

Make some noise

Die Produktion *Make some noise* der öffentlich-rechtlichen kanadischen Rundfunkanstalt CBC ist ein Reality-Dokumentary-Format, das vor allem die Gruppe der 12- bis 15-Jährigen erreichen möchte. Der Titel *Make some noise* ist richtungweisendes Motto: Die Sendung zeigt Jugendliche, die sich auf verschiedene Art und Weise gesellschaftspolitisch engagieren. Dabei stellen sie Öffentlichkeit her für gesellschaftliche Probleme oder gar politische Skandale. Die Projekte der Jugendlichen sind so verschieden wie die Charaktere selbst. Ihr Engagement reicht von Straßensozialarbeit (vgl. Abb. 1) oder dem Aufbau eines Musikstudios in Kanada (vgl. Abb. 2) über humanitäre Kampagnen für Entwicklungsländer (vgl. Abb. 3, Abb. 4 u. Abb. 5) bis hin zu gefährlichen Recherchen über Kinderprostitution (vgl. Abb. 6). Im Mittelpunkt stehen die Jugendlichen selbst und ihre Aktionen. Dabei werden sowohl die Hindernisse, die sich ihnen in den Weg stellen, als auch die Erfolge, die sie erzielen, gezeigt. Es entstehen authentische, aber auch heroisch stilisierte Porträts junger Menschen (vgl. Abb. 7), die den ZuschauerInnen ermöglichen, die Motivation der gezeigten Charaktere zu begreifen und eigene Ideen von Engagement zu entwickeln. Das ästhetische und dramaturgische Konzept von *Make some noise* erinnert dabei an Videoclipästhetik: mit rasanten Schnitten, graffitiartigen Einblendungen und mit einer Musikuntermalung aus Hip-Hop oder Rap (vgl. Abb. 8).

Make some noise war Finalist beim PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL 2008 in der Kategorie 12-15.

Internationale ExpertInnen diskutieren

In den internationalen Diskussionsgruppen wurde die Qualität von *Make some noise* kontrovers beurteilt. Einige ExpertInnen betonten, es sei richtig, das gesellschaftspolitische Engagement von Jugendlichen als »cool« und leicht heroisiert darzustellen. Andere wiederum waren der Meinung, dass zwar Idee und Absicht der Sendung gut seien, die an eine Videoclipästhetik erinnernde Umsetzung aber zu oberflächlich sei. DiskussionsteilnehmerInnen aus Entwicklungsländern monierten, dass eine kanadische Teenagerin Schuhe für Dorfkinder im afrikanischen Malawi sammelt (vgl. Abb. 4 u. Abb. 5): Stereotype Bilder vom hilfsbedürftigen Afrika würden so verstärkt, ein tieferes Verständnis für die dortige Situation fehle aber. Andere hingegen betonten, dass nicht die einzelnen Engagementformen im Vordergrund stünden, sondern das Ziel, Jugendliche überhaupt zu motivieren.

»Es war sehr inspirierend. Wir diskutieren ja immer wieder darüber, dass wir nicht bevormunden sollen, aber ich denke, dass Sendungen für Kinder wirklich eine starke Aussage haben sollen. Und das war klasse umgesetzt, ich war extrem beeindruckt.« (Experte, Äthiopien)

»Es war wie eine Werbung für eine Sendung, zu schnell. Man muss keinen MTV-Stil nachahmen, um junge Leute zu erreichen, man muss tiefer gehen. Die ZuschauerInnen müssen die Figuren besser kennen, um sich darauf einzulassen. Ich mag die Idee, ich mag das Ziel, aber ich denke, es könnte besser gemacht werden.« (Experte, Schweden)

»Soziales Engagement in den Mittelpunkt zu rücken, ist brillant. Aber Schuhe verteilen – das ist nicht das Hauptproblem der Menschen in Malawi ... Die Menschen aus den entwickelten Ländern neigen dazu uns vorzugeben, was unsere Bedürfnisse sein sollten. Es ist toll, dass Kinder Schuhe verteilen, aber ich gehe einen Schritt weiter: Was sind die echten Probleme der Menschen in Entwicklungsländern?« (Expertin, Ghana)

»Das soll ja keine journalistische Dokumentation über die Probleme in Malawi sein. Die Show präsentiert junge Leute und ihre Versuche, Veränderungen zu bewirken. Aber ich denke, der Punkt ist, dass junge Leute mehr hinterfragen sollen.« (Expertin, USA)



Abb. 1: Die ehemals drogensüchtige Dawn (Mitte) engagiert sich für Straßenkinder und straffällige Jugendliche



Abb. 2: Gavin hat ein Musikstudio für Jugendliche aufgebaut, das auch als Jugendtreff dient



Abb. 3: Stephanie will Kindern in Malawi helfen



Abb. 4: Stephanie sammelt Schuhe für Dorf-kinder in Malawi



Abb. 5: Die Dorf-kinder in Malawi sind neu-gierig auf den Besuch aus Kanada



Abb. 6: Cheryl kämpft auf Sri Lanka gegen Kinderarbeit und Kinderprostitution



Abb. 7: Joe hält eine dramatische Rede über Kindersoldaten in Sierra Leone



Abb. 8: Eingblendeter Schriftzug in Video-clipästhetik

Jugendliche diskutieren

14- bis 16-jährige SchülerInnen verschiedener internationaler Herkunft an der Europäischen Schule in München diskutierten die Sendung in mehreren Gruppen. Nahezu alle SchülerInnen waren der Meinung, es handle sich um eine Sendung, die von Jugendlichen für Jugendliche gemacht ist, und deshalb ihre Zielgruppe erreiche. Die verschiedenen Charaktere und ihre unterschiedlichen Motive seien interessant.

»Ja, ich denke schon, dass ich mir das anschauen würde, weil es ist halt nicht nur eine langweilige Dokumentation, sondern auch gut rübergebracht und gut gemacht.« (Teenager)

»Ich fand es ganz gut, weil es so viele Leute aus verschiedensten Gruppen waren, also nicht nur die, von denen man wirklich denkt, dass die sich engagieren.« (Teenager)

... ob es sie motiviert ...

Die meisten Jugendlichen waren vom Einsatz der Protagonisten beeindruckt und fanden deren zentrale Position in den Episoden gerechtfertigt. Zugleich betonten sie, dass sie sich selbst ein vergleichbares Engagement nicht zutrauen würden. Einige vertraten die Meinung, dass sich Menschen zu Engagement ohnehin ausschließlich selbst motivieren könnten, nicht durch das Fernsehen. Zudem sollten nicht vorrangig einzelne Jugendliche, sondern der Staat bzw. die ganze Gesellschaft Verantwortung übernehmen.

»Dass man so sein möchte wie die. Man sieht die schon fast so als Helden an.« (Teenagerin)

»Ja, ich finde das extrem toll, weil ich würde das nicht machen. Vielleicht ist das auch für andere Jugendliche eine Anregung, dass halt nicht nur Erwachsene so was machen, sondern dass man sieht, dass auch Jugendliche etwas bewegen können. So Erwachsene oder Stiftungen, die haben ja alle Geld. Wenn man jetzt die Jugendlichen sieht, die haben ja fast die gleiche Ausgangsposition wie wir.« (Teenager)

... individuelle Vorlieben ...

Auf die Frage, ob sie eines der gezeigten Beispiele besonders gut fanden, betonten einige, dass sie die als selbstlos wahrgenommene Hilfsaktion für Malawi gut fanden. Andere wiederum betonten die Bedeutung von nachhaltigem Engagement, wie etwa den Aufbau eines professionellen Musikstudios, gegenüber den einmaligen Hilfsaktionen. An einer zu einseitig westlichen Perspektive in der Darstellung von Entwicklungsländern störten sich die Jugendlichen nicht. Diese zeige lediglich, was sie kennen.

»Also ich fand das mit dem Hip-Hop [vgl. Abb. 2] jetzt nicht so treffend wie das Mädchen, das nach Afrika gegangen ist. Er spricht ja halt auch Leute aus dem Westen an. Während die anderen halt Afrika helfen, Leuten denen es halt schlechter [geht].« (Teenagerin)

»Aber was bei dem [mit dem Musikstudio] besonders war, ist, dass der nicht ein Projekt nur einmal gemacht hat, wie z. B. die mit den Schuhen, die runter nach Afrika ist und die einmal verteilt hat und denen geholfen hat, aber halt nur als einmalige Aktion. Sondern der hat ein Studio aufgebaut und das ist quasi wie ein kleines Jugendzentrum.« (Teenager)

»Ja, diese Perspektive, dass die afrikanischen Kinder da immer als die Bedürftigen dargestellt werden, also mich hat es jetzt nicht gestört. Weil uns wird es immer so gesagt, also wir sind halt nichts anderes gewohnt.« (Teenager)