

Peter Holzwarth

Kreative Medienarbeit mit Fotografie, Video und Audio

Große und kleine Projektideen
für die medienpädagogische Praxis



Kreative Medienarbeit mit Fotografie, Video und Audio

Große und kleine Projektideen für die medienpädagogische Praxis

Peter Holzwarth

Kreative Medienarbeit mit Fotografie, Video und Audio

Große und kleine Projektideen für die medienpädagogische Praxis

Peter Holzwarth

Peter Holzwarth arbeitet als Dozent für Medienbildung an der Pädagogischen Hochschule Zürich und ist Lehrbeauftragter an der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg.
peter.holzwarth@phzh.ch

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-86736-267-2

Druck: docupoint, Magdeburg

© kopaed 2011
Pfälzer-Wald-Str. 64, 81539 München
Fon: 089. 688 900 98 Fax: 089. 689 19 12
E-Mail: info@kopaed.de Internet: www.kopaed.de

Inhalt

Vorwort	6
----------------	----------

Medienarbeit mit Fotografie, Video und Audio – Potenziale und pädagogische Prinzipien	7
--	----------

Potenziale von Fotografie, Video und Audio	7
--	---

Pädagogische Prinzipien	8
-------------------------	---

Projektideen	13
---------------------	-----------

Aktive Medienarbeit mit Fotografie	13
------------------------------------	----

Selbstaussdruck und Selbstreflexion	22
-------------------------------------	----

Rezeptiv-produktive Medienarbeit mit Fotografie	40
---	----

Aktive Medienarbeit mit Video	47
-------------------------------	----

Rezeptiv-produktive Medienarbeit mit Film	59
---	----

Aktive Medienarbeit mit Audio	64
-------------------------------	----

Verwendete Literatur und weiterführende Literaturhinweise	70
--	-----------

Anhang	78
---------------	-----------

(Technische Fragen, Links, Checklisten, Filmsprache, Bildnachweis)

Vorwort

Die hier vorgestellten Projektideen eignen sich sowohl für schulische als auch außerschulische Medienarbeit. Sie werden unterschiedlich detailliert beschrieben und lassen sich an die jeweiligen pädagogischen Kontexte anpassen. Gegliedert sind die Ideen einerseits nach dem Medium (Fotografie, Video/Film, Audio), andererseits nach dem Zugang (aktive oder rezeptiv-produktive Medienarbeit). Elemente aktiver Medienarbeit (z.B. Filme produzieren) und rezeptiv-produktiver Medienarbeit (z.B. über Filme diskutieren, Film aneignen und verstehen) fließen in der Praxis jedoch oft ineinander und in vielen Fällen ist es gerade sinnvoll, rezeptive und produktive Zugänge zu verbinden.

Die Projektideen stammen hauptsächlich aus Praxisforschungsprojekten (z.B. „VideoCulture“ (Niesyto 2003) und „CHICAM – Children in Communication about Migration“ (Niesyto/Holzwarth/Maurer 2007), aus Lehrveranstaltungen (z.B. „Film erleben“/„Kreative Audioarbeit und Podcasting“ (Peter Holzwarth, Pädagogische Hochschule Zürich), „Interkulturelle Pädagogik, Migration und Heterogenität“ (Peter Holzwarth, Pädagogische Hochschule Ludwigsburg), „Konzepte interkultureller Medienarbeit“ (Peter Holzwarth, Universität Tübingen) und Migration, Medien und Selbstausdruck (Peter Holzwarth, Universität Klagenfurt) sowie aus Publikationen (s. Literaturangaben).

Ich danke allen Projektteilnehmenden, Projektpartnern, Studierenden, Kolleginnen/Kollegen und Freunden für ihre Impulse, Rückmeldungen und Hinweise, insbesondere Kristina Weddermann, Lucas Zack, Björn Maurer, Horst Niesyto, Thomas Zientek, Nadine Schenk, Marcelo Sánchez, Volker Löffler, Martina Otto, Christian Heid, Saskia Waibel, Chris Wirth, Vera Kimmel, Jürg Fraefel, Heinz Moser, Thomas Hermann und Eva Donau.

Medienarbeit mit Fotografie, Video und Audio – Potenziale und pädagogische Prinzipien

Im Rahmen aktiver Medienarbeit können sich junge Medienproduzentinnen und -produzenten verschiedene Kompetenzen aneignen. Medienkompetenz bezogen auf Produktion, Funktionsweise, Wirkung, Ästhetik, und Distribution von Medien, Sachkompetenz in Bezug auf das medial bearbeitete Thema, soziale Kompetenz bei der Teamarbeit an einem Produkt und Sprachkompetenz im kommunikativen Umgang in der Gruppe und mit dritten Personen. Auch Persönlichkeitsbildung und die Stärkung des Selbstwertgefühls können eine Rolle spielen.

Potenziale von Fotografie, Video und Audio

- Bilder sagen oft mehr als 1000 Worte.
- Durch Bilder, Töne und Musik wird die emotionale Ebene angesprochen.
- Der produktive Umgang mit Medien kann niederschwellig gestaltet und motivierend sein. Er macht Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen in der Regel Spaß.
- Wirklichkeit über die Produktion von Bildern oder Tönen anzueignen ist eine aktive und kreative Form der Auseinandersetzung.
- Fotografie und Video bieten die Möglichkeit, sich selbst und die eigene Lebenswelt von außen aus der Perspektive des Fremden zu sehen.
- Medien erlauben spielerische und selbstreflexive Formen des identitätsbezogenen Probandelns (Wie wirke ich in dieser Pose? Wie wirke ich in diesem Outfit? Wie klingt meine Stimme?). Selbstdarstellung, Selbstinszenierung und Selbstfindung sind wichtige Bedürfnisse im Jugendalter (vgl. Netzwerk Migration in Europa 2003, S. 9).
- Reflexive Prozesse wie Nachdenken, Erzählen, Diskutieren und Schreiben lassen sich insbesondere bei sprachlichen Begrenzungen leichter anstoßen, wenn von konkreten Aspekten wie Fotos und Videos ausgegangen wird.
- Wenn Sprachbarrieren vorhanden sind, kann man sich über Bilder und Töne leichter mitteilen als über Sprache (vgl. Borgnini/Crivelli 2003). Oft sind visuelle Symbole universell verständlich.
- Die Mehrdeutigkeit von Bildern ermöglicht auch spielerische Formen der Deutung und Bedeutungsproduktion.
- Differenzen zwischen Deutungen und Ideen der Produzierenden einerseits (Selbstbild) und Interpretationen und Assoziationen der Betrachtenden andererseits (Fremdbild) können bereichernd sein.
- Durch Medienarbeit manifestieren sich Lernprozesse in Form von Produkten, die Kinder und Jugendliche mit nach Hause nehmen und anderen zeigen können.
- Über die Präsentation von fertigen Medienprodukten können die Macher Anerkennung und positives Feedback erfahren (Selbstwirksamkeit). Daher ist es auch sehr wichtig,

Öffentlichkeit für Medienprodukte in Form von Ausstellungen, Ausstellungskatalogen, Filmpräsentationen, Internetseiten (eventuell auch auf Videoplattformen wie YouTube) oder Podcast-Angeboten herzustellen. Dabei sind rechtliche und ethische Aspekte zu bedenken (Recht am eigenen Bild, Urheberrechte, Schutz der Privatsphäre), die sich in diesen Kontexten sehr praxisnah thematisieren lassen.

- Medien lassen sich ohne großen finanziellen, zeitlichen und logistischen Aufwand im Rahmen einer Ausstellung oder eines Filmabends präsentieren.
- Bilder lassen sich leicht über E-mail-Attachments oder das Internet austauschen. Dies ist wichtig bei Projekten, die Kommunikation zwischen Kindern und Jugendlichen an verschiedenen Orten beinhalten. So kann beispielsweise vor oder nach einer Jugendbegegnung virtuell kommuniziert werden.
- Medienarbeit mit Kindern und Jugendlichen kann im Rahmen kleiner, übersichtlicher Projekte realisiert werden, niedrigschwellig sowohl für die Organisatoren, als auch für die Produzierenden (vgl. Maurer 2004).
- Medienarbeit ermöglicht auch vielversprechende Lernprozesse für kulturell-heterogene Zielgruppen. Sie bietet ein großes Potenzial an spielerischen Formen für Spracherwerb und Sprachentwicklung.

Pädagogische Prinzipien

Subjektorientierung kann bedeuten, Impulse und Ideen der Beteiligten aufzugreifen. An lebensweltlichen Bezügen der Kinder und Jugendlichen ansetzen (Lebensweltorientierung) kann heißen, zur Veranschaulichung medienästhetischer Gestaltungsmöglichkeiten Videoclips von Musikstücken zu zeigen, die die Kinder und Jugendlichen kennen und mögen.

Körperlichkeit und körperbezogene Bedürfnisse berücksichtigen bedeutet bei medienpädagogischen Angeboten, auch das Bedürfnis nach Köperausdruck und körperbezogenem Aktionismus aufzugreifen (z.B. zu selbst mitgebrachter Musik tanzen bzw. vor der Kamera raufen und kämpfen, Fußball spielen oder auch mit der Kamera auf die Straße gehen und Passanten befragen).

Anschaulichkeit/Visualisierung kann bedeuten, insbesondere bei heterogenen Gruppen sprachzentrierte Phasen relativ kurz zu halten, langsam, einfach und deutlich zu sprechen und den Umgang mit Medien nicht nur verbal zu erklären, sondern auch anschauliche Lernmaterialien anzubieten, die für sich sprechen, z.B. Veranschaulichung der Bildausschnittwahl anhand eines großen Papprahmens.



Veranschaulichung der Bildausschnittwahl



Jugendliche filmen vom Dach eines Bankgebäudes

Auch die Kameraperspektiven können anschaulich vermittelt werden, indem die Teilnehmenden mit der Wirkung von Frosch- und Vogelperspektive experimentieren und dabei eine Kamera benutzen, die an einen Beamer angeschlossen ist.

Inspiration und Motivation durch Beispiele kann bedeuten, Eigenproduktionen oder professionelle Beispiele aus Kino und Fernsehen zu zeigen. Gerade für Anfänger ist die Orientierung an bestehenden Beispielen wichtig. Oft entstehen interessante Kombinationen aus Eigenem und Fremdem. Orientierung an vorhandenen Formaten sollte nicht per se als „unkreativ“ abgewertet werden.

Strukturierung bzw. Bedürfnissen nach Strukturierung entgegenkommen kann beispielsweise bedeuten, Aufgabenstellungen für konkrete Kameraübungen auf einem Arbeitsblatt genau zu erklären und zu visualisieren.

Minimierung von Frustrationserfahrungen kann bedeuten, gerade in der ersten Phase stärker auf Medienproduktionen zu setzen, die relativ schnell Erfolgserlebnisse und positive Feedbacks möglich machen und geeignete Sozialformen zu finden (z. B. verhindern, dass zu viele Kinder/Jugendliche am Computer sitzen, Leerlauf vermeiden).

Maximierung von Erfolgserlebnissen/Stärkung des Selbstwertgefühls und der Selbstwirksamkeit kann bedeuten,

...den Kindern/Jugendlichen die Möglichkeit zu geben, an ungewöhnlichen und interessanten Orten zu filmen, an denen sie sonst nicht aufhalten und die sie nur wegen der Kamera und des Medienprojekts betreten dürfen;

...motivierende Clips aus dem Material der Kinder zu schneiden, um die Möglichkeiten des Schnitts und die Wirkungskraft der Aufnahmen zu veranschaulichen (vgl. Holzwarth/Maurer 2003);