

# Drugsuc

## Filmregie statt ecstasy

### Aktive Medienarbeit und Suchtprävention – ein Videowettbewerb

Claudia Mikat

Internationale Funkausstellung 1997: Inmitten von Laserpräsentationen und Vorführungen der neuesten PlayStation-Konsolen, neben interaktiven Gewinnspielen und mit Diamanten besetzten Handy-Etuis beginnt in Halle 23 eine Show. Bässe dröhnen, Discolichter blitzen, eine junge Moderatorin kündigt eine englische Boygroup an. Die Jungs rappen, umzingelt von weiblichen Fans, und verteilen bunte Flyer: „Drugsuck – Filmregie statt ecstasy“. RTL 2 präsentiert ein medienpädagogisches Projekt. Auch wenn die lautstarke Promotion und die Atmosphäre der IFA Pädagoginnen und Pädagogen leicht befremden mögen – hinter der Aktion steht eine interessante Kooperation: Das Institut Jugend Film Fernsehen (JFF), die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) und RTL 2 haben ein gemeinsames Projekt initiiert.

Der bundesweite Videowettbewerb „Drugsuck“ richtet sich an Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 12 und 21 Jahren. Gefordert wird ein Videofilm zum Thema Genuß und Sucht bzw. zu übertriebenem Konsumverhalten wie etwa Tablettenmißbrauch, Eßsucht, Fernsehsucht, Rauchen, Eifersucht, Spielsucht oder Bulimie. Erlaubt ist, was gefällt und nicht länger als fünf Minuten ist: Dokumentarisches, Fiktives oder ein Musikclip, Einzel- und Gruppenarbeiten, aber auch Projekte einer ganzen Schulklasse. Die besten Beiträge werden von einer unabhängigen Jury ausgewählt und im RTL 2-Programm ausgestrahlt. Daneben bietet der Sender den Gewinnern Praktikumsplätze an.

Die Aktion verfolgt eine doppelte Zielsetzung, auf die sich die drei Initiatoren einigen konnten: Suchtprävention und Medienkompetenz.

Die Auseinandersetzung mit dem Thema Sucht ist zentrales Anliegen der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. Über die Produktion eines Clips sollen Jugendliche ihren eigenen Standpunkt zum Thema finden und ihre Gedanken und Erfahrungen ausdrücken lernen.

Jugendliche so anzusprechen, daß es nicht aufgesetzt wirkt, ist der erste Schritt, um sie zum Mitmachen zu motivieren. Meist ist es schwierig, hier den „richtigen Ton“ zu finden, gutgemeinte Slogans können leicht belächelt oder verulkt werden. Bei dem Wettbewerb wurde daher versucht, die Sprache der anvisierten Zielgruppe zu treffen und attraktive Stars der Jugendszene für die Aktion zu gewinnen. Sucht, das ist „fixen, saufen, fressen, kiffen, fernsehen, rauchen, schnüffeln, genießen, eifern... und lieben?“ heißt es auf dem Flyer, auf dem Popstar DJ Bobo, Schirmherr der Aktion, durch einen Kamerasucher lächelt und die Jugendlichen auffordert: „Macht mit und zeigt, was in euch steckt!“

Die zweite Zielvorstellung ist eine medienpädagogische: Über das eigene Produzieren sollen Jugendliche lernen, wie Fernsehen funktioniert, sie sollen die Medien als etwas von Menschen Gemachtes und Gestaltetes erkennen, Manipulationsmechanismen durchschauen und darüber eine kritische Distanz gegenüber den Massenmedien entwickeln.

**k** —

DJ Bobo: „Macht mit und zeigt, was in euch steckt!“



In Fragen der aktiven Medienarbeit und der Förderung von Medienkompetenz verfügt das Institut Jugend Film Fernsehen über umfangreiche Erfahrungen. Seit 1949 widmet sich das JFF der medienpädagogischen Arbeit, vom Umgang mit Hör- und Printmedien über die Produktion von Filmen und Videos bis hin zur Entwicklung von CD-ROMs.

Das JFF ist Initiator des Projekts und hat auf der Grundlage seiner Erfahrungen mit vergleichbaren landesweiten Aktionen gemeinsam mit RTL 2 das jetzige Konzept eines Bundeswettbewerbs entwickelt. Das Institut ist verantwortlich für die Koordination. Wer zu Hause über keine Videoausrüstung verfügt und keine Unterstützung durch die Schule, ein Kultur- oder Medienzentrum erhält, kann die eigens eingerichtete Hotline anwählen und wird an entsprechende Stellen in der Nähe vermittelt.

Hier machen sich die zahlreichen Kontakte zu medienpädagogischen Einrichtungen bezahlt, über die das JFF verfügt. Erst dieses Netzwerk von Medienwerkstätten, Landesbildstellen, Jugendzentren oder Offenen Kanälen ermöglicht die Umsetzung der Aktion vor Ort. Es soll erreicht werden, daß Schulen, Jugendeinrichtungen und Medienzentren in Stadt und Land aktiv werden.

Ein besseres Verständnis von Film- und Fernsehinhalten durch aktive Medienarbeit ist auch erklärtes Ziel von RTL 2 bei dieser Aktion. Andrea Weller, die im Sender für das Projekt verantwortlich ist, sieht hier einen direkten Bezug zu ihren Aufgaben als

Jugendschutzbeauftragte: „Natürlich ist es wichtig, den Jugendschutz im Fernsehen über die Sendezeiten zu regeln, aber allein darauf verlassen dürfen wir uns nicht“, erklärt sie und verweist auf die technische Entwicklung im Medienbereich und die unterschiedlichen Jugendschutzbestimmungen in Europa. In naher Zukunft wird es möglich sein, daß Kinder und Jugendliche Spielfilme aus dem Ausland im Tagesprogramm sehen können, die nach deutschen Regelungen erst nachts ausgestrahlt werden dürfen.

Jugendliche, die über eigene Produktionserfahrungen verfügen – so die Hoffnung –, sind eher in der Lage, mit problematischen Medieninhalten umzugehen. Sie lernen, wie Inszenierungen entstehen und wirken. Sie erkennen beispielsweise den Einfluß von Kameraperspektive, Einstellungsgröße und Schnittfrequenz auf die Haltung der Zuschauer und erfahren, wie sich mit gestalterischen Mitteln emotionale Betroffenheit oder Distanziertheit erzeugen läßt. Dieses Wissen schafft eine kompetente Grundlage für die Reflexion von Filmen und Fernsehsendungen und ermöglicht Jugendlichen, emotional geprägte Eindrücke zu relativieren.

RTL 2 übernimmt die gesamte Promotion des Projekts. Der Trailer, in dem DJ Bobo den Wettbewerb präsentiert, läuft zweimal täglich im Programm, über 40.000 Flyer wurden bisher verteilt. Die Preise, die der Sender anbieten kann, haben für Jugendliche einen besonderen Reiz. Mit der Aus-

strahlung der Clips im Programm besteht die Möglichkeit, das eigene Video einem großen Publikum zu präsentieren. Nicht sendefähige Amateurprodukte können mit professioneller Fernsehetechnik nachproduziert werden, so daß die technische Qualität der eingereichten Beiträge kein Hindernis darstellt. Laufen werden die Clips im Jugendmagazin *BRAVO-TV*, wo sie redaktionell begleitet werden sollen. DJ Bobo wird den Film präsentieren, die Jugendlichen werden zu Wort kommen und Gelegenheit haben, von ihren Erfahrungen bei der Produktion zu berichten. Praktikumsplätze werden in verschiedenen Bereichen angeboten, z.B. bei der On-Air-Promotion, bei der Sendeleitung oder beim Schnitt, aber auch im Bereich Jugendschutz, wo Filme bearbeitet oder Drehbücher gelesen werden müssen.

Bisher hat der Rücklauf alle Erwartungen übertroffen: Bereits 1 1/2 Monate nach Start registrierte die Hotline weit über tausend Anrufe von interessierten Jugendlichen, darunter Schülerzeitungsredaktionen, die über die Aktion berichten möchten, sowie Jugendzentren oder Jugendämter, die um Unterstützung bitten. Auf die Auswahl der Videoclips und deren Präsentation darf man gespannt sein...

*Einsendeschluß für die Beiträge ist der 15. Februar 1998.*

Infos: Telefon-Hotline: 0172 / 92 80 376

Fax: 089 / 689 89 111

Internet: <http://www.rtl2.de>

e-mail: [drugsuck@jff.crg.de](mailto:drugsuck@jff.crg.de)

