

indgik i forsøget, således at der var et meget stort timetal til at undervise i medier og lave tværfaglige projekter. Det enkelte fag var ikke 'låst' i sit eget timetal. Skemaet var ofte brudt op, vi havde praktikmuligheder og den uhørte luksus, at vi kunne være to lærere med forskellige fag i samme timer flere gange om ugen. Hvilken sund ting for eleverne at opleve lærere diskutere og angribe stoffet forskelligt. Ligeledes må det huskes, at vor efteruddannelse var større end vanligt. Alligevel kom vi på tynd is af og til teknisk, men det styrkede selvtilliden hos de elever, der havde hænderne skruet rigtigt sammen. Katederet blev usynligt.

Forsøget lader sig således ikke umiddelbart overføre, men indeholder så sunde elementer, der bør indarbejdes i gymnasiereformen. Medieuddannelse er en del af uddannelsen af ansvarlighed hos borgeren. Den er frisættende, inspirerende og fremfor alt den er berøringsfladen til elevernes liv og midlet for os til at videregive dem arvegods fra vores verden.

Ønsker man mere detaljerede oplysninger om fag- og timeplan og fagbeskrivelser for liniens fire overordnede fag: billedkunst, musik, samfundsfag og dansk, er man velkommen til at kontakte mig.

Ole Weischer er adjunkt på Maribo Gymnasium og mediekonsulent i Storstrøms Amt.

Hvad skal vi bruge videoværkstederne til?

Af Tove Heidemann

Med udgangspunkt i erfaringerne fra "MEDIEBIXEN - det åbne medieværksted for unge og indvandrere i Haderslev" understreger forsøgsprojektets rapportør vigtigheden af, at initiativtagere til et medieværksted på forhånd enes om, hvad formålet med virksomheden er.

Medieproduktion kan indgå i pædagogisk, socialpædagogisk eller produktionsorienteret sammenhæng, men den kan også "blot" være en fritidsaktivitet.

Den afsluttende rapport om MEDIEBIXEN kan endnu købes formedelst 30 kr. plus porto ved henvendelse til Tove Heidemann, H. P. Hanssensvej 7, 6100 Haderslev, tlf. 74-520608.

Forsøgsprojektet MEDIEBIXEN er slut.

10. januar i år rømmede vi lokalerne i Slotsgade og returnerede lejet og lånt udstyr.

Den sidste rapport er skrevet og det sidste regnskab afleveret. Og det var så det.

Selvfølgelig havde vi da håbet på og arbejdet for, at et åbent medieværksted kunne fortsætte. Men det kunne af flere grunde ikke lade sig gøre. En af grundene var måske, at det var så vanskeligt at forklare andre, herunder embedsmænd og politikere i kommunen, hvad der var det særlige ved et åbent medieværksted.

MEDIEBIXEN - det åbne medieværksted for unge og indvandrere - åbnede i efteråret 86, som bare et af de hundredvis af forsøgsprojekter, som blev sat i gang med midler fra det såkaldte 10-punktsprogram. Projektet har derfor hele tiden haft et dobbelt formål.

Dels skulle værkstedet være et tilbud til målgrupperne om i deres fritid at producere radio, video og fotos. Dels skulle erfaringerne fra arbejdet løbende indsamles og rapporteres til "Udviklingscenter for folkeoplysning og voksenundervisning" for sammen med erfaringerne fra alle de andre projekter at danne grundlag for den nye lov om folkeoplysning. Således havde 10-punktsprojekterne både et lokalt og et nationalt perspektiv.

Det, at den bevilgende myndighed forventer, at initiativtagere selv kan forestå erfaringsindsamlingen af de aktiviteter, som de sætter i gang, er der ikke noget nyt i. Indenfor folkeskoleområdet er der en mangeårig tradition for, at alt pædagogiske forsøgs- og udviklingsarbejde skal beskrives og vurderes af lærerne selv. Men mange af de rapporter om forsøgsarbejde, som står rundt om på amtscentralerne er det rene skønmaleri. Det kan skyldes, at rapportørerne gerne vil overbevise ministeriet om, at det har fået valuta for pengene, men det er vel også meget menneskeligt at ønske så stærkt, at ens eget projekt bliver en succes, at det kan betyde, at man fortrænger de mindre vellykkede sider.

Denne risiko havde den landsdækkende erfaringsindsamling taget højde for. "Udviklingscenter for folkeoplysning og voksenundervisning" er en selvstændig institution uafhængig af ministerier og havde intet at gøre med bevillingerne. I sin vejledning til rapportørerne på de enkelte projekter lagde Udviklingscentret især vægt på, at det uventede blev registreret. De fejlslagne forhåbninger, forhindringer og konflikter, som ikke var forudset, overraskende begivenheder, aha-oplevelser. Og den slags var der meget af i MEDIEBIXENS levetid.

I den afsluttende rapport kan man læse om, at det var endnu vanskeligere at nå vore målgrupper med oplysningsmateriale, end vi havde troet, at det at blande unge under 18 og indvandrere er som olie og vand, at lyd og foto ikke har nogen særlig tiltrækning, at regnskabsføring er svært, værkstedet var en overgang ved at lukke af økonomiske årsager, og kommunen er tung at danse med. Men også det positive: at de 10-12 årige er mere interessante videobrugere end forventet (men kræver meget hjælp), at unge er o-

verordentlig ansvarsbevidste og at selve produktionsforløbet kan give nogle "Erfolgsoplevelser" til de bogligt svage. Ih, hvor har vi lært meget!

I denne artikel har jeg valgt at fokusere på nogle uventede konflikter af helt overordnet karakter, nemlig vores langvarige interne diskussion om, hvad der egentlig var formålet med MEDIEBIXENS virksomhed, og hvordan det skulle udmøntes i praksis. Det er min opfattelse, at en sådan diskussion vil opstå på et eller andet tidspunkt i forbindelse med enhver form for aktivitet, som indebærer en kreativ produktion, med mindre formålet er præcist afklaret. Det handler om, hvad der er vigtigst: processen eller produktet? Er det deltagerens personlige og faglige udbytte, der skal søges højnet eller produktets kvalitet? Skal forløbet være styret af en tilrettelægger, eller skal det foregå på deltagerens egne præmisser?

Vi troede, at vi var enige, da vi underskrev ansøgningen om støtte under 10-punktsprogrammet. Men det viste sig snart, at vi seks personer, der i fællesskab havde udformet ansøgningen (fem i baggrundsgruppen plus projektlederen) havde grundlæggende forskellige opfattelser af, hvad formålet med MEDIEBIXEN var. Modsætningerne viste sig først, da vi ville udforme retningslinjer for brugen af udstyret. Da måtte vi ty til ansøgningen for at finde ud af, hvad det egentlig var, vi hver især havde ment at ville.

Men føler sig temmelig fjollet, når man sidder og laver sematiske tekstanalyser af sine egne udgydelser.

Og hvad stod der så i den ansøgning? At MEDIEBIXEN var et åbent medieværksted. At målgruppen var "unge under 18 år fra Haderslev Kommune og indvandrere fra hele Sønderjyllands Amt". At det er fælles for dem, "at de har vanskeligt ved at komme til orde i medierne på egne præmisser". At projektets ide var, "at give unge og indvandrere mulighed for at kunne formidle tanker og ideer, visioner og ideoplæg i form af video, lyd og foto".

At det "at arbejde aktivt med medier på egne betingelser ikke kun giver teknisk indsigt, det er også en kreativ proces, som kan give

indsigt i og forhåbentlig indflydelse på forhold i samfundet, som ellers kan forekomme uigennemskuelige". At der for flygtninge og indvandrere kunne forventes "en bedre integration i lokalsamfundet takket være værkstedets gunstige geografiske beliggenhed i nær tilknytning til det multikulturelle miljø i Slotsgade 25". At virksomheden skulle bestå i "indlæring i brug af udstyr på selvvalgte opgaver og produktion med udsendelse/publicering for øje". "Forudsætning for at deltage er alene en ide og et engagement".

Af disse formuleringer kan man udlede flere mulige intentioner: Var det vigtigste formål, at der blev produceret til brug for offentliggørelse? Eller var det, at deltagerne fik et udbytte i form af øget kendskab til medieproduktion og indsigt i (og måske endda indflydelse på) samfundsforhold? Hvor meget skulle man vægte "omsorgsaspektet"?. Tage udgangspunkt i at målgrupperne var "svage" mediebrugere, og at indvandrernes integration kunne fremmes via videoproduktion. Eller skulle man måske med udgangspunkt i "det åbne" og "på egne betingelser" plædere for, at det var brugerne selv, der skulle bestemme aktiviteternes formål og karakter?

Det kan næppe lade sig gøre at forene alle disse intentioner i samme virksomhed. Der må en prioritering til. MEDIEBIXENS projektleder valgte sammen med to af baggrundsgruppens medlemmer og til fortrydelse for de andre tre, at lægge hovedvægten på den produktorienterede virksomhed.

Disse "ideologiske" diskussioner om MEDIEBIXENS formål og virksomhed var med til at skabe et noget belastet klima. En situation, som nok kunne være undgået, hvis trådene på forhånd var redet ud. De dårlige vibrationer har sandsynligvis været en medvirkende årsag til, at projektlederen og de to "enige" medlemmer af baggrundsgruppen, valgte at trække sig tilbage med udløbet af MEDIEBIXENS ordinære forsøgsperiode. I den ekstraordinære forsøgsperiode var opgaverne fordelt mellem fire projektmedarbejdere. Det gik i øvrigt udmærket. Men hvordan kunne det dog gå til, at vi seks rimeligt velformulerede mennesker kunne gå så gruelig galt af hinandens intentioner og få noget helt forskelligt ud af de samme formuleringer? Det skyldtes naturligvis vores forskellige forudsætninger. Vo-

res erfaringer med medieproduktion bestemte, hvilken aspekter af værkstedsarbejde, vi lagde vægt på og hvilke perspektiver for virksomheden, vi kunne se. En helt klassisk situation.

I det følgende vil jeg forsøge at skitsere meget firkantet, hvilke formål videoproduktion KAN have med henblik på at udlede sammenhængen mellem intentioner, medarbejdernes opgaver og aktivitetens egentlige mål.

Et af argumenterne for at inddrage videoproduktion i undervisnings-sammenhæng er, at man derved kan lære børn at forsvare sig mod den massive billedpåvirkning, de udsættes for i TV og lejede videoer. At det selv at arbejde kreativt med mediet kan lære børn og unge at skelne mellem virkelighed, arrangeret virkelighed og fiktion. Videoproduktion kan således ligesom drama være en æstetisk erkendelsesform.

Et andet argument er, at videoproduktion rummer oplagte "terapeutiske" muligheder. Det barn, som har vanskeligt ved at udtrykke sig i skrift eller tale, og som derfor reagerer med passivitet eller aggression, kan opdage, at de levende billeder rummer helt nye muligheder for at komme til orde. Videoforløb kan også have en indlæringsfunktion på anden vis. Selve processen - tilrettelæggelse, indgåelse af aftaler, optagelser og editering - kræver omtanke, samarbejde og arbejdsdisciplin. Egenskaber, som vanskeligt kan fremelskes i traditionelle undervisningsforløb. Endelig appellerer video ligesom f.eks. EDB umiddelbart til børns og unges nysgerrighed, alene fordi det er et nyt undervisningsmiddel.

Det, der er fælles for at inddrage video i pædagogisk eller socialpædagogisk sammenhæng, er, at arbejdet med mediet er et middel til at opnå noget andet. Deltagerne i pædagogiske eller socialpædagogiske aktiviteter er folk, som andre vil gøre noget for. Det egentlige overordnede formål kan være, at eleverne tilegner sig en viden om mediets farlige påvirkningsmuligheder, eller at "klienten" ændrer adfærd, kommer ud af en ond cirkel. Det er et gode for klienten, og det sparer socialforvaltningen for udgifter.



MEDIE BIXEN



Denne form for produktionsvirksomhed stiller særlige og på sin vis nok så vanskelige krav til læreren/socialpædagogen. På den ene side skal han/hun holde sig det overordnede formål for øje og vurdere forløbets effekt ud fra, om det bliver nået. Men samtidig ligger det ofte implicit i den form for produktionsvirksomhed, at eleverne/klienterne ikke skal kende det egentlige mål. Det gælder om at få det til at se ud, som om det er noget, de har fundet på helt af sig selv. Det kræver en veludviklet taktfølelse - en evne til at kunne motivere og at styre, også samarbejdsrelationerne - uden at deltagerne opdager det.

Helt anderledes forholder det sig, når produktet er det vigtigste, som tilfældet er på mange videoværksteder (de fleste?). Her skal der ikke motiveres. Der er rift om at komme til udstyret, og brugerne skal derfor på forhånd sørge for, at deres synopser og ideer er så gennemarbejdede og interessante, at de kan passere gennem projektredaktionens nåleøje. Det betyder, at de producenter, der kommer i gang, er folk med initiativ, selvstændighed og kunstneriske ambitioner. For medarbejderne på disse videoværksteder bliver opgaven at administrere, at give faglig og teknisk bistand og at formidle kontakter i forbindelse med distribution af produkterne. Værkstedets effekt kan måles i, hvor mange vellykkede produktioner, der bliver vist offentligt, eller hvor mange brugere, der senere bliver professionelle. Derfor stilles der kvalitetskrav til produktionerne.

For MEDIEBIXEN fik det afgørende følger, at tre af initiativtagerne kom fra Det danske Videoværksted i Haderslev, nemlig lederen, teknikeren og en producent. Det havde en positiv betydning, at DDV rundhåndet udlånte udstyr og inventar til MEDIEBIXEN. Desuden var det betryggende, at DDVs tekniker med kort varsel kunne klare tekniske problemer. Det var også en fordel i MEDIEBIXENS opstart, at DDV kunne henvise potentielle brugere. Endelig havde DDV gode kontakter i medieverdenen og erfaring med at organisere større arrangementer, hvilket også kom MEDIEBIXEN til gode.

De negative følger bestod i, at erfaringerne fra DDVs virksomhed i meget høj grad kom til at bestemme MEDIEBIXENS karakter. Når

aldersgrænsen f.eks. blev sat til 18 år for de unge, var det fordi det er DDVs nedre grænse. Desuden blev der opstillet nogle temmelig skrappe restriktioner for, hvem der kunne låne udstyr og med hvilket formål, fordi DDVs erfaring var, at presset på udstyr ville blive meget stort. Hensigten var at sortere de useriøse brugere fra, så de der virkelig havde noget på hjerte kunne komme til. Desuden skulle det forhindres, at skolerne kunne benytte MEDIEBIXEN som en alternativ amtscentral. Det resulterede i en "negativliste", som omfattede det, der ikke kunne lade sig gøre (med mindre projektlederen dispenserede).

MEDIEBIXEN skulle være forbeholdt "spontane" brugere, som tilhørte målgruppen, og som henvendte sig på eget initiativ. Det betød, at forældre, som kom for at lave optagelser med deres børn, blev bedt om at sende børnene i stedet. At lærere, som henvendte sig for at låne udstyr til produktioner i undervisningssammenhæng, blev afvist. Produktionerne måtte ikke være kommercielle, dvs. være lavet med henblik på, at producenterne kunne tjene på dem. Produktionerne måtte heller ikke være private, dvs. at der kunne ikke lånes udstyr til at optage familiefester eller rejser eller den slags. For at låne udstyr skulle en bruger have deltaget i et kursus eller have fået en instruktion, og man kunne kun få en instruktion, hvis man kom med en ide til en produktion. Det optimale var, at brugerne ville producere med henblik på offentlig visning. Der kunne ikke lånes udstyr "kun for sjov".

At der i høj grad blev dispenseret fra disse krav skyldtes, at der i MEDIEBIXENS første år kun kom ganske få "spontane" brugere. Det viste sig, at de målgrupper, som værkstedet henvendte sig til, havde behov for, at andre - lærere eller medarbejdere i Dansk Flygtningshjælp - gjorde dem opmærksom på mulighederne og helst, at de selv tog med. Men efterhånden kom de da, de "spontane" brugere. Kun et par enkelte indvandrere, men derimod en hel del unge. Især i den ekstraordinære forsøgsperiode har udstyret næsten konstant været udlånt.

Selvfølgelig var der da brugere, som arbejdede hen imod en offentlig visning - men det var de færreste. Af de fem produktioner, der

har været vist i TV-Syd, har ingen været lavet af spontane brugere, som tilhørte målgruppen. Derimod havde vi i den sidste del af forsøgsperioden en meget målbevidst og dygtig drengegruppe, som producerede to videoer med det erklærede formål at vinde nogle konkurrencer (det gjorde de også). De havde mediekundskab som valgfag i folkeskolen, så det var et fint eksempel på, hvordan skolernes undervisning og et medietilbud i fritiden kan supplere hinanden. Til gengæld var deres hensigt erklæret kommerciel. På trods af restriktionerne er der alligevel lavet mange af videoer af privat karakter: Optagelser fra ferierejser, familiefester eller fra sportsarrangementer, hvor det tydeligt nok har været vigtigere at fastholde begivenhederne end at skildre sportsudøvelsen. Og så er der fiktionsfilmene, seriøse og pjattede imellem hinanden.

Og hvad kan vi så udlede af det? At når der kun i meget ringe omfang er blevet produceret videoer af "spontane" brugere med samfundsorienteret indhold og med henblik på visning, så har MEDIEBIXENS virksomhed ikke levet op til intentionerne? Det kan man godt konkludere. Man kan også gå den anden vej og udlede, at intentionerne var forkerte. At brugernes behov gik i en helt anden retning.

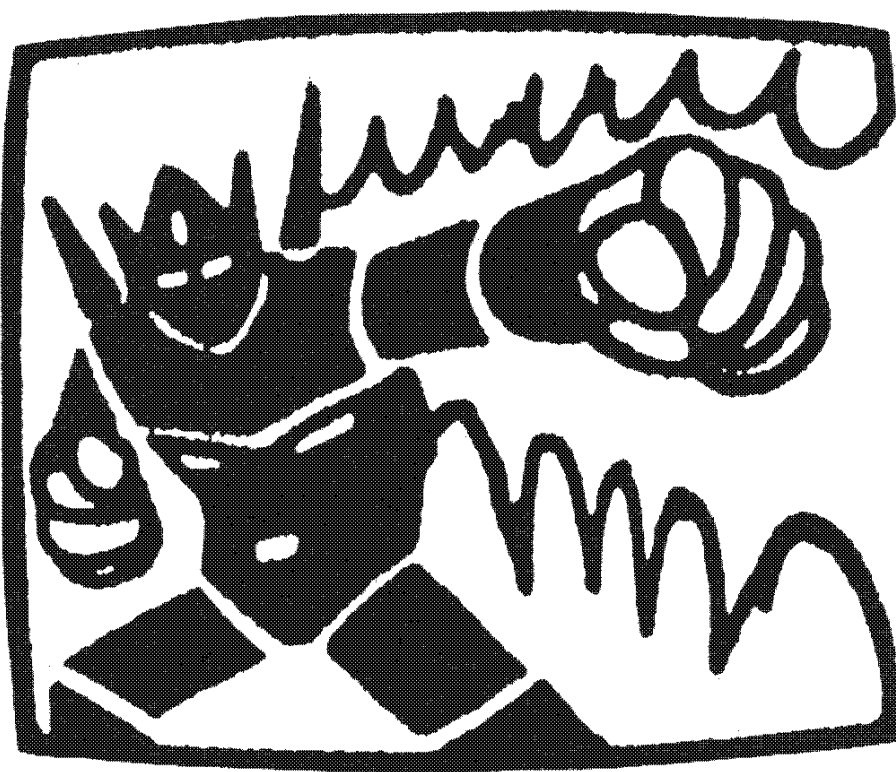
Efter min opfattelse skal et åbent medieværksted være et tilbud til brugerne. Det skal være en mulighed for at snuse til mediet, at eksperimentere, at skabe på egne betingelser. Målet er nået, når deltagerne mener, at de har fået noget ud af aktiviteten.

For nogle vil videoproduktion være en hobby, for nogle en mulighed for at komme til orde i medierne, for andre en forberedelse til en senere uddannelse. Det må være brugerne selv, der bestemmer, HVAD der for dem er væsentligt at optage. Om det er en familiefest eller et videolæserbrev til lokal-TV. En biologirapport på video eller en ferierejse.

Ideelt set bør værkstedet være åbent for alle beboere i kommunen eller kvarteret. Så kan familier nemlig lave video sammen. Den eneste restriktion bør være hensynet til de andre brugere: at man passer på udstyret og afleverer det til den aftalte tid. Medarbej-

dernes opgave kan så indskrænkes til at give teknisk bistand i det omfang, brugerne selv finder det fornødent og at sørge for, at udstyret fungerer. Og hvis det er ønsket, hjælpe med at få produktionerne vist. Men medarbejderne skal hverken kontrollere brugernes seriøsitet eller være socialpædagoger. Et sådant medieværksted kan fint placeres i et aktivitets- eller medborgerhus eller i en åben skole, der fungerer som lokalt kulturcenter.

Ovenstående skitse til et åbent medieværksted på brugernes præmisser, skal ikke opfattes som nogen kritik af det arbejde, der udføres i skolernes medieundervisning eller videoproduktion med socialpædagogisk sigte eller de mere ambitiøse videoværksteder. Det er et supplement.



Tove Heidemann er cand.mag. et art. (dansk, dramaturgi, historie) og underviser på Danmarks Lærerhøjskole i Haderslev. Desuden arbejder hun som free-lance journalist.

MEDIEVÆRKSTEDER I DANMARK

Kolding Højskoles Videoværksted
Skovvangen 18
6000 Kolding
Tlf. 05 530600

Kolding Kommunebibliotekers
Videoværksted
Skovvangen 12
6000 Kolding
Tlf. 05 501500

Videoværksted/Haslev
Søndergade 12
4690 Haslev
Tlf. 03 691481

Hvidovre Videoværksted
Hvidovrevej 280
2650 Hvidovre
Tlf. 01 780222

Videoværkstedet i Holme
Bjødstrupvej 6C
8270 Højbjerg

Mediebixen
Slotsgade 27
6100 Haderslev
Tlf. 04 530076

Medieværkstedet i Vendsyssel
Hjørring Seminarium
9800 Hjørring
Tlf. 08 923266

Projekt Video Workshop
Hasserisgade 10
9000 Aalborg
Tlf. 08 167666

Projekt Video
Løvvangsskolen
9400 Nørresundby
Tlf. 08 179049

Trekanten Video
Victoriagade 7
1655 København V
Tlf. 01 245987

Videoværkstedet
Vissenbjerg Bibliotek
5492 Vissenbjerg
Tlf. 09 471622

Øjeblik Videoværksted
Vesterbrogade 107 E, 2.
1620 København V
Tlf. 01 312700

Århus Filmværksted
Carl Blochs Gade 28
8000 Århus C
Tlf. 06 196555

Herlev Videoværksted c/o
Herlev Teaterbio
Bygaden 30
2730 Herlev
Tlf. 02 944118

Århus Video Workshop
Jægergårdsgade 152
8000 Århus C
Tlf. 06 197022

Billedfabrikken
Vindegade 12
5000 Odense C
Tlf. 09 149624

Det Danske Filmværksted
Vesterbrogade 24,5
1620 København V
Tlf. 01 241624

Det Danske Videoværksted
Lembckesvej 4
6100 Haderslev
Tlf. 04 528695

Medieværkstedet Nordvestsjæl-
land
Storegade 16
4550 Asnæs
Tlf. 03 458441/03 455207

Elværkets Videoværksted
Gasværksvej 16
4300 Holbæk
Tlf. 03 430391

Videoselskabet Zoom
Mediecenter for unge
Lille Torv 4
8000 Århus C
Tlf. 06 184706

Lundtofte Medieværksted
Eremitageparken 345
2800 Lyngby
Tlf. 02 870428

Videoskolens Videoværksted
Skaldejvej 2
8800 Viborg
Tlf. 06 675055

Sundsøre Videoværksted
Roslevvej 43
7870 Roslev

Videoskolen i Storstrøms amt
Videoværkstedet
Troensevej 2
4700 Næstved
Tlf. 03 727146

Anmeldelser

(Anmelderens navn er anført i parentes efter forfatter og titel)

Rapporter om medieundervisning:

Tema 14: De kunstneriske fag i gymnasiet (Else Lützhøft)

Musiske Fag - en antologi (Peter Engberg)

Lars Gudmund Hansen: Børn med firkantede øjne - børn lærer at kommunikere gennem AV-medier (Liselotte Schlægelberger)

Bøger om medieundervisning:

Mogens Hansen og Ole Ravn: Massekommunikation 1-3. (Torben Lassen og Ivar Lærkesen)

Søren Kjørup og Ola Svein Stugu: Medier og mennesker. (Povl Erik Brøndgaard)

Knut Terum og Kjell Tyring Andersen: Mediekundskap I (Helle Ryge)

Undervisning i TV - idéer til undervisningsforløb. (Ellen Møllesøe)

Erik Kaufmann: Majas nye TV. (Mai-Britt Herløv Petersen)

Mogens Meilby: Idé og research. (Jette Tybjerg)

Erik Farman og Peter Kramhøft: Radio. (Jette Tybjerg)

Andre bøger om massekommunikation:

Lars Qvortrup: Et spil om hybridnettet. (Jens Tudvad)

Stig Hjarvad og Henrik Søndergaard: Nærsyn på fjernsyn. Kanal 2 og Weekend-TV. (Henrik Dahl)

Marit Bakke: Spillet om kulturen. Dansk kulturpolitik 1945-1985.
(Per Jauert)