

Rundenkonzept

des



01.03.2010 – 01.09.2011

Vorwort

Medien durchdringen unser Gesellschaft auf vielen Ebenen und übernehmen immer wichtigere Funktionen. Ihre enormen gestalterischen Möglichkeiten faszinieren insbesondere junge Menschen.

Doch gestaltet sich der Umgang mit diesem Medien bisweilen als bewusstloser Konsum. Da Medien auch bedrohliche Fähigkeiten zur Manipulation und Propaganda besitzen sind kritische Konsumenten gefordert.

Eine Möglichkeit den Jugendlichen Wissen und eine kritische Distanz zu Medien zu vermitteln ist Sie mit den Mechanismen der Medienproduktion vertraut zu machen.

Das Feld der Produktion von Medien mit Jugendlichen ist außergewöhnlich breit gefächert und komplex, so dass der hier vorgestellte praktische Zugang nur einen unvollständigen Blick darauf bieten kann.

Der Text ist konzipiert als grober Leitfaden für Gruppen und Teamleiter die das Arbeiten an Medienprodukten erproben wollen und nach einem geeigneten Zugang suchen. Dazu präsentieren wir den von uns im Rahmen des youthMediaLabs erprobten methodisches Konzept. Um dem Leser, ohne Erfahrungen in der Produktion von Medien, den Zugang zu erleichtern haben wir den Verlauf einer Runde in verschiedene Phasen eingeteilt. Damit das Konzept nicht unnötig aufgebläht wird, haben wir uns in den Phasen auf die Durchführung einer digitalen Filmproduktion beschränkt. Andere Medienprodukte wie Dokumentationen, Hörspiele, Features können auf ähnliche Art und Weise angegangen werden.

Neben dem Rahmen und Inhalten der Medienproduktion, versucht dieses Konzept zu jedem Arbeitsschritt sinnvolle kooperative Arbeitsmethoden anzubieten. Dabei werden die Methoden die in unserer Arbeit sich als sinnvoll erwiesen haben nur benannt ohne sie detailliert zu präsentieren. Mit den beigefügten Links können aber weitere Informationen dazu gefunden werden.

Schlussendlich haben wir zu jeder Phase unsere Eindrücke zu den kritischen Momenten im sozialen Gefüge der Produzierenden zusammengetragen.

Generell sind die vorliegenden Informationen immer als Anregung zur vertiefenden Recherche zu verstehen. Zu diesem Zweck haben wir

verschiedene Links (insbesondere zur Online Enzyklopädie Wikipedia) in den Text eingefügt.

Trotz aller Komplexität und des teilweise enormen Aufwandes. Bietet die Produktion von Medien eine großartige Möglichkeit sich als kreativer und aktiver Teil einer Gruppe zu erleben und wichtige soziale, kreative und technische Fähigkeiten zu erlernen.

Damit dieser Prozess erfolgreich verläuft, ist es wichtig darauf zu achten das Gesamtziel und den Gesamttablauf nicht aus dem Auge zu verlieren. Aufmerksam Gruppendynamiken zu beobachten und ggf. frühzeitig sichtbar zu machen und anzusprechen. Vor allem aber sollte man sich nicht von der Komplexität einschüchtern lassen, sondern die Produktion als permanentes „learning by doing“ zu verstehen.

youthMediaLab

Das YouthMediaLab ist ein Labor von Jugendlichen für Jugendliche zum selbstbestimmten Arbeiten und Experimentieren mit Medien. Das Labor wurde von einer Gruppe Filmbegeisterter entwickelt, um anderen Jugendlichen die kreative Arbeiten mit Medien zu ermöglichen. Das Medienlabor wurde im Frühjahr 2010 gegründet und hat bis heute mit über 30 Jugendlichen 6 Projekte realisiert.

Das youthMediaLab wurde und wird unterstützt durch das Programm „Jugend in Aktion“ der Europäischen Union und dem Kunststoff e.V.

Für Kommentare und Anregungen sind wir sehr Dankbar und unter info@medialab.kunststoff-ev.org zu erreichen.

Rundenkonzept

Bevor wir uns in die Details des Rundenkonzeptes und der einzelnen Phasen stürzen, wollen wir noch ein paar unserer Erfahrungen zum allgemein Ablauf und generellen Vorbereitungen einbringen.

Ablauf der Runde

In den von uns durchgeführten Runden kristallisierten sich fünf Phasen innerhalb einer solchen Runde. Diese Umfassen die Gruppenbildung, Themenfindung und Themenentwicklung, erstellen des Medienkonzeptes, Umsetzung und Präsentation.

Da wir davon ausgehen das die Teilnehmer (und Gruppenleiter) noch weitere Aufgaben neben der Teilnahme an der Runde zu erledigen haben, sind die Runden langfristig angelegt. Um aber eine Verschleppung und Überdehnung zu vermeiden hat sich ein Gesamtzeitraum von 4 Monaten plus Puffer (ca. 2 Wochen) als günstig erwiesen.

Eine Ausnahme zur parallelen Tätigkeit stellt die Aufnahmen in Phase vier(Umsetzung) dar. Dort hat sich eine konzentrierte Arbeitsphase als günstig erwiesen. Insofern sollte ein Aufnahmeblock zur ausschließlichen Arbeit möglichst früh eingeplant werden.

Hier also ein typische Zeitverteilung und mögliche Arbeitsmodi in einer Runde mit 4 Monate+Puffer(2 Wochen)

Dauer:

Nr.	Phase	Arbeitsmodus	Zeitraum
1	Gruppenbildung	Initial treffen, erstes loses Treffen	2 Wo.
2	Themenfindung und Themenentwicklung	Regelmäßige Treffen, externe Recherche	4 Wo.
3	Medienkonzept erstellen, präzisieren	Regelmäßige Treffen, evtl. ein Intensivwochenende	3 Wo.
4	Umsetzung a: Vorbereitung b: Aufnahme c: Schnitt und Postproduktion	a: Regelmäßige Treffen, externe Recherche b: kompakte Blockarbeit c: Regelmäßige Treffen, häufig	2 Wo. 1 Wo. 2 Wo.
5	Präsentation	Regelmäßige Treffen, externe Recherche Abschlussfest	2 Wo.
	Puffer		2 Wo.

Vorbereitungen der Runde

Vor Beginn einer Runde ist es sinnvoll sich innerhalb der anleitenden Gruppe über die eigenen Vorstellungen auszutauschen und das Rundenkonzept zu besprechen. Insbesondere die geplanten Arbeitsmodi und der grobe Zeitplan sollte auf die geplante Runde angepasst werden.

Als sinnvoll erwies es sich auch schon im Vorfeld sich über die bestehenden Möglichkeiten in technischer und logistischer Sicht im klaren zu werden. Nützlich sind eine feste Räumlichkeit für die Treffen und Zugriff auf einen Pool mit wesentlichen technischen Equipment. Letzteres ist natürlich vom Medium abhängig und umfasst im Fall der Filmproduktion eine Kamera, ein kompatibler Soundrecorder mit Mikrophon und ein Schnittsystem.

Damit sind wir auch bei der Frage nach der Technik und zugehörigem Know How. Da das technische Wissen nicht immer vorhanden ist empfiehlt es sich gezielt nach Partnern Ausschau zu halten. Gute Erfahrungen haben wir in diesem Zusammenhang mit dem Bürgersender ALEX(www.alexberlin.de) gemacht. Dort wurden neben Technikseminaren auch Technik projektbezogen verliehen.

Sind diese Vorbereitungen abgeschlossen kann das Projekt sinnvoll beworben werden.

Noch ein paar Worte zum Urheberrecht

Bevor nun das Projekt durchstartet, wollen wir noch auf eine leidiges Thema hinweisen. Urheberrechtsverletzungen(z.B. Durch die Verwendung von geschützter Musik) sind für die Weiterverbreitung der Medienprodukte sehr hinderlich bzw. mit hohen Risiken verbunden.

Unsere Erfahrungen gehen dahin das Rechtssicherheit bzgl. der Verwendung von nicht freier Musik nur in Zusammenarbeit mit einem kompetenten Anwalt möglich ist. Deshalb empfehlen wir nur freie Musik zu verwenden, bzw. auch die Musik selbst zu erstellen. Unter freie Musik fällt insbesondere Musik die unter Creative Commons(Details dazu: <http://creativecommons.org/>) veröffentlicht wurde. Aber auch da gibt es verschiedene Lizenzen, die bisweilen kommerzielle Weiternutzung ausschließen, so dass dies in der Verbreitung der Medienprodukte berücksichtigt werden muss.

1. Gruppenbildung

Inhalt dieser Phase ist die Bildung einer arbeitsfähigen Gruppe von Teilnehmern. Dazu gehören der Austausch über Motivationen und Zielvorstellungen der Teilnehmer, sowie die Festlegung eines groben thematischen Gebiets für die Runde.

In dieser Phase sollte sich über die Dimension des geplanten Projektes verständigt werden. Insbesondere der von den Teilnehmern gewünschte und tragbare Aufwand sollte abgestimmt werden.

In unseren Erfahrungen zeigte sich das nicht alle Teilnehmer bereit sind sich auch längerfristig mit dem u.U. hohen Arbeitsaufwand anzufreunden, so dass es durchaus zu anfänglichen Fluktuationen innerhalb der Teilnehmergruppe kam. Solange es aber einen festen Kern von Aktiven gibt konnten diese Fluktuationen aufgefangen werden. Als günstige Gruppengröße erwies sich fünf feste Teilnehmer und ein Umfeld das punktuell mitwirkt.

Weiter sind die sozialen Dynamiken innerhalb der Gruppe nicht zu vernachlässigen. Insbesondere in dieser frühen Kennlernphase halten wir es für wichtig, Mindeststandards für die Kommunikation und Arbeit festzulegen.

Methoden:

1. 4 Phasen der Teambildung bedenken (<http://de.wikipedia.org/wiki/Teambildung>)
2. gewaltfreie Kommunikation thematisieren (http://de.wikipedia.org/wiki/Gewaltfreie_Kommunikation)
3. Methodisches Grundkonzept für künftige Treffen gemeinsam erstellen
4. Feedbackrunden abschließend bei Treffen durchführen ([http://de.wikipedia.org/wiki/Feedback_\(Gruppendynamik\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Feedback_(Gruppendynamik)))
5. Während der Treffen auf Pausen achten

Die hier genannten Methoden machen natürlich auch Sinn für die weiteren Treffen.

Risiken:

1. Dominanz einzelner Personen innerhalb der Teilnehmergruppe
2. keine Einigung über thematische Ausrichtung des Projektes
3. keine arbeitsfähige Gruppe entsteht

2. Themenfindung/Themenentwicklung

Haben sich die Teilnehmer zu einer halbwegs arbeitsfähigen Gruppe zusammengefunden und auf ein grobes Thematisches Gebiet geeinigt, kann mit der Arbeit zum Thema begonnen werden.

Um nun aus dem Gebiet eine grundlegende Idee zur medialen Verarbeitung zu destillieren, haben wir einen mehrstufigen Prozess durchgeführt. Dieser beinhaltet folgende Schritte:

1. Sammeln der interessanten Aspekte des Themas und dessen angrenzende Themen, dazu Recherche und Assoziative Verknüpfungen,....
2. Gemeinsam das gesammelte Material zusammentragen, sichten, sortieren und Querverbindungen herstellen.
3. Auswahl von einzelnen Aspekten des Themas für die weitere Bearbeitung, dabei ist es sinnvoll nach spannenden Beziehungen/ Widersprüche zwischen den Aspekten zu suchen

Wie im letzten Punkt angedeutet, ist das Ziel des Prozesses ein Thema so zu durchdringen, dass überraschende/spannende Beziehungen innerhalb des Themas sichtbar werden. Aus diesen Beziehungen wird bzw. kann dann die grundlegende Idee entwickelt werden.

Der skizzierte Prozess ist tatsächlich ein sehr difizieller Prozess, der nach unserer Erfahrung am besten funktioniert für Themen, die eine persönliche Bedeutung für die Teilnehmer haben.

Methoden:

1. dezentrales Arbeiten und Zusammentragen von Informationen
2. Gesammeltes in Mindmaps organisieren (<http://de.wikipedia.org/wiki/Mindmap>),
3. Zusammenfassen (clustern) von Informationen ([http://de.wikipedia.org/wiki/Cluster_\(Kreatives_Schreiben\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Cluster_(Kreatives_Schreiben)))
4. Gesammeltes transparent und strukturiert sammeln z.B. in etherpads: <http://ietherpad.com/> Informationen dazu: <http://de.wikipedia.org/wiki/Etherpad>

Risiken:

1. Dominanz einzelner Personen innerhalb der Teilnehmergruppe
2. Ermüdung/Abflauendes Interesse am Thema
3. wichtige Aspekte des Themas gehen verloren

3. Medienkonzept erstellen

Ist das Thema konkretisiert und inhaltlich durchdrungen, können sich die Teilnehmer daran machen eine sinnvolle mediale Behandlung zu erarbeiten. Dabei geht es vorrangig um eine inhaltliche Eingrenzung unter erzähltechnischen Gesichtspunkten. Eine mögliche Form von Filmdramaturgie ist hier beschrieben:

(<http://de.wikipedia.org/wiki/Filmdramaturgie>)

In den von uns betreuten Runden waren folgende Fragen entscheidender:

1. Wer ist die Zielgruppe unseres Medienproduktes?
2. Was ist die Kernaussage, Hauptpunkt?
3. Welches Medium ist dafür geeignet? Die unterschiedlichen Medien wie Film, Hörspiel unterscheiden sich stark, so dass sie jeweils unterschiedliche Stilistische Mittel erfordern.
4. Wie kann die Kernaussage Zielgruppengerecht formuliert werden?

Sind diese Fragen vorläufig beantwortet, kann mit dem Drehbuchschreiben begonnen werden. (<http://de.wikipedia.org/wiki/Drehbuch>) Hier wird nun das Thema in eine passende Handlung/Ablauf/Dramaturgie eingefasst. Um das zu erreichen sind wir jeweils schrittweise vorgegangen. Schritt für Schritt wurde der Handlungsverlauf präzisiert bis schlussendlich die Dialoge geschrieben wurden.

Abschließend zur Textarbeit kann über eine zeitliche Neumontage der Handlung nachgedacht werden.

Das soweit entwickelte Drehbuch sollte noch einmal entlang der vier Ausgangsfragen beurteilt werden.

Methoden:

1. Regelmäßige Treffen und kontinuierliche Arbeit
2. Regelmäßig bisher geschriebenes gemeinsam bewerten
3. kooperatives Schreiben durch transparente gemeinsame Arbeitsstände (siehe etherpad)

Risiken:

1. Unklares Konzept, keine stringente Handlung
2. Konzept wird nicht von allen getragen → mangelnde Beteiligung an der Umsetzung

4. Umsetzung

Dieser Teil der Produktion ist mit Abstand der komplexeste und spannendste im gesamten Prozess. Er gliedert sich grob gesprochen in drei Teile. Die Vorbereitung, die Aufnahme und der Schnitt. Alle diese Teile stellen jeweils eine Wissenschaft und Kunst für sich dar.

Da wir nicht einmal annähernd alle relevanten Aspekte hier darstellen können, empfehlen wir lieber dem eigenen Verstand zu folgen, als sich auf professionelle Standards zu verlassen. Viele Probleme werden erst im Machen sichtbar und müssen durch Improvisation gelöst werden. Nichtsdestotrotz ist eine möglichst gründliche Vorbereitung und Planung sehr nützlich.

A. Vorbereitung:

Die Vorbereitung zerfällt wiederum in drei Unterbereiche die möglichst gleichmäßig bearbeitet werden sollten.

Storyboard:

Das Storyboard(<http://de.wikipedia.org/wiki/Storyboard>) ist das visuelle Konzept des Films, es umfasst Ideen und Planungen bezüglich der benötigten Bilder/Aufnahmen zusammen. Dabei wird die Handlung in eine Sequenz von Szenen ([http://de.wikipedia.org/wiki/Szene_\(Film\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Szene_(Film))) und Einstellungen ([http://de.wikipedia.org/wiki/Einstellung_\(Film\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Einstellung_(Film))) zerlegt.

Für Ideen bzgl. der stilistischen Mittel können die verschiedenen Genres (<http://de.wikipedia.org/wiki/Kategorie:Filmgenre>) oder andere Filme als Anregung dienen.

Erst ein fertiges Storyboard ermöglichte es allen Teilnehmern klar zu sehen was an Aufnahmen gebraucht wird. Das Storyboard ist also ein wichtiges Arbeitsinstrument.

Technik:

Nun ist es spätestens an der Zeit die technischen Möglichkeiten der Gruppe zu erkennen. Das es nicht immer Profiequipment sein muss und auch vieles durch geschicktes Improvisieren möglich ist beweisen folgende Webseiten:

<http://www.selfreliantfilm.com/resources/diy-film-projects/>
<http://filmmakeriq.com/2008/07/202-diy-filmmaking-tutorials/>

Ist klar welche technischen Mittel zur Verfügung stehen sollte das Storyboard noch einmal auf seine Realisierbarkeit hin überarbeitet werden. Für aufwendigere technische Anwendungen oder Effekte sollten Vorabtest durchgeführt werden.

Organisatorische Planung:

Bevor nun mit den Aufnahmen begonnen werden kann sollten noch folgende praktische Fragen geklärt werden:

1. Welche Requisiten (<http://de.wikipedia.org/wiki/Requisite>) werden benötigt? Wie kann Continuity ([http://de.wikipedia.org/wiki/Anschluss_\(Film\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Anschluss_(Film))) gewahrt werden? Am besten ein Requisitenliste(was wird in welcher Aufnahme gebraucht) führen.
2. Welche Technik wird wozu gebraucht? Es muss ja nichts Unnötiges mit sich rumgeschleppt werden.
3. Drehorte für die Aufnahmen bestimmen. (<http://de.wikipedia.org/wiki/Filmset>) Welche Voraussetzungen benötigen die geplanten Aufnahmen(Stromversorgung?, spezielle Lichtverhältnisse?, gewollte oder störende Hintergrundgeräusche?)
4. Wer sind die Schauspieler? Sind Proben nötig? Zur tatsächlichen Aufnahme sollten dann möglichst wenige Proben notwendig sein.
5. Wer gehört sonst noch zum Aufnahmeteam? Wer ist wofür verantwortlich? Hier eine sehr umfangreiche Sammlung von Aufgabengebieten anlegen ([http://de.wikipedia.org/wiki/Stab_\(Film\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Stab_(Film))), viele Aufgaben lassen sich zusammenfassen, gehen ineinander über oder können ganz weggelassen werden.
6. Wie kann die Versorgung (Essen, Pausen, Wetterschutz, ...) des Teams während der Aufnahme geregelt werden?

Angesichts dieser Menge an organisatorischen Aspekten empfiehlt es sich einen Produktionsverantwortlichen (<http://de.wikipedia.org/wiki/Aufnahmeleitung>) festzulegen der diese Aufgaben im Auge behält.

Schlussendlich ist es sehr empfehlenswert sich zu überlegen, was in welcher Reihenfolge aufgenommen werden soll(<http://de.wikipedia.org/wiki/Tagesdisposition>). Dieser Plan sollte einen zeitlichen Puffer beinhalten und für alle Beteiligten bekannt gemacht werden. Die Disposition ist quasi das organisatorische Skelett der Produktion.

B. Aufnahme:

Die eigentliche Aufnahme ist schwer zu beschreiben, denn entweder sie funktioniert wie geplant (siehe Storyboard und Disposition) oder eben nicht. Im letzteren Fall ist dann Improvisieren angesagt.

Der Ablauf wird von der Disposition bestimmt und ist für gewöhnlich ein recht anstrengender Block von Arbeit. Doch die Disposition sollte nicht zu restriktiv sein um auch am Drehort noch spontan zusätzliche Aufnahmen zu machen.

Generell sollte jede Einstellung mehrfach gedreht werden(sogenannte Takes), um dann im Schnitt eine gewisse Auswahlmöglichkeit zu haben.

Weiter sollte darauf geachtet werden das Pausen eingehalten werden, so dass alle Beteiligten konzentriert arbeiten können und Fehler vermieden werden. In diesem Zusammenhang sind alle Arbeitsgebiete gleichberechtigt, denn gute Aufnahmen entstehen nur wenn alle Beteiligten gut zusammen arbeiten.

Sieht die Disposition Aufnahmen über mehrere Tage vor ist es sinnvoll die gemachten Aufnahmen zu sichten und Sicherungskopien anzulegen. Sollten sich bei der Sichtung gravierende Fehler bemerkbar machen muss ggf. die Disposition angepasst werden.

C. Schnitt:

Die Montage der gemachten Aufnahmen (<http://de.wikipedia.org/wiki/Filmschnitt>) ist eine subtile Kunst mit enormen Auswirkungen auf das Endprodukt. Mit gezielten Manipulationen im Schnitt kann die Aussage von Aufnahmen komplett verändert werden.

Als vereinfachte Variante empfehlen wir das Storyboard als direkte Vorlage zu verwenden und einen ersten Schnitt nach den dort beschriebenen Einstellungen zu machen. Ausgehend von dieser Version können dann verfeinerte Schnittversionen entwickelt werden. Dabei sollten

folgende Punkte beachtet werden:

1. Daten und Schnittprojekte schützen → mit Sicherheitskopien arbeiten, Projektversionen anlegen um bei Fehlern nicht wieder bei null anzufangen
2. Storyboard als Vorlage für ersten Schnitt verwenden
3. Beurteilung des Schnitts anhand der vier Fragen aus Phase 3.
4. Falls genügend Zeit bleibt: experimentelles Arbeiten mit dem Aufnahmematerial: Was passiert wenn Material „unpassend“ zusammengesetzt wird? Welchen Einfluss auf den Film hat die Verwendung von verschiedenen Effekten? (<http://de.wikipedia.org/wiki/Compositing>)
5. Den Ton nicht vernachlässigen.

Methoden:

1. klare Aufgabenverteilung nach Arbeitsgebieten ist zwingend notwendig, dabei aber auf transparente Koordination der einzelnen Gebiete achten.
Sinnvolle Aufteilung für Aufnahmen ist dabei
 1. Regie
 2. Produktion/Organisation
 3. Kamera
 4. Ton
 5. Schauspieler
2. gesunder Realismus bei Einschätzung der Umsetzbarkeit und der eigenen Fähigkeit zur Improvisation vertrauen
3. organisatorische Methoden anwenden
 1. Zeitpläne
 2. Checklisten
 3. Absprachen/Planungen für alle Teilnehmer sichtbar machen
4. Überforderung bei Aufnahme thematisieren.
5. Gewisse Rollen (Regie bzw. Aufnahmeleiter) sind bei der Aufnahme bisweilen sehr dominant. Das kann z.B. durch eine Vor & Nachbesprechung des Drehtages gemildert werden.

Risiken:

1. ungleichmäßig verteilter Aufwand führt zu Frustration
2. zu viel Aufwand, unrealistische Disposition
3. in Fragestellen des Konzepts weil Aufnahmen unbefriedigend sind. ACHTUNG:
Hollywoodproduktionen sind kein Maßstab
4. Verletzungen der Teilnehmer, Beschädigungen des Equipments

5. Präsentation und Schluss

Nun wo das Medienprodukt fertig ist stellt sich die Frage, Was jetzt? Klar ist, das mediale Produkte wahrgenommen werden müssen um zu wirken. Also ist es notwendig sich über die Sichtbarmachung und Verbreitung des Medienproduktes Gedanken zu machen.

Dazu sollte noch einmal rekapituliert werden wer die Zielgruppe ist und was die Qualitäten des fertigen Produktes sind. Diese Überlegungen liefern Ansatzpunkte Wie und Wo das Ergebnisse am besten präsentiert werden kann.

Sinnvoll ist es auch hier wieder sich Partner zu suchen. Als erste Adresse sollten dabei die Produktionspartner gelten, denn diese wissen schon worum es in der Produktion geht und haben auch bisher ein Interesse gezeigt. Als nächstes können die freien Medien angefragt werden. Dazu zählen unter Anderem Bürgerfernsehen sowie Freie Webradios und Webkanäle.

Nicht zu unterschätzen ist eine Präsentation im Rahmen des Internetes. Dort kann das Produkt auf Streamingseiten wie YouTube.de oder Vimeo.com hochgeladen werden. Ist das Produkt einmal im Web vorhanden kann es dann über Blogs oder Facebook beworben werden.

Weiter kann das Ergebnis auch auf diversen Festivals eingereicht werden. Folgende Webseiten bieten einen guten Überblick über die möglichen Festivals und deren Kriterien

<http://www.jungfilmzene.de/filmezeigen/index.htm>

<http://www.filmfestivals4u.net/>

Um das Projekt in der Gruppe würdig zu Ende zu bringen, haben wir jeweils eine Abschlussfeier veranstaltet. Dort wurde in einem ersten, nichtöffentlichen Teil noch einmal über die Arbeit in der Gruppe gesprochen. Was hat gefallen und was hat nicht geklappt?

Der zweite, öffentliche Teil bot dann die Möglichkeit zusammen mit den Partner und allen anderen Beteiligten das Ergebnis der Arbeit noch einmal zusammen zu betrachten und die eigenen Leistungen sich zu vergegenwärtigen. In der gelösten und festlichen Atmosphäre können dann neue Ideen gesponnen werden und Kontakte ausgetauscht werden.

Methoden:

1. dezentrales Arbeiten und Austausch in Arbeitstreffen
2. Präsentation des Medienprodukts sollte sauber sein, da diese und das Medienprodukte selbst, das sind was übrig bleibt.
3. Sich nicht von ggf. Ablehnungen und harscher Kritik abringen lassen, in der Gruppe über Frustrationen sprechen

Risiken:

1. Frustration durch Absagen
2. Unzufriedenheit mit Ergebnissen

das youthMediaLab ist ein Projekt der mediaIstas
gefördert durch
das Programm der Europäischen Union "Jugend für Europa"
und dem Kunststoff e.V.



JUGEND für Europa
Deutsche Agentur JUGEND IN AKTION

Berlin, 2011

WEB: medialab.kunststoff-ev.org

MAIL: info@medialab.kunststoff-ev.org