutes.tv gab es einige: Neighbourhood Media Websites aus den Niederlanden, Vorläuferprojekte des jfc, YouTube als erfolgreichste Videoplattform und die großen Web 2.0 Communities – zum Zeitpunkt der Konzeptentwicklung noch schwerpunktmäßig MySpace.

YouTube war die Messlatte für die Videointegration: Die Qualität von YouTube sollte übertroffen werden, höhere Auflösung als die damals bei YouTube üblichen 240 Bildzeilen sollten möglich sein (wir starteten mit 284), User sollten eine Vielzahl von Videoformaten uploaden können, dabei sollten auch größere Dateien und längere Filme (bis 300 MB, kein Längenlimit; damalige YouTube-Vorgabe war maximal 100 MB / längstens 10 Minuten) erlaubt sein.

Es erwies sich als recht aufwändig, das System so einzurichten, dass die User diverse Formate hochladen können, die dann auf dem Server automatisch in das auf rootsnroutes.tv verwendete Flashvideo-Format konvertiert werden.

Als dies schließlich gelungen war, lief das System ein paar Wochen lang in besserer Videoqualität als YouTube ... dann machte YouTube Qualitätssprünge: Höhere Auflösungen bis hin zu Full HD wurden unterstützt, größere Dateien wurden erlaubt, ein elegantes Upload-Skript löste den stör anfälligen HTML-Upload ab, 16:9 statt 4:3 wurde zum Standardformat des Videoplayers, und der bis dato von YouTube (und bis heute von rootsnroutes.tv) verwendete H.263 Codec wurde durch H.264 ersetzt, der bei gleicher Datenrate ein wesentlich besseres Bild bietet. Diesen Sprüngen konnte rootsnroutes.tv nicht folgen – es mangelte an finanziellen Ressourcen und Zeit bei Projektleitung und Programmiererin.

Zwar sind auch auf rootsnroutes.tv Videos in höherer Auflösung und mit besseren Codecs möglich, diese müssen jedoch vom User bereits vor dem Upload in ein entsprechendes Flashvideoformat konvertiert werden. Eine Annäherung an den aktuellen technischen Standard von YouTube ist für rootsnroutes.tv / routesnroutes.eu erst ab Herbst 2011 zu erwarten.



Nov 2008

Präsentation des Projekts bei den Konferenzen „Xenoclipse“ (Barcelona) und „Kulturen in Bewegung“ (Augsburg)

ROOTS & ROUTES TV Teilnehmer berichten von der e-Inclusion-Konferenz Wien

MB21-Sonderpreis „Beste Medienmacherin“ für rootsnroutes.tv-Programmiererin Aileen Wessely

Präsentation der „Best of 2007/08“-DVD beim Filmfestival Cinepänz/SeeYouth

März 2009

Mitglieder der Jugendredaktionen Köln und Solingen reisen nach Haifa/Israel

Sept 2009

Treffen aller Redaktionsleiter in Duisburg

ROOTS & ROUTES TV wird in Monterrey/Mexiko beim World Youth Summit Award prämiert (über 600 Einsendungen aus über 100 Ländern, 15 gleichwertige Preise)

Nov 2009

ROOTS & ROUTES TV Urban Media Festival Cologne '09, mit den internationalen Begegnungen Urban Media Summit 2009 und Urban Short Cuts Cologne/Jerusalem

An einer anderen Stelle wird **YouTube** nie zu schlagen sein: Bei der Anzahl der „Views“, also der Zahl „wie oft wurde dieses Video angesehen“. Ein für externe Beobachter einigermaßen interessantes Video – ob Doku, Musikvideo oder Kurzfilm – wird auf **YouTube** leicht die hunderfachen Zugriffszahlen wie auf **rootsnroutes.tv** erreichen, einfach weil **YouTube** so exorbitant viel größer ist.⁷

Ähnliches gilt für den Community-Aspekt: Nach dem Modell von **MySpace** wurden Funktionen wie Freundschaften und Nachrichtenaustausch zwischen Usern auf **rootsnroutes.tv** eingeführt. Zusätzlich entwickelten wir spezielle Funktionen wie die „Ko-Autorschaft“: Da **rootsnroutes.tv**-Beiträge vorwiegend von Gruppen produziert werden würden, sollte mit jedem Beitrag nicht nur, wie seinerzeit bei **YouTube** üblich, der uploadende User verlinkt sein, sondern auch alle anderen Beteiligten sollten ihr Online-Profil mit dem jeweiligen Video verknüpfen können.

rootsnroutes.tv war nie als allgemeine Jugendcommunity geplant, sondern als Community für die Jugendredaktionen in den beteiligten Städten und bei den europäischen Partnerorganisationen. Diese sollten die Website für Ideenaustausch und Diskussionen nutzen können; für den Rest der Welt sollte die Website primär als Videoportal ohne Community-Extras fungieren. Entsprechend können sich Besucher der Seite nicht online registrieren; neue Benutzeraccounts können nur von Usern mit speziellen Rechten (i.d.R. den Redaktionsleitern in den Städten) angelegt werden.

Es zeigte sich früh, dass das Community-Modell auch auf Redaktionsebene nur begrenzt funktionierte: Die meisten Jugendlichen in den Jugendredaktionen waren bereits in Communities wie **SchülerVZ** aktiv, für sie war es daher eher lästig, ihr Profil in einer weiteren Community zu managen, sich den zusätzlichen Log-In zu merken, regelmäßig auf einer weiteren Plattform nach aktuellen Nachrichten und Verknüpfungsanfragen zu schauen; und vor allem: Auf **SchülerVZ** eingestellte Inhalte erreichten oft auf direktem Weg einen Großteil des eigenen Freundeskreises, auf **rootsnroutes.tv** dagegen kommunizierte man primär nur mit den anderen Redaktionsmitgliedern.

Dann kam der **Facebook**-Boom nach Europa, und damit zahlreiche gute Community-Ideen wie das Taggen von Personen in Fotos und Videos, die Twitter-ähnlichen Newsfeeds mit kurzen, aktuellen „Statusmeldungen“ aller Online-Freunde oder die offene Schnittstelle für Applikationen von Drittparteien: Spiele, Quizzes und „was denkt X über Y“-Mobbingtools.

Hatten 2008 noch zahlreiche Teilnehmende nach internationalen ROOTS & ROUTES Begegnungen den Kontakt über **rootsnroutes.tv** und **rootsnroutes.eu** gehalten, wurde spätestens beim Urban Media Festival im November 2009 klar:

***Facebook** war omnipräsent, fast alle Teilnehmenden dort vertreten, Arbeitsergebnisse und Fotos wurden wie selbstverständlich dort hochgeladen – und nicht auf **rootsnroutes.tv**, obwohl das Team mehrfach charmant dazu ermunterte.*

Insofern muss man sagen: Die Idee einer eigenen echten aktiven Community – also einer Website, wo sich dem Projekt verbundene Jugendliche, Jugendredaktionsmitglieder, Workshopteilnehmer regelmäßig einloggen, austauschen und eigene Produktionen hochladen – ist gescheitert; wie vermutlich die meisten kleineren Communities in den letzten Jahren gescheitert sind und noch scheitern werden.

Die Zukunft wird zeigen, ob der „**Facebook** kriegt sie alle“-Trend sich fortsetzt, wie lange **SchülerVZ** in Deutschland die Nr. 1 bei 10–18-jährigen bleibt⁸, ob neue Ansätze wie das dezentrale soziale Netzwerk **DIASPORA*** Erfolg haben werden.

Für das Team des jfc Medienzentrums und für das internationale ROOTS & ROUTES Netzwerk ist jedenfalls klar:

*Die Websites **rootsnroutes.tv** und **rootsnroutes.eu** werden weiter- (und ggf. im Lauf der nächsten Jahre zusammen-) geführt, der Schwerpunkt wird sich aber verlagern: Die Community-Funktionen werden weniger wichtig, dafür wird mehr Gewicht auf Präsentation des Netzwerks, seiner Projekte und Projektergebnisse gelegt.*

Anfang 2011 gibt es ein Update, das bessere Integration von **rootsnroutes.tv** Videos auf **Facebook** ermöglicht (die Videos können direkt in Facebook abgespielt werden), und auch ein „Share on Facebook“-Button wird eingeführt. Als Videoportal wird **rootsnroutes.tv** weiterleben, angebunden an externe Communities.

⁷ Das Musikvideo „From Hood to Hood“ der Solinger Jugendredaktion z. B. hat auf YouTube über 13.500 Views (<http://www.youtube.com/watch?v=S1WgiZli1XQ>), auf **rootsnroutes.tv** dagegen nur gut 100.

⁸ http://www.bitkom.org/de/presse/8477_66665.aspx

Unerwartet schwer, unerwartet leicht

Mit einigen konzeptuellen Entscheidungen – eigene Community, Magazinformat, regelmäßig arbeitende Jugendredaktionen – hatten wir also die Latte für uns selbst recht hoch gehängt. Als erschwerende Bedingungen kamen die Konditionen des Förderprogramms „VIELFALT TUT GUT“ hinzu. Zum Zeitpunkt der Ausschreibung firmierte dieses noch als „Jugendstiftung Vielfalt“ – was beim jfc-Antragsteam die (vielleicht naive) Hoffnung nährte, es sei dem Bundesjugendministerium gelungen, die Fördergelder für kulturelle Vielfalt in eine Stiftung auszulagern, die unabhängig von Haushaltsjahren dreijährige Projekte fördern könne.

Im Verlauf des Antragsverfahrens von der Interessensbekundung über den tatsächlichen Antrag bis zur Bewilligung änderte nicht nur das Programm zweimal seinen Namen – zunächst in „Jugend für Vielfalt, Toleranz und Demokratie“, dann kam noch „Vielfalt tut gut!“ davor – wir wurden auch angehalten, zweimal den kompletten Kosten- und Finanzierungsplan umzustellen, zunächst von Kalenderjahren auf Projektjahre, dann wieder zurück.

Für den finalen Antrag waren schließlich große Zahlen von Formularen auszufüllen: So mussten für jede über das Projekt geförderte Personalstelle – und deren gab es einige, da auch für die Städtepartner Koordinationspersonal in sehr geringem Stundenumfang kalkuliert worden war – drei Formularbögen ausgefüllt werden.

Je Projektjahr waren neue Antragsformulare nebst Anlagen einzureichen, insgesamt über 100 Seiten alleine für die genannten Personalanlagen über die gesamte Projektdauer. Dazu kamen halbjährlich abwechselnde Zwischen- und Ergebnisberichte sowie kalenderjährliche Verwendungsnachweise, zu denen natürlich die Partnerorganisationen in den anderen Städten jeweils Berichte und Belege zuliefern mussten.

Und – inhaltlich positiv, aber zeitaufwändig – eine wissenschaftliche Begleitung durch seitens des Bundesprogramms bestellte externe Evaluatoren sowie Fachaustauschveranstaltungen zwischen den verschiedenen Projekten des Bundesprogramms. Insgesamt führte das zu einem gegenüber der ursprünglichen Projektplanung deutlich erhöhten Personalbedarf.

Andererseits war die Berliner Koordinationsstelle stets sehr entgegenkommend, ob es um die Verlängerung von Fristen oder Anpassungen im Antrag ging; und es wurde uns ermöglicht, Mehrbedarf (vornehmlich für Personalkosten) anzumelden, der dann zu 50% aus überschüssigen Mitteln des Bundesprogramms gedeckt wurde.

Auch an anderer Stelle erwies sich die Realität manchmal als erstaunlich unkompliziert: So hatten wir lange diskutiert, ob wir es registrierten Nutzern von rootsnroutes.tv – also vornehmlich den Mitgliedern der Jugendredaktionen – erlauben sollten, hochgeladene News und Videos direkt (ohne Freigabe z.B. durch den Redaktionsleiter) sichtbar online zu stellen.

**Feb 2010**

Erstmals über 8000 unterschiedliche Besucher (IPs)/Monat

Kölner Jugendredaktion und Projektcrew besuchen die Jugendredaktion von UCeeStation Amsterdam und präsentieren ROOTS & ROUTES TV bei der Konferenz „Kracht van Jongeren Media in de Wijk“ in Den Haag

Kölner Jugendredaktion filmt bei der Konferenz „Tuning in to Diversity“ in Budapest

April 2010

Jugendredaktion Köln beteiligt sich an der internationalen Jugendinitiative „Funking Circus“: Junge Künstler und Medienmacher aus 5 Ländern treffen sich in der Akademie Heek (Nord-NRW) zu einer Produktionsphase, auf die Auftritte in Spanien, England und den Niederlanden folgen

Juni 2010

Cologne Graffiti and Media Exchange – Internationale Begegnung mit Teilnehmern aus Rumänien, England, Spanien, Frankreich und Köln in Kooperation mit dem Jugendkunstprojekt MittwochsMaler

Juli 2010

Abschließendes Evaluationstreffen mit den Städtepartnern

Aug 2010

Arbeit an dieser Arbeitshilfe beginnt

Okt 2010

Ende der Förderphase

Wir entschieden uns schließlich dafür, ermöglichten es sogar, dass aktuelle hochgeladene Beiträge sofort auf der Startseite erschienen. Wir richteten eine Meldfunktion für problematische Beiträge ein sowie die Möglichkeit, die Rechte eines Nutzers nach Verfehlungen herunterzustufen („Beiträge erscheinen nicht mehr auf der Startseite“ – „Beiträge erscheinen nur noch auf der Profiseite des Users“ – „User kann keine News und Videos mehr hochladen, nur noch kommentieren“ – „User ist gesperrt“).

Tatsächlich mussten wir in den inzwischen über drei Jahren, die rootsnroutes.tv online ist, nur ein einziges Video sperren: Die Dokumentation eines Jugendlichen über eine Anti-Israel-Demonstration, die ohne journalistische Distanz die Standpunkte der Demonstranten übernahm, plakative anti-israelische Aussagen mit dramatischer Musik unterlegte, türkische und arabische Interviews nicht untertitelte.

Nach Diskussionen mit dem betreffenden Nutzer wurden seine User-Rechte nicht eingeschränkt, an seinen folgenden Video-uploads war nichts auszusetzen.

Wir haben im Lauf des Projekts gelernt, dass mehr Zeitbudget nicht nur für die Arbeit der RedaktionsleiterInnen vor Ort, sondern auch für deren städteübergreifenden Austausch sinnvoll gewesen wäre.

Wir haben gelernt, dass man mit beschränkten Mitteln durchaus ein gut funktionierendes multilinguales Videoportal mit Communityfunktionen aufbauen kann, dass es aber unsere Möglichkeiten überstieg, in Zeiten von **SchülerVZ** und **Facebook** eine wirklich lebendige Community mit zahlreichen regelmäßig aktiven Mitgliedern zu etablieren.

Und: Wir haben festgestellt, dass das Konzept aufgeht, mit einem weiten Blickwinkel an das Thema kulturelle Vielfalt heranzugehen, thematisch an die immanente Multikulturalität der Großstadgesellschaft und an die medial globalisierten Jugendkulturen anzuknüpfen.

Damit wollen wir auch weitermachen – beim Urban Media Festival Cologne 2011 und in künftigen Projekten des jfc Medienzentrums und des internationalen ROOTS & ROUTES Netzwerks.

WAS VOM TAGE ÜBRIG BLEIBT

Wo stehen wir also nach vierzig Projektmonaten ROOTS & ROUTES TV?

Nach zahlreichen Arbeitskreis- und Redaktionssitzungen, Videoproduktionen und Online-Diskussionen, Nominierungen und Preisen? Wir haben gesehen, dass der Aufbau kontinuierlich arbeitender außerschulischer Web-TV-Redaktionen mit älteren Jugendlichen Sinn macht und funktionieren kann – auch unter den Bedingungen von Ganztagschule, G12 und individualisierten Lebenswelten. Wir haben einige Erfolgsfaktoren identifiziert:

- + RedaktionsleiterInnen mit interkultureller, technischer und inhaltlicher Kompetenz, die über einen längeren Zeitraum eine Redaktionsgruppe begleiten; mit mindestens vier vollen Arbeitstagen im Monat
- + Ein eigener Redaktionsraum mit gut gewartetem Schnittplatz, der nachmittags bis spätabends zugänglich ist, auch an Wochenenden
- + Teilnehmendenwerbung über niederschwellige Workshops, die der/die RedaktionsleiterIn anleitet; vorzugsweise im Rahmen großer Events
- + Internationale Vernetzung, Teilnahme der Redakteure an internationalen Begegnungen

SASCHA DÜX

* 1971,
verheiratet, zwei
Töchter,
Diplompädagoge
(Uni Köln)



Seit Januar 2001 Bildungsreferent im jfc Medienzentrums, seit 2007 Fachbereichleiter für Interkulturelles und Internationales.

Seit 1991 ehrenamtlich und auf Honorarbasis Jugendverbandsarbeit bei der ESR (Evangelische SchülerInnenarbeit im Rheinland e.V.).

Studium in Bochum und Köln mit den Schwerpunkten Erwachsenenbildung, außerschulische Jugendbildung, Musik und evangelische Religionslehre, zwischendurch auch Theater-, Film- und Fernsehwissenschaft und Publizistik.

Kontakt: sd@jfc.info

COLOGNE GRAFFITI AND MEDIA EXCHANGE 2010

Beim Urban Media Festival Cologne 09 hatten die jungen Künstler vom Kölner Graffiti-Projekt MittwochsMaler (www.mittwochs-maler.de) noch eine Nebenrolle: Während Medienmacher aus 7 Ländern in der Ausstellungshalle der Alten Feuerwache an ihren Filmen feilten, verschönerten sie die Außenfassade mit einem Festivalgraffiti.

Anschließend hieß es dann: Wir wollen auch mal einen internationalen Austausch, bei dem Graffiti im Mittelpunkt steht! Das jfc Medienzentrum stellte daraufhin über das internationale ROOTS & ROUTES Netzwerk den Kontakt zu Graffiti-Projekten überall in Europa her und beantragte gemeinsam mit dem SKM Köln, Träger des MittwochsMaler-Projekts, eine internationale Begegnung im EU-Programm YOUTH IN ACTION.

Im Juni 2010 kamen 28 junge Graffiti-Künstler und Medienmacher aus Frankreich, England, Rumänien und Spanien nach Köln, um zusammen mit den MittwochsMalern und der Kölner ROOTS & ROUTES TV Redaktion Graffitis zu sprayen, mit digitalen Medien wie dem TagTool zu experimentieren, Lichtgraffiti und Videoanimationen zu verbinden und gemeinsam eine große Wand entlang einer Straße in Köln-Nippes zu gestalten. Kunst im Urbanen Raum, Privatisierung des öffentlichen Raums und Graffiti zwischen Kunst und Illegalität waren dabei Kernthemen; so auch bei der „Urban Screening“ Aktion: Hier konnten nach Einbruch der Dunkelheit, unterstützt durch spezielle Software, eine Videokamera und einen Beamer, mit Laserpointern Lichtgraffiti an Kölner Hauswände gemalt werden – ohne bleibende Spuren.

Die internationale Begegnung war nicht unproblematisch – einzelne Teilnehmer hatten die Attitüde von Künstlern auf Tour und erwarteten von den Organisatoren des Events entsprechende Betreuung.

Zehn Personen mussten aufgrund von Verstößen gegen die Hausordnung das Hostel verlassen und fanden im Jugendzentrum OT Werkstattstraße in Köln-Nippes Unterschlupf. Es gab Konflikte aufgrund (sub-)kultureller Differenzen: So ist es in der französischen und spanischen Graffitiszene anscheinend üblich, dass das Grundieren zu bemalender Wände Aufgabe der Gastgebergruppe ist, während für die deutschen Sprayer selbstverständlich war, dass man das gemeinsam macht.

Trotz dieser Konflikte wurde die Begegnung von Team und Teilnehmenden als Erfolg erlebt; die entstandenen Kunstwerke und Medienproduktionen bestätigen das.

Höhepunkt des Cologne Graffiti and Media Exchange 2010 war eine Ausstellung parallel zum großen Flohmarkt im Bürgerzentrum Alte Feuerwache, mit Markerbattle (künstlerischer Wettstreit mit speziellen Stiften) und Livemusik.

VIDEOS



LADY OF THE WALL

Time-Lapse Videoanimation mit einem Wandbild, das zunächst lebendig, dann untot wird und schließlich (mittels Light-painting) in den dreidimensionalen Raum hineinreicht

www.rootsnroutes.tv/video-id898



COLOGNE GRAFFITI EXCHANGE DOCUMENTARY

Kurzdoku der internationalen Begegnung

www.rootsnroutes.eu/video-id924



MURAL KEMPENER STREET

Impressionen vom gemeinsam gestalteten Wandbild an der Kempenerstraße in Köln-Nippes

www.rootsnroutes.eu/video-id894



MY TRUTH

Film über einen Graffitikünstler aus der deutschen Gruppe

www.rootsnroutes.eu/video-id939

42 HIGHLIGHTS

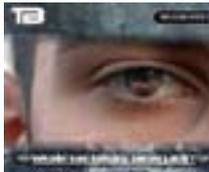
Ein Video sagt – der Speicherplatzbedarf zeigt es – mehr als 1000 mal 1000 Worte; daher seien abschließend ein paar Highlights aus gut drei Jahren ROOTS & ROUTES TV vorgestellt.

MUSIKVIDEOS



MIGHTY CUBE – MAINSTREAM

Musikvideoproduktion der Kölner Jugendredaktion ... zwischen „Erzählen was im Viertel geht“ und Bluescreen-Experimenten
www.rootsnroutes.tv/video-id62



WENN EIN ENGEL DICH LIEBT R.P.A & TRIPLE-M

Musikvideo von ROOTS & ROUTES Teilnehmern aus Aachen, Leverkusen, Köln
www.rootsnroutes.tv/video-id478



L-I-B FEAT LIL'RAIN – DIE REALITÄT (PROD. BY TOPIC)

Musikvideo der Solinger Jugendredaktion
www.rootsnroutes.tv/video-id573



TOLERANCE

Musikvideo aus Münster
www.rootsnroutes.tv/video-id265



A!DAMN – LAZ IS LIKE

Musikvideo aus dem Kulturbunker Duisburg-Bruckhausen
www.rootsnroutes.tv/video-id669



DER ALTE NARR

Musikvideo von ROOTS & ROUTES TV Solingen zu einem Song, der sich mit der Nazizeit auseinandersetzt
www.rootsnroutes.tv/video-id342

ROOTS & ROUTES TV ON TOUR



E-INCLUSION WIEN 2008

ROOTS & ROUTES TV Köln berichtet auf Einladung der EU von der EU-Ministerkonferenz in Wien
www.rootsnroutes.tv/video-id484



DUISBURG MEETS CHINA

Eine Reisedokumentation
www.rootsnroutes.tv/video-id883



CHILLI CHILLI WA & SHART CREW – WIE ES KOMMT

Musikvideo von einer Begegnung Istanbuler und Duisburger Rapper
www.rootsnroutes.tv/video-id482



Schauen Sie sich die Links dieses Artikels im Internet auf Ihrem Smartphone an.

Den BeeTagg Reader gratis unter: <http://get.beetagg.com> auf das Smartphone laden, Code fotografieren und Link erhalten.

ROOTS & ROUTES TV ON TOUR



BERLIN08 – WE B*GIRLZ

Die Jugendredaktionen Köln und Solingen berichten vom Jugendfestival Berlin 08 – hier über das Projekt „We B*Girlz“, das sich für Frauen im HipHop stark macht

www.rootsnroutes.tv/video-id261



DOKU URBAN SHORT CUTS COLOGNE/JERUSALEM 2010

Am 08.04.2010 machten sich 12 Leute aus NRW – darunter Mitglieder der Jugendredaktionen Köln und Solingen – auf die Reise nach Jerusalem

www.rootsnroutes.tv/video-id1038



BESUCH BEIM PROPHETEN

ROOTS & ROUTES TV Wuppertal begleitet eine muslimische Jugendgruppe aus Deutschland während ihrer Pilgerreise nach Mekka und Medina, um ihr religiöses Erleben und die Bedeutung des Besuches der heiligen Stätten zu dokumentieren.

www.rootsnroutes.tv/video-id432

REPORTAGEN



WARUM DEUTSCHLAND

Junge Menschen mit Migrationshintergrund befassen sich mit dem Einbürgerungstest und den Gründen warum sie in Deutschland leben. Ein Beitrag von ROOTS & ROUTES TV Wuppertal

www.rootsnroutes.tv/video-id434



LEVENT TUNCAT TAEKWONDO ATHLETE

Reportage über den türkisch-stämmigen Duisburger Taekwondo-Athleten Levent Tuncat beim Training für die olympischen Spiele

www.rootsnroutes.tv/video-id352



DEUTSCHLAND – TÜRKEI IM EM-HALBFINALE

Reportage der Duisburger Redaktion im Vorfeld des Europameisterschafts-Halbfinalspiels 2008

www.rootsnroutes.tv/video-id587



HOTBOCKZ SCHOOLPARTY

Das Bielefelder ROOTS & ROUTES TV Team berichtet von der Schoolparty der Hotbockz Crew

www.rootsnroutes.tv/video-id560



THAT'S PUNK

ROOTS & ROUTES TV Bielefeld befragt Passanten zu Jugendkulturen – heute: der Punk

www.rootsnroutes.tv/video-id368



SHOCKING MURRAY

Reportage über einen jamaikanisch-deutschen Künstler von ROOTS & ROUTES TV Münster

www.rootsnroutes.tv/video-id486

42 HIGHLIGHTS AUS GUT DREI JAHREN ROOTS & ROUTES TV

FICTION, COMEDY UND PERFORMANCES



GOOSEBUMPS VJ PERFORMANCE

Beim No Label Festival Utrecht 2008 entstand eine kurze Show mit Beatboxing, Live-Lightpainting, Tanz und Rap.

www.rootsnroutes.tv/video-id381



COMEDY AUS DUISBURG

Coverversion eines Anke-Engelke-Sketches

www.rootsnroutes.tv/video-id850



BALLADE VOM NACHAHMUNGSTRIEB

Preisgekrönter Experimentalfilm von ROOTS & ROUTES TV Solingen, frei nach Erich Kästner

www.rootsnroutes.tv/video-id546



KANACKEN UND KARTOFFELN

Ein Film über Vorurteile, produziert von ROOTS & ROUTES TV Wuppertal

www.rootsnroutes.tv/video-id271



JUGENDKULTURFESTIVAL SOLINGEN 2008

Die ROOTS & ROUTES TV Redaktion Solingen zeigt Impressionen vom Jugendkulturfestival 2008.

www.rootsnroutes.tv/video-id639



GET TUNED UP BY THE TONE

Vier Redakteure von ROOTS & ROUTES TV Köln ließen sich 2009 zu ROOTS & ROUTES Peer Coaches fortbilden.

Der Film-Beitrag für den WDR-Wettbewerb „SoundBilder“ zum Thema „Inspiration“ gewann den 3. Preis.

www.rootsnroutes.tv/video-id650

PROJEKTDOKUMENTATIONEN



HIPHOP-NETZWERK NIPPES

Filme über die drei Winter-Workshophappen des HipHop-Netzwerks für Toleranz und Integration Köln-Nippes im Kontext von ROOTS & ROUTES TV

www.rootsnroutes.tv/video-id130

www.rootsnroutes.tv/video-id490

www.rootsnroutes.tv/video-id855



THEATERSTÜCK NAMENLOS

Reportage von ROOTS & ROUTES TV Münster über ein Theaterstück über Kindheit in einem Ghetto in der Nazizeit

www.rootsnroutes.tv/video-id708



ERSTER KÖLNER GRAFFITI-FACHTAG

Reportage der Kölner Jugendredaktion

www.rootsnroutes.tv/video-id640

PROJEKTDOKUMENTATIONEN



KEINE KÜRZUNGEN FÜR KURZE

Reportage über den Flashmob gegen Kürzungen in der Jugendarbeit am Kölner Dom.

www.rootsnroutes.tv/video-id864



DER SILBERNE SCHUH

Die Jugendredaktion Solingen berichtet von der Verleihung des Solinger Preises für Zivilcourage.

www.rootsnroutes.tv/video-id613



MOINSEN – MUSIK IST MEIN LEBEN

Porträt von JP, Teilnehmer bei ROOTS & ROUTES Cologne 2007; die erste Produktion der Kölner Jugendredaktion.

www.rootsnroutes.tv/video-id41

MAGAZINSENDUNGEN UND TV-SHOWS



ROOTS & ROUTES TV GEBURTSTAGSSPECIAL

Sondersendung zum ersten „Geburstag“ von rootsnroutes.tv im November 2008, mit Highlights aus dem ersten Projektjahr.

www.rootsnroutes.tv/video-id412



ROOTS & ROUTES TV WUPPERTAL DEZEMBER 08

Magazinsendung mit Beiträgen über Wuppertaler Palästinenserinnen beim Besuch in ihrer Heimat Palästina, Schwulen- und Lesbenszene beim CSD, einem Kurzfilm über deutsch-türkische Sprachbarrieren und mehr ...

www.rootsnroutes.tv/video-id420



POINT OF VIEW

Eine Jugendgruppe mit Mitgliedern der Solinger und der Kölner ROOTS & ROUTES TV Redaktionen besuchte Haifa und produzierte gemeinsam mit israelischen Jugendlichen eine TV Show.

www.rootsnroutes.tv/video-id629



BUNTFUNK MAGAZIN

Das ROOTS & ROUTES TV Magazin aus Münster

www.rootsnroutes.tv/video-id598



ROOTS & ROUTES TV – ALL THE WAY LIVE

Mit TV-Total-Kameramann Jörg Schürmann produzierten die Teilnehmenden des ROOTS & ROUTES Summer Course 2007 in einer Turnhalle eine TV-Show unter Live-Bedingungen

www.rootsnroutes.tv/video-id174



R&R TV ALLIANCE – DAS MAGAZIN

Magazinsendung vom ersten städteübergreifenden Aufbau-seminar, produziert von Teilnehmenden der Jugendredaktionen Bielefeld, Duisburg, Münster, Köln und Solingen

www.rootsnroutes.tv/video-id200



SASCHA DÜX

ROOTSNROUTES.TV – DAS VIDEOPORTAL

Man nehme 5 Menschen, 1.198 Programmierstunden, über 2.500 ausgetauschte E-Mails, rühre das ganze gut um und backe es drei Jahre lang auf einem Rootserver nach Wahl – fertig ist das Videoportal! Richtig?

Nur halb, denn fertig für den Launch war die Seite einerseits schon nach drei Monaten, dran gearbeitet wird andererseits noch jetzt, Monate nach Ende der Förderphase.

Das Team um Programmiererin Aileen Wessely und jfc-Fachbereichsleiter Sascha Düx hatte mehrere Ziele: Das Videoportal sollte einfach und übersichtlich sein; mehrsprachig und international, und Redaktionsmitglieder sollten unkompliziert und intuitiv Inhalte hochladen können, insbesondere Videos in diversen Formaten.

Designer Dirk Unger, kurz zuvor noch Zivi im jfc Medienzentrum, entwarf ein simples, klares Layout mit urbaner Anmutung; in der Navigation gab es nur 6 Menüpunkte: Die Startseite HOME, dann natürlich VIDEOS, die COMMUNITY-Seite (die eigentlich „GROUPS“ heißen müsste: hier sind die verschiedenen Jugendredaktionen), die Benutzer-PROFILE, die ABOUT-Seite für Förderer, Fachöffentlichkeit und sonstige Erwachsene sowie das gesetzlich vorgeschriebene IMPRESSUM. Später kamen noch die NEWS dazu.

Für registrierte User erscheint nach dem Login ein zusätzlicher Menüpunkt „MY R&R TV“ – hier können Profileinstellungen bearbeitet, Videos und News hochgeladen und persönliche Nachrichten ausgetauscht werden.

User mit speziellen Rechten können hier noch mehr tun: Teamadministratoren (Redaktionsleiter) etwa können neue Benutzeraccounts für ihre Redakteure anlegen und deren Beiträge bearbeiten. Länderadministratoren könnten ABOUT und IMPRESSUM für ihr Land anpassen – und sie können die Sprachtabelle übersetzen.

So kann die Website jederzeit um eine neue Sprache erweitert werden: Ein neues Land wird angelegt, ein Länderadministrator ernannt, und sobald dieser die gut 700 Einträge umfassende Sprachtabelle – Navigationspunkte, Fehlermeldungen, Beschriftungen von Eingabefeldern – übersetzt hat, liegt die komplette Website in dieser Sprache vor; zumindest das Grundgerüst.

Für die Inhalte gilt: Ein Benutzer kann Texte in seiner Landessprache und/oder in Englisch eingeben – und dann noch Übersetzungen in weiteren vom System unterstützten Sprachen hinzufügen. So ist der Newstext www.rootsnroutes.tv/news-id320 in 11 Sprachen verfügbar.

Aus Sicht des Benutzers präsentiert sich die Seite stets international: Eine Reihe von Flaggen ermöglicht die Auswahl des gewünschten Länderkontexts; Standard ist das aktuelle Aufenthaltsland. Pro Länderkontext sind zwei Sprachen – die nationale und Englisch – wählbar.

Angezeigt werden jeweils schwerpunktmäßig Beiträge aus dem gewählten Land, dazu aber jeweils auch eine Auswahl der aktuellsten Beiträge aus anderen Ländern, sofern deren Texte auf Englisch vorliegen.

Es gibt zahlreiche Verknüpfungsmöglichkeiten: So sind News und Videos immer mit dem Profil des Hochladenden verknüpft, weitere User können Verknüpfungsanfragen stellen. News und Videos können auch mit Gruppen oder mit Projekten verknüpft werden.

Das System – von Programmiererin Wessely von Grund auf in PHP und MySQL programmiert – hat sich so gut bewährt, dass die niederländischen Partner im internationalen ROOTS & ROUTES Netzwerk, die bis dahin auch die Netzwerk-Website betrieben hatten, 2008 auf uns zukamen und anregten, auf Basis von rootsnroutes.tv eine neue Netzwerk-Website zu entwickeln; so entstand rootsnroutes.eu.

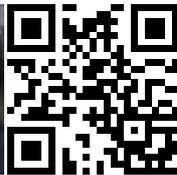
Mittlerweile laufen noch drei weitere Websites – hiphop-projekt.de, [comics against racism.eu](http://comics.against.racism.eu) und radio.jfc.info – auf Basis des gleichen Systems, zu beiderseitigem Vorteil: Für überschaubares Budget konnte eine Website mit gut funktionierendem Content Management

und ohne überflüssige/sperrige Funktionalität (wie man sie etwa von Typo3-basierten Websites kennt) realisiert werden; auf der anderen Seite kamen die mit dem zusätzlichen Geld implementierten Funktionen (u. a. Fotogalerien, Audioplayer, Chat, interne Foren für Gruppen) auch der „Mutterseite“ rootsnroutes.tv zugute.

Zu den jüngeren Neuerungen auf der Seite gehören erweiterte Sichtbarkeits- und Privacy-Einstellungen: So kann ich ein Video „nur für meine Freunde“ oder auch „für alle eingeloggten Benutzer in meinem Land“ anzeigen lassen.

Ganz neu ist der „share on Facebook“-Button und die Unterstützung von direkt in **Facebook** abspielbaren Videos.

VIDEOS ROOTS & ROUTES TV IM STADTTEIL



DORT IN PORZ

Eine Videodokumentation in drei Teilen über die Kölner HipHop-Crew Komekaté und ihren Stadtteil Porz.

www.rootsnroutes.tv/video-id1034



HANAMI

In Bielefeld wird das japanische Kirschblütenfest gefeiert: Reportage vom zweiten städteübergreifenden Aufbauseminar

www.rootsnroutes.tv/video-id578



7 1/2 BLICKWINKEL

Dokumentation der Bielefelder Jugendredaktion über das Jugendhaus Brake

www.rootsnroutes.tv/video-id792



HEIMATLIED KEUPSTRASSE

Ein Film über den interkulturellen Alltag in der Keupstraße, Köln-Mülheim.

www.rootsnroutes.tv/video-id427



BAUMHEIDE – MEHR ALS EIN STADTTEIL

Wer nicht glaubt, dass es Bielefeld wirklich gibt, der sollte mal in dieses Viertel kommen: Jugendliche aus Baumheide erkunden ihren Stadtteil

www.rootsnroutes.tv/video-id99



DIE MISCHUNG MACHT'S

Eine Reportage über das Leben von Menschen mit Migrationshintergrund verschiedener Generationen im Dortmunder Norden

www.rootsnroutes.tv/video-id92

LISETTE REUTER / SASCHA DÜX

URBAN MEDIA FESTIVAL COLOGNE 09

Schon im ersten Antragsentwurf 2006 war geplant, dass im Herbst 2009 ein „Urban Media Festival“ in Köln stattfinden sollte. Dahinter stand die Hoffnung, mit EU-Förderung das Projekt europaweit ausbauen zu können, und dann – zeitgleich zum 20. Jubiläum des jfc-Kinderfilmfests Cinepänz mit seiner Jugendreihe See Youth – Mitglieder der Jugendredaktionen in Großstädten in 6 europäischen Ländern zu einem gemeinsamen Festival einzuladen. Wie dieses Festival genau aussehen sollte, war dabei noch sehr diffus.

Im März 2009 tagte der ROOTS & ROUTES TV Arbeitskreis in Münster, erste konkrete Ideen für das Festival wurden gesammelt. Auf der Rückfahrt im ICE entwickelten der Solinger Redaktionsleiter Thomas Kupser und die jfc-Kollegen Reuter und Düx dann gemeinsam das grobe Konzept: Der Talentcampus der Berlinale war eine Inspirationsquelle, dazu kam die Idee, über einen entsprechenden EU-Antrag die ursprüngliche Idee der internationalen Begegnung wiederzubeleben. So entsteht ein Gebäude mit sechs Säulen:

+ Eine 11-tägige internationale Begegnung bringt je 5 junge Medienmacher aus den nordrhein-westfälischen ROOTS & ROUTES TV Redaktionen und aus fünf Partnerländern im ROOTS & ROUTES Netzwerk (Frankreich, Großbritannien, Italien, Niederlande und Spanien) zu gemeinsamen Produktionen zusammen

+ zeitgleich läuft das 9-tägige Cinepänz/ See Youth Festival – alle internationalen Begegnungsteilnehmer kriegen eine Festivalkarte, ein ÖPNV-Ticket und ein spezielles Programmheft mit Hinweisen auf mehrsprachige/ untertitelte Filmvorführungen

+ Weitere Teilnehmer aus den NRW-Jugendredaktionen werden für die „zweite Halbzeit“ eingeladen, können an Workshops und am See Youth Filmprogramm teilnehmen

+ Die Ausstellungshalle des Bürgerzentrums Alte Feuerwache Köln – zentral und nahe sowohl zu den See Youth Spielstätten als auch zum jfc-Büro gelegen – fungiert in den ersten Tagen als Gruppenraum und Produktionsstudio, um danach als offene Urban Media Lounge die Türen für alle medieninteressierten jungen KölnerInnen zu öffnen, insbesondere für das See Youth Publikum⁹

+ In dieser zweiten Phase, der eigentlichen Festivalzeit (25.-29. November), werden tagsüber offene Workshops und Diskussionsrunden angeboten, die meisten auf Englisch; dabei werden bestimmte Platzkontingente für die Teilnehmenden der internationalen Begegnung vorgehalten, aber auch „Laufkundschaft“ und online angemeldete Interessenten sind eingeladen

+ Dazu kommt ein offenes Medien-Kulturprogramm, vom stummfilm:dj-Event über eine Urban Media Vernissage (mit Ausstellungsobjekten und Performances von KünstlerInnen aus der Region wie auch von Teilnehmenden der internationalen Begegnung) bis hin zum Film Makers' Coffee Circle

Als siebte Säule kommt im Verlauf der Planung noch eine zweite internationale Begegnung dazu: Der separat vom Land NRW geförderte erste Teil von „Urban Short Cuts Cologne / Jerusalem“ mit zehn Jerusalemer und zehn nordrhein-westfälischen Jugendlichen.

⁹ siehe auch den Artikel von Thomas Kupser „Multifunktionsraum: Das Raumkonzept des Urban Media Festivals Cologne 09“ in dieser Broschüre

„offencampus:filme.kultur.machen.“ ist das Festivalmotto, plakatiert wird es überall in Köln. Und weiter auf dem Werbeflyer: „5 Tage offener internationaler Campus mit Filmen, Workshops und Kulturveranstaltungen: In künstlerischer und medialer Auseinandersetzung mit Vielfaltigkeit und Gleichzeitigkeit entsteht ein urbanes Mediatop.“

Workshops, Filme und Veranstaltungen mit kulturellem Weitwinkel: Das Urban Media Festival Cologne 09 hat es. Von ‚Pimp my Video‘ und ‚Filmequipment selbstgebaut‘ über stummfilm:dj und Future Shorts bis zum ChupasSound-Konzert mit akustischem Latin-HipHop.“

Und im Großen und Ganzen geht dieses Konzept auf: Zwar wird weniger Laufpublikum erreicht als erhofft, die Verbindung zum See Youth Festival bleibt eher lose, und für die internationalen Teilnehmenden hätten die Workshops in der ersten Hälfte mehr Sinn gemacht als in der zweiten.

Aber die Stimmung in der gemeinsam genutzten Urban Media Lounge ist gut, spannende Produktionen entstehen, und sowohl der internationale Austausch als auch die Begegnung zwischen „Hochkultur“ und „Jugendkultur“ – etwa bei der Urban Media Vernissage – machen das Urban Media Festival zu einem besonderen Erlebnis.

Nach den elf Tagen ist dem Team klar: Diese Idee verdient eine Fortführung, am liebsten in zweijährigem Rhythmus. Für 2011 sind bereits Fördergelder seitens des LVR zugesagt, der Antrag für den internationalen Begegnungsteil wurde beim EU-Programm YOUTH IN ACTION eingereicht.

Urban Media Festival online:

www.urbanmediafestival.de

www.rootsnroutes.eu/activity-id28

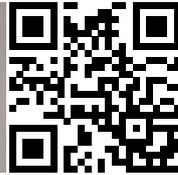


VIDEOS URBAN MEDIA FESTIVAL COLOGNE 09



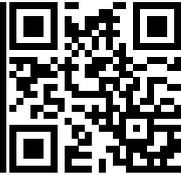
ARCHITECTURE AND BODY

Ein experimentelles Video zum Verhältnis von Körper und Architektur; auch die Musik entstand beim Urban Media Festival
www.rootsnroutes.eu/video-id717



DOT STORY

Stop Motion Animation: Ein Punkt reist durch die Stadt
www.rootsnroutes.eu/video-id758



LOST IN A DREAM

Musikvideo; mittlerer Teil des „Lost“-Triptychons, einer Performance zum Thema „Verloren in einer fremden Stadt“
www.rootsnroutes.eu/video-id733



AT LEAST FOR THIS TIME I WILL BE YOUR FREEDOM

Kurzfilm: Ein Selbstmord. Ein Abschiedsbrief. Es ist ein Drehbuch.
www.rootsnroutes.eu/video-id752



URBAN DAY

Impressionen aus Köln, gesammelt von einer Köln-Jerusalem-Produktionsgruppe
www.rootsnroutes.eu/video-id719



BEHIND THE URBAN MEDIA FESTIVAL 2009

Projektdokumentation von jfc-Praktikant Adam Sojski
www.rootsnroutes.eu/video-id780



① LOST

Ariel
Ruben
Tim
Moustik
Chris
Dane (XAV)
A

② NIGHTLIFE

Poliana
Kandis
Joe
Harwan
Dontine
Joffrey
Martha
Tuba

③ Short Movie

Lorenzo
Olyet (Melbren)

④

ASCAN BREUER

ROOTS & ROUTES TV KÖLN

Neumodisches Zeug:

Eine Online-Video-Jugendredaktion, „streaming cultural Diversity“, offen für alle und für alles, speziell für migrantische Jugendliche und ihre Interessen – aber Gentests sind keine Voraussetzung. Angeleitet und betreut von einem Dokumentarfilmemacher.

Wir haben ein schickes Eckzimmer im siebten Stock eines Mediapark-Towers, exklusive Adresse, herrlicher Ausblick und teures Schnittsystem. Und auch anderes Equipment, das was hermacht und nicht so einfach zu bedienen ist. Damit machen wir unser eigenes Fernsehen, wie es uns gefällt, was uns grad einfällt: Musikvideos, Reportagen von Konzerten und Demos, über „Drogenbusse“ und HipHopper in Köln-Porz, etc.

ROOTS & ROUTES TV ist kein Kindergarten und auch keine Umerziehungseinrichtung. Wer hier mitmacht, muss was wollen – und kann sich austoben. Manche kommen und gehen wieder. Andere begleiten uns für eine Weile, einige bleiben über Jahre. R & R TV ist einer der wenigen Räume, in denen zeitgenössische Jugendliche dem Sollen/Müssen/Dürfen der Erwachsenen entgehen und ein eigenes Leben, Denken, Fühlen und Urteilen ausprobieren können.

Wer zum ersten Mal in seinem Leben den Polizeikommandeur oder die Rapper-Gang mit der Kamera in der Hand interviewt, der merkt schnell, dass er kein „kleines Würstchen“ ist, sondern gleichwertiger Teilhaber der Gesellschaft, Mitbesitzer der Gegenwart, und dass er auf Augenhöhe mit jedem erdenklichen anderen Menschen sein kann. Die Kamera wird zum Ermächtigungsinstrument, und das Gegenüber überlegt es

sich zweimal, ob es sich Arroganz jetzt leisten kann. So wird das Endprodukt, das Video, mit dem der junge Autor sich und seine Sicht der Dinge ausformulieren und auf der Online-Plattform entäußern kann, zur Nebensache.

Aktiv bei ROOTS & ROUTES TV Köln sind junge Filmemacher wie der 15-jährige Arif, der innerhalb eines Jahres zu einem in der Kölner Rap-Szene viel beachteten Musikclip-Produzenten avancierte. Andere wie Tuba und Stuggi kann man als Herstellungsleiter auf verschiedenen Filmsets antreffen. Simon lässt sich inzwischen zum Coach ausbilden. Sascha und Jasmin studieren jetzt Medien. Marek und Alex lassen sich zu Medientechnikern ausbilden. Aber natürlich gibt es auch andere, die einfach zu gestandenen Männern und Frauen voller Selbstvertrauen geworden sind.

ROOTS & ROUTES TV ist für vieles gut und für alles zu haben.



Schauen Sie sich den Link dieses Artikels im Internet auf Ihrem Smartphone an.

www.rootnroutes.tv/koeln



ASCAN BREUER

Filmemacher, Kulturwissenschaftler und Medienpädagoge

Ascán Breuer (geb. in Hamburg) studierte an der Universität Wien Publizistik, Soziologie und Psychologie sowie Film/ Fernsehen an der Kunsthochschule für Medien (KHM, Köln).

Seine Dokumentar- und Kurzfilmenehmen an internationalen Festivals teil (u.a. Berlinale und Cannes). Er wurde mit dem DIAGONALE-Preis für den „Besten Dokumentarfilm 2005“ und mit einer Lobende Erwähnung für den „Bester Internationaler Kurzfilm 2010“ beim Int. Environmental Film & Video Festival Toronto ausgezeichnet.

In Zusammenarbeit mit dem jfc Medienzentrum (Köln) führt er seit 2009 Film/ Video-Workshops für Jugendliche durch.

„Ich fand an dem Projekt gut, dass so viele verschiedene Leute mitgemacht haben und dass wir unsere Ideen und Themen aus unserer Sicht immer selbst umsetzen und zeigen können.“

DENNIS, 18 JAHRE, REDAKTION BIELEFELD



THOMAS KUPSER

MULTIFUNKTIONSRaum

Das Raumkonzept des Urban Media Festivals Cologne 09

Ein einziger Raum mit den Funktionen einer eierlegenden Wollmilchsau – ein Spielraum für künstlerische und mediale Auseinandersetzung, Raum zum Austausch zwischen über 60 jungen Medientalenten aus sieben Nationen und professionellen Kultur- und Kunstschaffenden vor Ort – bildete das Basislager. Allein in den ersten fünf Tagen zauberten die Mitwirkenden daraus eine Abstellkammer, einen Treffpunkt, einen Speisesaal, einen Technikverleih, eine Werkstatt und ein Filmstudio. An den fünf weiteren Tagen diente er als offener Campus für Film und Kultur, als Ausstellungsraum, Lounge, Konzert- und Kinosaal und als Workshopraum. Das alles gab er her: der eine Raum.

MULTIFUNKTIONSRaum/ FREIRaum

Als Ort wurde die Ausstellungshalle des Bürgerzentrums Alte Feuerwache Köln gesucht und gefunden, da dieser den Voraussetzungen am besten entsprach. Der Raum muss so übergeben werden, wie er vorgefunden wurde, in der Zwischenzeit kann er frei genutzt werden – inklusive Nägel in den Wänden und Graffiti an der dafür freigegebenen Außenwand. An zentralem Standort in Köln gelegen, bietet die Halle ausreichend Gestaltungsfreiraum und Platz für Teilnehmer und Besucher.

Vom Organisationsteam fest installiert wurden ausschließlich Bar und Technikverleihtheke. Gemeinsam mit den Teilnehmenden wurden in den ersten Tagen des Festivals Quadrate aus Holzlatten gebaut, die mit unterschiedlichen Materialien bespannt wurden.

>>>

Auf Grund ihrer Leichtigkeit konnten die mal 3 Meter großen Quadrate variabel je nach Anforderung genutzt werden. So dienten sie z.B. für einen abgetrennten Raum, als Kulisse für das Konzert, als Hintergrund für die Filmproduktionen oder als Raumteiler für eine Ausstellung.

Visuell spiegelten sie die Vielfältigkeit des Urbanen Raums wider, und jeder konnte sich abhängig von gegebener Zeit und individuellem Interesse in die Gestaltung mit einbringen. Die sichtbare multifunktionale Nutzung wurde zum Konzept. Alle Gestaltungselemente sollten vielfältig einsetzbar und sehr flexibel sein.

TISCHORDNUNGEN ALS POTENZIAL FÜR DEN AUSTAUSCH

Auch das Mittag- und Abendessen ließ man sich im Multifunktionsraum schmecken. Hierfür standen Biertische und eine große Anzahl an unterschiedlichen Stühlen und Bänken zur Verfügung. Um Stammplätze und Gruppenkonstellationen zu vermeiden, wurden die Stühle täglich umgestellt. Eine perfekte Methode, um den Austausch zwischen den Teilnehmenden der unterschiedlichen Länder zu fördern.

RAUMGESTALTUNG ALS PROZESSVISUALISIERUNG

Ständig wurde verändert, umgebaut und erweitert, somit entstand ein dauerhafter Prozess, der dem Raum als Arbeitsbereich eine Vielfältigkeit gab und die Ergebnisse des Festivals in Form unterschiedlichster Produktionen sichtbar machte.

Zu Anfang führte ein roter Teppich die Teilnehmer aus sieben Ländern in einen nahezu leeren Raum. Vorhanden waren lediglich Tische und Stühle, um die zur Verfügung gestellten Speisen und Getränke verzehren zu können.

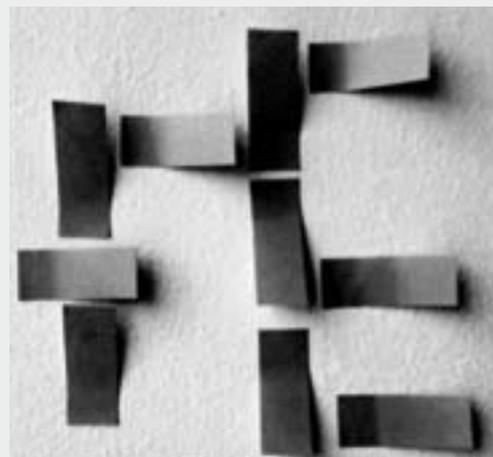
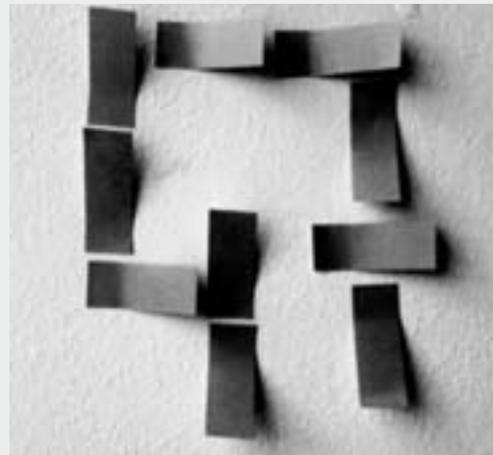
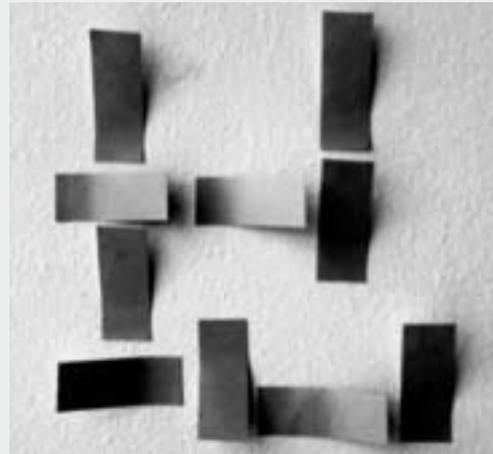
Im Laufe des Projekts entstand eine gemeinschaftliche Gestaltung. Jeder konnte Teil des kreativen Prozesses werden. Die Produktionen, die Quadrate, die Sitzordnung – alles war flexibel und individuell veränderbar. Die Ideen wurden allmählich sichtbar und die Ergebnisse erhielten eine Plattform im Zuge von Präsentationen.

Die Abschlussrunde fand dann wieder unter den ursprünglichen Umständen statt, Kunst und Produkte wurden vorher entfernt, der Raum war wieder leer. Praktisch war, dass jeder der Teilnehmer sein individuelles Erinnerungsstück mit in die Heimat nehmen konnte.

VERNISSAGE ALS MITTLER

Ein Höhepunkt der öffentlichen Veranstaltungen war die Eröffnung der Ausstellung unter dem Motto „Stadtmöblierung“. An der Ausstellung waren sowohl die Teilnehmenden der internationalen Begegnung als auch professionelle Künstler aus ganz NRW beteiligt. Als Teil des Schaffensprozesses wurde die Ausstellung in den ersten Tagen von Künstlerinnen und Künstlern mit Unterstützung der Teilnehmenden aufgebaut.

Beispiele für Tischkonstellationen (zehn Tische)



Gezeigt wurde u.a. passend zu dem Ort „Alte Feuerwache“ von Andrey Ustinov die „Sturmglöcke“, eine Glocke aus von der Decke hängenden Megaphonen, die Rückkopplungen verursachte, eine Betonbank von eremite, die per USB Dateien auf mitgebrachte USB-Sticks kopierte, Fotografien von Kaugummiautomaten, Diashows, eine Graffitiperformance und eine begehbare Metallinstallation.

Zudem waren Töne aus anderen Städten zu hören. Als Teil der Eröffnung diente eine Lesung von Kurt Schwitters „Ursonate“, die aus dadaistischen Wort-Klangkombinationen bestand und somit auch für alle Fremdsprachler verständlich war.

Zwischen den professionellen Künstlerinnen und Künstlern sowie den Teilnehmenden entwickelten sich interessante Dialoge über deren Kunstverständnis, Vita und möglichen Vernetzungen. Zur Vernissage kamen zusätzlich etwa 100 Besucherinnen und Besucher in den Saal.

Sie beteiligten sich rege an kontroversen Diskussionen und spendeten auch den Präsentationen großen Applaus. Es entwickelte sich ein sehr kreatives Miteinander, von dem alle Seiten profitierten.

FAZIT ZUM RAUMKONZEPT

Das für dieses Projekt entwickelte Raumkonzept stellte hohe Anforderungen an die Teamer, da der Raum – vergleichbar mit einer Baustelle – immer unfertig war. Sie mussten dafür sorgen, dass bestimmte Funktionen rechtzeitig und angemessen erfüllt werden konnten, dass z.B. der vorhandene Saal als Kino-, Konzert- und Werkstattraum genutzt werden konnte. Die ständigen Überraschungen und Veränderungen im Raum boten den Teilnehmern immer Gesprächsthemen und forderten durch die Umbauten und Umgestaltungen auf, selbst Teil des Prozesses zu werden. In der Abschlussrunde wurde von den meisten Teilnehmenden die angenehme und kreative Atmosphäre des Raums hervorgehoben.

Als Fazit kann die Erkenntnis gelten, dass jeder Raum das Gelingen von positiver Kommunikation stark beeinflusst und den Personen im Raum Impulse für die eigene Kreativität gibt. Zuschauen, diskutieren, mitmachen und Ideen mitnehmen – das scheint in diesen zehn Tagen gut gelungen zu sein.



Schauen Sie sich die Links dieses Artikels im Internet auf Ihrem Smartphone an.

Den BeeTagg Reader gratis unter:
<http://get.beetagg.com> auf das Smartphone laden, Code fotografieren und Link erhalten.

www.urbanmediafestival.de



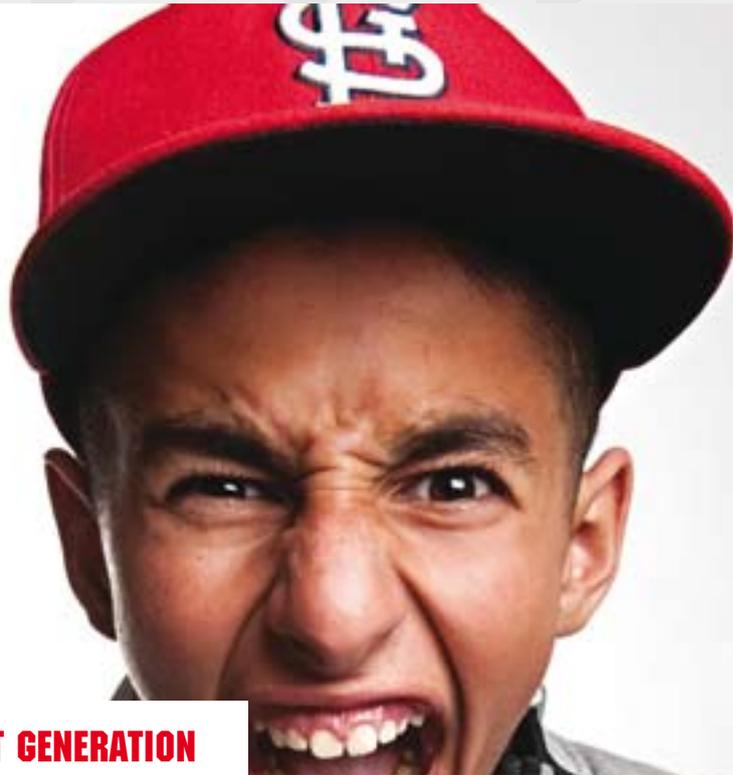
THOMAS KUPSER

M.A. Kultur, Ästhetik, Medien
Medien- und Kulturpädagoge

Thomas Kupser ist seit 2009 Leiter der ROOTS & ROUTES TV Redaktion in Solingen, seit 2010 Projektleiter von „Generationen im Dialog“ beim JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (München).

„In der Schule bin ich in der Film-AG. Roots&Routes TV hat mir auch einen Einblick in andere Genres und Formate gegeben. Ich könnte mir vorstellen, auch später etwas mit Film oder auch Foto zu machen.“

LEA, 17 JAHRE,
REDAKTION BIELEFELD



PATRICIA VAN RIJSWIJK

UCEESTATION.NL – THE NEXT GENERATION

Die persönliche Entwicklung und die gesellschaftliche (R)evolution der neuen Generation Jugendlicher vollziehen sich jetzt, und das medienpädagogische Projekt UCee Station folgt ihrer Richtung.

UCee Station ist eine crossmediale Internetplattform, in die die neuesten sozialen Medienapplikationen integriert sind. Twitter, Facebook, Flickr, YouTube, Live Streaming, Blogs: Dies alles sind Elemente, die auf der Website eine wichtige Rolle spielen.

JUGENDLICHE WERDEN ZU MEDIENMACHERN

Auf der interaktiven Website www.uceestation.nl zeigen Jugendliche zwischen 12 und 23 Jahren aus Utrecht, Amsterdam, Rotterdam und Den Haag, was sie beschäftigt und was in ihren Schulen, Vierteln und in ihren Städten passiert. Wie ein virtuelles U-Bahnnetzwerk liegt UCee Station unter der Stadt, inklusive Medien-Bahnhöfen und -Bahnsteigen.

Unter der Anleitung junger Medienprofis erstellen Jugendliche Videoreportagen, Radioprogramme, schreiben Artikel

und Reportagen über Inhalte und gesellschaftliche Themen, die sie interessieren und beschäftigen. Den erstellten Content laden sie dann auf ihren eigenen „Bahnsteig“ (einen eigenen Teil der Website) hoch. Mehr als 65.000 Internetuser haben die Plattform schon besucht.

UCEE STATION ALS PLATTFORM FÜR JUGENDLICHE

Seit 2007 vertritt UCee Station hunderte von Jugendlichen, die Interesse an und eine Leidenschaft für Medien, Kultur und die Gesellschaft haben. Als Pionier startete das

Projekt mit einer Website für Jugendliche aus Utrecht, heute ist es zu einem Begriff in den vier großen Städten in den Niederlanden geworden – und bald geht es weiter nach Europa. UCee Station vertritt Jugendliche nicht nur, sondern bietet ihnen auch eine Plattform, auf der sie sich äußern, ihre Kreativität austoben und ihre Passion und Träume realisieren sowie mit dem Rest der Welt teilen können.

JUGENDLICHE PARTIZIPATION

Die journalistisch-inhaltlichen Radio- oder Videoproduktionen sind eine optimale Möglichkeit, die Fähigkeiten der Beteiligten zu nutzen, um für sich selbst und andere Jugendliche wichtige Themen zum Gespräch zu machen. Da durch Medien ein großes Publikum erreicht wird, und im Fall von UCee Station eine große Gruppe Jugendlicher, sind sie für Planer und Politiker ein interessanter Gesprächspartner: Die wichtigen Akteure der Gesellschaft lernen durch die Jugendlichen. Selbst Medien zu gestalten gibt Jugendlichen buchstäblich eine Stimme. In der Praxis stellen wir fest, dass, sobald Jugendliche sich selber aktiv an den Medien beteiligen, sie sich dadurch auch mehr als kritische und aktive Bürger profilieren.

LERNWERKSTATT UND TALENTENTWICKLUNG

UCee Station stimuliert, motiviert und begleitet Jugendliche durch intensives Coaching, Workshops und Masterclasses. Das Projekt koppelt seine Aktivitäten an verschiedenen Jugendzentren, Jugendorganisationen, kunstverzierliche Einrichtungen und Schulen an, um auf diese Weise ein medienpädagogisches Netzwerk in den Städten zu schaffen. Für die höheren Berufsausbildungen stellt UCee Station eine Lernwerkstatt dar, in der Auszubildende und Studenten während ihres Vollzeit-Praktikums Content für die Website anfertigen und wo sie lernen, die verschiedenen Facetten und Möglichkeiten von Medien praktisch anzuwenden. Die Redaktion der M.B.O. (höhere Berufsausbildung in den Niederlanden) spielt eine wichtige Rolle auf der Website. Sie stellen u.a. (digitale) Akten über gesellschaftliche Themen und Themen in Beziehung auf Jugend und Gesellschaft her.

MIX STATION

Das Konzept von UCee Station wurde 2009 auf ein Projekt für Kinder im Alter von 6-12 Jahren übertragen: **MixStation.nl**. Zur Zeit gibt es ein Pilotprojekt in Utrecht, an dem das Utrecht Zentrum für Kunst, Wohlfahrtsorganisationen und Schulen beteiligt ist. Die Stiftung Click F1 beschäftigt sich für UCee Station und MIX Station aktuell mit der Entwicklung eines nationalen Abonnementmodells, so dass in naher Zukunft auch kleine Städte und Gemeinden dieses erfolgreiche Konzept nutzen können.

UCee Station ist ein Projekt der Stiftung Click F1. Click F1 engagiert sich für die Zukunft von Jugendlichen. Mittels Sport, Medien und Kultur werden Jugendliche stimuliert, motiviert und aktiviert, sich aktiv an der Gesellschaft zu beteiligen.

UCee Station ist Hauptantragsteller und koordinierender Partner im EU-geförderten Projekt „UCee Europe“, an dem sich ab 2011 die ROOTS & ROUTES TV Jugendredaktionen Köln und Münster beteiligen werden.

Aus dem Niederländischen übersetzt von Vera Nusselein und Lisette Reuter.



PATRICIA VAN RIJSWIJK

Leitende Projektkoordinatorin und Chefredakteurin bei UCee Station Amsterdam

Zu ihren Aufgaben zählt unter anderem die Koordination und Begleitung der zentralen Redaktion, Betreuung von Berufspraktikanten und die Projektleitung im neuen Projekt UCee Europe.

Daneben entwickelt sie als freiberuflicher Mediacoach Medienprojekte für Jugendliche.

Mehr Informationen unter:



www.clickf1.nl



www.uceestation.nl



ANDREAS KERN

ROOTS & ROUTES INTERNATIONAL ASSOCIATION INTERKULTURELLE VERNETZUNG AUF EUROPÄISCHER EBENE

ROOTS & ROUTES ist ein internationales Netzwerk zur Förderung kultureller und sozialer Vielfalt in der Jugendkultur- und Jugendmedienarbeit.

In derzeit 12 europäischen Ländern unterstützt ROOTS & ROUTES Musik-, Tanz- und Medientalente mit vielfältigen Roots in ihrer kulturellen und kreativen Entwicklung und auf ihren Routen in Künstlerkarrieren oder Dozententätigkeiten.

ROOTS & ROUTES wurde 2001 als Projektbeitrag zur Europäischen Kulturhauptstadt Rotterdam initiiert. Inhalt waren Workshops und Masterclasses für Musik-, Tanz- und Medientalente aus Rotterdams multikulturellen Stadtteilen.

2004 wurde das lokale Konzept erweitert und junge Talente aus anderen europäischen Ländern eingeladen: Die Geburtsstunde des internationalen ROOTS & ROUTES-Netzwerks. Mit Unterstützung der EU – sowie in Deutschland durch die Aktion Mensch, das Bundesprogramms „Vielfalt tut gut“, das Nordrhein-Westfälische Jugendministerium, die Stadt Köln und weitere Förderer – konnten ab 2005 europaweit zahlreiche ROOTS & ROUTES-Projekte durchgeführt werden.

Höhepunkte waren u.a. Auftritte beim Summerjam Festival 2006, eine internationale Masterclass mit De La Soul in Rotterdam 2007, das vom jfc organisierte Projekt „The ROOTS & ROUTES Experience 2008“ mit knapp 100 beteiligten Jugendlichen sowie das 2009 gestartete Projekt „Art’n’Go“, in dem junge Künstler aus 10 Ländern in 8 internationalen Gruppen modulare Performances und Installationen entwickeln, die 2010 als Premieren u.a. in Florenz, Köln und Antwerpen gezeigt wurden und 2011 als Gesamtkunstwerk beim Sziget Festival Budapest, einem der größten Musikfestivals Europas, aufgeführt werden.

Die internationale Projektkooperation erfordert eine intensive Zusammenarbeit aller involvierten Einrichtungen. Durch sie hat sich ein stabiles EU-weites Netzwerk engagierter Partner geformt, aus dem 2008 die ROOTS & ROUTES INTERNATIONAL ASSOCIATION hervorgegangen ist.

Seitdem fungiert dieser internationale Verein als grenzübergreifende Dachorganisation des Netzwerks und koordiniert dessen internationale Struktur, inhaltliche Weiterentwicklung und Qualitätssicherung.

Aktuelle Aufgaben sind die Ausarbeitung gemeinsamer Qualitätskriterien und Standards für die transnationale Projektarbeit, die Förderung der Anerkennung non-formeller Bildungsinhalte und die Einbindung eigens ausgebildeter Nachwuchreferenten in die Projektarbeit.

Dauerhafte Inhalte sind die Akquise internationaler Fördermittel, die Ausweitung des Netzwerks und die Interessensvertretung der Mitglieder in der europäischen Jugendarbeit- und Kulturszene.

Neben der Arbeit auf institutioneller Ebene liegt ein Schwerpunkt des Vereins auf der unmittelbaren Unterstützung von Jugendlichen: Teilnehmer internationaler ROOTS & ROUTES Projekte werden Mitglieder der ROOTS & ROUTES INTERNATIONAL ASSOCIATION. Darüber erhalten sie direkte Beratung für eigene Projekte und Informationen über individuelle Fördermöglichkeiten auf internationaler Ebene.

Das jfc Medienzentrum ist Gründungsmitglied des Vereins; Sascha Düx, jfc-Fachbereichsleiter für Interkulturelles und Internationales, ist Vorstandsmitglied. Als Vorstandsvorsitzende fungiert Fruzsina Szép, künstlerische Leiterin des Sziget Festivals. Weitere Vereinsmitglieder sind u. a. die Stiftung ROOTS & ROUTES Niederlande, das interaktive Medienlabor der Universität Barcelona, das Fabbrica Europa Festival Florenz, das Performers House in Silkeborg/ Dänemark und über 150 Jugendliche aus ganz Europa.

„ROOTS & ROUTES TV hat mir die Möglichkeit gegeben, tolle Einblicke in die Medienwelt zu bekommen. ROOTS & ROUTES TV ist für mich Vielfalt, Freiheit, Perspektive, Inspiration & Kreativität!“

ELSA, 21 JAHRE, REDAKTION KÖLN



Schauen Sie sich die Links dieses Artikels im Internet auf Ihrem Smartphone an.

Den BeeTagg Reader gratis unter:
<http://get.beetag.com> auf das Smartphone laden,
Code fotografieren und Link erhalten.



www.rootsnroutes.eu



ANDREAS KERN

Seit 2008 Generalsekretär der ROOTS & ROUTES INTERNATIONAL ASSOCIATION

Seit Mai 2005 leitet Andreas Kern, Jahrgang 1978, diverse Projekte im jfc Medienzentrum und ist Mitarbeiter im Fachbereich Interkulturelles und Internationales. Schwerpunkte sind die Konzeption und Koordination von Projekten im Bereich Jugendkultur- und Jugendmedienarbeit.

2005 schloß er sein Studium der angewandten Sozialwissenschaften an der Fachhochschule Köln ab.

Seit 1997 ist er DJ und Veranstalter elektronischer Musikveranstaltungen.

www.beatboutique.info

Kontakt:

kern@jfc.info



DANIEL POLI

NETZCHECKERS.TV VIDEOMAGAZIN FÜR DIGITALE JUGENDKULTUR

Mit dem im November 2007 im Projekt „Jugend online“ entwickelten Videomagazin netzcheckers.tv finden medienpädagogische Inhalte und Informationen rund um das Thema digitale Jugendkultur eine neue, audiovisuelle Verbreitung.

In einer monatlich erscheinenden Sendung werden Jugendliche über Themen wie neue Internetseiten und kostenlose Tools informiert, erhalten wichtige Tipps, wie man sich und seinen Computer vor Risiken im Internet schützen kann und finden Anleitungen (Tutorials) für frei zugängliche Programme und Anwendungen zur kreativen Mediennutzung. Abgerundet wird das Infotainmentangebot durch die Vorstellung neuer Trends, Spiele und frei downloadbarer Musik, sowie einem Wettbewerb zum Mitmachen.

Ein vergleichbares Format, das sich genuin mit dem Thema Internet und Neue Medien auseinandersetzt und speziell für die Zielgruppe der Jugendlichen konzipiert wurde, gibt es bisher auch im traditionellen Fernsehen nicht. Hiermit leistet netzcheckers.tv einen wichtigen Beitrag zur Stärkung der Medienkompetenz junger Menschen in einem ansprechenden Format. Veröffentlicht wird die Sendung neben einem eigenen Bereich auf netzcheckers.de auch auf anderen Video-

plattformen wie [YouTube](https://www.youtube.com), [MyVideo](https://www.myvideo.de) und in Form eines eigenen Channels auf [Clipfish](https://www.clipfish.de) und auf [Sevenload](https://www.sevenload.com).

Durch diese vielfältigen Formen der Verbreitung ist es möglich geworden, die Inhalte auch über das Jugendportal hinaus an die Zielgruppe zu bringen und damit ganz neue Nutzergruppen zu erschließen. Diese Strategie ist aus zwei Gründen erfolgversprechend. Einerseits wird eine viel größere Zahl an Jugendlichen erreicht, als es mit klassischer Werbung für die eigenen Inhalte auf eigenem Portal gelingen kann, und andererseits werden die Jugendlichen genau da abgeholt, wo sie mehr und mehr Stunden ihrer Freizeit verbringen.



Schauen Sie sich den Link dieses Artikels im Internet auf Ihrem Smartphone an.

www.netzcheckers.tv



DANIEL POLI

Daniel Poli hat in Berlin Politikwissenschaft studiert und ist seit 2005 Koordinator im Projekt Jugend online, das vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend gefördert wird und in Trägerschaft von IJAB - Fachstelle für Internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland e.V. liegt. Jugend online hat die Aufgabe, die Medienkompetenz junger Menschen zu stärken, und betreibt das Jugendportal www.netzcheckers.de.



MARCO MEDKOUR

NETZCHECKERS PODCAST MIT CREATIVE COMMONS MUSIK

Seit 2009 erscheint der Netzcheckers Podcast mit Creative Commons Musik im monatlichen Rhythmus als Gratis-Download auf netzcheckers.de.

In der knapp 30 Minuten dauernden Sendung werden fünf ausgewählte Musikstücke vorgestellt und gespielt. Der Moderator des Podcasts erklärt eingangs, was Creative Commons (CC), das Schöpferische Allgemeingut, bedeutet und warum die Hörer CC-lizenzierte Musik gratis runterladen, kopieren und verschenken dürfen.

Im Podcast werden verschiedene Musikgenres gespielt: Hip Hop, Indie-Pop, R'n'B und die verschiedenen Subgenres der Electronica, denn hier entsteht der Löwenanteil an Creative Commons Musik. Zu jedem Musikstück gibt der Moderator Hintergrundinfos zu den vorgestellten Künstlern und ihrer Musik.

Netzcheckers leistet mit dem CC-Musik-Podcast einen Beitrag zur digitalen Jugendbildung, denn es wird ausschließlich Musik (CC) präsentiert, die der Hörer gratis und legal runterladen und kopieren darf, quasi als Alternative zu kommerziellen Musikangeboten (GEMA).

Die Musikstücke dürfen je nach CC-Lizenz sogar bearbeitet werden (Remix) und beispielsweise für eigene Medienproduktionen (Video, Diashow) verwendet werden.

Netzcheckers empfiehlt Creative Commons Musik, um auch Nachwuchsmusikern eine Plattform zu bieten und musikbegeisterte Hörer von der Idee des Schenkens und Teilens zu überzeugen.



Schauen Sie sich den Link dieses Artikels im Internet auf Ihrem Smartphone an.

www.netzcheckers.de

MARCO MEDKOUR

Marco Medkour hat Biologie (Dipl.) und Publizistik und Kommunikationswissenschaften in Göttingen studiert. Seit 2003 ist er als Mitarbeiter im BMFSFJ-geförderten Projekt Jugend online bei IJAB e.V. beschäftigt und beim Jugendportal www.netzcheckers.de für Redaktionelles und das Community-Management verantwortlich. Er ist Experte für Creative Commons Musik, betreibt ein eigenes Netlabel in Köln und ist Mitorganisator von Cologne Commons, Festival und Konferenz für digitale Kultur.





LISETTE REUTER

MUSIKVIDEOS SELBSTGEDREHT

GRUNDLAGEN

Die klassische Filmarbeit ist durch die digitalen Möglichkeiten perfektioniert und professionalisiert worden: Durch die Verwendung des Computers als bilderzeugendes und gestaltendes Werkzeug verwischen die Grenzen zwischen Video- und Multimediaarbeit zunehmend. Für die Jugendarbeit sind die preisgünstigen bzw. kostenlosen digitalen Bearbeitungsmöglichkeiten eine Chance, mit der Sprache der bewegten Bilder zukünftig noch mehr experimentieren zu können. HD-Videotechnik ermöglicht beeindruckende Bildqualität, und das inzwischen zu bezahlbaren Preisen.

Im Alltag von Jugendlichen sind bewegte Bilder wie Film, Video, Fernsehen nicht mehr weg zu denken und sind mit die bedeutsamsten Kommunikationsmittel der Gegenwart. In Deutschland ist **YouTube** die bei Kindern und Jugendlichen beliebteste Website – meist wird diese jedoch nur passiv-rezeptiv genutzt. Es ist eine Herausforderung an die Medienpädagogik, dass Jugendliche das Medium Webvideo/Web-TV nicht nur passiv konsumieren, sondern lernen, aktiv damit umzugehen.

Eine gute Möglichkeit für die aktive Medienarbeit bietet die Produktion eines Musikvideoclips. Sie schafft neue

Gelegenheiten des Selbstaushdrucks, der Kreativität und kann verschiedene Urban-Culture-Sparten wie Musik, Tanz und VJing in einem gemeinsamen Endprodukt zusammenbringen. Musikvideoclips vereinen präsentative Ausdrucksformen wie Bilder, Körpersprache, Musik und Tanz, und kommen dadurch auch Jugendlichen entgegen, die z.B. Schwierigkeiten mit der (deutschen) Schriftsprache haben.

Da die Produktion eines Musikvideoclips nur im Team zu bewerkstelligen ist, können sich die Jugendlichen mit ihren unterschiedlichen Fähigkeiten auf vielfältige Weise einbringen: Angefangen von den Musikern, deren Song im Mittelpunkt des Clips steht, über die Entwicklung einer Geschichte für den Clip, die Ausgestaltung der Szenen, die Maske, Erstellung der Requisiten, Kameraarbeit, Aufnahmeleitung, Regie und Licht bis hin zum finalen Schnitt auf die Musik. Wenn es der Projektleitung gelingt, gute Rahmenbedingungen für die Verknüpfung dieser Bereiche zu schaffen, geschieht soziales Lernen, Kooperation und Teamwork wird trainiert.

Musikvideoclips sind Kurzfilme, die ein bestimmtes Lied bildlich untermalen. Musikvideos zeichnen sich meist durch markante Bilder und schnelle Schnitte aus.

Kategorien von Musikvideoclips:

- Schwerpunkt auf der Darstellung der MusikerInnen, z.B. durch Integration von Konzertaufnahmen oder Bildern aus dem Tonstudio
- Schwerpunkt liegt bei der Darstellung auf einer Geschichte, die sich meist am Text des Liedes orientiert
- Mischformen der beiden genannten Punkte
- Weitere spezielle Formen wie z.B. Animationen oder abstrakte Bilder zur Musik

Das Genre „Musikvideoclip“ lässt mehr kreative Freiräume als viele andere Genres. Es kann interessant und wirkungsvoll sein, ungewöhnliche Kameraperspektiven, Lichteinstellungen und Spezialeffekte auszuprobieren.

PLANUNG UND DURCHFÜHRUNG EINES MUSIKVIDEOPROJEKTS

Eine gute Planung ist die Voraussetzung für ein erfolgreiches Musikvideoclip-Projekt. Vor der Realisierung eines Videoclips sollte die zu vermittelnde Information, die Botschaft, klar definiert werden. Zur Hilfestellung kann man sich mit dem gesamten Produktionsteam zum Beispiel die folgenden Fragen stellen:

- Wo wird der Musikvideoclip gezeigt, wer ist das Zielpublikum?
- Was oder wen wollen wir präsentieren?
- Was soll unsere Message sein, was wollen wir vermitteln?
- Welche Szenen sollen an welchen Orten spielen?
- Wie viel Zeit wird ca. an den einzelnen Drehorten benötigt?
- Wie sind die Lichtverhältnisse an den Drehorten?
- Was brauchen wir für Requisiten und Statisten?

Die exakte Vorbereitung eines Musikvideoclips entscheidet bereits über den Erfolg des Projekts. Es ist hilfreich, sich an eine bestimmte Reihenfolge der Abläufe zu halten. Hauptschritte bei der Planung und Durchführung sind:

1. Tonaufnahme

Es ist besonders wichtig, dass vor Beginn der eigentlichen Videoclipproduktion der zugrunde liegende Song in einer guten Qualität vorliegt. Alle Gesangsspuren müssen fertig eingesungen sein, sonst können die Mundbewegungen der SängerInnen und RapperInnen im Video nicht lippensynchron werden. Alle, die an der Produktion beteiligt sind, sollten den Song gut kennen.

2. Treatment

So nennt man die ersten Ideen zu einer Film- oder Videoclipproduktion. Beim Treatment sollte man die Handlung, die beteiligten Personen und die Drehorte grob skizzieren.



KLAPPE, DIE ERSTE

Ein wichtiges Hilfsmittel bei der Filmproduktion ist die Klappe.

Die einfachste Lösung für eine Klappe ist, zwei Holzklötze im Blickfeld der Kameras aufeinander zu schlagen.

Für eine etwas professionellere Lösung montiert man zwei breitere Latten mit einem Scharnier der gestalt aneinander, dass sie knallend zusammengeschnitten werden können. An der oberen Latte befestigt man eine kleine Tafel (Pressspanplatte mit Schultafel-Beschichtung), auf der mit Kreide der Name der Szene und der „Take“ (der wievielte Durchgang einer Szene) ein gezeichnet werden kann.

Fertige Filmklappen kann man auch günstig kaufen, einfach mal „Filmklappe“ auf Google eingeben.

Mittels der Klappe ist es möglich, den genauen Zeitpunkt des Zusammenschlagens mit dem „Klack“ der Holzklötze auf der Tonspur zu hören (und auch zu sehen, wenn das Schnittprogramm die Tonspur als Wellenform darstellen kann) und den Schlag auf der Bildspur zu sehen.

Diese Methode erleichtert insbesondere bei der Aufnahme mit mehreren Kameras die Synchronisation von Szenen.

3. Storyboard

Im Storyboard wird die Handlung näher ausgearbeitet. Darsteller werden z.B. genauer charakterisiert, Handlungsorte festgelegt; das Produktionsteam wird zusammengestellt.

4. Drehbuch

Im Drehbuch werden die Einstellungen festgelegt und mit Perspektive, Bildausschnitt, Bewegung der Kamera, Bewegung der Darsteller beschrieben. Es empfiehlt sich, für jede Einstellung eine Skizze zu zeichnen, die den Kameraausschnitt und die handelnden Personen zeigt. Anhand des Drehbuches wird dann ein Drehplan erstellt, der festlegt, was an welchem Ort und in welcher Zeit abgedreht werden sollte.

5. Der Dreh

Für die Aufnahmen wird ein lautstarkes Wiedergabegerät (z.B. großer „Ghettoblaster“) benötigt, damit die Darsteller sich selbst gut hören und sauber lippen synchron zum Playback singen können. Eine gute Playback-Performance ist sehr wichtig, alle singenden/rappenden DarstellerInnen sollten ausführlich geübt haben und Texte präzise in der gleichen Rhythmik wie auf der Aufnahme singen/rappen können.

Ansonsten hat man beim Schnitt große Schwierigkeiten bei der Synchronisation und es wirkt am Ende unprofessionell. Es ist oft günstig, jede Szene in kompletter Länge des Songs aufzunehmen; dadurch kriegt man visuelles Füllmaterial, und man muss pro Kamera nur einmal das eingespielte Material zur Musik synchron „schieben“.

Jede einzelne Szene sollte aus unterschiedlichen Kameraperspektiven aufgenommen werden. Wichtig ist eine Totale bis maximal halbnaher Einstellung und eine Nah- bis Detailaufnahme. Es ist empfehlenswert, mehrere Aufnahmen von einer Szene zu machen, so dass man später beim Schnitt die Besten auswählen kann.

Generell beim Filmen – und damit natürlich auch bei Musikvideos – gilt: Man setze die Kamera im Normalfall wie eine Fotokamera ein, man wähle einen Bildausschnitt und behalte diesen bei. Schwenk, Zoom und Kamerafahrten sollten dezent und stets mit klarem Ziel (Ende des Schwenks/Zooms) eingesetzt werden, da sie nicht unserer physiologischen Wahrnehmung entsprechen.

6. Die Postproduktion

Der eigentliche Musikvideoclip entsteht in der Postproduktionsphase, also beim Schnitt. Nachdem man das gesamte Material gesichtet hat, spielt man die besten Aufnahmen mit dem Schnittprogramm auf die Festplatte.

Auch der Originalsong (fertig gemischte, am besten gemasterte Aufnahme) wird in das Schnittprogramm importiert. Dann legt man die einzelnen Aufnahmen im Schnittprogramm auf übereinanderliegende Spuren (bei Bedarf erzeugt man zusätzliche Spuren – die meisten Videoschnitt-software unterstützen das). Wichtig ist, dass man jetzt jede einzelne Spur mit dem Playback (Originalsong) synchronisiert.

Dabei kommt es auf kleinste Verschiebungen an: ein „Frame“ (Einzelbild = kleinste Zeiteinheit; i.d.R. 1/25-teil Sekunde) zu weit nach links oder rechts, und die Synchronität des Bilds mit dem Playback ist dahin.

Wenn eine Szene mit mehreren Kameras und Klappe aufgenommen wurde, können zunächst die Spuren dieser Szene an Hand der Klappe untereinander synchronisiert werden, und dann können diese Spuren als Gruppe mit der Tonspur synchronisiert werden (Klappensynchronisation ist einfacher als Synchronisierung nur nach Audiosignal).

Wenn alle Videospuren zum Playback synchronisiert sind, können die O-Töne der Videospuren in der Regel gelöscht werden – man braucht sie meist nicht mehr, außer vielleicht für eine lustige Anfangs- oder Endszene. Anschließend werden die Bildsequenzen zum Song ausgewählt und der Rest wird weggeschnitten – man wählt die passenden Perspektiven, Einstellungen, Szenen usw. aus. Wichtig hierbei ist, dass man sich beim Bildschnitt dem Rhythmus des Songs anpasst.

Am Ende kommt der kreative Part, visuelle Effekte können zum Clip hinzugefügt werden – dabei gilt: Effekte sind wie Gewürze, zu viele Effekte können das Video verderben.

7. Die Präsentation

Die Präsentation der Musikvideos ist ein wichtiger Faktor für die TeilnehmerInnen; eine öffentliche Präsentation in einem angemessenen Rahmen kann Motivation und Selbstwertgefühl der jungen Filmemacher enorm fördern.

Wenn Jugendliche erfahren, dass es um sie selbst geht und dass sie nachher ein Produkt in den Händen halten, das sie vorzeigen können und auf das sie stolz sein können, dann ist der Grundstein gelegt für eine aktive gemeinschaftliche Teilnahme.

Durch die vielfältigen Möglichkeiten des Web 2.0 können Musikvideos mittlerweile ohne großen Aufwand ins Internet gestellt werden, bei YouTube, Vimeo oder auch auf rootsnroutes.tv. Verlinkungen der fertigen Produktionen auf Sozialen Netzwerken wie Facebook, Schüler VZ usw. ermöglichen eine weite und schnelle Verbreitung der fertigen Produkte. Im Jugendzentrum oder in der Schule kann das fertige Video im Rahmen eines Präsentationsabends mit einem eigenen oder geliehenen Beamer gezeigt werden.

Literatur

ANFANG, G.: Videoarbeit. In: Hüther, J. und B. Schorb (Hrsg.): *Grundbegriffe Medienpädagogik*. München 42005, S. 401-414.

BIRKE, TOM: *Videoclips selberrnachen. Praxis-Tips zum Erfolg; Ideen und Motive, Drehen, Schneiden und Präsentieren*. Augsburg (Augustus-Verlag) 1996.

NEUMANN-BRAUN, KLAUS und LOTHAR MIKOS: *Videoclips und Musikfernsehen. Eine problemorientierte Kommentierung der aktuellen Forschungsliteratur*. Schriftenreihe Medienforschung der LfM, Band 52, Berlin (Vistas) 2006.

VIELMUTH, ULRICH: *Sieben goldene Grundregeln beim Filmen. Filmthemen, Kameraführung, Bilgestaltung*. In: *Ratgeber für Videofilmer. Tipps und Tricks vom Profi*. Köln (Dumont Buchverlag) 1998, S. 86-137. www.lfm-nrw.de/downloads/summary-videoclips.pdf

„ROOTS & ROUTES TV hat mir einen Einblick in die professionelle Arbeit mit Videos gegeben und die Möglichkeit, selbst dran zu arbeiten.“

MEHREGAN, 21 JAHRE, REDAKTION KÖLN



LISETTE REUTER

Studierte Sonder- und Diplompädagogin an der Universität Köln

Seit 2005 Mitarbeiterin beim jfc Medienzentrum, Projektleitung diverser internationaler und interkultureller Jugendkultur- und Medienprojekte.

Von 2007-2010 Projektleitung des Modellprojektes ROOTS & ROUTES TV.

Freiberuflich tätig als Beraterin für urbane Kulturprojekte, internationale & interkulturelle Jugendarbeit, Konzeptentwicklung von Trainings und Seminaren sowie als Medienpädagogin.

Kontakt:

lr@jfc.info



THOMAS KUPSER

ANREGUNGEN FÜR DEN AUFBAU EINER JUGENDREDAKTION

Ein modern gestalteter Flyer war der erste Schritt zur Suche nach Teilnehmenden für die rootsnroutes.tv-Jugendredaktion Solingen: „Dreht eure eigenen Beiträge und veröffentlicht sie auf der Internetplattform rootsnroutes.tv“.

Dahinter stand die Vorstellung, dass es vielen Jugendlichen gefallen müsste, eigene Clips zu drehen und zu veröffentlichen, sowie die Erwartung, dass sich mit denen eine feste Redaktionsgruppe bilden ließe. Die Rückmeldungen waren schwach. Eine aus allen Nähten platzende, vor Energie berstende Redaktionsgruppe war auch nach Wochen nicht in Sicht. Was war schief gelaufen? Was kann man verbessern?

Uns fielen einige Dinge dazu ein:

1. Teilnehmerakquise an fremden Orten

Als erfolgreich hat sich die Anwerbung von Interessierten erwiesen, wenn wir Jugendliche an spezifischen Jugendorten ansprachen, die nichts mit unseren Institutionen zu tun hatten, z.B. auf einem Jugendkulturfestival oder in einer Skaterhalle. Wir gestalteten einen Stand mit Flyern und Informationsmaterial zu rootsnroutes.tv. Auf dem Infomaterial waren sowohl allgemeine Informationen zum Projekt als auch das Datum für die nächste Redaktionssitzung angekündigt.

Die Redaktionssitzungen fanden immer an einem festen Zeitpunkt in der Woche statt: Erster Dienstag im Monat um 16:00 Uhr. Als Aktion für die Teilnehmerakquise vor Ort nutzten wir die von mir kreierte Methode der Schnellclips:

Exkurs: Methode Schnellclip am Beispiel Skaterhalle

Die rootsnroutes.tv-Redaktion war 3 Stunden im Rollhaus in Solingen – einem ehemaligen Kino, nun Skaterhalle – um einen Schnellclipwettbewerb durchzuführen.

Das bedeutete: Die Teilnehmer mussten eine Idee haben, bekamen Filmmaterial für eine Minute Film und sollten mindestens zehn Mal direkt während des Drehs die Einstellung/Perspektive (durch An- und Ausschalten der Kamera) wechseln.

Dafür hatten sie max. 5 Minuten Zeit: keine Nachbearbeitung - fertig. Die Filme wurden mit einem Beamer präsentiert und es wurden per Applaus die besten prämiert. Für die drei Erstplatzierten gab es Preise in Form von Skaterequipment.

Es zeigte sich, dass dies eine sehr ansprechende und direkte Form der Öffentlichkeitsarbeit war. Die Filmclips waren nah an der Lebenswelt und nicht zuletzt durch das rasche Ergebnis machte es den Jugendlichen Spaß: schnelle Ergebnisse, Spaß am Filmen, intrinsische und extrinsische Motivation.

2. Partizipation in der Redaktion

Jugendredaktionen sind als Sprachrohr der Jugendlichen zu verstehen, hier kann Unzufriedenheit geäußert, aber hier können auch Ideen artikuliert werden. Die Jugendlichen haben innerhalb der Redaktionen eine große Bandbreite an Möglichkeiten, ihre Themen der Öffentlichkeit vorzustellen – vom Musikvideo über Dokumentationen bis hin zum poetischen Clip.

Zudem bieten sich den Redaktionen Vernetzungsmöglichkeiten und Chancen, sich in einem größeren Zusammenhang zu engagieren. Dadurch findet Partizipation auf mehreren Ebenen statt: Zum einen durch die Beteiligung an einer jugend-eigenen Öffentlichkeit, zum anderen in der Selbstorganisation der MedienproduzentInnen (Moser 2009, 134).

Im Rahmen der aktiven Medienpädagogik wäre hier als Ziel die Förderung der gesellschaftlichen Partizipation zu nennen. Gerade das Internet als weltweites Kommunikationsmedium eröffnet – mit Portalen wie rootsnroutes.tv – neue Dimensionen der Verbreitung und Distribution (Anfang 2001, S 16).

Die Rolle des Redaktionsleiters

Gerade bei einer Jugendredaktion sollte der Grundsatz gelten, sich als Pädagogin und Pädagoge überflüssig zu machen. Die soziale Vernetzung der Teilnehmenden sowie die der Redaktion und Themen der Einrichtung sollten im Mittelpunkt stehen. Als Redaktionsleiter(in) befindet man sich immer im Spannungsfeld zu motivieren und gleichzeitig zu erziehen und vor allem auch Medienkompetenz zu fördern.

Um das Ziel der Partizipation zu erreichen, müssen viele Jugendliche zunächst motiviert und angeleitet werden. Das kann über den Ehrgeiz, das technische Knowhow des Redaktionsleiters erreichen zu wollen, angeregt werden, vorausgesetzt die Messlatte liegt nicht zu hoch (niedrigschwellige Angebote). Das kann auch durch das Aufgreifen von spezifischen Themen geschehen, z.B. indem der Redaktionsleiter die Themen der Jugendlichen erkennt und sie ermuntert, diese als Clip umzusetzen. Dabei muss er seine eigenen Themen in den Hintergrund rücken, was nicht immer ganz einfach ist.

Struktur

Die Struktur innerhalb der Redaktionsleitung sollte die partizipativen Aspekte einer Jugendredaktion bewusst unterstützen. Jugendliche können nicht die Verantwortung für alles übernehmen. So sollte die Technik gut gewartet sein, das Verleihsystem einfach und zugänglich für Jugendliche sein. Zudem sollten auch die Öffnungszeiten vor allem des Schnittraums flexibel auf die Jugendlichen angepasst werden können. Gerade durch die verlängerten Unterrichtszeiten haben die Jugendlichen während der Woche kaum noch Zeit, sich zu treffen. Dies erfordert Zeit und Geld bei den Initiatoren solcher Redaktionen sowie hohe Anforderung an das Zeitmanagement der beteiligten Jugendlichen. Kontinuierliche Redaktionsarbeit bedarf einer sehr guten Zeiteinteilung und eines anhaltenden großen Interesses.

3. Plädoyer für eine Redaktion

Der Aufbau einer funktionierenden Redaktion erfordert einen langen Atem und einiges an Frustrationstoleranz auf Seiten des Redaktionsleiters. So kann es immer wieder vorkommen, dass sich die teilnehmenden Jugendlichen aus

unterschiedlichen Gründen nicht an kontinuierlicher Redaktionsarbeit beteiligen können oder wollen. Zudem stellt auch die Struktur in der Einrichtung für einen funktionierenden Redaktionsraum große Anforderungen.

Auch bei der Solinger Redaktion funktionierte nicht alles wie hier beschrieben: So mussten wir öfter den Redaktionsort wechseln. Es gab häufig Überschneidungen in der Raumbelastung und auch die Technik war nicht immer so gewartet, wie sie es hätte sein sollen. Viele interessierte Jugendliche hatten kaum Zeit für eine kontinuierliche Redaktionsarbeit. Kamen jedoch Ergebnisse zu Stande, waren diese auf vielen Ebenen für alle Beteiligten ein Gewinn.

Es gilt Frustrationen zu vermeiden, sowohl bei den Redaktionsleitungen als auch bei den Jugendlichen. Trotz der damit verbundenen Schwierigkeiten sind Jugendredaktionen der Königsweg für eine Jugendarbeit, die die Partizipation Jugendlicher auch im Medienbereich ernst nimmt.

Literatur:

Anfang, Günther (2001): *Computer in der Kinder- und Jugendarbeit. Ziele und Kriterien für aktive Medienarbeit mit Multimedia*. In: Anfang/ Demmler: *Erlebniswelt Multimedia*. München: kopead, S. 9-18

Anfang, Günther; Demmler, Kathrin (2001): *Erlebniswelt Multimedia*. München: kopead.

Moser, Sonja (2009): *Jugendpresse*. In: Schorb/ Anfang/ Demmler (Hrsg.): *Grundbegriffe Medienpädagogik. Praxis*. München: kopead.

Schell, Fred (2003): *Aktive Medienarbeit mit Jugendlichen. Theorie und Praxis*. München: kopead.

Schorb/ Anfang/ Demmler (Hg.)(2009): *Grundbegriffe Medienpädagogik. Praxis*. München: kopead.



KATINKA SASSE

ICH MACH MIR DIE WELT, WIE SIE MIR GEFÄHRT! TRICKFILM IN DER JUGENDARBEIT

„Ich mach mir die Welt, widdewidde wie sie mir gefällt!“ – so könnte der Leitspruch lauten, wenn man einen Trickfilm drehen möchte. Denn das ist das Tolle an dieser Filmtechnik – der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt!

Bunte Phantasien laden zum Eintauchen ein, der vielleicht graue Alltag kann ein bisschen bunter gestaltet werden. Auch die physikalischen Grenzen gelten hier nicht: Dinge können zum Fliegen gebracht werden. Explosionen? Ein Kinderspiel! Für die Umsetzung braucht man nicht viel: eine Kamera, ein Stativ, vielleicht ein Animationsprogramm (z.B. „AnimatorDV Simple“) und natürlich: eine Idee!

Trickfilmarbeit, ein Feld der Jugendmedienarbeit, in dem den Teilnehmern auf spielerische Art und Weise der Umgang mit Kamera-Technik, Einstellungsgrößen, Perspektiven und Drehbucharbeit beigebracht werden. Auch können Medienkompetenz und Schlüsselkompetenzen „nebenbei“ vermittelt werden.

Bevor man aber loslegt, sollten einige Fragen geklärt werden:

Um welche Art von Animation soll es sich handeln? Das heißt, möchte ich einen 2D- oder einen 3D Film drehen? Damit einher geht die Wahl der Materialien. Papier, Pappe oder Karton sind dankbare Gefährten, die Handhabung ist leicht, durch einfache Bewegung zweidimensionaler Figuren auf einem

Tisch und Einzelaufnahmen lassen sich erstaunliche Effekte erzielen. Die physikalischen Gesetze lassen sich ganz leicht außer Kraft setzen, mit wenig Aufwand entsteht ein 2D-Trickfilm. Soll sich der Film Richtung 3D bewegen, kann man aus den verschiedensten Materialien wie z.B. Pappe, Styropor, Holz und natürlich Knete tolle Kulissen bauen, in denen die Kamera sich auch bewegen lässt. Allen Arten von Alltagsgegenständen kann man so Leben einhauchen; der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt.

Schwieriger gestaltet sich hingegen oft die Ideenfindung. Ist kein Thema vorgegeben, kann man durch die Auswahl der bereitgestellten Materialien eine Richtung vorgeben (z.B. Muscheln, Sand: ein Tag am Meer). Oder man einigt sich vorher mit den Teilnehmern auf ein Genre: Soll ein Krimi, ein Horrorfilm oder ein witziger Film gedreht werden? Mit solchen Überlegungen und ein bisschen Brainstorming entstehen oft tolle (Kurz-)Geschichten.

„In der Kürze liegt die Würze“

Ein Knackpunkt bei der Trickfilmarbeit ist die Länge des Films. Am besten eignen sich Ein-Satz-Geschichten; denn je komplizierter die Story wird, desto aufwändiger gestaltet sich auch die Umsetzung. Die Produktion ist – verglichen mit einem Realfilm – viel zeitintensiver: Eine Sekunde Film enthält je nach Format 24 bis 30 Einzelbilder. Und diese Einzelbilder müssen Step by Step aufgenommen werden. Wir machen es uns an dieser Stelle etwas einfacher und nehmen maximal 12 Bilder pro Sekunde auf. Aber dennoch ist der Zeitaufwand nicht zu unterschätzen.

Haben wir eine Idee, die Figuren, die Kulissen und ein entsprechendes Drehbuch erstellt, kann die eigentliche Arbeit losgehen.

Die Figuren werden in der Kulisse positioniert und animiert. An dieser Stelle ist Teamwork gefragt: Es bedarf ein, zwei ruhiger Hände, die die Figuren Millimeter um Millimeter bewegen. Außerdem muss sich ein Jugendlicher um die Aufnahme der Bilder kümmern. Das passiert in unserem Fall mit einer Animationssoftware namens „AnimatorDV Simple+“. Gleichzeitig sollten – wie in einem Realfilm – eine Aufnahmeleitung, die den Überblick über die Szenen behält, und ein Regisseur nicht fehlen. Diese Phase der Trickfilmarbeit ist für alle Beteiligten besonders spannend, da man erst am Ende der Animation wirklich sieht, wie die Figur sich bewegt und welche emotionale Wirkung erzielt wird.

Nach und nach entsteht so ein Film, der im letzten Schritt dann geschnitten und vertont werden muss. Es würde an dieser Stelle den Rahmen sprengen, diese einzelnen Schritte der Trickfilmproduktion zu beschreiben; hier soll der Fokus auf dem medienpädagogischen Potenzial der Trickfilmarbeit liegen.

Mit Hilfe der Trickfilmarbeit können Jugendliche ihre Kompetenzen im Umgang mit Medien erweitern. Das betrifft vor allem den Aspekt der Mediengestaltung und der Mediennutzung. Innerhalb solch eines Trickfilmprojektes werden natürlich auch soziale Kompetenzen gefördert.

Stop-Motion-Animationen in die Arbeit in einer Jugendredaktion einfließen zu lassen, ist eine tolle Möglichkeit, Jugendlichen das Medium Film von Grund auf näher zu bringen. Erst durch die Aneinanderreihung einzelner Bilder entsteht für das menschliche Auge die Wahrnehmung einer Bewegung. Das wird den Jugendlichen bei der Trickfilmarbeit deutlich und sorgt immer wieder für Aha-Erlebnisse. Das Prinzip von Film wird durch Trickfilm greifbar gemacht, und die Jugendlichen werden sich bewusst, welche Arbeit in einem Medium steckt, welches sie in ihrer Freizeit womöglich als selbstverständlich ansehen und nutzen.

Außerdem werden gestalterische Kompetenzen gefördert. Egal, ob es sich um die Erstellung der Figuren, um das Finden der richtigen Einstellungsgröße oder die Untermalung des Films mit der entsprechenden Musik handelt, die Jugendlichen sind in ihrer Phantasie gefordert und gestalten so ihren eigenen Film.

Und genau darum geht es:

Wir haben einen eigenen Film, ein eigenes Produkt erschaffen! Das stärkt natürlich das Selbstbewusstsein. Vor allem, wenn man sein Ergebnis dann noch online einem eigenen Publikum vorstellen kann.

Das Resultat ist eine Gemeinschaftsproduktion: Nur durch die Unterstützung der anderen Teammitglieder können eigene Ideen realisiert werden. Und dabei werden die Stärken der/des Einzelnen gefördert: Die Eine hat eher ein Faible für die kameratechnische Seite, der Nächste möchte eher das Gestalterische in die Hand nehmen. Von daher hatte Pippi schon immer Recht: „Ich mach mir die Welt...“



KATINKA SASSE

Redaktionsleiterin ROOTS & ROUTES TV Bielefeld 2007-2010

2009 hat Katinka Sasse ihr Diplompädagogik-Studium an der Universität Bielefeld mit den Schwerpunkten Medienpädagogik sowie Jugend- und Erwachsenenbildung abgeschlossen.

Zur Zeit ist sie als freie Medienpädagogin in Bielefeld tätig. Arbeitet für den Kanal 21 und das Filmhaus Bielefeld und betreut Filmprojekte in der schulischen und außerschulischen Jugendarbeit.

„Ohne ROOTS & ROUTES TV hätte ich als Punkrock-Fan viele Einblicke wahrscheinlich nie gewonnen: Alle gleich behandeln und im Alltag „zu vergessen“, wo jemand herkommt ist für mich geglückte Integration.“

KRISTINA, 24 JAHRE, REDAKTION MÜNSTER



KERSTIN VENNE

BLUESCREEN-TECHNIK

Die Bluescreen-Technik ist ein Verfahren, das im Film- und Fernsehbereich genutzt wird, um bereits gefilmte Personen nachträglich mit einem Hintergrundbild – z.B. einer realen Videoaufnahme oder einer Computergrafik – zu kombinieren.

Für die Jugendmedienarbeit bietet das Bluescreen-Verfahren einen großen Handlungsspielraum. Mit Hilfe einfacher Mittel können beeindruckende Ergebnisse erzielt werden. So ist es mit entsprechendem Videomaterial möglich, Menschen fliegen zu lassen oder sie in die verrücktesten Umgebungen zu setzen. Für Musikvideoproduktion und Experimentalfilme können Jugendliche ihren Phantasien freien Lauf lassen. Selbst kreierte Grafiken oder Videoeffekte lassen sich ebenso als Hintergrund verwenden wie eigene Videoaufnahmen. Auch Moderationen im Web-TV-Studio können gut vor einem Bluescreen gemacht und anschließend mit geeigneten Hintergrundbildern versehen werden.

So funktioniert: Personen oder Gegenstände werden vor einem einfarbigen – in der Regel blauen oder grünen – Hintergrund aufgenommen. Durch einen bestimmten Effekt, genannt „Keying“ bzw. „Chroma Key“, kann in der Nachbearbeitung der einfarbige Hintergrund durch andere Video- oder Grafiksequenzen ersetzt werden. Die meisten aktuellen Videoschnittsoftwares der Preisklasse ab 100 Euro haben eine „Keying“-Funktion.

Für die Umsetzung des Bluescreen-Verfahrens braucht man eine Videokamera, einen möglichst gleichmäßig einfarbigen Hintergrund (keine Schatten oder Falten) und zwei Lampen, um den Hintergrund gleichmäßig auszuleuchten. Und natürlich eine Schnittsoftware. Es ist also kein teures Profiequipment erforderlich.

Der Hintergrund muss nicht unbedingt blau oder grün sein. Diese Farben haben sich aber als besonders geeignet herausgestellt, da sie einen guten Kontrast zur Hautfarbe bilden. Um ein gutes Ergebnis zu erzielen, darf es keine farblichen Überschneidungen zwischen dem Vordergrundobjekt und dem Hintergrund geben: Bei blauem Hintergrund sind blaue T-Shirts daher tabu!



KERSTIN VENNE

Ausgebildete Mediengestalterin
Bild und Ton, Abschluss 2002

Kerstin Venne, Jahrgang 1979, Studium Erziehungswissenschaften mit den Schwerpunkten Medienpädagogik und Kulturarbeit an der Universität Bielefeld und an der Universidad de Granada (Spanien), Abschluss 2009.

2007-2010 nebenberufliche Tätigkeiten im Bereich Medienpädagogik und Medienproduktion. Seit 2009 nebenberufliche Autorin für den WDR – Redaktion Kinderprogramme Hörfunk.

September 2009 - Dezember 2010 Projektleiterin für medienpädagogische Projekte im jfc Medienzentrum.

Seit Februar 2011 hauptberuflich selbstständige Medienpädagogin.

Kontakt: kerstin.venne@t-online.de



LISETTE REUTER / SASCHA DÜX

VIDEODOKUMENTATION FÜRS WEB-TV¹

Eine Videodokumentation sollte spannend, kurz und knapp, informativ und unterhaltsam sein. Gerade bei größeren Projekten mit Aktivitäten in mehreren Workshops bzw. an mehreren Orten sind Videodokumentationen ein wichtiges Element, da sie Schnittstellen zwischen allen angebotenen Aktivitäten bilden können, in denen sich jedeR TeilnehmerIn wiederfindet: Es schafft individuelle Befriedigung und Zusammengehörigkeitsgefühl, sich nach einem abgeschlossenen Projekt noch einmal eine Zusammenschau der Aktivitäten angucken zu können und sich selbst in Aktion zu sehen. Darüber hinaus bieten Videodokumentationen auch die Chance, Außenstehende in einer ansprechenden Art und Weise über das Projekt zu informieren und für Folgeprojekte zu werben.

Grundlage einer guten Dokumentation ist eine strukturierte gemeinsame Planung. In Form eines Brainstormings können die Teilnehmenden überlegen, welche Themen und Aktivitäten filmisch abgedeckt werden sollen. Alle Elemente und Inhalte, die zum Thema passen, sollten aufgeschrieben werden. Man möchte dem Zuschauer eine Dramaturgie vermitteln, Zusammenhänge und Entwicklungen müssen deutlich werden. Es kann in der Praxis sinnvoll sein, verschiedene Gruppen zu bilden, die für die einzelnen zu dokumentierenden Gebiete zuständig sind. Zum Beispiel könnten die verschiedenen Workshops, das Gruppenleben, eine gemeinsame Aufführung usw. in mehreren einzelnen Dokumentationen festgehalten werden.

Bevor man anfängt, für die Dokumentation zu filmen, sollten alle Teilnehmende mit dem Handling der Kamera vertraut sein und die Grundregeln der Filmsprache wie Einstellungsgrößen, Aufnahmeperspektiven und Licht/Beleuchtung erarbeitet und geübt haben.

Der O-Ton

Der Ton ist ein oft unterschätzter Faktor beim Filmen. Gerade Anfänger neigen dazu, den Ton zu vernachlässigen und den Fokus auf die Bildgestaltung zu legen. Doch eine gute Tonspur ist entscheidend dafür, wie die Qualität eines Films wahrgenommen wird; besonders in Dokumentationen, wo oft wichtige Informationen über Sprache vermittelt werden. Auch die Atmosphäre im Film wird durch den Ton emotional unterstrichen. Deswegen ist es wichtig, O-Töne in der bestmöglichen Qualität aufzuzeichnen; was man nur erreicht, wenn man den Ton wachsam kontrolliert.

Hierzu sollte ein Mitglied des Filmteams stets mit geschlossenen Kopfhörern den Ton verfolgen und bei Störgeräuschen, Übersteuerungen oder unverständlichen Sprechtexten ggf. die Aufnahme abbrechen und wiederholen lassen. Wenn man Interviews aufnimmt, ist es besonders wichtig, dass man an einem ruhigen ungestörten Ort, ohne starke Hintergrundgeräusche (wie Verkehrslärm, Glocken, Schritte) dreht.

Der „Tonmensch“ im Filmteam sollte sich mit den Einstellungen der verwendeten Kamera vertraut machen, damit der richtige Ton auf dem Band landet – wenn die Kamera z.B. ein eingebautes Mikrophon hat und zusätzlich ein Handmikrophon für Interviews angeschlossen wird, sollte vor dem Interview überprüft werden, ob tatsächlich der Ton des Handmikrofons aufgenommen wird.

>>>

¹ Dies ist die überarbeitete Fassung des Artikels „Videodokumentation“ aus der Broschüre „Different Roots – Common Routes: Jugendkultur- und -medienarbeit für kulturelle Vielfalt“ (2006)

Falls man trotzdem qualitativ unzureichende O-Töne aufgenommen hat, kann man versuchen, diese mit Tonbearbeitungsprogrammen zu korrigieren. Dennoch gilt, wie auch bei Bildaufnahmen: Schlechtes Rohmaterial wird auch durch „Schönheitsoperationen an digitalen Konsolen“ nie an die Qualität guten Rohmaterials herankommen.

Die Postproduktion

Die Gestaltungsmöglichkeiten sind in der Produktion von Dokumentationen unerschöpflich: Grafiken, Animationen (z.B. Flash), Fotos, Texteinblendungen, Effekte, Tonbearbeitung können in der Postproduktion mit eingebunden werden. Hierbei sind Kreativität und originelle Einfälle gefragt, aber auch ein maßvoller Einsatz der digitalen Mittel.

Je nach Kompetenzniveau, Motivation und Zeitbudget der Teilnehmenden sowie Ansprüchen an bzw. Verwendungsplänen für den fertigen Film muss entschieden werden, ob die Dokumentation von Jugendlichen unter Anleitung geschnitten werden soll oder ob ein erwachsener (Semi-)Profi diese Aufgabe übernimmt.

In Zusammenhang damit sollte eine passende Schnittsoftware gewählt werden. Sinnvoll ist es, zuerst das gesamte Material genau zu sichten, dann einen Schnittplan anzulegen und danach einen Grobschnitt anzufertigen, also den filmischen chronologischen Verlauf und die geplanten Einstellungen in der richtigen Reihenfolge im Schnittfenster anzulegen. Erst wenn der Grobschnitt steht und die beabsichtigten Informationen vermittelt werden, sollte man sich der freieren Phase der Postproduktion zuwenden, in der die oben genannten Gestaltungsmöglichkeiten ihre Anwendung finden.

Dabei gilt: Der harte Schnitt sollte die Regel sein, spezielle Überblendungen (weiches Überblenden etc.) sollten nur beim Szenenwechsel oder in speziellen Sequenzen als Effekt eingesetzt werden. Interessant können Splitscreen-Effekte sein (der Bildschirm wird in mehrere Regionen aufgeteilt, man sieht z.B. mehrere Aspekte einer Tanzchoreographie gleichzeitig), hierbei sollte man beachten, dass die Proportionen jedes Bildes erhalten bleiben (schon ein geringfügiges Strecken oder „quetschen“ in der Breite oder in der Höhe wirkt optisch befremdlich) und etwaige Abstände (z.B. schwarze Trennlinien) zwischen den einzelnen Bildregionen eine einheitliche Breite haben. Zum Abschluss sollte ein Titel und ein Abspann generiert werden. Im Abspann sollten alle Mitwirkenden vor und hinter der Kamera und die Geldgeber genannt werden, dazu ggf. Copyright-Vermerke.

Nachvertonung

Ein wichtiger Aspekt der Postproduktion ist die Tonbearbeitung. O-Töne können mit Effekten bearbeitet werden (z.B. kann eine verbesserte Sprachverständlichkeit durch maßvolle Absenkung der Bässe und Anhebung der Höhen erzielt werden). Wichtiger ist aber eine gute Abstimmung der Lautstärkepegel. Gute Videoschnittprogramme ermöglichen es, „Lautstärkekurven“ einzuzeichnen und so z.B. leise Interviewpassagen gezielt anzuheben. Beachten sollte man auch, dass Interviews, die in der Regel mit einem Mono-Mikrofon aufgezeichnet werden, in der Mitte des Stereobilds und nicht hart links oder hart rechts liegen.

Eine zentrale Rolle bei der Vertonung spielt auch die Filmmusik: Sie unterstreicht die gewünschte emotionale Wirkung und peppt die Dokumentation auf. Wenn das fertige Video auf DVD/BluRay oder im Internet veröffentlicht werden soll oder in offiziellem Rahmen öffentlich aufgeführt werden soll, empfiehlt es sich, mit selbstproduzierter Musik oder mit Musik unter Creative Commons Lizenz zu arbeiten – sonst entstehen Lizenz- und Rechtsfragen und es können hohe Kosten anfallen, sobald die Dokumentation veröffentlicht wird. Es gibt mittlerweile zahlreiche Internetseiten, auf denen man sich Creative-Commons-lizenzierte Musik aus allen Genres kostenlos zur legalen Nutzung herunterladen kann; Google zeigt den Weg.

Bei Dokumentationen wird man häufig mit einem nachträglich eingesprochenen Kommentar arbeiten, der die Bildinformationen ergänzt und unterstützt. Der Kommentartext kann Hintergründe und Zusammenhänge beschreiben und verdichtet somit die Informationen für den Zuschauer. Auch hier gilt: Weniger ist oft mehr. Außerdem sind gute SprecherInnen selten; und nicht überzeugende Sprechstimmen lassen meist den ganzen Film sofort unprofessionell wirken.

Wenn kein guter Sprecher gefunden werden kann, sollte man erwägen, ohne Off-Kommentar zu arbeiten und stattdessen vielleicht eher Kommentartexte (Untertitel/ Zwischentitel) einblenden. Bei der Nachvertonung kann man bei Bedarf auch auf Geräusch-CDs zurückgreifen, die im Handel für wenig Geld erhältlich sind; unter www.musikarchiv-online.de gibt es Geräusche zum kostenlosen Download.

Export und Authoring

Wenn der Film im gewählten Schnittprogramm fertig gestellt worden ist, geht es ans Exportieren. Wenn man bei der Aufnahme mit Bandformaten wie Mini-DV oder HDV gearbeitet hat, empfiehlt es sich, den fertigen Film ein- oder zweimal



PUNKTE, DIE BEIM FILMEN ZU BEACHTEN SIND

Weißabgleich (White Balance):

regelt die Farblichkeit der Aufnahmen.

Immer zu Beginn der Kameraaufnahmen und wenn sich die Lichtverhältnisse ändern, sollte ein Weißabgleich durchgeführt werden (die Kamera wird auf ein möglichst weißes Objekt, z.B. ein Blatt Papier, gerichtet und der White Balance Knopf gedrückt); alternativ kann automatischer Weißabgleich eingestellt werden, die Ergebnisse sind aber dabei meist etwas schlechter.

Stativ verwenden:

Vor allem bei Teleaufnahmen kann niemand die Kamera wackelfrei halten. Handkamera wirkt oft unruhig und sollte nur wohldosiert eingesetzt werden.

Nicht zuviel schwenken:

Das menschliche Auge „schwenkt“ in der Regel auch nicht, sondern es „springt“ von einem Betrachtungsschwerpunkt zum nächsten. Wenn geschwenkt wird, sollten Anfangs- und Endpunkt des Schwenks sowie die Schwenkdauer/-geschwindigkeit genau geplant werden.

Nicht zuviel zoomen:

Der Zoom an einer Kamera dient in erster Linie dazu, die Einstellungsgröße (den Bildausschnitt) zu wählen, sollte also schwerpunktmäßig vor dem eigentlichen Filmen und nur selten gezielt als Effekt beim Filmen eingesetzt werden.

Man sollte sich bemühen,

dass man schon in der Planung eine Auswahl an Szenen, Momenten, Gestaltungselementen trifft, da zuviel Material zu Stress in der Postproduktionsphase (Schnitt) führt.

Auch zuwenig Material kann Probleme verursachen – nichts ist ärgerlicher, als beim Schnitt festzustellen „hier fehlt noch etwas, da könnten wir dringend eine Aufnahme von XY gebrauchen“, und dann nicht nachdrehen zu können, weil z.B. das dokumentierte Projekt längst abgeschlossen ist. Das Verhältnis zwischen dem aufgenommenen Rohmaterial und der angestrebten Dauer des fertigen Films sollte sich im Bereich von 10:1 bis maximal 50:1 bewegen.

Kamerafahrten:

sind besser als das Zoomen, denn die Kamerafahrt entspricht unserem natürlichen Sehen. Man kann Skate-

boards, Rollstühle und Rollwagen dafür verwenden, sollte aber so vorsichtig vorgehen, dass weder Kamera noch Kameramann/frau zu Schaden kommen.

Zwischenbilder/Zwischenschnitte:

Beim Schnitt braucht man oft Füllmaterial, um die Dokumentation interessant und spannend zu gestalten.

Bei einem Interview können das z.B. Aufnahmen sein, die den Inhalt des Interviews visualisieren, oder Nahaufnahmen des zuhörenden Interviewers (wenn dieser gezeigt wird). Man sollte daher schon beim Filmen stets darauf achten, dass viele Details, atmosphärische Bilder etc. aufgenommen werden. Auch Aufnahmen des Ortes der Handlung in der Totale sind oft hilfreich, um den Zuschauer ins Geschehen einzuführen.

Interviews:

Es ist sinnvoll, die Interviewsituation wenn möglich zuvor „trocken“ mit allen Beteiligten zu üben, damit man beim eigentlichen Dreh sicherer vor und hinter der Kamera agieren kann. Man muss entscheiden, ob der Interviewer mit im Bild sein oder aus dem Off agieren soll.

Der Interviewer sollte stets offene Fragen stellen, die zu interessanten Antworten einladen. Wenn man mit Off Interviewer arbeitet und beabsichtigt, die Fragen nachher herauszuschneiden, sollte der Interviewte angewiesen werden, seine Antworten so zu formulieren, dass sie auch ohne die Frage verständlich sind.

Dem Interviewten sollte eine Blickrichtung vorgeschlagen werden (i.d.R. auf den Interviewer, der dicht neben der Kamera sitzt; und nicht IN die Kamera).

Bei Aufnahmen auf Band:

Wenn ein Videoband voll ist bzw. die Aufnahmen abgeschlossen sind, sollte der Schreibschutz aktiviert werden, damit nicht versehentlich jemand die Aufnahmen überspielt. Außerdem sollte jedes Band eindeutig beschriftet werden, sonst kommt man beim Schnitt in Teufels Küche. Nach den Aufnahmen sollten alle Bänder gemeinsam an einem sicheren Ort gelagert werden.

Bei Aufnahmen auf Speicherkarte:

Möglichst schnell nach der Aufnahme sollten die Dateien auf den Schnittplatz (oder eine Projekt-Festplatte) übertragen und eindeutig benannt werden.

auf Band auszuspielen, damit ein Mastertape fürs Archiv und eine Aufführungskopie vorhanden sind. Man sollte jedoch beachten, dass Bandmaterial, besonders Mini-DV-Kassetten, seine Tücken hat – es kommt gelegentlich zu Drop-Outs (kurzen „Aussetzern“ auf einem Band, die Bild- oder Tonausfälle bewirken).

Filme können darüber hinaus in verschiedenen Formaten als Datei exportiert werden; einige eignen sich speziell fürs Internet, andere zur Weiterverarbeitung auf DVD oder zur Archivierung und Präsentation auf dem eigenen PC.

In jedem Fall sollte zunächst eine „Masterdatei“ exportiert werden, die die volle Auflösung des Rohmaterials hat, in der Regel empfiehlt sich auch eine ähnliche Komprimierung. Diese Masterdatei – meist wird sie recht groß sein – kann dann als Basis für Konvertierung in andere Formate (z.B. stark komprimierte Formate fürs Internet; oder MPEG II für DVD-Produktion) genutzt werden. Sie kann auch als Rohmaterial für künftige Produktionen dienen (z.B. für kurze Zusammenschnitte der besten Produktionen eines Jahrs). Die Masterdatei sollte in mindestens zwei Kopien an zwei verschiedenen Orten aufbewahrt werden, um Zerstörung und versehentlicher Löschung vorzubeugen.

Beim Export (bzw. der Konvertierung) fürs Videoplattformen wie **YouTube**, **Vimeo** und **rootsnroutes.tv** sollten deren Upload-/Anleitungsseiten besucht werden – dort findet man Informationen, welche Formate am besten zum Hochladen geeignet sind.

Präsentation

Eine Dokumentation kann, wenn sie rechtzeitig fertig ist, zu Projektende aufgeführt werden; oft wird die Postproduktionsphase aber länger dauern, so dass es z.B. erst beim Projekt-Nachtreffen zur Premiere kommt. Wenn das Budget es zulässt, können für alle Teilnehmende DVDs, BluRay Discs oder Memorysticks mit allen Videos aus dem Projekt kopiert werden. Es gibt mittlerweile recht preisgünstige Tintenstrahldrucker, mit denen spezielle Rohlinge bedruckt werden können. So können auch mit kleinem Budget professionell aussehende DVDs und BluRay Discs erstellt werden.

Natürlich gilt auch hier, dass man zur Präsentation und Verbreitung der Projektdokumentation wunderbar die vielfältigen Möglichkeiten des Web 2.0 nutzen kann, z.B. das Ergebnis auf passende Videoplattformen hochladen und den Link zum Film über Social Networks wie **Facebook** und **SchülerVZ** „sharen“ kann. Dadurch wird eine schnelle und weite

Verbreitung erzielt, und die Teilnehmenden haben die Möglichkeit, jederzeit und überall (sofern ein Internet-PC oder -Smartphone zur Hand ist) Anderen die Ergebnisse ihrer Arbeit und Erfahrungen zeigen zu können.

Jedoch sollte man dies zuvor mit allen Beteiligten absprechen und sich eine schriftliche Bestätigung geben lassen, dass alle mit der Veröffentlichung der Aufnahmen einverstanden sind. Bei minderjährigen Teilnehmern muss man sich darüber eine Bestätigung der Erziehungs-berechtigten einholen.

Nach wie vor ist aber eine Präsentation vor Publikum auf Leinwand in Kinoatmosphäre – oder noch besser: In einem kooperierenden echten Kino – die für Teilnehmende und Zuschauer beeindruckendste Form der Filmpräsentation; wo immer möglich, sollte es eine Premiere des gedrehten Films in einem solchen Setting geben.

Weitere Informationen

BÜCHELE, FRIDHELM: Digitales Filmen. Einfach gute Video filme drehen und nachbearbeiten. Bonn (Galileo Press) 2005.

ROGGE, AXEL: Die Videoschnitt-Schule. Tipps und Tricks für spannendere und überzeugendere Filme. Bonn (Galileo Press) 2006.

Slashcam Übungs-DVD: Digitales Filmen lernen per DVD: Kameraführung, Technik, Bildausschnitt, Licht, Ton. Bonn (Galileo Press) 2004.

www.slashcam.de und www.wikipedia.de

ROOTS & ROUTES TV ist ein Projekt des jfc Medienzentrums in Kooperation mit dem Kanal 21 Bielefeld, dem Kulturbunker Duisburg-Bruckhausen, dem Bennohaus Münster, der Jugendförderung Solingen und (bis 2008) dem Medienprojekt Wuppertal.

ROOTS & ROUTES TV wurde gefördert vom Programm „Vielfalt tut gut“ des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, dem Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen, der Stadt Köln, dem Fonds Soziokultur sowie dem EU-Programm CULTURE 2000.

Herausgeber



jfc Medienzentrum

Hansaring 84-86 / 50670 Köln

Fon: +49 221 1305615-0

Fax: +49 221 1305615-99

www.jfc.info / info@jfc.info

Redaktion

Sascha Düx, Lisette Reuter

Gestaltung, Layout, Icons, Logo

Dirk Unger [www.dirkunger.de]

Lektorat

Alex Spiegel, Sascha Düx

Bildnachweis

Aileen Wessely [S. 4, 12, 54, 56], YouTube [S. 10],
Kerstin Venne [S. 16, 18, 19, 56], Nando Nkrumah [S. 29],
Saira Awan [S. 34, 44], Uceestation.nl [S. 42],
netzckeckers.tv [S. 46, 47], rootsnroutes.tv [S. 29 – 37],
jfc Medienzentrum [S. 8, 20, 22, 24, 36, 38, 40, 48, 52]



Ministerium für Familie, Kinder,
Jugend, Kultur und Sport
des Landes Nordrhein-Westfalen



Für Unterstützung danken wir dem Musicstore Köln, der Kölner Außenwerbung, der Akademie Deutsche POP, ARRI Group, Lightpower GmbH, Maier Bros, Sony, dem Hostel Weltempfänger Köln, der Bundesinitiative „Jugend online“ und allen Autoren dieses Hefts.

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung von Redaktion und Herausgeber wieder.

Erschienen 2011 in Köln (Eigenverlag).

© 2011 jfc Medienzentrum und alle beteiligten Autoren

WWW.ROOTSNROUTES.TV

