



Medienbildung in der Jugendarbeit

Methoden für die Praxis

Diemut Kreschel und
Lena Monka (Hrsg.)

Impressum

Herausgeber:

medien+bildung.com GmbH,
Lernwerkstatt Rheinland-Pfalz
Turmstr. 10, 67059 Ludwigshafen

Registernummer: HRB 60647

Gerichtsstand: Amtsgericht Ludwigshafen

verantwortlich:

Katja Friedrich (Geschäftsführerin)

Tel.: (0621) 52 02 256

info@medienundbildung.com

Redaktion und Koordination:

Diemut Kreschel, Lena Monka

Autorenteam:

Hans-Uwe Daumann, Diemut Kreschel, Lena Monka, Daniel Zils

Gestaltung:

Benjamin Butsch, Filip Felix, Kristin Lauer (Laden 118 –
Kommunikationsdesign)

Bildnachweise:

Kristin Lauer (Titelbild: ra2studio/www.shutterstock.com),
medien+bildung.com, Céline Yavuz (Manga-Abbildung 1-3)

Weitere Mitwirkende:

Omar Ali, Benjamin Butsch, Marc Discherl, Krzysztof Domanski,
Filip Felix, Mirjam Gwosdek, Jessica Kiraly, Medien-AG der
Klasse 10 der Geschwister-Scholl-Realschule plus Germersheim
(Schuljahr 2015/16), Pauline Nguyen, Duchai Phung, Margarete
Prescher, Lucia Torres Llosa, Céline Yavuz

Alle Kopiervorlagen finden Sie unter folgendem Link:

<http://medienundbildung.com/arbeitsmaterialien/>

[Stand: 27.10.2016]



Dieses E-Book steht unter der Creative-Commons-Lizenz „Namensnennung 3.0 Deutschland“ (CC BY 3.0 DE), d.h. es kann bei Namensnennung der beiden Autorinnen Diemut Kreschel und Lena Monka sowie des Herausgebers medien+bildung.com in veränderter Fassung zu kommerziellen Zwecken beliebig vervielfältigt, verbreitet und öffentlich wiedergegeben (z.B. online gestellt) werden. Der Lizenztext kann unter folgendem Link abgerufen werden:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/de/> [Stand: 27.10.2016]



Vorwort

Seit der Gründung von medien+bildung.com Ende 2006 haben wir immer wieder viel Engagement darauf verwandt, Erkenntnisse, Erfahrungen und Ergebnisse aus unserer Medienbildungsarbeit für die schulische und außerschulische Praxis aufzubereiten. Die ersten medienpädagogischen Methodensammlungen erschienen als Heft bzw. als pdf-Datei, es folgten etliche Broschüren und mehrere Bücher mit unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen. Mit „Medienbildung in der Jugendarbeit“ legen wir nun das erste eBook vor. Die digitale Form erlaubt es uns nicht nur, das Buch frei und unentgeltlich zu verbreiten, sondern ermöglicht auch die multimediale Darstellungsform, die hervorragend zu unserem Thema Medienbildung passt. Von Foto und Radio, TV und Video über Comics und digitale Spiele bis zu Smartphones, Tablets, Internet reicht die Palette der analogen und digitalen Medien, für die wir jeweils eine Auswahl an Methoden vorstellen – Methoden die sich gut für die Jugendbildung, aber in den meisten Fällen auch für andere Arbeitsbereiche eignen. Ich danke Diemut Kreschel und Lena Monka, die das Wagnis eBook-Produktion angenommen und bestanden haben, und ihrem Autorenkollegen Daniel Zils, außerdem allen

Mitwirkenden bei medien+bildung.com, darunter Benjamin Butsch und Filip Felix, die mit der Autorensoftware gekämpft und Fotos produziert haben. Unser größter Wunsch ist, dass dieses eBook gute Verbreitung findet und vielen Menschen in der Medienbildungsarbeit praktische Hilfestellung leistet.

Katja Friedrich

Geschäftsführerin von medien+bildung.com

Kapitelüberblick

Fotografie	6
Überblick	7
Fotos nachstellen	8
Sprungfotos	11
Lichtmalerei	14
Fotocollage	18
Stop-Motion-Film	21

Comic & Manga	40
Überblick	41
Comicelemente identifizieren	44
Comics und Werbung	47
Comics erstellen	49
Stärkencomics	53
Fotobearbeitung im Manga-Style	56

Audio	25
Überblick	26
Geräuschejagd	27
Audiofisch	30
Vorwärts-Rückwärts	32
Der vertonte Witz	35
Audioguide	37

Video	58
Überblick	59
Interviews zum Kennenlernen	61
Perspektivenverschiebung	63
Szene in 5 Einstellungen	66
Verkehrte Welt	68

Kapitelüberblick

TV	70
Überblick	71
Medienreflexion	73
Rote Karte/Grüne Karte	75
Was guckst Du?	78
Wir machen Werbung	80
Formatanalyse „Scripted Reality“	83
Scripted Reality - selbst gemacht	86

Handy, Smartphone und Tablet	88
Überblick	89
Handyvideo	91
VR-Brille selbst gemacht	94
Dive City Rollercoaster	97
Fotos zum Sprechen bringen	99
Comic Book	102
Gesichtertausch	104

Internet, Soziale Netzwerke und Jugendmedienschutz	107
Überblick	108
Stimmungsbild	110
Das bin ich	112
Mein Profil in der Öffentlichkeit	115
Smileys	117
Wir regeln das	119
Gewalt oder keine Gewalt	121
Begriffsassoziation	124

Digitale Spiele	126
Überblick	127
Ich als Spieler/in	129
In welcher Welt lebst Du?	132
Gewaltampel	134
USK-Freigaben selbst vergeben	137

Kapitel 1

Fotografie

1. Überblick
2. Sprungfotos
3. Lichtmalerei
4. Fotocollage
5. Stop-Motion-Film



Überblick

Fotografie

Fotografieren eignet sich besonders gut für den Einstieg in die medienpädagogische Praxisarbeit, da diese Form der Mediennutzung sehr niederschwellig sein kann. Der Umgang mit einem Fotoapparat oder der Fotofunktion von Smartphone und Handy ist vielen Menschen vertraut. Bereits Kinder lernen sehr schnell, dass es nicht viel braucht um ein Foto zu machen: eine ruhige Hand, die den Auslöser drückt und ein passendes Motiv vor der Kamera. Das Foto, sofern es unter passenden Lichtbedingungen aufgenommen wurde und eine ansprechende Bildaufteilung wiedergibt, kann für sich stehen und benötigt keiner weiteren Nachbearbeitung.

Bilder in Form von Fotografien umgeben uns alltäglich. Seien es Fotos auf Internetseiten, Profilbilder in Sozialen Netzwerken oder Pressefotos. Je nachdem in welchem Kontext die Fotos erscheinen, wecken sie Emotionen, dokumentieren sie Weltgeschichte, werben sie für Produkte oder geben sie Einblick in unseren ganz persönlichen Alltag. Dass Fotos insbesondere im Jugendalter eine große Bedeutung haben, zeigen nicht nur

steigende Nutzerzahlen bei Internetdiensten wie Snapchat und Instagram, die statt der Kommunikation über Textsprache auf Bildsprache setzen. Auch große Medienkonzerne wie Apple bieten ihren Nutzer/innen in ihren Geschäftsstellen Kurse zum Fotografieren mit dem iPhone an. Die medienpädagogische Konsequenz daraus lautet: es braucht Angebote und Methoden, die sich mit der fotografischen Praxis befassen und gleichzeitig den Wunsch nach Selbstdarstellung von Jugendlichen aufgreifen.

Was uns bei der Arbeit mit dem Medium Fotografie wichtig ist: es ist keine teure, topaktuelle Ausrüstung nötig um gute, ansprechende Fotos zu machen. Viel wichtiger ist es, den Rahmenbedingungen wie Licht, Motivauswahl und Bildaufteilung Aufmerksamkeit zu schenken und mit einem gewissen Maß an Geduld zu arbeiten, um aus "Allerweltsfotografien" kleine Kunstwerke zu machen. Und wenn das Ausgangsmaterial schon gut ist, muss auch nicht aufwändig am PC nachbearbeitet werden.

Dieses Kapitel möchte aufzeigen, welche kreativen Methoden rund um das Fotografieren möglich sind.

Fotos nachstellen

METHODEN

1. Fotos nachstellen

2. Sprungfotos

3. Lichtmalerei

4. Fotocollage

5. Stop-Motion-Film

Diese Methode eignet sich gut, um bildgestalterische Mittel wie Perspektive und Bildgröße einzuführen. Es ist eine aktive Methode der Bildanalyse!

Kurzbeschreibung:

Bereits vorhandene Bilder werden nachgestellt und fotografisch festgehalten.

Beim anschließenden Betrachten werden eventuelle Unterschiede herausgearbeitet.

Medienart: Fotografie

Teilnehmeranzahl: 2-5 Teilnehmer/innen pro Kleingruppe

Mediale Lernziele:

Umgang mit der Fotokamera, Hardware-Kenntnisse, Perspektiven und Bildausschnitte kennen lernen, Bildanalyse, gestalten, produzieren/publizieren

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ, Teamarbeit

Zielgruppe: Kinder ab ca. 8 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

Fotokameras, eventuell PC oder Laptop zum Sichten, Beamer, Leinwand, Fotos mit unterschiedlichen Bildausschnitten und verschiedenen Perspektiven aus Zeitschriften.

Zeitumfang: ca. 30 Minuten (inkl. Auswertung)

Vorbereitung:

Im Vorfeld sollten genügend Fotos aus Zeitschriften ausgeschnitten werden. Es ist ratsam, zu Beginn ein Beispiel von „Original“ und „Fälschung“ zur Erläuterung der Methode zu zeigen.

Durchführung:

Die Teilnehmer/innen erhalten pro Gruppe ca. 3-5 Bilder aus Zeitschriften, auf denen Personen zu sehen sind. Dabei darf es sich vor allem bei Jugendlichen um Bilder von Prominenten handeln. Für die „Gegenüberstellung“ bei der Reflexion ist es sinnvoll, wenn die Bilder vorab durch die Teilnehmer/innen abfotografiert werden, um sie später auf der Leinwand zu zeigen. Nun gilt es, die vorgelegten Bilder nachzustellen und ein Foto davon zu machen. Dabei geht es nicht um die hundertprozentige Übereinstimmung der Bilder was Accessoires, Hintergrund etc. betrifft. Vielmehr geht es darum, dass die Kamera den gleichen

Blickwinkel wie der Fotograf beim Originalbild einnimmt und die Protagonisten sich in die Rolle des „Models“ versetzen. Stimmen Blickwinkel und Bildausschnitt mit dem Original überein?

Augenmerk liegt dabei insbesondere darauf, dass der/die Fotograf/in aus der Gruppe die Position zu dem Model einnimmt, wie sie beim Originalbild eingenommen wurde. Die Gruppe muss sich also im Vorfeld genauestens Gedanken darüber machen, wie das Bild aufgenommen wurde. Wie weit ist der/die Fotograf/in vom Model entfernt? Befindet sich das Model mittig im Bild? Schießt die Kamera von oben oder unten? Um das Bild so detailgetreu wie möglich aufzunehmen, müssen eventuell noch Accessoires beschafft werden. Dabei sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt. Oft werden die Bilder besonders gut, wenn die Accessoires nicht hundertprozentig dem Original entsprechen. Statt dem Besteck auf dem Originalbild werden in der Replik beispielsweise Gartenwerkzeuge genutzt.

Reflexion/Auswertung:

Nachdem alle Bilder aufgenommen wurden, werden sie im Plenum auf einer großen Leinwand per Beamer gezeigt. Es bietet sich an, die Originale ebenfalls als digitale Fotos vorliegen zu haben, um die Bilder gegenüber zu stellen. Bei der Auswertung wird besonderes Augenmerk darauf gelegt, ob die Position des/der Fotograf/in in Bezug zum Model entsprechend eingenommen wurde, Perspektiven und Bildausschnitt stimmen.

Variante:

Statt vorgefertigter Bilder aus Zeitschriften können die Teilnehmer/innen selber Fotos vorbereiten, die die anderen Teilnehmenden nachstellen sollen.

Beispiele:



Sprungfotos

METHODEN

1. Fotos nachstellen
2. **Sprungfotos**
3. Lichtmalerei
4. Fotocollage
5. Stop-Motion-Film

Diese Methode bringt jede Menge Action mit sich! Sie bietet sich als Vertiefungsmethode im Bereich der Fotografie an und führt spielerisch an Einstellungen wie Zeit und Blende bei der Kamera heran.

Kurzbeschreibung:

Die Teilnehmer/innen springen in die Höhe und werden dabei abgelichtet.

Medienart: Fotografie

Teilnehmeranzahl: pro Kleingruppe ca. 3-6 Teilnehmer/innen

Mediale Lernziele:

Hardware-Kenntnisse, Einstellungen der Kamera bei bewegten Objekten kennenlernen (Blende, Zeitvorwahl), gestalten, produzieren/publizieren

Weitere Lernziele:

sozial/kooperativ, Teamarbeit, Ausdrucksfähigkeit, Spaß, Bewegung

Zielgruppe: Kinder ab 6 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

1 Fotokamera und ggf. ein Stativ pro Kleingruppe

Zeitumfang: ca. 20 Minuten, je nach Anzahl der Bilder

Vorbereitung:

Es ist ratsam, vorher das Umfeld zu begehen um zu sichten, wo eventuell Gefahrenstellen liegen. Empfehlenswert ist es, mindestens ein Beispielfoto zu zeigen, um den Teilnehmer/innen zu verdeutlichen, wie das fotografische Produkt aussehen kann.

Durchführung:

Um der Verletzungsgefahr vorzubeugen, sollten sich alle Teilnehmer/innen zunächst etwas warm machen, also laufen, Arme kreisen, auf und ab hüpfen. Wichtig ist es, auf geeignetes Schuhwerk und einen stabilen Untergrund zu achten! Anschließend bestimmt die Gruppe eine/n Fotograf/in. Der Rest der Gruppe stellt sich gemeinsam in einer Reihe auf. Ziel ist es, ein „bewegtes“ Bild aufzunehmen, bei dem die Gruppe in Sprungpose zu sehen ist. Dabei darf von einer Erhöhung, z.B. Mauer herunter gesprungen werden oder die Gruppe springt gemeinsam in die Höhe. Wichtig ist, dass die Gruppenmitglieder

vor der Kamera möglichst viel Ausdruck in ihre Sprungposen legen, also stark übertriebene Gesten und Mimik anbieten. Die Schwierigkeit bei der Übung liegt darin, dass zum einen die Springenden als auch der/die Fotograf/in synchron zueinander arbeiten müssen. Außerdem sollen die „Springer/innen“ alle gleichzeitig in der Luft sein. Wie erscheint der Sprung möglichst hoch? Hilft es, wenn der/die Fotograf/in etwas von unten, also aus der Froschperspektive fotografiert?

Reflexion/Auswertung:

Es werden alle Bilder gesichtet. Sicherlich werden einige unscharfe Bilder dabei sein. Es wird geklärt, wie diese Unschärfe zustande kommt und welche Einstellungen bei der Kamera gesetzt werden müssen, damit keine Bewegungsunschärfe entsteht.

Variante:

Sofern die Gruppe zu klein ist um eine/n Fotograf/in abzustellen bzw. alle Teilnehmer/innen gemeinsam auf das Bild möchten, kann mithilfe der Selbstauslöserfunktion auch ohne Fotograf/in ein Bild aufgenommen werden. Jedoch ist die Abstimmung zwischen Springern und Kamera dabei noch etwas schwieriger. Zudem sollte darauf geachtet werden, dass die Kamera stabil auf einem Stativ montiert wird.

Beispiele:



Lichtmalerei

METHODEN

1. Fotos nachstellen
2. Sprungfotos
3. **Lichtmalerei**
4. Fotocollage
5. Stop-Motion-Film

Mit Licht malen? Geht das? Aber sicher! Unter dem Begriff „Lightpainting“ oder „Lichtgraffities“ ist diese Kunstform bereits seit mehreren Jahren beliebt und Teil der urbanen Straßenkunst. Grund genug sie hier aufzugreifen und für die medienpädagogische Arbeit zu nutzen.

Kurzbeschreibung:

Mithilfe von leuchtenden Objekten wie Taschenlampen oder Leuchtstäben wird gemeinsam in die Luft „gemalt“. Die Lichtmalereien werden mit der Fotokamera festgehalten.

Medienart: Fotografie

Teilnehmeranzahl: pro Kleingruppe ca. 3-5 Teilnehmer/innen

Mediale Lernziele:

Umgang mit der Kamera erlernen, Hardware-Kenntnisse, gestalten, produzieren/ publizieren

Weitere Lernziele:

sozial/kooperativ, Teamarbeit, kreative Ausdrucksfähigkeit, künstlerisches Gestalten

Zielgruppe: Kinder ab ca. 6 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

Taschenlampen, farbige Folien, Leuchtstäbe, Fotokamera, Stativ, lichtarmer Raum

Zeitumfang: Pro Bild ca. 10 – 15 Minuten (je nach Können)

Vorbereitung:

Es sollten im Vorfeld genügend Taschenlampen oder andere Lichtquellen bereitgelegt werden.

Durchführung:

Da die fotografischen Ergebnisse sehr stark von den Begebenheiten wie der Raumgröße, der verwendeten

Fotokamera, der Gruppengröße und dem Grad der Dunkelheit im Raum abhängig ist, erfolgt die Produktion der Bilder sehr experimentell. Die folgende Methodenbeschreibung dient als grober Leitfaden.

Um den Teilnehmer/innen deutlich zu machen, was Lichtgraffities sind, werden zunächst Beispielbilder gezeigt. Die Teilnehmer/innen können durch gezielte Nachfragen direkt zu den erforderlichen Produktionsbedingungen gelenkt werden: „Was meint ihr, wie geht das?“, „Was brauchen wir dafür?“, „Was müssen wir beachten, damit die Fotos gut werden?“.

Die Teilnehmer/innen sollten sich darüber bewusst sein, dass für einfache Bilder eine lange Belichtungszeit (ca. 10 – 15 sec) erforderlich ist und diese wiederum ein Stativ oder einen festen Untergrund zur Stabilisierung der Fotokamera voraussetzt. Mit Einsteiger/innen empfiehlt es sich, mit der Zeiteinstellung zu arbeiten und die Blendeneinstellungen auf Automatik zu stellen¹. Die ISO-Zahl kann bei Bedarf noch maximiert werden. Die *Bedienung* des Einstellungsmenüs an der Kamera sollten die Teilnehmer/innen beherrschen.

¹Der Clip „Lichtmalerei“ aus der Sendung mit der Maus verdeutlicht den Zusammenhang von Lichtintensität und Belichtungszeit ab 03:08 min. <https://www.youtube.com/watch?v=3rp-m3OlyP8> [Stand 27.10.2016]

Je kleiner die Gruppen, desto geringer sind die Absprachen, die zur Aufnahme des Bildes zu treffen sind. Optimal ist eine Gruppengröße von 3-4 Personen, die rotierend arbeiten. Jede Person bekommt eine Aufgabe zugewiesen:

- Fotograf/in
- Lichtmensch (hat die Aufgabe, zusätzlich eintretendes Licht vor der Aufnahme zu minimieren durch „Türe schließen“ oder „Licht löschen“)
- Maler/in
- „Model“ (bei Negativlichtmalerei)²

Bevor die Fotos aufgenommen werden, machen sich die Teilnehmer/innen mit den Lichtquellen vertraut. Das können Taschenlampen, Blinklichter, LED-Schlangen etc. sein. Folgende Fragen dienen zur Grundlage der „Aufwärmphase“: Wie geht die Lampe an und aus? Was für einen Radius kann ich damit malen? Wie muss ich die Lampe halten, damit die Kamera das Licht aufnehmen kann?

Je nach Alter und Leistungsfähigkeit der Gruppe nimmt sich die Leitung bei dieser Übung zurück und gibt bestenfalls nur das Ziel der Aufgabe vor. Für das eigentliche Lichtbild stimmen sich die Teilnehmer/innen ab, wer welchen Lichtreflex wo ins Bild „malen“ möchte. Es bietet sich an, sich auf ein einfaches „Bild“ zu einigen.

²Negativlichtmalerei: Hierbei wird eine Person von hinten mit Licht gemalt, sodass anschließend ihre Konturen zu sehen sind.

Zum Beispiel einen Kreis. Zur Hilfe kann im Hintergrund der Kamera das Wunschbild aufgehängt werden, um den Teilnehmer/innen eine Orientierung im Raum zu geben.

Lightpainting muss keine „Indoor“-Aktion sein. Sie kann auch draußen stattfinden, dafür sollte jedoch die Sonne schon untergegangen und nur wenig Tageslicht vorhanden sein.

Reflexion/Auswertung:

Die Auswertung der Bilder kann zwei unterschiedliche Themen beleuchten. Zum einen die technische Ebene: Was muss bei der Kamera eingestellt werden, damit die Bilder scharf, hell genug und kontrastreich ausfallen? Auf der Ebene der Zusammenarbeit kann reflektiert werden, welche Faktoren dazu führen, dass die Gruppe ein solches Bild gemeinsam zustande gebracht hat.

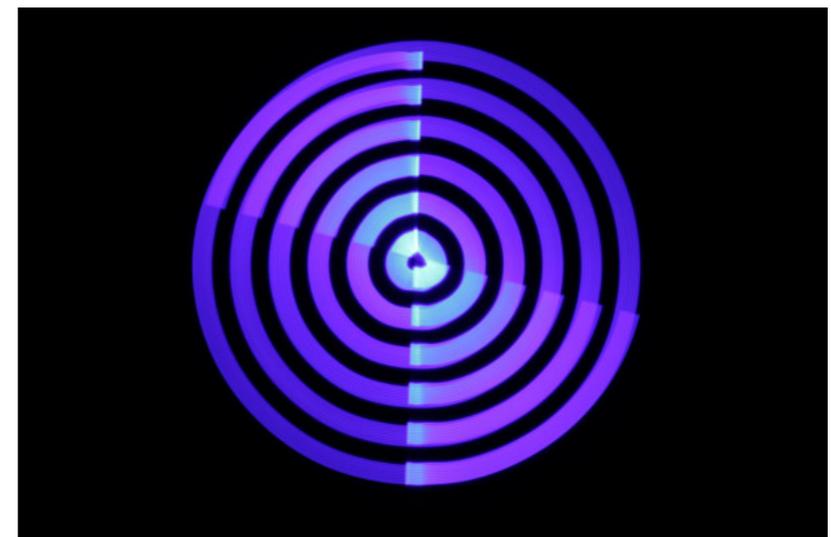
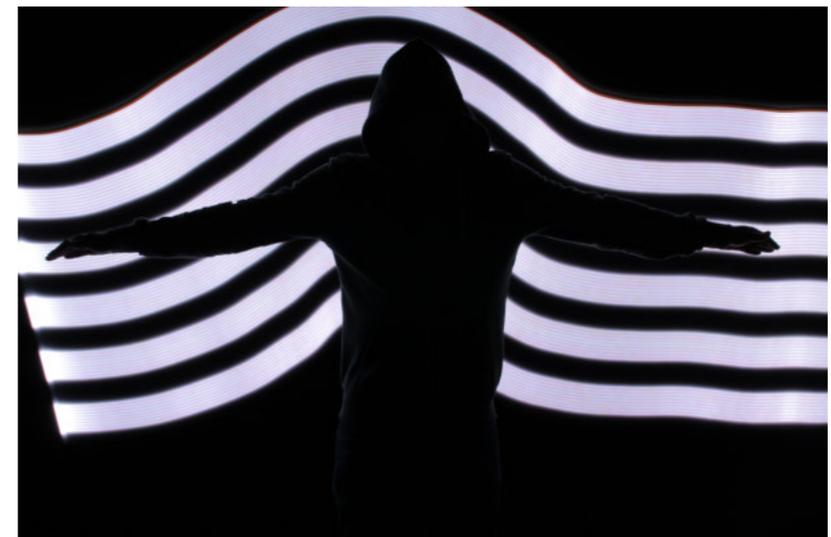
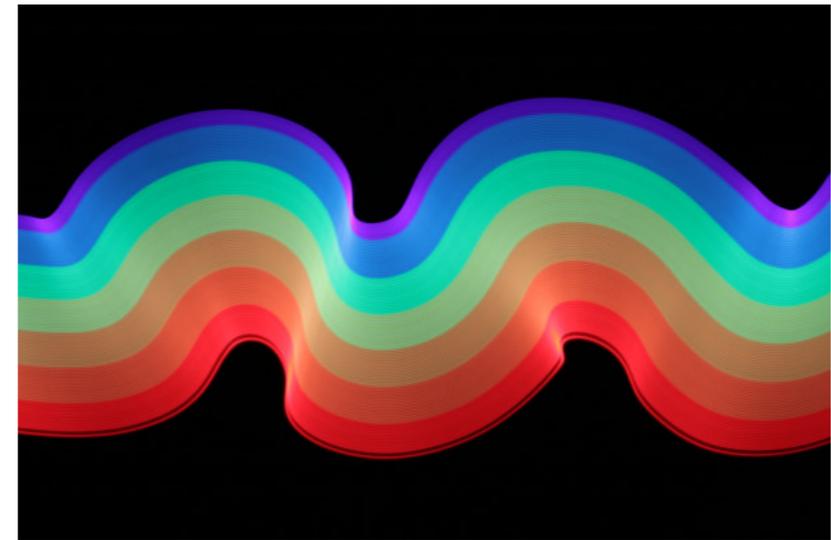
Variante:

Für geübte „Lichtmaler/innen“ können mehrere Bilder als Bilderfolge aufgenommen werden und zu einem Stop-Motion-Film montiert werden.

Weitere Informationen:

Das c't Magazin hat in seiner Ausgabe 09/ 2015 ab Seite 164 einen ausführlichen Artikel zu diesem Thema gedruckt. Dieser ist kostenpflichtig im Netz abrufbar über: <http://www.heise.de/ct/ausgabe/2015-9-Lightpainting-mit-Kindern-2585253.html>
[Stand: 27.10.2016]

Beispiele:



Fotocollage

METHODEN

1. Fotos nachstellen
2. Sprungfotos
3. Lichtmalerei
4. **Fotocollage**
5. Stop-Motion-Film

Diese Methode legt weniger Augenmerk auf die Fotos an sich, als auf deren Komposition. Es gilt aus diversen Fotos ein Gesamtkunstwerk zu erstellen.

Kurzbeschreibung:

Mit der Fotokamera wird ein Objekt in Ausschnitten aufgenommen und anschließend werden die Fotos am Computer zu einem Gesamtbild zusammengesetzt. Alternativ können die Ausdrucke der einzelnen Fotos bzw. deren Abzüge zusammengesetzt werden.

Medienart: Fotografie

Teilnehmeranzahl: minimal 2 Personen

Mediale Lernziele:

technische Kompetenz, Hardware-Kenntnisse, Software-Kenntnisse, Umgang mit der Fotokamera und Microsoft Word oder einem vergleichbaren Programm erlernen, gestalten, produzieren/publizieren

Weitere Lernziele:

sozial/kooperativ, Teamarbeit, kreatives Gestalten

Zielgruppe: Kinder ab ca. 9 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

Fotokamera, Computer, das Programm „Microsoft Word“; alternativ kann mit Fotoabzügen, Papier und Fotokleber gearbeitet werden.

Zeitumfang:

Für die Aufnahmen werden ca. 15 Minuten benötigt, für die Nachbearbeitung je nach Können 15 bis 60 Minuten.

Vorbereitung:

Es empfiehlt sich, einige Beispiele vorzubereiten, damit den Teilnehmenden die Aufgabe klar wird.

Durchführung:

Nachdem die Teilnehmer/innen passende Beispiele gesehen haben, erhalten sie den Auftrag, mit der Fotokamera ausschnittsweise ein Objekt ihrer Wahl abzulichten. Pro Objekt sollen mindestens 6 Bilder geschossen werden. Nachdem alle Bilder gemacht wurden, montieren die Teilnehmer/innen die Bilder zu einem Gesamtbild. Sofern dieser Schritt aufgrund fehlender

Technik nicht möglich ist, können die Teilnehmer/innen auch Abzüge der Bilder oder Ausdrucke montieren und zu einem Bild zusammensetzen.

Es bietet sich an, zunächst mit starren, unbeweglichen Objekten anzufangen. Z.B. mit Häusern, Statuen oder Bäumen. Im nächsten Schritt können freiwillige Personen abgelichtet werden. Interessant wird es, wenn beispielsweise Freundschaftspaare eine Person aus zwei Personen zusammensetzen.

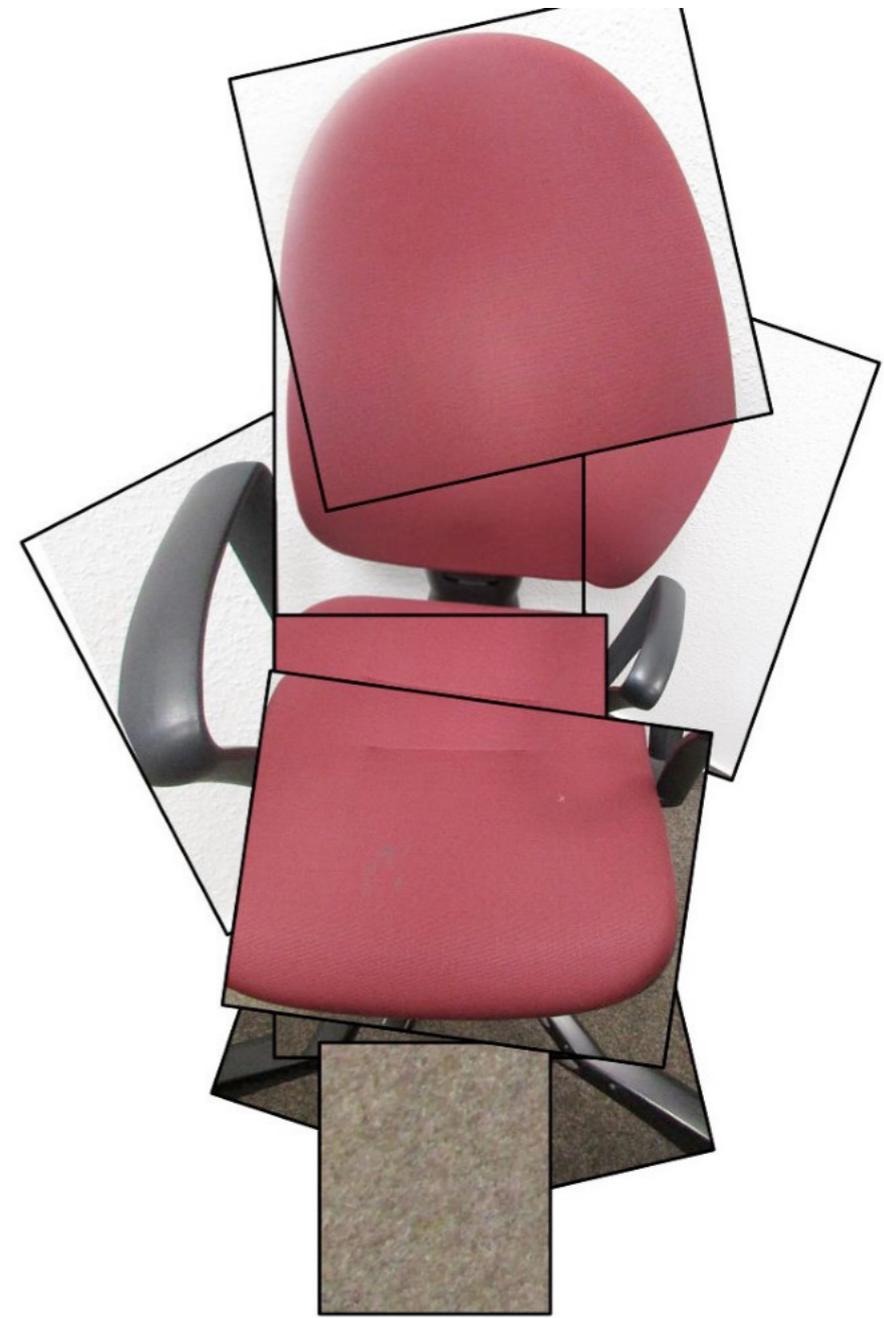
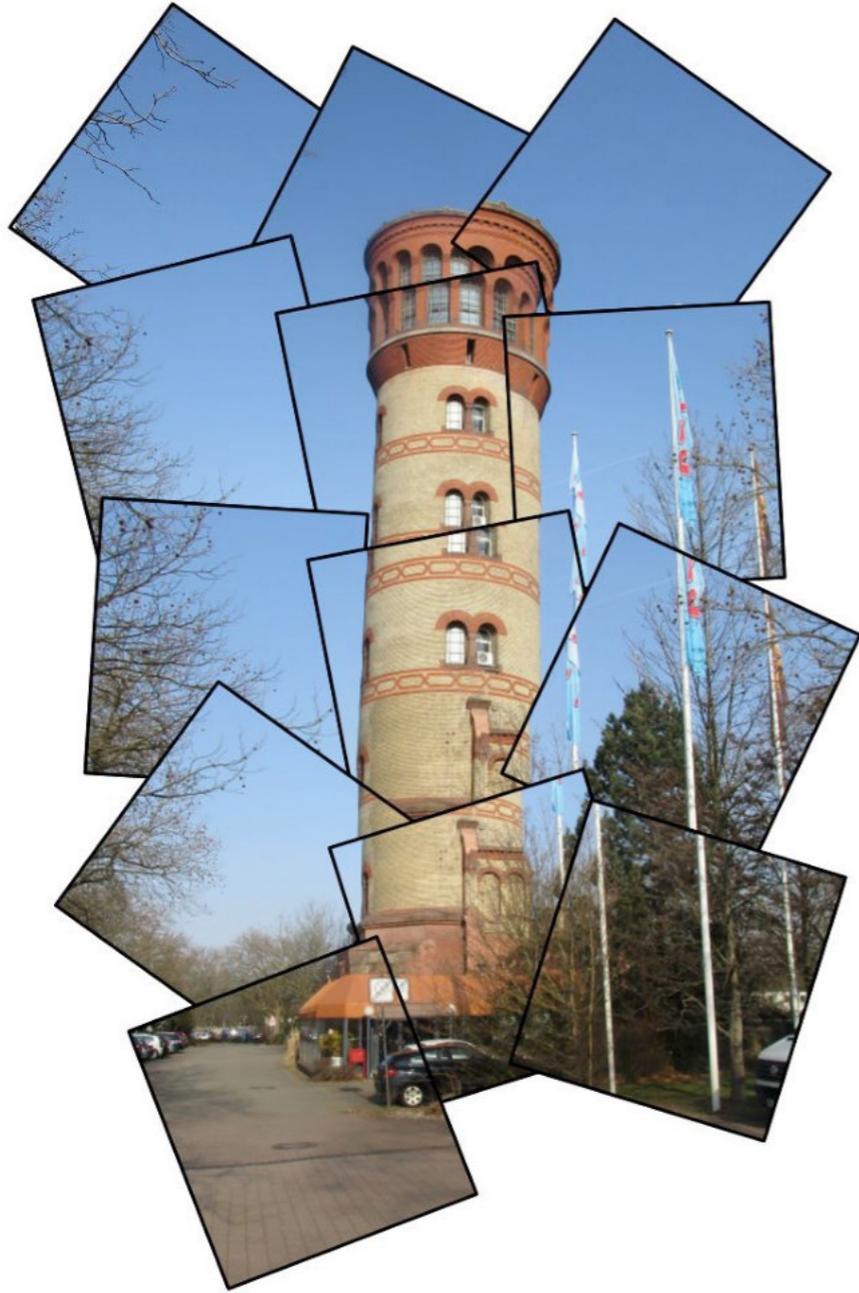
Reflexion/Auswertung:

Leitfragen zur abschließenden Sichtung und Auswertung können folgende sein: Wo lagen Schwierigkeiten bei der Collage? Wie werden Objekte und Personen durch diese Art der Fotografie verändert? Wie ordnen die Teilnehmer/innen diese Art der Bildgestaltung ein? Gefällt sie ihnen aus ästhetischer Sicht?

Variante:

Wenn sich die Teilnehmer/innen gegenseitig ausschnittsweise fotografieren, können die Bilder gemischt und anschließend neu montiert werden. Das erinnert an die Phantasietiere, die aus unterschiedlichen Beinen, Köpfen und Körpern zusammengesetzt werden.

Beispiele:



Stop-Motion-Film

METHODEN

1. Fotos nachstellen
2. Sprungfotos
3. Lichtmalerei
4. Fotocollage
5. **Stop-Motion-Film**

Diese Methode beschreibt den Übergang zwischen Fotografie und Video. Aus dem Standbild wird ein bewegtes Bild. Unter dem Motto „Als die Bilder laufen lernten“ erfahren die Teilnehmer/innen, dass ein Videofilm aus einer Vielzahl an Einzelbildern zusammengesetzt wird.

Kurzbeschreibung:

Eine Bewegungsabfolge wird mit der Fotokamera festgehalten und anschließend im Videoschnittprogramm aneinandergesetzt und abgespielt.

Medienart: Fotografie, Video

Teilnehmeranzahl: pro Gruppe mindestens 3 Teilnehmer/innen

Mediale Lernziele:

Hardware-Kenntnisse, Software-Kenntnisse, technische Kompetenz, kreative Kompetenz, gestalten, produzieren/publizieren

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ, Teamarbeit, gestalten

Zielgruppe:

Kinder ab ca. 6 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

1 Fotokamera pro Kleingruppe, PC oder Laptop mit Videoschnittprogramm, Objekte für die Szene – das können Bauklötze, Naturmaterialien, Spielzeugautos, Schuhe etc. sein.

Zeitumfang: Mit Montage ca. 60 Minuten

Vorbereitung:

Um den Vorgang des Stop-Motion-Effekts zu verstehen, kann vorab ein kurzer Trickfilm produziert werden, bei dem nur ein Objekt durch das Bild wandert. Das Objekt wird stückweise verschoben und die Bewegung wird in vielen Einzelbildern festgehalten. Die Bilder werden im Videoschnittprogramm aneinandergereiht und anschließend wird die Abspielgeschwindigkeit beschleunigt.

Durchführung:

Die Teilnehmer/innen denken sich eine kurze, einfache Szene aus, in der einige wenige Objekte animiert werden. Wichtig: die Szene muss aufgrund der Bewegung eine Aussage haben, es bedarf

keiner Dialoge oder Texte. Beispielsweise können die Objekte aus einem Federmäppchen kriechen oder Schuhe wandern durch das Bild eine Treppe hinauf. Die Szene sollte möglichst einfach gestaltet werden und mit wenig Vorbereitung verknüpft sein. Für eine sehr flüssige Bewegung werden 24 Bilder pro Sekunde Film benötigt. Die Gruppen können sich also in etwa vorstellen, wie viele Bilder für einen Halbminüter gebraucht werden. Wichtig ist, dass die Objekte in sehr kleinen Schritten durch das Bild wandern, das gilt vor allem je näher die Objekte an der Kamera stehen. Durch die Testszene in der Vorbereitung bekommen die Teilnehmer/innen einen Eindruck davon, wie die einzelnen Schritte gesetzt werden müssen. Die Kameras sollten wackelfrei stehen, am besten auf einem Stativ. Ein Kontrollmonitor kann helfen, die aufgenommenen Bilder für alle Gruppenteilnehmer/innen sichtbar zu machen.

Nachdem alle Bilder „im Kasten“ sind, werden sie auf den Computer kopiert, gesichtet und eventuell fehlerhafte Bilder gelöscht.

Weitere Instruktionen:

Im Folgenden lesen Sie die Arbeitsschritte im Videoschnittprogramm „Premiere Elements“ von Adobe:

- Die aufgenommenen Bilder werden in das Videoschnittprogramm geladen und in der Bildspur sinnvoll (in der Reihenfolge der Aufnahmen) aneinandergereiht.
- Im nächsten Schritt wird die Bilderabfolge als Film exportiert (z.B. als avi-Datei) und
- anschließend als Clip erneut in das Programm geladen und in die Bildspur gelegt.
- Die Geschwindigkeit des Clips wird über den Menüpunkt „Zeit verlängern“ (siehe Abbildung) so verändert, dass die Bilderabfolge fließend erscheint. Dazu muss man die %-Zahl erhöhen, z.B. auf 2000 %.

Final kann die Bildspur noch mit Titel, Abspann und Musik hinterlegt werden. Fertig ist der Film!

Reflexion/Auswertung:

Die Teilnehmer/innen werden die Erfahrung machen, dass diese Übung sehr viel Geduld und Zusammenarbeit erfordert. Die einzelnen Arbeitsschritte von der Idee bis zum fertigen Film können reflektiert werden. Diese Übung verdeutlicht sehr gut, dass Filme machen ein „Handwerk“ ist, das Geduld, Handarbeit und Zusammenarbeit erfordert.

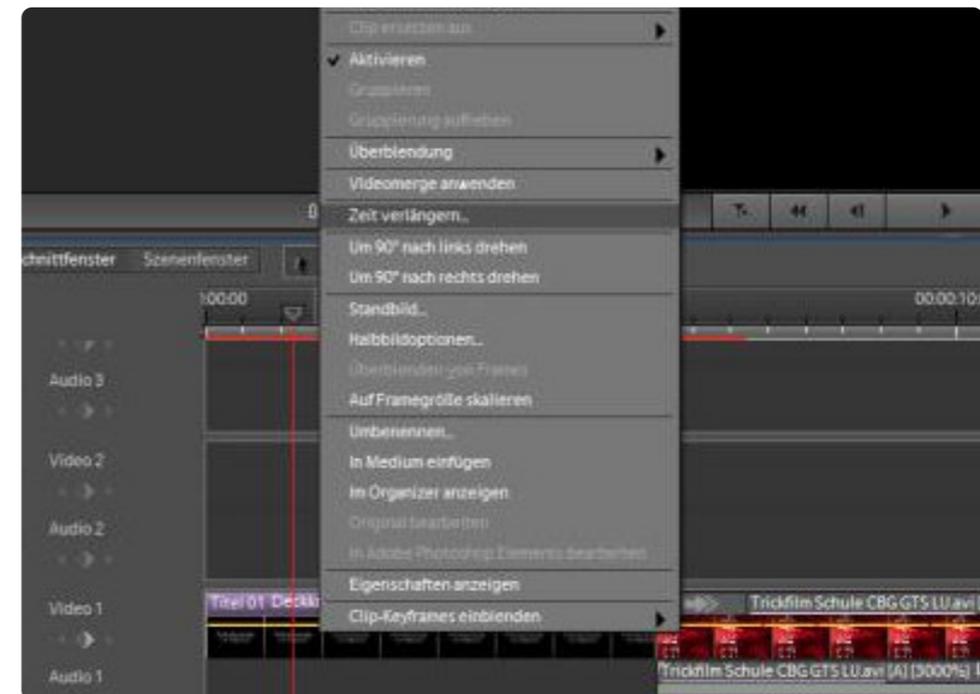


Abb.: „Zeit verlängern“ erreichen Sie über einen Rechtsklick auf die Bildspur.

Variante:

Alternativ kann der Stop-Motion-Film auch mithilfe einer Videokamera produziert werden. Anstelle von Fotos werden hier jeweils sehr kurze Aufnahmen (ca. 1 sec) hintereinander gemacht.

Beispiele:

Ein Video zur Methode finden Sie unter:

<http://medienundbildung.com/arbeitsmaterialien/>

[Stand: 27.10.2016]

Audio

1. Geräuschejagd
2. Audiofisch
3. Vorwärts-Rückwärts
4. Der vertonte Witz
5. Audioguide



Überblick

Audio

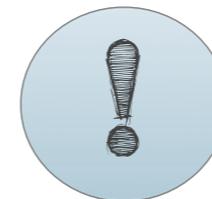
Die Radionutzung spielt bei Jugendlichen laut JIM-Studie 2015 weiterhin eine zentrale Rolle (vgl. JIM-Studie 2015, S. 14). Mehr als die Hälfte der befragten Jugendlichen gab an, täglich Radio zu hören. Von daher liegt es nahe, dem Thema Audio ein gesondertes Kapitel zu widmen. Nicht nur die Nutzungsgewohnheiten von Kindern und Jugendlichen liefern ein Argument für die Beschäftigung mit Audioarbeit in der medienpädagogischen Praxis. Vielfältige Argumente begründen den pädagogischen Nutzen. Hier seien die drei wichtigsten genannt:

Audioarbeit ist niederschwellig, kostengünstig und vielfältig (siehe dazu auch Bernius, Volker: <http://medienbildung.hypothesen.org/2803> [Stand: 27.10.2016]). Die Konzentration auf Sprache im Zuge der Audiopraxis bietet den Vorteil, dem Gesagten und Gehörten die Aufmerksamkeit zu schenken, die durch audiovisuelle Medien häufig ins Hintertreffen gerät. Das Gesehene oder Gelesene verankert sich oftmals tiefer im Gedächtnis als das Gehörte. Achtsames Zuhören kann mit Hilfe der Audioarbeit trainiert werden. Selbstverständlich liefert aber auch die eigene Produktion eines Audiobeitrags eine

Begründung für die Relevanz von Audioarbeit: zu begreifen, wie ein Audiobeitrag oder eine Radiosendung entsteht, bietet diverse Lerneffekte bei den Teilnehmenden. Nicht nur, dass sie erfahren, dass für eine erfolgreiche Produktion gute Teamarbeit gefragt ist, nein auch die Erfahrung der Selbstwirksamkeit und die Möglichkeit, der eigenen Stimme und den eigenen Geschichten einen Raum zu geben, lässt Jugendliche wachsen und stärkt sie in ihrem Selbstbewusstsein. Wertvoll kann auch die Reduktion der Person auf ihre Stimme sein. Die Konzentration auf das Gesagte und den stimmlichen Ausdruck kann vom Körperlichen ablenken, was für die beteiligten Jugendlichen sehr wertvoll und erleichternd sein kann.

Literatur:

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2016) (Hrsg.): JIM-Studie 2016 – Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland.



Bei der JIM-Studie handelt es sich um eine Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Sie wird jährlich vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest herausgegeben. Die Studie kann kostenlos unter folgendem Link heruntergeladen werden:
https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2016/JIM_Studie_2016.pdf [Stand: 27.10.2016].

Geräuschejagd

METHODEN

1. Geräuschejagd
2. Audiofisch
3. Vorwärts-Rückwärts
4. Der vertonte Witz
5. Audioguide

Diese Methode eignet sich zum Kennenlernen der Funktionen des Audioaufnahmeegeräts. Sie kann im Wettbewerbsmodus umgesetzt werden, um die Spannung und den Spielfaktor zu erhöhen.

Kurzbeschreibung:

In Kleingruppen gehen die Teilnehmer/innen auf Geräuschejagd und sammeln mithilfe von Audioaufnahmeegeräten Geräusche aus ihrer Umgebung.

Medienart: Audio

Teilnehmeranzahl: pro Kleingruppe ca. 3 Personen

Mediale Lernziele: Bedienung von Audioaufnahmeegeräten kennenlernen, Hardware-Kenntnisse, produzieren/publizieren

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ, Teamarbeit

Zielgruppe: Kinder ab ca. 6 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

1 Audioaufnahmegerät pro Kleingruppe, Liste mit Geräuschen

Zeitumfang:

ca. 20 Minuten je nach Anzahl der gesuchten Geräusche

Vorbereitung:

Eine Liste mit Geräuschen, die aufgenommen werden sollen, kann im Vorfeld vorbereitet werden. Bei jüngeren Kindern sollte vorher deutlich gemacht werden, in welchem Bereich die Kinder die Geräusche sammeln sollen (z.B. nur innerhalb des Gebäudes o.ä.).

Durchführung:

In Kleingruppen ziehen die Teilnehmer/innen los und sammeln anhand einer vorher ausgeteilten Liste Geräusche. D.h. sie nehmen den Begriffen entsprechend Geräusche auf dem mobilen Audioaufnahmegerät auf. Typische Geräusche sind z.B. laufendes Wasser, Klospülung, Schritte, Tür fällt ins Schloss. Hinweis: Bei Kindern, die noch nicht lesen können, kann die Liste aus Bildern bestehen, die verdeutlichen, welches Geräusch gewünscht wird.

Die Teilnehmer/innen sollen mindestens drei Geräusche aufnehmen. Ziel ist es, die Geräusche so schnell wie möglich in einer guten Qualität aufzunehmen.

Reflexion/Auswertung:

Zum Ende der Übung werden die Geräusche den Gruppen jeweils vorgespielt und die Gruppen sollen raten, welche Geräusche sich hinter den Aufnahmen verbergen. Beim Hören der Geräusche kann man darauf eingehen, dass bei Hörspielproduktionen oder auch der Vertonung von Zeichentrickfilmen selten die „originalen“ Objekte das Geräusch machen, d.h. wenn Menschen durch den Schnee laufen, werden die Schritte nicht unbedingt im Schnee aufgenommen. Dafür gibt es sogenannte „Geräuschemacher“, die sich verschiedener Hilfsmittel bedienen. Tragen Sie mit den Teilnehmer/innen zusammen, welche Geräusche wie nachgeahmt werden können. Zum Beispiel kann ein Donnerrollen mithilfe eines Bleches erzeugt werden.

Sofern an dieser Stelle eine Vertiefung gewünscht wird, kann der Film „Geräuschemacher“ aus der „Sendung mit der Maus“ gemeinsam angeschaut werden:

<http://www.wdrmaus.de/filme/sachgeschichten/geraeschemacher> [Stand: 27.10.2016]

Auch sehr schön an dieser Stelle:

<http://www.conservethesound.de/> [Stand: 27.10.2016], eine Website, die sich mit dem Verschwinden von Geräuschen befasst.

Variante:

Statt eine Reihe von Geräuschen aufzunehmen, können auch diverse „Atmos“ aufgezeichnet werden, z.B. Pausengeräusche auf dem Schulhof, eine befahrene Straße oder eine Bahnhofshalle.

Beispiele:

Ein Video zur Methode finden Sie unter:

<http://medienundbildung.com/arbeitsmaterialien/>

[Stand: 27.10.2016]

Audiofisch

METHODEN

1. Geräuschejagd
2. **Audiofisch**
3. Vorwärts-Rückwärts
4. Der vertonte Witz
5. Audioguide

Bei dieser Methode handelt es sich um eine kurzweilige Übung zum Umgang mit „Audacity“. Sie eignet sich gut bei jüngeren Kindern zum Verständnis, was Töne sind und welche Bedeutung die Entfernung Mund-Mikrofon hat.

Kurzbeschreibung:

Die Teilnehmer/innen versuchen, mit einem unterschiedlich lauten bzw. leisen Ton einen Fisch im Audioschnittprogramm sichtbar zu machen.

Medienart: Audio

Teilnehmeranzahl: 3 bis 30 Personen

Mediale Lernziele:

Kennenlernen des Audioschnittprogramms „Audacity“, Hardware-Kenntnisse, Software-Kenntnisse

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ, Teamarbeit, Spaß

Zielgruppe: Kinder ab 5 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

PC oder Laptop mit dem Programm „Audacity“ oder einem vergleichbaren Audioschnittprogramm, Mikrofon

Zeitungsumfang: ca. 15-30 Minuten

Vorbereitung:

Die Mikrofoneinstellungen bei „Audacity“ sollten vor der Durchführung getestet werden, um den Abstand zu finden, den die Teilnehmer/innen zum Mikrofon haben müssen. Es kann entweder ein externes Mikrofon oder das im Laptop eingebaute verwendet werden.

Durchführung:

Den Teilnehmer/innen wird gezeigt, dass bei einer Sprachaufnahme je nach Lautstärke die „Waveforms“ in der Spur unterschiedlich ausfallen. Bei leiseren Tönen sind die Waveforms schmaler, bei hoher Lautstärke sind sie breiter. Ziel ist es, dass die Teilnehmer/innen gemeinsam einen Ton so aufnehmen, dass die Waveform optisch einem Fisch gleicht.

Reflexion/Auswertung:

Die „Audiofische“ werden mit den Teilnehmer/innen gemeinsam angehört und angesehen. Dabei werden die Funktionen der grafischen Darstellung von Lautstärke und Dauer an der Waveline erarbeitet.

Variante:

Alternativ kann versucht werden, andere Tiere oder Objekte mithilfe von unterschiedlich lauten oder leisen Tönen im Schnittprogramm abzubilden (z.B. eine liegende Tanne, eine Vase o.ä.).

Beispiele:

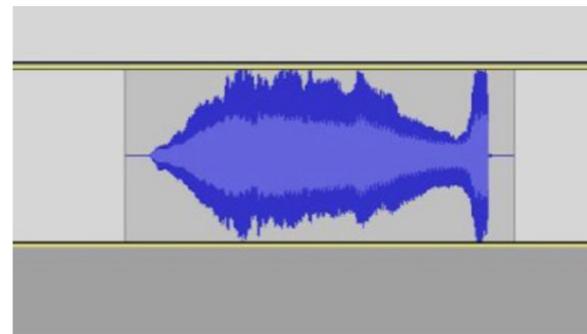


Abb.: Der Audiofisch - mit ein wenig Fantasie wird aus Geräuschen ein Lebewesen

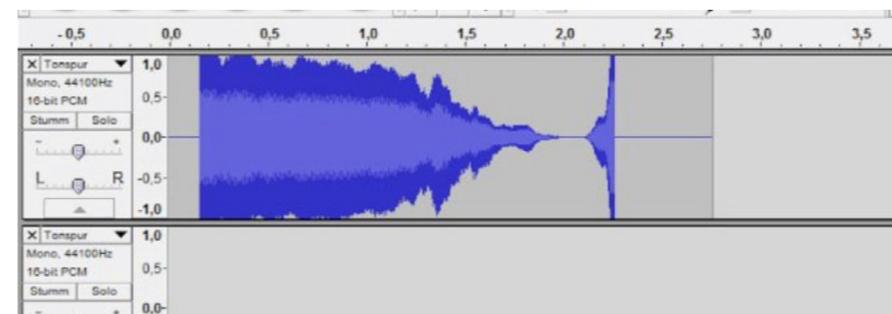


Abb.: Das Audioglas - mit ein wenig Fantasie wird aus Geräuschen ein Gegenstand

Vorwärts-Rückwärts

METHODEN

1. Geräuschejagd
2. Audiofisch
3. **Vorwärts-Rückwärts**
4. Der vertonte Witz
5. Audioguide

Kurzbeschreibung: Die Teilnehmer/innen sprechen zunächst sehr einfache Wörter wie z.B. „Hallo“, dann Wörter mit verschiedenen Satzzeichen und dann Sätze rückwärts in ein Audioaufnahmegerät ein. Ziel ist es, die Sätze so einzusprechen, dass sie richtig klingen, wenn man sie im Audioschnittprogramm „Audacity“ vorwärts abspielen lässt.

Medienart: Audio

Teilnehmeranzahl: ca. 4 Teilnehmer/innen pro Kleingruppe

Mediale Lernziele:

Umgang mit mobilen Audioaufnahmegegeräten lernen, Hardware-Kenntnisse, Umgang mit dem Audioschnittprogramm „Audacity“ lernen, Software-Kenntnisse

Weitere Lernziele:

Reflexion über Manipulation von Medien, insbesondere von Audioaufnahmen, Gespür für die eigene Sprache entwickeln

Zielgruppe: Kinder ab 8 Jahren, Jugendliche

Benötigtes Material + Technik:

ggf. vorformulierte Wörter und Sätze, Audioaufnahmegeräte, Laptop oder PC mit dem Audioschnittprogramm „Audacity“

Zeitumfang: ca. 30 – 45 Minuten

Vorbereitung:

Sofern es den Teilnehmer/innen schwer fällt, eigene Sätze zu bilden, bietet es sich an, vorbereitete Sätze mitzubringen.

Durchführung:

Die Teilnehmer/innen erhalten in der ersten Runde zunächst simple Wörter und sollen diese rückwärts sprechen, so dass sie im Vorlauf richtig ausgesprochen klingen.

Ein „Hallo“ klingt beispielsweise rückwärts gesprochen wie „Holá!“ Die Teilnehmer/innen sollen experimentieren und bestenfalls selber auf die Idee kommen, das Wort erst vorwärts einzusprechen und dann zu hören, wie es rückwärts klingt. Rückwärts abspielen erfolgt in „Audacity“ über den Effekt „rückwärts“:

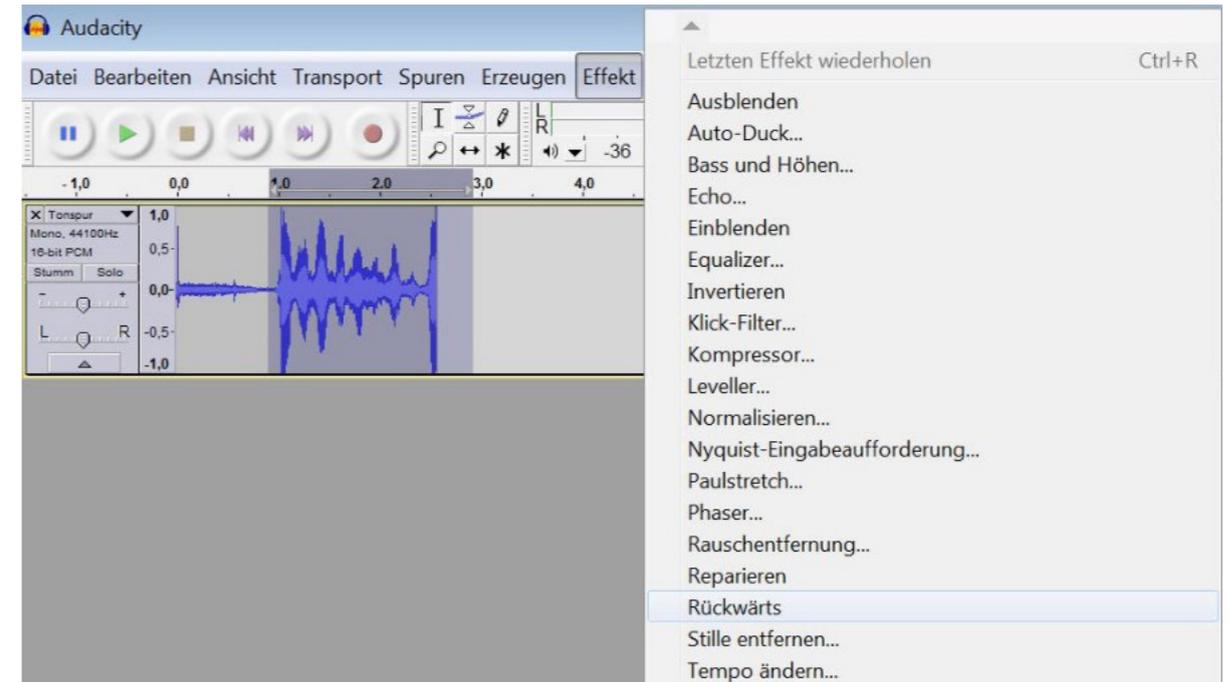
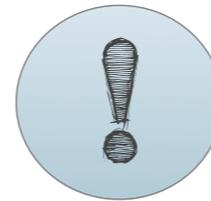


Abb.: Audacity-Effekt „Rückwärts“



Eine Anleitung zu den grundlegenden und wichtigsten Schritten im Umgang mit dem Audiotbearbeitungsprogramm „Audacity“ finden Sie in der Broschüre zum „Radio Starter Set“ unter: <http://medienundbildung.com/arbeitsmaterialien/> [Stand: 27.10.2016].

Reflexion/Auswertung:

Zum Abschluss werden die Aufnahmen im Plenum gemeinsam angehört. Leitfragen für die Reflexion könnten folgende sein: Welche Wörter oder Sätze waren besonders schwer? Warum fällt es so schwer, Wörter oder Sätze rückwärts so zu sprechen, dass sie beim vorwärts Abspielen korrekt klingen? Welche Mittel kann ich nutzen, um die Übung erfolgreich zu meistern?

Variante:

Die Übung kann auch als Aufgabe mit Wettbewerbscharakter erfolgen. Dabei sollen die Gruppen so viele Wörter wie möglich in einer vorgegebenen Zeit einsprechen und umdrehen, so dass sie „richtig“ klingen. Welche Gruppe schafft die meisten?

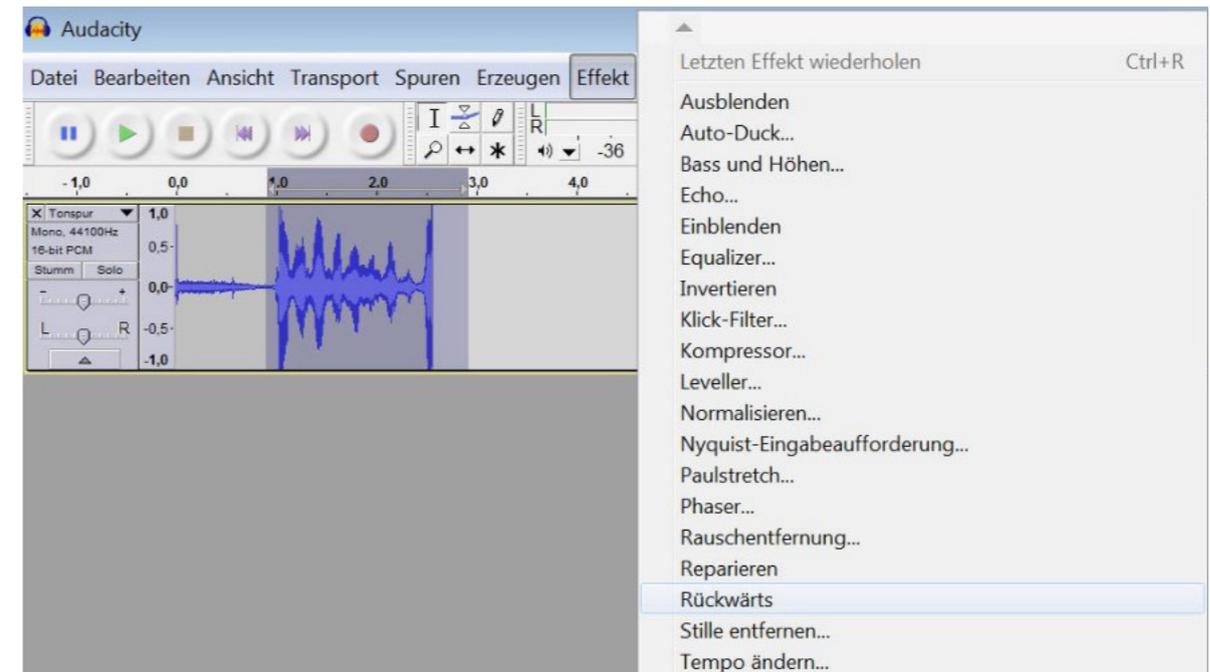
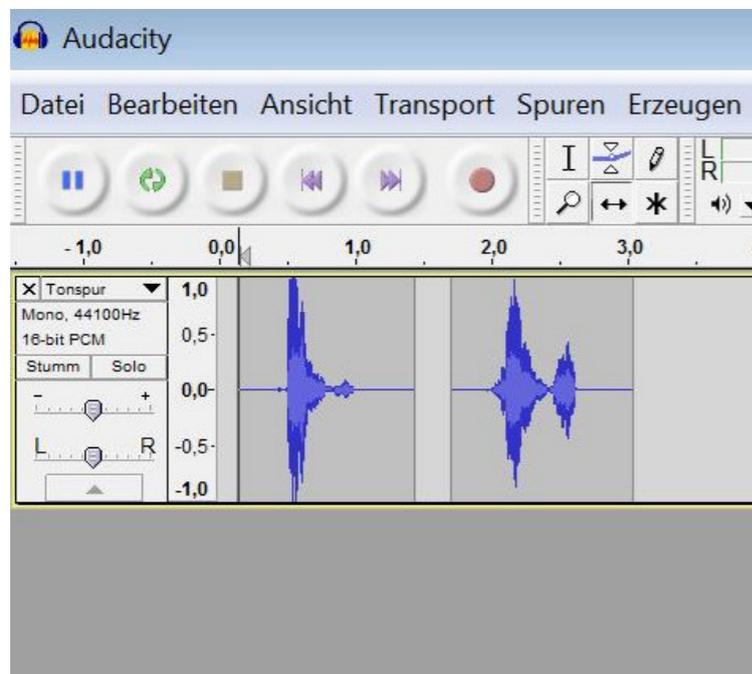


Abb.: „Hallo“ in Audacity – zunächst vorwärts eingesprochen und dann ein „Ollah“, rückwärts eingebaut. Die Ähnlichkeit der Worte zeigt sich auch in der Grafik.



Der vertonte Witz

METHODEN

1. Geräuschejagd
2. Audiofisch
3. Vorwärts-Rückwärts
4. **Der vertonte Witz**
5. Audioguide

Diese Übung dient der Einführung ins Audioschnittprogramm „Audacity“. Die grundlegenden Arbeitsschritte bei der Produktion eines Hörspiels werden dabei berücksichtigt.

Kurzbeschreibung:

Anhand eines kurzen Witzes nimmt die Gruppe gemeinsam ein kurzes Hörstück auf. Dieses wird wie bei einem Hörspiel üblich, mit Musik und Geräuschen versehen.

Medienart: Audio

Teilnehmeranzahl: pro Gruppe bis zu 10 Teilnehmer/innen

Mediale Lernziele:

Audioschnittprogramm kennen lernen, Hardware/Software-Kenntnisse, erste Schritte der Audioproduktion erfahren, produzieren/publizieren

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ, Teamarbeit

Zielgruppe: Kinder ab 8 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

Laptop mit Mikrofon, das Audioschnittprogramm „Audacity“.
Zeitumfang: ca. 30 - 45 Minuten

Vorbereitung:

Es ist ratsam, im Vorfeld verschiedene Witze auf Karten zu schreiben und mitzubringen.

Durchführung:

Die grundlegenden Funktionen von „Audacity“ werden erläutert wie z.B. Aufnahme, Pause, Play, Stop. Dann wird Stück für Stück der Witz vertont. Zunächst wird der Text von zwei Teilnehmer/innen gesprochen. Anschließend wird gesammelt, welche Elemente zur Vertonung des Witzes noch eingesetzt werden können: z.B. passende Hintergrundgeräusche und Musik. Alle Elemente werden Stück für Stück aufgenommen und anschließend in der Timeline aufeinander abgestimmt.

Reflexion/Auswertung:

Die Produktion des vertonten Witzes zeigt, wie eine Hörspielproduktion entsteht und welche technischen Schritte dabei erfolgen. Die Teilnehmer/innen können in der abschließenden Reflexion noch einmal heraus arbeiten, welche Schritte durchlaufen wurden.

Variante:

Statt eines Witzes kann auch ein Gedicht oder ein Zungenbrecher vertont werden.

Beispiele:

Ein Video zur Methode finden Sie unter:
<http://medienundbildung.com/arbeitsmaterialien/>
[Stand: 27.10.2016]

Audioguide

METHODEN

1. Geräuschejagd
2. Audiofisch
3. Vorwärts-Rückwärts
4. Der vertonte Witz
5. **Audioguide**

Audioguides in Form von Museums- oder Stadtführern für die Ohren gibt es bereits seit einigen Jahren. Sie liefern den Museums- oder Stadtbesuchern Hintergrundinformationen zu den Exponaten, leihen historischen Figuren ihre Stimme und erweitern den Kulturraum. Verschiedenste Apps bieten die Möglichkeit, sich Audioguides auf ein mobiles Endgerät z.B. das Smartphone oder Tablet zu laden und weiterführende Informationen und Eindrücke anzuhören.

Kurzbeschreibung:

Die Teilnehmer/innen produzieren einen Audioguide zu einem bestimmten Thema.

Medienart: Audio

Teilnehmeranzahl: max. 20 Teilnehmer/innen

Mediale Lernziele:

Hardware/Software-Kenntnisse, Produktion eines Audiobeitrags und dessen Verbreitung via QR-Code, gestalten, produzieren/publizieren

Weitere Lernziele:

sozial/kooperativ, Teamarbeit, redaktionelles Arbeiten

Zielgruppe: Kinder ab ca. 8 Jahren, Jugendliche, Erwachsene,

Benötigtes Material + Technik:

Aufnahmegeräte, Internetverbindung, Drucker

Zeitumfang: je nach Umfang ca. 2-5 Zeitstunden

Vorbereitung:

Die Produktion eines Audioguides setzt die Fähigkeit voraus, mit einem Audioschnittprogramm wie „Audacity“ umgehen zu können. Auch sollten bereits Kenntnisse zur Produktion von Audiobeiträgen vorliegen.

Durchführung:

Zunächst einigen sich die Teilnehmer/innen darauf für wen und zu welchem Thema der Audioguide produziert werden soll. Die Ausgestaltung kann dabei sehr unterschiedlich sein. Ein Audioguide kann beispielsweise als Grundlage einer Rallye dienen, den Besucher/innen eines Gebäudes oder einer

Ausstellung Informationen liefern, oder zu einem bestimmten Thema, losgelöst vom jeweiligen Umfeld, akustisch aufbereitetes Material bereit stellen. In dieser Methodenbeschreibung beziehen wir uns auf die erste Möglichkeit. Zu einem Jugendzentrum erhalten die Zuhörer/innen an bestimmten Stellen/Orten weiterführende Informationen. Zielgruppe des Audioguides sind Besucher/innen, in erster Linie Jugendliche, die das Jugendzentrum besser kennen lernen wollen. Zu den einzelnen relevanten Räumen und Angeboten erstellen die am Projekt beteiligten Jugendlichen in Kleingruppen Audiobeiträge. Diese können Informationen zu den Räumen geben, O-Töne der Besucher oder auch Interviews beinhalten.

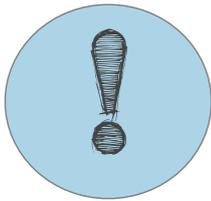
Die erstellten Audiodateien werden mithilfe eines QR-Codes öffentlich zugänglich gemacht. Dazu werden die Audiobeiträge im Internet hochgeladen und zur jeweiligen Internetseite wird mithilfe eines QR-Code-Generators ein QR-Code erstellt. Die generierten QR-Codes werden ausgedruckt, an die betreffenden Stellen im Jugendzentrum geheftet und können nun mit einem QR-Code-Reader aufgerufen werden.

Reflexion/Auswertung:

Die fertigen Audioguides werden gemeinsam angehört und in Aktion getestet.

Variante:

Sollte die Verbreitung der Aufnahmen über QR-Codes nicht möglich sein, können die Tonaufnahmen auch auf einem Tonträger (z.B. Audiorecorder oder USB-Stick) zur Verfügung gestellt werden. Das ist jedoch nur an nicht-öffentlichen Plätzen möglich und erfordert Personen, die die Geräte verteilen.



Hinweis: sollte es keine Möglichkeit geben, Dateien im Internet hochzuladen, weil beispielsweise keine eigene Internetseite bzw. kein Serverspace besteht, kann mithilfe von Audiyou¹ gearbeitet werden. Dazu werden die erstellten Dateien bei „Audiyou“ hochgeladen und wie oben beschrieben werden den Dateien entsprechende QR-Codes zugewiesen.

Für den öffentlichen Raum gibt es die Möglichkeit, über die App „AudioguideMe Stories“ Beiträge aufzunehmen und interessierten Nutzern zugänglich zu machen:

<http://www.audioguide.me/audioguideme-stories-app/>

[Stand: 27.10.2016]

¹Auf www.audiyou.de befindet sich eine Audiothek, deren Nutzung kostenfrei ist. Dort kann man Audiodateien herunter- und hochladen. [Stand: 27.10.2016].

QR-Code:

QR steht für „quick response“, schnelle Antwort. Der QR-Code ist ein zweidimensionaler Code zur Verschlüsselung von Daten und Texten. Er besteht aus schwarzen und weißen Punkten und seine Besonderheit liegt in der schnellen Lesbarkeit. Seinen Ursprung hat der Code in der Automobilindustrie, Bauteile eines japanischen Automobilherstellers wurden mit diesem Code versehen. Mittlerweile finden sich QR-Codes in diversen Anwendungsbereichen wieder, beispielsweise zur Fahrplanauskunft im öffentlichen Nahverkehr oder zur Informationsdistribution in kulturellen Einrichtungen (Museen).

Kapitel 3

Comic & Manga

1. Überblick
2. Comicelemente identifizieren
3. Comics und Werbung
4. Comics erstellen
5. Stärkencomics
6. Fotobearbeitung im Manga-Style



Comic und Manga

Comic-Heftchen wie „Mickey Mouse“ und „Donald Duck“ dürfte jeder kennen. Doch hat die Bildgeschichte eine lange Tradition: früher erzählten Wandmalereien oder Reliefs auf römischen Säulen von Jagderfolgen und gelungenen Feldzügen. Entscheidend für die Weiterentwicklung der Bildgeschichte war die Entwicklung der Drucktechnik, die eine Vervielfältigung und Verbreitung ermöglichte. Waren es im 15. Jahrhundert noch einfache Einblattholzschnitte¹ und später im 18. Jahrhundert sogenannte Bilderbögen, die belehren aber auch unterhalten sollten, so erschien 1895 der erste „richtige“ Comic, wie wir ihn heute als Comic verstehen. Was Ende des 19. Jahrhunderts mit kurzen Comicstrips in Zeitungen begann und das US-amerikanische Massenpublikum erheiterte, ist heute ein globales, komplexes Phänomen der Populärkultur (vgl. Friedel 2014, S.2). Darum ist es wichtig, dass sich auch die Medienpädagogik mit Comics beschäftigt und Methoden vorschlägt, wie man dieses

¹Einblattholzschnitte sind die frühesten Werke des Bilddruckes in Mitteleuropa. Dabei handelte es sich meist um bildliche Darstellungen von Heiligen, kombiniert mit Gebetstexten. Später enthielten die Blätter beispielsweise auch medizinische Ratschläge.

Thema mit Kindern und Jugendlichen bearbeiten kann. Die feste Verwurzelung der Bildgeschichte auch in der deutschsprachigen Kultur zeigt, dass Comics als ein Teil der kulturellen und ästhetischen Bildung verstanden werden können. Außerdem bieten Comics eine gute Möglichkeit, niedrigschwellige aktive Medienarbeit zu leisten.

In den letzten Jahren fand eine Veränderung des Comicmarktes statt: trotz digitaler Konkurrenzprodukte und rückläufiger Auflagenhöhen hat der Comic auch in Deutschland sein Image der trivialen Unterhaltung für Kinder und Jugendliche abgelegt. Comics und sogenannte Graphic Novels bieten eine künstlerische und erzählerische Vielseitigkeit und sind längst nicht mehr ausschließlich der Komik verschrieben (vgl. Friedel 2014, S.2). Vor allem Mangas, d.h. Comics aus Japan sind heutzutage auf dem Vormarsch und bescheren den einschlägigen Verlagen wachsende Absatzzahlen (vgl. Comic

Report 2014, S.139). Die Mangaszene kann als ein wichtiger Teil der Jugendkultur gesehen werden. Für viele Jugendliche stellt dabei das Mangazeichnen einen Einstieg dar. Dieser Trend zeigt sich auch anhand der zahlreichen Manga-Foren und Manga-Conventions² wie z.B. der Connichi. Die Leserschaft von Mangas hat sich häufig nicht nur der individuellen Lektüre verschrieben, sondern sie besteht auch aus Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die sich in Fanszenen organisieren (vgl. Kahl 2012, S.2). In diesem Zusammenhang spielt auch das „Cosplay“ eine wichtige Rolle. Hierbei handelt es sich um einen Verkleidungstrend, bei dem es darum geht, einen Charakter aus einem Manga oder Anime möglichst originalgetreu darzustellen. Die wachsenden Umsatzzahlen in der Mangabranche zeigen deutlich, dass Mangas ein ernst zu nehmender Sektor des deutschen Buchmarktes sind.

Comics und Mangas stellen einen wichtigen Zugang zur Literatur dar. Gerade für uninteressierte Lesemuffel oder bildungsfernere Zielgruppen kann deren Lektüre eine Motivationsquelle sein und es können dadurch Leseanreize geschaffen werden.

²Eine Manga-Convention ist eine Veranstaltung, die sich an Interessierte der japanischen Lebens- und Comickultur richtet. Dabei treffen sich Mangafans mit Gleichgesinnten aus ganz Deutschland. Das Programm bietet Aufführungen, Workshops, Filmvorführungen, Cosplaywettbewerbe und zahlreiche andere Mitmachmöglichkeiten. Außerdem existieren zahlreiche Verkaufsstände für Mangas und deren Merchandiseprodukte.

Außerdem bieten sie einen Zugang zur Bild- und Textsprache, denn sowohl im Comic als auch im Manga werden zwei unterschiedliche Sprachen miteinander verbunden: die Sprache des Wortes und die Sprache des Bildes. Diese gilt es zu entschlüsseln. Für diesen Verstehensprozess sind Fähigkeiten nötig, die in einem Comic/Manga-Projekt gefördert werden können.

Literatur:

Friedel, Anne-Sophie (2014): Editorial. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.) (2014): Aus Politik und Zeitgeschichte. Comics. 64. Jahrgang, Heft 33-34/2014.

Hamann, Volker und Hofmann Matthias (Hrsg.) (2014): Comic Report 2014. Der Deutschsprachige Comicmarkt: Berichte + Analysen. Barmstedt: Edition Alfons.

Kahl, Ramona (2012): Manga – Der kulturspezifisch japanische Comic?. In: kids +media. Zeitschrift für Kinder- und Jugendmedienforschung. Kontinente. 2. Jahrgang, Heft 2/2012.

Sackmann, Eckart (2015): Comic. Kommentierte Definition. In Sackmann, E. (Hrsg.), Deutsche Comicforschung 2016; Leipzig 2015: Comicplus+.

Comic:

Ein Comic ist „eine Erzählung in wenigstens zwei stehenden Bildern. Damit ist Comic Oberbegriff auch für Comic Strip, Bildgeschichte, Bildergeschichte, Manga. [...] Der Comic ist eine literarisch-künstlerische Erzählform, bei der die Erzählung vorwiegend über das Bild transportiert wird. Die Verwendung von Text ist fakultativ [...] (Sackmann 2009, S.6). Der Begriff „Comic“ wird jedoch nicht nur für die Bezeichnung der Erzählform, sondern auch für die mediale Form (Comic-Heft, Comic-Buch, Online-Comic, etc.) verwendet. Neuerdings wird auch der Begriff „Graphic-Novel“ benutzt (v.a. für einbändige, umfangreiche und literarisch anspruchsvolle Comicromane) (vgl. Sackmann, 2009, S.6). „Der Terminus steht in Abgrenzung zu illustriertem Text (bei dem die Erzählung durch den Text getragen wird), zum (Trick-) Film (fließende Bilder, Ton) und zur Einzelbild-Erzählung (Cartoon, Einzelbildwitz)“ (Sackmann, 2009, S.6).

Die folgenden Methoden lassen sich mit den unterschiedlichsten Zielgruppen umsetzen und sind damit für Groß und Klein geeignet.

Comicelemente identifizieren



METHODEN

1. **Comicelemente identifizieren**
2. Comics und Werbung
3. Comics erstellen
4. Stärkencomics
5. Fotobearbeitung im Manga-Style

Kurzbeschreibung:

Was genau macht eigentlich einen Comic zum Comic? Bei dieser Methode geht es darum, Elemente der Text- und Bildsprache von Comics herauszufinden. Hierzu werden unterschiedliche Comics bereitgelegt, die dann in Kleingruppen genauer unter die Lupe genommen werden.

Medienart: Print

Teilnehmeranzahl: max. 5 Teilnehmer/innen pro Kleingruppe

Mediale Lernziele:

informieren/recherchieren/selektieren, reflektieren/kommunizieren, über Medien kommunizieren

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ, Teamarbeit

Zielgruppe: Kinder ab 10 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

Es werden unterschiedliche Comic-Hefte oder Comic-Bücher wie z.B. Mickey Mouse, Lucky Luke und Superman sowie Plakate und dicke Stifte benötigt.

Zeitumfang: ca. 30 Minuten

Vorbereitung:

Es empfiehlt sich, eine gute Vorauswahl der Comic-Hefte zu treffen. So können die Elemente der Text- und Bildsprache leichter von den Teilnehmer/innen herausgefunden werden. Die Klassiker wie Mickey Mouse, Donald Duck und Co. sind besonders geeignet, weil sie sehr viele Elemente enthalten, die auch sehr schnell identifiziert werden können. Im Vorfeld sollte außerdem besprochen werden, was denn Elemente der Textsprache (z.B. Art der Schrift oder verschiedene Sprechblasen) und Elemente der Bildsprache (z.B. Bewegungslinien, Speedlines, Lautmalereien, übertriebene Mimik und Gestik, Symbole usw.) in Comics sein können.

Durchführung:

Die Gesamtgruppe wird in Kleingruppen à maximal 5 Teilnehmer/innen aufgeteilt. Jede Gruppe sucht sich ein Comic-Heft aus, das sie sich genauer anschauen möchte. Die Aufgabe besteht darin,

Elemente der Text- und der Bildsprache in Comics herauszufinden und diese Elemente auf einem Plakat festzuhalten. Sinnvoll ist es, die jeweiligen Elemente nicht nur aufzuschreiben, sondern sie mit einer kurzen Zeichnung zu illustrieren, so dass deutlich wird, von welchem Element die Rede ist.

Reflexion/Auswertung:

Zum Abschluss präsentieren und diskutieren die Kleingruppen im Plenum ihre Ergebnisse.

Variante:

Alternativ können statt Comic-Heften auch Mangas verwendet werden. Auch hier besteht die Aufgabe darin, Elemente der Bild- und Textsprache herauszufinden. Um die Unterschiede von Comics und Mangas deutlich zu machen, kann die Aufgabe auch von Anfang an darin bestehen, sowohl Elemente der Text- und Bildsprache von Comics als auch Elemente der Text- und Bildsprache von Mangas zu identifizieren. So können die Eigenschaften und Unterschiede beider Bildgeschichten herausgestellt und verglichen werden.

Elemente der Text- und Bildsprache von Comics

Am nächsten Morgen ...

Textsprache von Comics: Textkästchen unter/über den Bildern oder Sprechblasen



Art der Schrift ist entscheidend (fett, große Buchstaben, Schrifttyp):

- Fetter Rand, fette Schrift = Schreien
- Satzzeichen (Ausrufezeichen) zur Verdeutlichung

Elemente der Text- und Bildsprache von Comics



Erfundene Hieroglyphen = Schimpftirade



Sprechblasen mit wolkigem Rand und Wölkchen, die zum Akteur weisen = Denken

Elemente der Text- und Bildsprache von Comics



Sprechblase mit durchbrochenen Rand = Flüstern

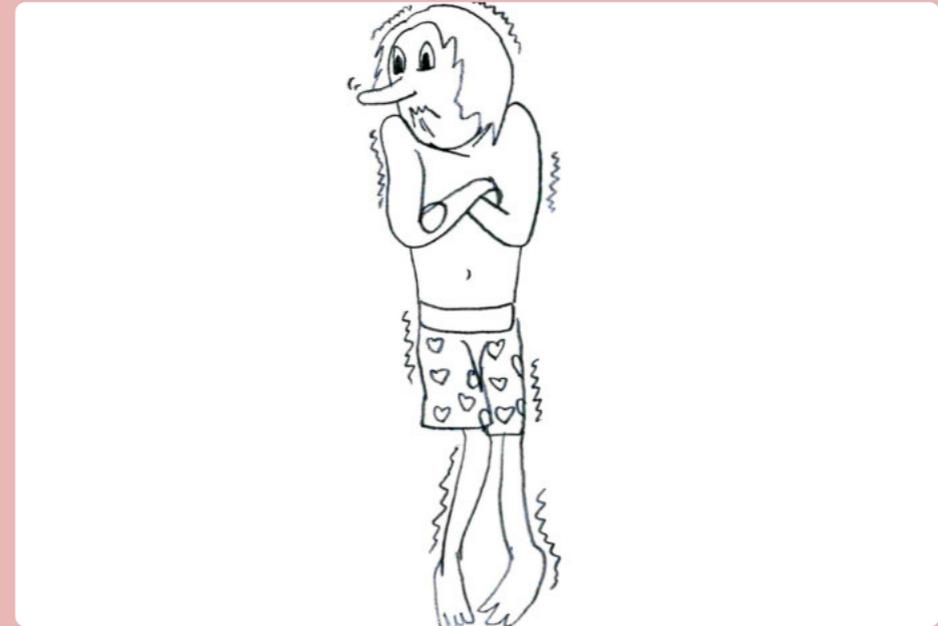


Bewegungslinien und Striche verdeutlichen Aktionen sowie die Bewegungsrichtung

Elemente der Text- und Bildsprache von Comics



Linien zur Darstellung von Geschwindigkeit (sog. „Speedlines“)

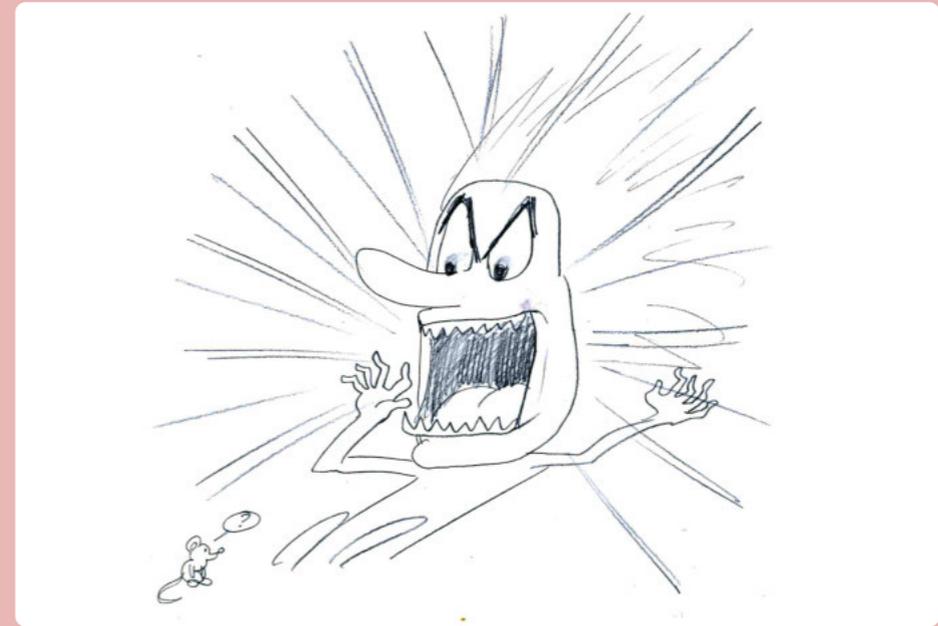


Zitterlinien weisen auf Frösteln hin

Elemente der Text- und Bildsprache von Comics



Lautmalereien visualisieren Geräusche



übertriebene Körpersprache der Figuren (Mimik und Gestik)

Elemente der Text- und Bildsprache von Comics



Herz = Verliebt sein



Sternchen = Schmerzen

Elemente der Text- und Bildsprache von Comics



Sterne über dem Kopf = Kopf gestoßen oder betrunken

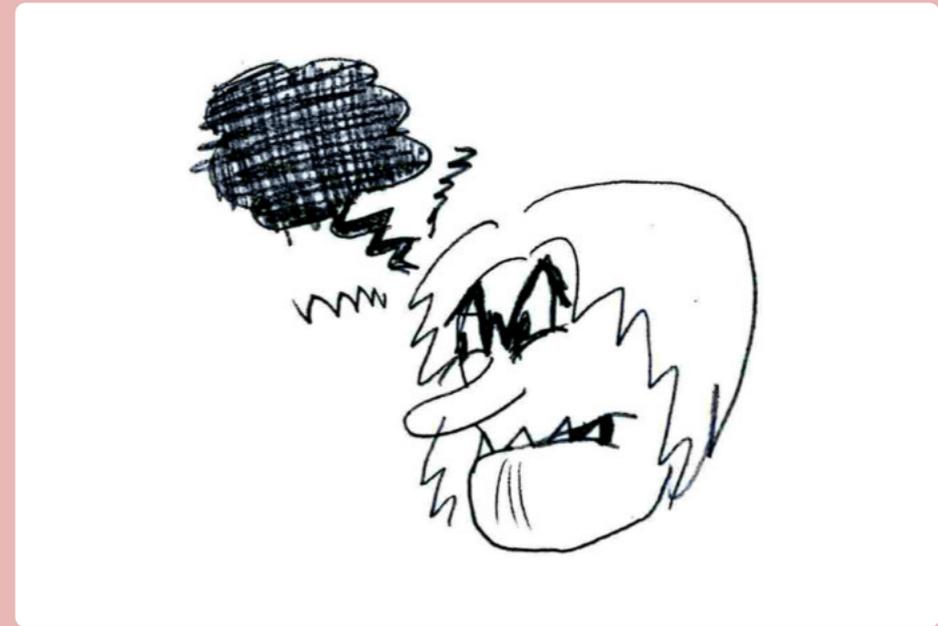


Schweißtropfen = Schreck

Elemente der Text- und Bildsprache von Comics



Glühbirne über dem Kopf = Idee, Einfall



schwarze Wolke = Wut

Elemente der Text- und Bildsprache von Comics



Strahlenkranz über dem Kopf = Unschuld

Elemente der Text- und Bildsprache von Mangas



Pose: Standbild, das einen einzigen Moment aus einer Bewegungskette isoliert abbildet → häufig übertriebene, künstlich wirkende Posen

Bewegungslinien („Speedlines“): visualisieren Aktionen und deuten die Bewegungsrichtung an. Werden aber auch häufig als Hintergrundelement verwendet (in westl. Comics eher selten!)



Super-Deformed-Zeichenweise (SD):

Dabei wird die Figur quasi geschrumpft, der Kopf im Vergleich zum Körper vergrößert und alle individuellen Merkmale wie Gesicht, Kleidung und Frisur stark vereinfacht. Der Fokus liegt auf der Mimik, die insbesondere durch die stilisierte Augen- und Mundpartie deutlich wird.
→ wird verwendet um das Befinden von Figuren und ihre Gefühle sichtbar zu machen

Elemente der Text- und Bildsprache von Mangas



Kindchenschema: große Augen, kleine Nase; süßes, niedliches Aussehen

Im Manga liegt der Fokus stärker auf den Augen als Gefühlsindikator!



Spezielle Symbole:

- Doppelkreuz auf der Stirn = Wut
- Nasenbluten = (sexuelle) Erregung oder Peinlichkeit
- Augenpartie zu Spiralen verformt = Verwirrung oder Erschöpfung
- Lautmalereien/Geräuschworte

Comics und Werbung



METHODEN

1. Comicelemente identifizieren
2. **Comics und Werbung**
3. Comics erstellen
4. Stärkencomics
5. Fotobearbeitung im Manga-Style

Kurzbeschreibung:

Die Teilnehmer/innen suchen in Zeitschriften und im Internet nach Comicfiguren, die als Werbemaskottchen eingesetzt werden und erstellen daraus eine Collage.

Medienart: Print

Teilnehmeranzahl: beliebig

Mediale Lernziele:

informieren/recherchieren/selektieren, dokumentieren/strukturieren, produzieren/publizieren, reflektieren/kommunizieren, gestalten, Medien kreativ nutzen, Absichten von Werbung und Werbestrategien erkennen

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ, Teamarbeit

Zielgruppe: Kinder ab 7 Jahren, Jugendliche bis 14 Jahre

Benötigtes Material + Technik:

Zeitungen, Zeitschriften, Magazine, Plakate, Klebstoff, Scheren und Stifte

Zeitumfang: ca. 90 Minuten

Vorbereitung:

Es sollte eine große Auswahl an Zeitungen, Zeitschriften und Magazinen bereitliegen, die auch schon vorgesichtet wurden. Sonst ist die Frustration groß, wenn keine Werbemaskottchen gefunden werden. Hier bieten sich z.B. auch die Medizini-Hefte aus der Apotheke an, in denen die Figur Bobbi von der Familie Mausebein als Werbefigur fungiert.

Durchführung:

Die Teilnehmer/innen suchen in Zeitungen, Zeitschriften und Magazinen nach Comicfiguren, die als Werbemaskottchen verwendet werden. Die gefundenen Figuren werden ausgeschnitten und auf ein großes Plakat geklebt, so dass daraus eine Collage entsteht. Die Collagen können in Kleingruppen oder als Einzelarbeit umgesetzt werden.

Reflexion/Auswertung:

Im Anschluss sollte mit den Teilnehmer/innen besprochen werden, warum Firmen Comicfiguren als Werbefiguren einsetzen und welche Absichten dahinter stecken. So kann das Bewusstsein für Werbung und Werbestrategien gefördert werden.

Variante:

Alternativ kann anstelle von Zeitschriften auch das Internet als Quelle für die Recherche nach Comicfiguren aus der Werbung dienen. Hier empfiehlt es sich, vorab eine Liste mit Webseiten anzufertigen, auf denen Werbemaskottchen zu finden sind. Außerdem sollte eine ausreichende Anzahl an internetfähigen Computern bzw. Laptops bereitgestellt werden. Diese Variante eignet sich für Kinder ab der vierten Klasse. Für ältere Jugendliche ist die Methode nicht mehr geeignet.

Comics erstellen

METHODEN

1. Comicelemente identifizieren
2. Comics und Werbung
3. **Comics erstellen**
4. Stärkencomics
5. Fotobearbeitung im Manga-Style

Kurzbeschreibung:

Mithilfe der Software „ComicLife“ und selbst gemachten digitalen Fotos werden kurze Comics gestaltet.

Medienart: Foto/Print

Teilnehmeranzahl: beliebig, Kleingruppen à maximal 5 Personen

Mediale Lernziele:

dokumentieren/strukturieren, produzieren/publizieren, reflektieren/kommunizieren, gestalten, lernen wie eine Geschichte aufgebaut ist, Medien bedienen und kreativ nutzen, Medien im Alltag entdecken, Medien als vom Mensch gemacht erkennen, Absichten von Medien erkennen, Software-Kenntnisse, Hardware-Kenntnisse

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ, Teamarbeit

Zielgruppe: Kinder ab 8 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

ausreichende Anzahl an digitalen Fotoapparaten und Computern oder Laptops, auf denen die Software „ComicLife“ installiert ist

Zeitumfang:

mindestens 90 Minuten. Je nach Themenvorgabe oder Umfang des Comics länger.

Vorbereitung:

Auf allen Computern/Laptops sollte vorab die Software „ComicLife“ installiert werden. Diese kann über die Entwicklerwebseite www.plasq.com [Stand: 27.10.2016] bezogen werden. Auch sollten die Akkus der Digitalkameras im Vorfeld vollständig aufgeladen werden. Zum Einstieg können bereits erstellte Comics von anderen Gruppen gezeigt werden. So fällt das Entwickeln einer eigenen Story leichter. Gegebenenfalls kann auch ein Storyboard hilfreich sein bzw. Fragen zu Einstieg, Handlung und Abschluss der Geschichte. Damit später möglichst viele Comicelemente in den fertigen Ergebnissen erkennbar sind, sollten im Vorfeld wichtige Elemente der Text- und Bildsprache von Comics mit den Teilnehmer/innen durchgegangen werden.

Durchführung:

Zunächst ist es wichtig, eine schlüssige Story für den Comic zu entwickeln. Diese Aufgabe können die Teilnehmer/innen in den Kleingruppen selbstständig übernehmen. Bei Schwierigkeiten in der Ideenphase kann die Handlung auch gemeinsam im Plenum entwickelt werden. Anschließend erstellen die Teilnehmenden in ihren jeweiligen Kleingruppen alle Fotos, die sie für ihren späteren Comic benötigen. Damit der Comic auch wie ein „richtiger“ Comic aussieht, ist es wichtig, dass genügend Elemente der Text- und Bildsprache zu erkennen sind. Da mit der Software nicht alle Bildsprache-Elemente eingefügt werden können, wie z.B. Speedlines, Bewegungslinien oder Symbole, ist Kreativität gefragt. Zum einen können diese Linien und Symbole über Paint³ in die Fotos eingefügt werden, oder es finden sich andere kreative Umsetzungsmöglichkeiten. Zum Beispiel können typische Comicsymbole wie Herzen, die das Verliebtsein verdeutlichen oder Schweißtropfen, die Erstaunen und Schreck symbolisieren, mithilfe von Tonpapier, Buntstiften und kleinen Stöckchen selbst gebastelt werden. Während der Fotosession werden diese dann einfach an der passenden Stelle mit ins Bild gehalten. Mithilfe der Software ComicLife werden die Fotos dann zu einem kurzen Comicstrip zusammen gesetzt.

³Microsoft Paint ist eine einfache Software zum Erstellen und Bearbeiten von Grafiken. Diese ist Bestandteil von Microsoft Windows und daher auf jedem PC oder Laptop, der unter dem Betriebssystem Windows läuft, kostenlos verfügbar.

Reflexion/Auswertung:

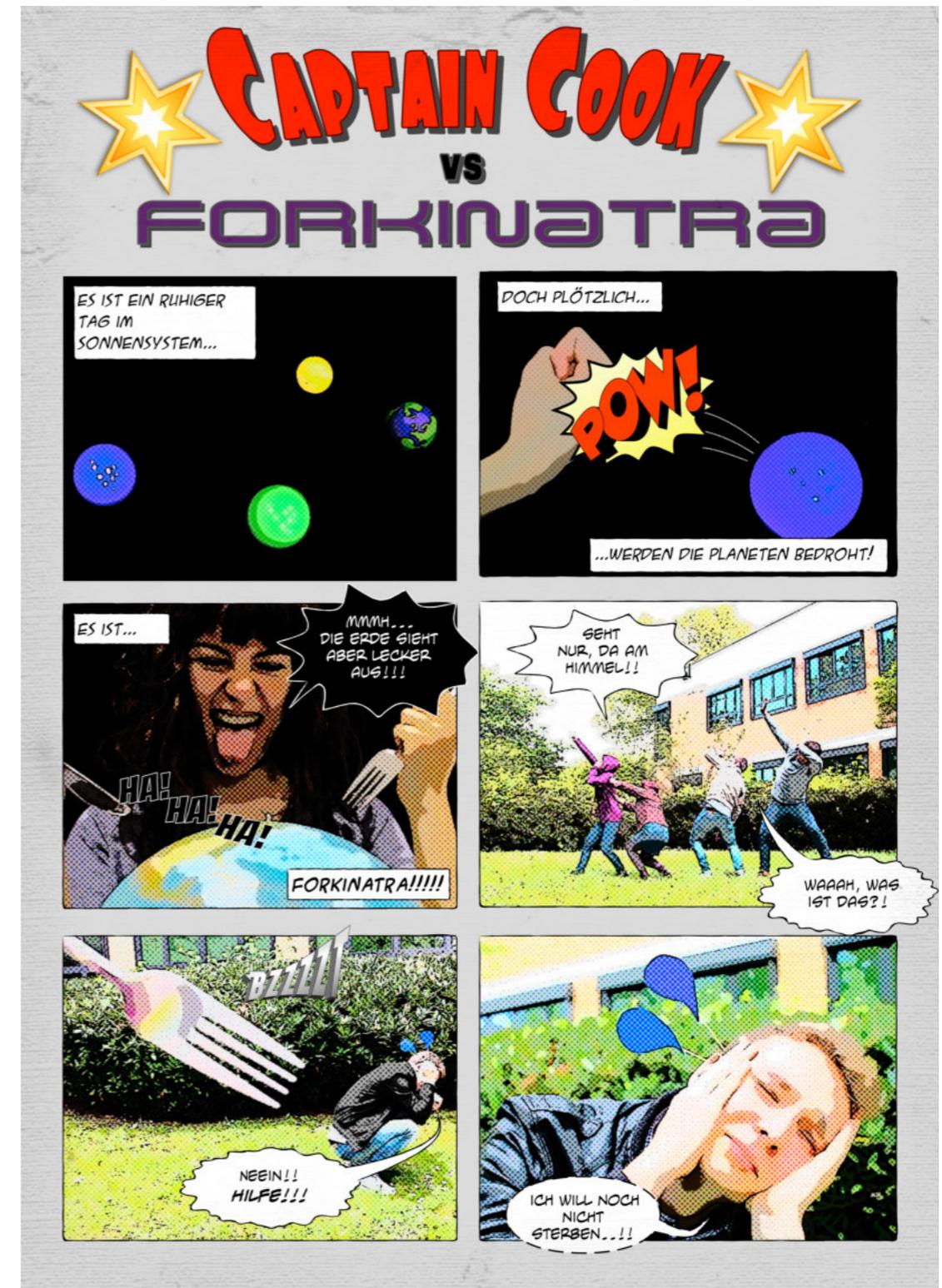
Zum Abschluss können alle Comics ausgedruckt und z.B. an die Wand gehängt werden, so dass alle Teilnehmer/innen die fertigen Comics sehen können. Es bietet sich an, die Comics gemeinsam im Hinblick auf genrespezifische Merkmale zu betrachten und zu analysieren. Hierzu empfehlen sich folgende Leitfragen: Welche Merkmale der Text- und Bildsprache von Comics sind erkennbar und wurden diese sinnvoll eingesetzt? Wie wurden die Elemente der Bildsprache in den eigenen Comics umgesetzt? Sind die Fotos logisch angeordnet und die Bildgestaltung durchdacht? Ist der "rote Faden" der Geschichte erkennbar?

Variante:

Werden mehrere Comicstrips in einer Datei angelegt, so lässt sich daraus ein Film machen, welcher in der Nachbearbeitung z.B. auch mit Musik unterlegt werden kann. Alternativ können die Comics auch mithilfe der App „ComicLife“ auf dem iPad erstellt werden. Eine Anleitung dazu finden Sie hier:

<http://medienundbildung.com/arbeitsmaterialien/>
[Stand: 27.10.2016]

Beispiele:





Stärkencomics

METHODEN

1. Comicelemente identifizieren
2. Comics und Werbung
3. Comics erstellen
4. **Stärkencomics**
5. Fotobearbeitung im Manga-Style

Kurzbeschreibung:

Die Teilnehmer/innen erstellen mithilfe der Software „ComicLife“ ihre eigenen Stärkencomics. Die Fotos dafür werden eigenständig mit Digitalkameras umgesetzt.

Medienart: Foto/Print

Teilnehmeranzahl: beliebig, Kleingruppen à maximal 5 Personen

Mediale Lernziele:

dokumentieren/strukturieren, produzieren/publizieren, reflektieren/kommunizieren, gestalten, Medien bedienen und kreativ nutzen, Medien im Alltag entdecken, Medien als vom Mensch gemacht erkennen, Software-Kenntnisse, Hardware-Kenntnisse

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ, Teamarbeit

Zielgruppe: Kinder ab 10 Jahren, Jugendliche, Erwachsene



Benötigtes Material + Technik:

ausreichende Anzahl an digitalen Fotoapparaten und Computern oder Laptops, auf denen die Software „ComicLife“ installiert ist

Zeitungsumfang: mindestens 90 Minuten

Vorbereitung:

Vor der Gestaltung der Stärkencomics sollte mit den Teilnehmer/innen erarbeitet werden, was Stärken eines Menschen sein können und wie man diese in Bildern darstellen kann. Bei - Teilnehmenden, die kurz vor dem Übergang von der Schule ins Berufsleben stehen, kann auch erarbeitet werden, was fachliche Kompetenzen und Schlüsselqualifikationen (z.B. Teamfähigkeit) sind.

Durchführung:

Die Teilnehmer/innen erarbeiten in Kleingruppen ihre jeweiligen Stärken und Fähigkeiten und benennen diese. Außerdem wird in der Kleingruppe gemeinsam überlegt, wie man die genannten Stärken auf einem Foto ausdrücken kann (z.B. mehrere Hände, die übereinander gelegt werden, bedeuten Teamfähigkeit usw.). Anschließend werden die Fotos mithilfe von digitalen Fotokameras erstellt und mit der Software „ComicLife“ zu eigenen Stärkencomics zusammengesetzt.

Reflexion/Auswertung:

Zum Abschluss können alle Comics als jpeg-Datei exportiert und gemeinsam betrachtet werden. Es kann diskutiert werden, ob die selbst erstellten Fotos auch tatsächlich die jeweilige Stärke wiedergeben. Auch kann gemeinsam überlegt werden, ob denn bei einer Person nicht noch weitere Stärken zu finden sind.

Variante:

Anstelle der eigenen Stärken können auch Hobbys dargestellt werden.

Beispiele:

MEINE STÄRKEN

BELASTBARKEIT



PÜNKTLICHKEIT



HILFSBEREITSCHAFT



TEAMFÄHIGKEIT



SCHNELLE
AUFFASSUNGSGABE



FREUNDLICHKEIT



Fotobearbeitung im Manga-Style

METHODEN

1. Comicelemente identifizieren
2. Comics und Werbung
3. Comics erstellen
4. Stärkencomics
5. **Fotobearbeitung im Manga-Style**

Kurzbeschreibung:

Mithilfe der kostenlosen App „Manga Camera“ für das Smartphone oder das Tablet entstehen aus selbst gemachten Fotos schnell lustige Manga-Motive.

Medienart: Foto, Smartphone oder Tablet

Teilnehmeranzahl: beliebig

Mediale Lernziele:

produzieren/publizieren, reflektieren/kommunizieren, gestalten, Medien bedienen und kreativ nutzen, Medien im Alltag entdecken, Medien als vom Mensch gemacht erkennen, Software-Kenntnisse, Hardware-Kenntnisse

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ, Teamarbeit

Zielgruppe: Kinder ab 10 Jahren, Jugendliche

Benötigtes Material + Technik:

Smartphone/Tablet, die App „Manga Camera“



Zeitumfang: ca. 30 Minuten

Vorbereitung:

Die Teilnehmer/innen können ihre eigenen Smartphones/Tablets nutzen (→ „Bring your own device“- Ansatz). Das Installieren der App dauert nicht lange, trotzdem sollte ausreichend Zeit dafür eingeplant werden. Die kostenlose App ist sowohl für Android als auch für iOS im Google Play Store bzw. im AppStore unter Manga_Camera (Supersoftware Co.Ltd.) verfügbar.

Durchführung:

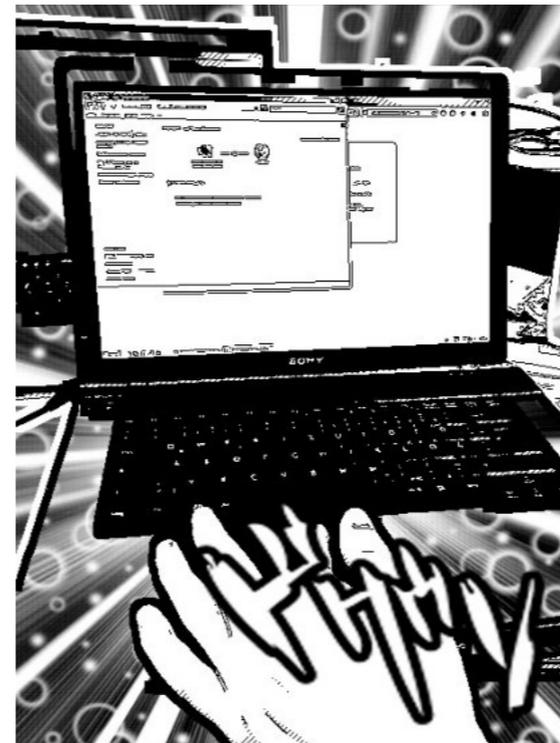
Die Teilnehmer/innen finden sich in Zweiergruppen zusammen und machen mit ihrer Handykamera Fotos voneinander. Mithilfe der App „Manga Camera“ können die selbst gemachten Fotos schnell und einfach mit lustigen Manguaeffekten versehen werden. Die App lässt sich intuitiv bedienen, so dass kein größerer Erklärungsaufwand nötig ist. Zum Abschluss werden die kreierte Manga-Fotos gemeinsam im Plenum angeschaut.

Reflexion/Auswertung:

Es bietet sich an, im Anschluss mit den Teilnehmer/innen über das Thema „Zugriffsrechte von Apps“ ins Gespräch zu kommen und sie dafür zu sensibilisieren: Manche Apps erschleichen sich Zugriff auf viele Informationen auf dem Smartphone, die für die eigentliche Funktion der App gar nicht benötigt werden. Warum

fordert z.B. eine Taschenlampen-App Zugriff auf das Adressbuch und welche Absicht des App-Anbieters steckt dahinter? Solche Fragen sollten mit den Teilnehmer/innen besprochen werden. Variante: Es existieren viele verschiedene Apps zum Thema Fotobearbeitung im Manga Stil, sowohl für iOS als auch für Android. Ein Beispiel für die iPad-Variante ist die App „Manga Comics Camera“, die kostenlos im AppStore zu finden ist. Das Programm ist selbsterklärend und relativ einfach zu bedienen. Die Teilnehmer/innen haben nach der Bearbeitung die Möglichkeit, die Manga-Werke gemeinsam zu betrachten und zu kommentieren.

Beispiele:



Kapitel 4

Video

1. Überblick
2. Interviews zum Kennenlernen
3. Perspektivenverschiebung
4. Szene in 5 Einstellungen
5. Verkehrte Welt



Überblick

Video

Die Faszination der Medien Fernsehen und Film ist nach wie vor ungebrochen. Bewegte Bilder begegnen uns überall in unserem Alltag. Jeder schaut fern und auch die Filmindustrie erfreut sich immer noch über Umsätze in Milliardenhöhe.

Was sich in den vergangenen Jahren stark geändert hat ist die Nutzungsweise: mittlerweile existieren dank der Weiterentwicklung des Internets zahlreiche andere Kanäle, über die vor allem Kinder und Jugendliche Filme schauen. Zum einen Videoportale im Internet und zum anderen sogenannte Streaming-Dienste wie Maxdome oder Netflix, über die online oder per Smart-TV zahlreiche Filme und Serien geschaut werden können. Das klassische Fernsehen wird bei jungen Menschen heute immer mehr von YouTube abgelöst.

94% der Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren zählen zu den Nutzern von YouTube. 81 % schauen sich mindestens mehrmals pro Woche Videos und Clips an. Mehr als die Hälfte aller

Jugendlichen zählt zu den täglichen Nutzern (vgl. JIM-Studie 2015). Diese Tendenz breitet sich immer weiter aus. Immerhin 14 % der Jugendlichen geben an, selbst gemachte Fotos und Videos ins Netz zu stellen. Weil Videokameras heutzutage klein, erschwinglich und nicht mehr schwer zu bedienen sind, kann jeder schon mit einfachen Mitteln kurze Videoclips produzieren. Alternativ bieten sich auch der digitale Fotoapparat oder das Smartphone an. Auch damit kann man mithilfe der Videofunktion schnell und einfach Clips erstellen und veröffentlichen.

Die aktive Videoarbeit, also das Selbermachen von Videofilmen oder Videoclips, macht Spaß und bietet den Beteiligten eine Fülle von Erfahrungsfeldern. Von der Bedienung der Technik und der Auseinandersetzung mit dem jeweiligen Filminhalt, über den Einsatz von Gestaltungsmitteln bis hin zur Präsentation des fertigen Werkes vor Publikum, können zahlreiche Erfahrungen gesammelt und Kenntnisse erworben werden.

Videoarbeit ist im Idealfall Teamarbeit. So können vielfältige soziale Verhaltensweisen sowie die Kreativität von Kindern und Jugendlichen gefördert werden. Gleichzeitig kann die eigene Produktion eines Videos Denkanstöße vermitteln, wie mit Medien

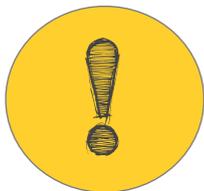
manipuliert werden kann. Durch den Erwerb von Kenntnissen darüber, wie z.B. ein Film gemacht ist, wie durch die Wahl des Blickwinkels die Wirklichkeit beeinflusst wird und wie durch Schnitt und Nachvertonung Aussagen verändert werden können, gelingt es, das Medium und deren Inhalte kritischer zu betrachten und einzuschätzen (vgl. Kayser 2009).

Im folgenden Kapitel werden Methoden der aktiven Videoarbeit beschrieben, die mit ein bisschen Know-How einfach umzusetzen sind und die schnell zu einem sichtbaren Ergebnis führen. Wir möchten Sie ermutigen, diese auszuprobieren.

Literatur:

Kayser, Bernhard (2009): Aktive Videoarbeit im Internetzeitalter – Entwicklungslinien und neue Herausforderungen, In: Gesicht Zeigen! – Für ein weltoffenes Deutschland e.V. (Hrsg.), DVD.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2016) (Hrsg.): JIM-Studie 2016 – Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland.



Bei der JIM-Studie handelt es sich um eine Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Sie wird jährlich vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest herausgegeben. Die Studie kann kostenlos unter folgendem Link heruntergeladen werden:

https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2016/JIM_Studie_2016.pdf [Stand: 27.10.2016].

Interviews zum Kennenlernen

METHODEN

1. Interviews zum Kennenlernen
2. Perspektivenverschiebung
3. Szene in 5 Einstellungen
4. Verkehrte Welt

Kurzbeschreibung:

Die Teilnehmer/innen interviewen sich gegenseitig vor der Kamera. Dabei schlüpfen sie in alle Rollen beim Filmdreh (Kamera, Ton, Interviewer, interviewte Person). Bei der anschließenden Sichtung im Plenum kann auf typische Anfängerfehler beim Filmen eingegangen werden.

Medienart: Video

Teilnehmeranzahl: jeweils Kleingruppen à 4 Personen

Mediale Lernziele:

Hardware-Kenntnisse, Videotechnik ausprobieren und anwenden, sich selbst vor der Kamera wahrnehmen, Rollen beim Film kennenlernen (Kamera, Ton, Interviewer, interviewte Person), reflektieren/kommunizieren

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ, Teamarbeit

Zielgruppe: Kinder ab 6 Jahren, Jugendliche und Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

Pro Kleingruppe wird je eine Videokamera, ein Stativ, ein externes Mikrofon und Mikrokabel sowie ein Kopfhörer benötigt. Falls ältere Videokameras verwendet werden, die noch mit Mini-DV-Kassetten betrieben werden, ist pro Kleingruppe ein Mini-DV-Band erforderlich. Zum Anschauen der Aufnahmen im Plenum sollte ein Beamer, ein Whiteboard oder ein Fernsehgerät samt AV-Kabel zum Übertragen vorhanden sein.

Zeitungsumfang: ca. 45-60 Minuten

Vorbereitung:

Bei Bedarf können Fragekarten vorbereitet werden, damit die Interviews leichter von der Hand gehen. Ziel ist die Vorstellung der einzelnen Teilnehmer/innen. Hier bieten sich Fragen zum Namen, Alter oder Wohnort, sowie zu den Hobbys oder Medienhelden aus der Kindheit an.

Durchführung:

Zu Beginn erhalten die Teilnehmer/innen zunächst eine kurze Einführung in den Umgang mit der Videokameratechnik. Hierbei wird beispielweise erklärt, wie man eine Videoaufnahme macht, wie die Kamera am Stativ befestigt wird oder wie man das Mikrofon und den Kopfhörer korrekt anschließt und benutzt.

Anschließend erhält jede Kleingruppe ein Technikset. Aufgabe ist, sich gegenseitig vor der Kamera zu interviewen. Dabei rotieren die Aufgaben, d.h. jeder Teilnehmer/in ist mal für die Kamera, mal für den Ton zuständig. Jeder schlüpft mal selbst in die Rolle eines Interviewers und jeder wird mal selbst interviewt.

Reflexion/Auswertung:

Anschließend werden die Aufnahmen im Plenum gesichtet und gemeinsam typische Anfängerfehler (z.B. Headroom, Mikrofon aus der Hand geben, unschöner Hintergrund, etc.) besprochen.

Variante:

Anstelle von Fragen zur eigenen Person, können Fragen zu einem bestimmten Sachthema beantwortet werden.

Beispiele:

Ein Video zur Methode finden Sie unter:
<http://medienundbildung.com/arbeitsmaterialien/>
[Stand: 27.10.2016]

Perspektivenverschiebung

METHODEN

1. Interviews zum Kennenlernen
2. **Perspektivenverschiebung**
3. Szene in 5 Einstellungen
4. Verkehrte Welt

Kurzbeschreibung:

Bei dieser Methode experimentieren die Teilnehmenden mit der Perspektive. Dabei stehen die Personen oder Objekte in unterschiedlichem Abstand zur Kamera. So entsteht schnell ein lustiger Effekt.

Medienart: Video

Teilnehmeranzahl: jeweils Kleingruppen à ca. 4 Personen

Mediale Lernziele:

Hardware-Kenntnisse, gestalten, Kameraperspektiven kennenlernen, Grundlagen der Bildgestaltung erfahren, kreative Umsetzung von klassischen Filmtricks

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ, Teamarbeit

Zielgruppe: Kinder ab 8 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

Pro Kleingruppe wird je eine Videokamera und ein Stativ sowie ggf. eine Mini-DV-Kassette benötigt. Zum späteren Sichten der Aufnahmen im Plenum sollte ein Beamer, ein Whiteboard oder ein Fernseher samt AV-Kabel zum Übertragen vorhanden sein.

Zeitungsumfang: ca. 60 Minuten

Vorbereitung:

Es empfiehlt sich, vorab ein Beispiel zu zeigen, damit der Trick verstanden wird.

Durchführung:

Wichtig ist, dass die Kamera auf einem Stativ befestigt wird und eine möglichst große, freie Fläche vor der Kamera zur Verfügung steht (z.B. Wiese, Hof, etc.), sonst funktioniert der Trick nicht. Die Personen oder Objekte werden in unterschiedlichem Abstand zur Kamera positioniert. Im zweidimensionalen Kamerabild entsteht so der Eindruck, dass beispielsweise eine Person von einer riesigen Hand weggeschubst wird. Der Kreativität sind hier keine Grenzen gesetzt. In Kleingruppen setzen die Teilnehmenden verschiedene „Perspektivenverschiebungen“ um.

Reflexion/Auswertung:

Im Anschluss werden die Aufnahmen gemeinsam angeschaut. Dabei kann auch über mögliche Fehler in der Umsetzung gesprochen werden. Erfahrungsgemäß haben die Teilnehmer/innen sehr viel Spaß beim Experimentieren mit der Perspektive. Auch im professionellen Bereich wird dieser Trick verwendet. Ein schönes Beispiel dazu findet sich auf der DVD „Der Herr der Ringe – extended version“.

Variante:

Alternativ kann die Methode auch mit einer klassischen Fotokamera umgesetzt werden.

Beispiele:



Ein Video zur Methode finden Sie unter:
<http://medienundbildung.com/arbeitsmaterialien/>
[Stand: 27.10.2016]

Szene in 5 Einstellungen

METHODEN

1. Interviews zum Kennenlernen
2. Perspektivenverschiebung
3. **Szene in 5 Einstellungen**
4. Verkehrte Welt

Kurzbeschreibung:

Eine kurze Szene wird mit 5 Kameraeinstellungen komplett abgedreht, so dass kein Filmschnitt nötig ist.

Medienart: Video

Teilnehmeranzahl: jeweils Kleingruppen à ca. 4 Personen

Mediale Lernziele:

Hardware-Kenntnisse, gestalten, Grundlagen der Filmgestaltung kennenlernen, Bedeutung der unterschiedlichen Einstellungsgrößen verstehen

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ, Teamarbeit

Zielgruppe: Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

Pro Kleingruppe wird je eine Videokamera und ein Stativ sowie ggf. eine Mini-DV-Kassette benötigt. Zum späteren Sichten der Aufnahmen im Plenum sollte ein Beamer, ein Whiteboard oder ein Fernseher samt AV-Kabel zum Übertragen vorhanden sein.

Zeitungsumfang: ca. 60 Minuten

Vorbereitung:

Es ist ratsam, eine kleine Auswahl an kurzen Handlungen vorzubereiten und auszudrucken. Beispiel: Du bist auf dem Weg zum Büro. Du hast es eilig, denn du bist zu spät. Du rüttelst an der verschlossenen Tür. Niemand ist zu sehen. Dann siehst du ein Schild neben der Tür „Heute geschlossen wegen Betriebsausflug“. Die vorgegebenen Spielszenen sollten einfach und kurz sein, auf Dialoge sollte verzichtet werden. Außerdem sollten den Teilnehmer/innen vorab Grundkenntnisse zum Thema Einstellungsgrößen und deren Einsatz beim Film vermittelt werden.

Durchführung:

Jede Kleingruppe bekommt den Auftrag, eine kurze Szene in mindestens 5 verschiedenen Einstellungsgrößen aufzulösen (→sogenannte 5-Shot-Regel). Wichtig ist, dass sich die Einstellungsgrößen nicht zu viel, aber auch nicht zu wenig

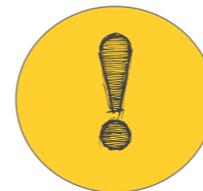
voneinander unterscheiden. Das bedeutet, dass die Kamera mindestens fünfmal an und wieder ausgeschaltet wird. Diese Methode heißt auch „Film auf Anschluss“, weil die einzelnen Einstellungen immer genau aneinander anschließen. Ein Videoschnitt ist daher nicht nötig.

Reflexion/Auswertung:

Zum Abschluss werden die Aufnahmen gemeinsam gesichtet. Dabei kann auch darüber gesprochen werden, ob die Kleingruppen immer die passenden Einstellungsgrößen gewählt haben.

Variante:

Alternativ können die Teilnehmer/innen sich selber eine kurze Szene ausdenken und diese in mindestens 5 verschiedenen Einstellungen filmen.



Eine Kopiervorlage zum Thema „5-Shot-Regel“ finden Sie unter:
<http://medienundbildung.com/arbeitsmaterialien/>
[Stand: 27.10.2016]

Beispiele:

Ein Video zur Methode finden Sie unter:
<http://medienundbildung.com/arbeitsmaterialien/>
[Stand: 27.10.2016]

Verkehrte Welt

METHODEN

1. Interviews zum Kennenlernen
2. Perspektivenverschiebung
3. Szene in 5 Einstellungen
4. **Verkehrte Welt**

Kurzbeschreibung:

Einfache Alltagshandlungen werden gefilmt und im Anschluss mithilfe des Schnittprogramms rückwärts abgespielt. So entsteht im Handumdrehen ein eigener, lustiger Filmtrick!

Medienart: Video

Teilnehmeranzahl: jeweils Kleingruppen à ca. 4 Personen

Mediale Lernziele:

Hardware-Kenntnisse, Software-Kenntnisse, Verstehen, wie Aufnahmen mithilfe des Schnittprogramms manipuliert werden können, Filmtricks begreifen und selbst umsetzen

Weitere Lernziele: Teamarbeit, Kreativität

Zielgruppe: Kinder ab 11 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

Pro Kleingruppe wird je eine Videokamera und ein Stativ sowie ggf. eine Mini-DV-Kassette benötigt. Zum späteren Sichten der Aufnahmen im Plenum sollte ein Beamer, ein Whiteboard oder ein Fernseher samt AV-Kabel zum Übertragen vorhanden sein. Zusätzlich wird ein PC oder Laptop mit einer Schnittsoftware benötigt.

Zeitungsumfang: ca. 60 Minuten

Vorbereitung:

Es ist ratsam, vorab ein Beispiel zu zeigen, damit der Trick verstanden wird. Sinnvoll ist auch, dass die Teilnehmer/innen sich vor dem Filmen überlegen, welche Handlungen rückwärts abgespielt interessant oder actionreich aussehen könnten.

Durchführung:

Jede Kleingruppe erhält die Aufgabe, einfache Aktionen wie z.B. das Springen von einer Treppe oder das Essen eines Apfels zu filmen. Anschließend werden die Aufnahmen mithilfe des Schnittprogramms rückwärts abgespielt. Dann sieht es beispielsweise so aus, als ob eine Person rückwärts auf eine Treppe springt – was in der Realität ja nur schwer umzusetzen wäre. Die Teilnehmer/innen kreieren so eigene Filmtricks.

Reflexion/Auswertung:

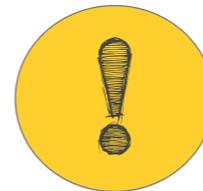
Zum Schluss werden die fertigen Aufnahmen gemeinsam angeschaut. Wie echt sehen die getricksten Filme aus?

Variante:

Alternativ können alltägliche Handlungen rückwärts ausgeführt und gefilmt werden (z.B. rückwärts laufen). Mithilfe des Schnittprogramms können diese dann vorwärts abgespielt werden. Hier ist es sehr interessant zu sehen, ob die Handlung nach der Bearbeitung im Schnittprogramm tatsächlich aussieht wie in echt.

Beispiele:

Ein Video zur Methode finden Sie unter:
<http://medienundbildung.com/arbeitsmaterialien/>
[Stand: 27.10.2016]



Alle Kopiervorlagen zum Kapitel „Videos“ finden Sie unter folgendem Link:
<http://medienundbildung.com/arbeitsmaterialien/>
[Stand: 27.10.2016]

TV

1. Überblick
2. Mediennutzung
3. Rote Karte/Grüne Karte
4. Was guckst Du?
5. Wir machen Werbung
6. Formatanalyse „Scripted Reality“
7. Scripted Reality - selbst gemacht



Überblick



Fast 60 Jahre ist es her, seit dem Fernsehen der Durchbruch zum Massenmedium der Nation gelang. Damals wurden täglich ca. 5000 neue Fernsehgeräte gekauft. Heute besitzt so gut wie jeder Haushalt in Deutschland eine Flimmerkiste (vgl. JIM-Studie 2015). Fernsehen - ist das überhaupt noch „in“? Ja klar! Auch wenn sich im Laufe der letzten Jahre das Mediennutzungsverhalten durch den Einzug von Handy, Tablet und Co. verändert hat, ist Fernsehen an sich das Medium, auf das Kinder am wenigsten verzichten möchten. Dies zeigt auch die aktuelle KIM-Studie aus dem Jahr 2014 (vgl. KIM-Studie 2014, S.16). Deshalb gilt es, mit Fernseherziehung die Grundsteine zur Medienerziehung zu legen. Durch den Einzug von mobilen Abspielgeräten in die Haushalte ist Fernsehen nicht mehr nur an das Fernsehgerät gebunden. Es ist durchaus üblich, Fernsehsendungen auf dem Tablet, Notebook oder Handy zu betrachten. Allen voran wird YouTube genutzt, um kurze, amüsante Filmchen zu schauen - eine Quelle, die auch mal „die guten alten Sachen von früher“ zeigt. Und auch das Fernsehen

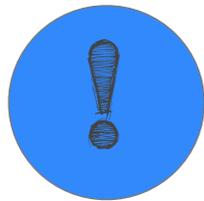
„unterwegs“, beispielsweise das Betrachten einer DVD auf einer langen Autofahrt ist bei Kindern und Eltern beliebt. Fernsehen ist somit fast überall möglich. Umso wichtiger ist es, dass Fernseherziehung wahrgenommen und umgesetzt wird. Zum einen geht es darum, die Erziehenden mit ins Boot zu holen (Lehrer/innen, Erzieher/innen, Eltern), zum anderen aber auch darum, die Kinder und Jugendlichen zu erreichen und deren Medienkompetenz zu fördern.

Legen wir unseren Fokus zunächst auf die Eltern. Denn im Elternhaus machen die Kinder meist die ersten Erfahrungen mit dem Medium „Fernsehen“. Es ist wichtig, Eltern anzusprechen, sie ins Gespräch zu bringen und im Rahmen einer gelingenden Erziehungspatenschaft zwischen Eltern und Erzieher/innen, Pädagogen/innen oder weiteren pädagogischen Fachkräften auch im Bereich der Medienerziehung aufzubauen. Ein Weg dahin sind Veranstaltungen, die sich gezielt an die Elternschaft richten – beispielsweise Elternabende oder Elternnachmittage. Eltern sind oft verunsichert, was den Medienkonsum ihrer Kinder betrifft und sind dankbar für fachkundige Informationen und Anleitungen, die ihnen Handlungsalternativen anbieten.

Unserer Meinung nach sollten die Informationen jedoch nicht mit erhobenem Zeigefinger und von oben herab auf die Eltern einprasseln. Eltern sollten als Experten zu Wort kommen können und ihre Fragen sollten Gehör finden. Typische Fragen, die sich Eltern stellen sind: „Wie lange darf mein Kinder fern sehen? Was darf es sehen? Welche „pädagogisch wertvollen“ Kindersendungen gibt es?“ Um diese Fragen zu beantworten, sollte man sich zunächst eine eigene Haltung bilden, also für sich die Frage beantworten, wie man selber zum Fernseh- und Medienkonsum steht. Ein Blick zurück in die eigene Biographie bietet sich zum Einstieg an. Folgende Fragen können dabei helfen: Wie sah das bei mir zu Hause früher aus? Habe ich viel oder wenig ferngesehen? Wo stand der Fernseher? Welche Sendungen gab es und welche habe ich gerne gesehen? Welche negativen Fernseherlebnisse habe ich?

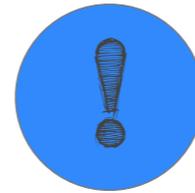
Literatur:

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2014) (Hrsg.): KIM-Studie 2014 – Kinder + Medien, Computer + Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland.



Ein Pendant zur JIM-Studie, ist die KIM-Studie, welche jedoch alle 2 Jahre neu erscheint. Sie wird jährlich vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest herausgegeben. Die Studie kann kostenlos unter folgendem Link heruntergeladen werden:
https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2014/KIM_Studie_2014.pdf [Stand: 27.10.2016].

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2016) (Hrsg.): JIM-Studie 2016 – Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland.



Bei der JIM-Studie handelt es sich um eine Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Sie wird jährlich vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest herausgegeben. Die Studie kann kostenlos unter folgendem Link heruntergeladen werden:
https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2016/JIM_Studie_2016.pdf [Stand: 27.10.2016].

Medienreflexion

METHODEN

1. **Medienreflexion**
2. Rote Karte/Grüne Karte
3. Was guckst Du?
4. Wir machen Werbung
5. Formatanalyse „Scripted Reality“
6. Scripted Reality - selbst gemacht

Die folgenden Methoden eignen sich zum Einsatz in einer Elternveranstaltung, sie lassen sich aber selbstverständlich auch in die Ausbildung von Erzieher/innen einbinden.

Der Blick zurück in die eigene Kindheit schärft den Blick und führt dazu, den Medienkonsum der eigenen Kinder aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten. Es geht aber auch um den Medienkonsum der Eltern zum aktuellen Zeitpunkt. Eltern sind immer Vorbilder und Kinder schauen sich ihr Verhalten ab.

Kurzbeschreibung:

Austausch über die eigene Mediennutzung früher und heute. Im Rahmen eines Elternabends bieten sich „Stationen“ an, an denen die Eltern in Kleingruppen ihren eigenen Medienkonsum in der Kindheit und heute reflektieren. Dazu werden mehrere Tische im Raum verteilt, auf denen pro Tisch eine Frage liegt. An die Tische verteilen sich Kleingruppen, die über die Frage gemeinsam ins Gespräch kommen.

Medienart: ohne

Teilnehmeranzahl: pro Kleingruppe max. 8 Personen

Mediale Lernziele:

reflektieren/kommunizieren, Reflexion über die eigene Mediennutzung

Weitere Lernziele:

sozial/kooperativ, Verständnis für die Mediennutzung der Kinder aufbauen

Zielgruppe: Eltern, Erzieher/innen, Pädagogen/innen

Benötigtes Material + Technik:

Tische, Papier, Fragen, Stifte, Moderationskarten, Moderationswand

Zeitumfang:

max. 20 Minuten für die Kleingruppenarbeit, max. 10 Minuten für die Auswertung

Vorbereitung:

Fragen auf Zetteln vorbereiten, Gruppentische richten, Moderationswand aufstellen

Durchführung:

Auf mehreren Tischen wird jeweils eine Frage verteilt, die sich mit dem Thema Mediennutzung befasst. Die Teilnehmer/innen begeben sich in Kleingruppen an die Tische und kommen über die Fragen gemeinsam ins Gespräch.

Folgende Fragen sind möglich:

- Werfen Sie einen Blick in die Vergangenheit, warum haben Sie als Kind gerne fern geschaut?
- Hatten Sie einen Medienhelden? Wenn ja, wer war ihr Held? Aus welchem Grund?
- Wie nutzen Sie heute Medien beruflich und privat?

Die Antworten können auf ausgelegte Moderationskarten geschrieben werden. Diese werden anschließend für alle sichtbar an einer Moderationswand gesammelt und sortiert. Nach 5 Minuten rotieren die Gruppen, die Teilnehmer/innen begeben sich an einen weiteren Tisch. Die Gruppen müssen dabei nicht als Einheit wechseln, es darf variiert werden.

Reflexion/Auswertung:

Die Auswertung der Übung bietet eine sinnvolle Überleitung zum Fernseh- und Medienkonsum der eigenen Kinder. Ziel ist es, Verständnis für den Medienkonsum der Kinder aufzuzeigen und zu belegen, dass die Eltern Vorbilder für die Mediennutzung der Kinder sind.

Variante:

Sofern die Zielgruppe klein ist (ca. 14 Personen), können die Fragen auch im Plenum beantwortet werden.

Rote Karte/Grüne Karte

METHODEN

1. Medienreflexion
2. **Rote Karte/Grüne Karte**
3. Was guckst Du?
4. Wir machen Werbung
5. Formatanalyse „Scripted Reality“
6. Scripted Reality - selbst gemacht

Eltern sind oft verunsichert, ob sie sich in der Medienerziehung ihrer Kinder richtig verhalten. Diese Übung dient dazu, Eltern zu stärken und ihnen aufzuzeigen, dass sie bereits viele gute Ansätze im Bereich der Medienerziehung verfolgen. Die Eltern erfahren sich als „Experten“ und haben die Gelegenheit, voneinander zu lernen und sich auszutauschen.

Kurzbeschreibung:

Die Eltern tauschen sich in Kleingruppen über Schwierigkeiten, aber auch über gelingende Ansätze bei der angewandten Medienerziehung in der Familie aus.

Medienart: ohne

Teilnehmeranzahl: pro Kleingruppe max. 5 Personen

Mediale Lernziele:

reflektieren/kommunizieren, Reflexion über die eigene Medienerziehung, Erfahrungsaustausch mit anderen Eltern

Weitere Lernziele:

Die Übung dient dazu, die Teilnehmer/innen in der Umsetzung von Medienerziehung zu bestärken und ihnen aufzuzeigen, dass sie bereits viele Kompetenzen im Bereich der Medienerziehung besitzen. Darüber hinaus sollen die Teilnehmer/innen darin bestärkt werden, sich gegenseitig auszutauschen und sich als Wissensnetzwerk zu erfahren.

Zielgruppe: Eltern, Erzieher/innen, Pädagogen

Benötigtes Material + Technik:

Tische, grüne und rote Moderationskarten, Stifte, Moderationswand

Zeitumfang:

max. 20 Minuten für die Kleingruppenarbeit, max. 10 Minuten für die Auswertung

Vorbereitung:

Fragen auf Zetteln vorbereiten, Gruppentische richten, Moderationswand aufstellen

Durchführung:

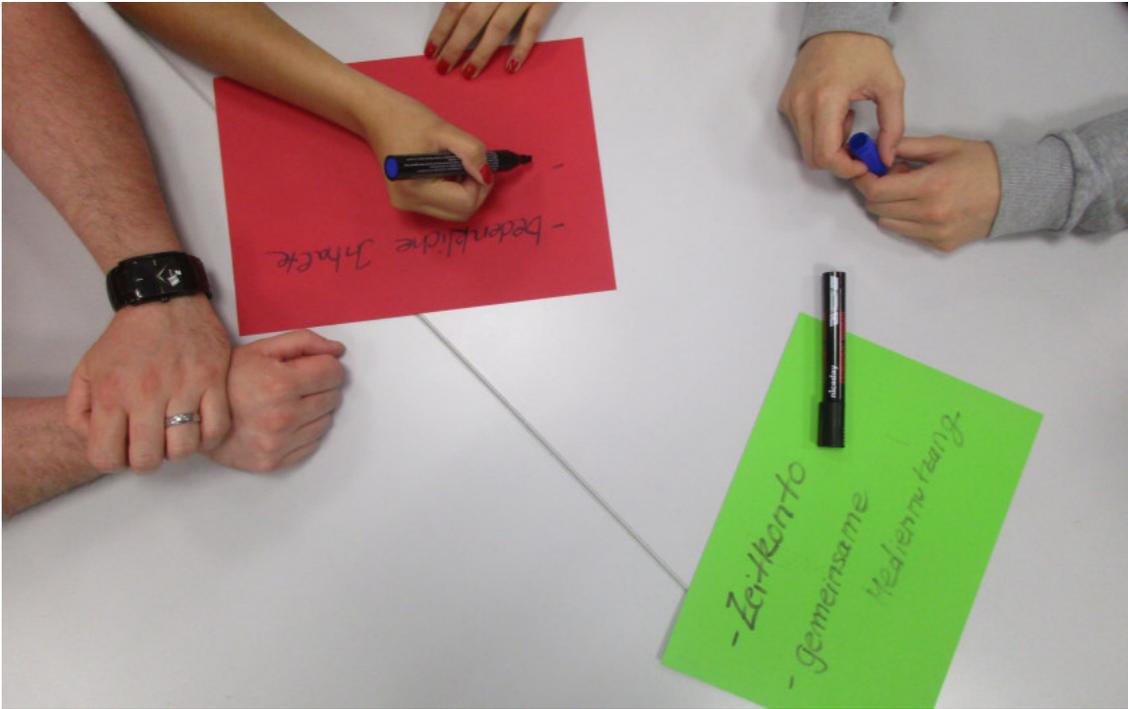
Die Teilnehmer/innen bilden Kleingruppen mit max. 5 Personen und erhalten rote und grüne Moderationskarten sowie Stifte. Die Kleingruppen sollen auf die grünen Karten, die „Lichtungen, Wiesen oder Auen“ schreiben, d.h. was in Sachen Medienerziehung bei ihnen in der Familie bereits gut läuft. Auf die roten Karten werden die „Brennpunkte“ geschrieben, also jene Situationen, die zu Stress und Frust in der Familie führen, wenn es um Medienerziehung geht. In den Kleingruppen kann bereits nach Lösungsansätzen für die Brennpunkte gesucht werden.

Reflexion/Auswertung:

Die Antworten der Kleingruppen werden gesammelt und geordnet. Anschließend liegt der Fokus auf den Brennpunkten. Möglicherweise lassen sich die grünen „Wiesen und Auen“ bereits als Lösungsansätze der „Brennpunkte“ verwenden. Ansonsten wird im Plenum nach möglichen Lösungen gesucht.

Variante: -

Beispiele:



Fernseherziehung lässt sich jedoch nicht nur im Bereich der Eltern umsetzen. Auch für Kinder und Jugendliche gibt es zahlreiche Methoden, die das Thema „Fernsehen“ beinhalten. Exemplarisch stellen wir Ihnen hier einige Methoden vor:

Was guckst Du?

METHODEN

1. Medienreflexion
2. Rote Karte/Grüne Karte
3. **Was guckst Du?**
4. Wir machen Werbung
5. Formatanalyse „Scripted Reality“
6. Scripted Reality - selbst gemacht

Kurzbeschreibung:

Bei dieser Methode geht es darum, dass Kinder ihre Lieblingssendungen im Fernsehen oder Lieblingsfilme bzw. Clips im Internet reflektieren und ein Bild dazu malen.

Medienart: ohne

Teilnehmeranzahl: beliebig

Mediale Lernziele: reflektieren/kommunizieren, gestalten, Medienkritik

Weitere Lernziele:

Theoretische und kreative Auseinandersetzung mit Fernsehen

Zielgruppe: Kinder zwischen 4 und 10 Jahren

Benötigtes Material + Technik:

Stifte, Leitfragen, „Arbeitsblatt Fernseher“

Zeitumfang: ca. 45 Minuten (abhängig von der Gruppengröße)

Vorbereitung:

Es kann helfen, im Vorfeld einige Fragen vorzubereiten, die den Kindern den Zugang zur Thematik erleichtern können. Folgende Fragen bieten sich zum Einstieg in das Thema an: Was ist Fernsehen? Wie und wo schaut ihr fern? Mit wem schaut ihr fern? Schaut ihr über einen Fernseher fern oder über Laptop, Tablet? Was schaut ihr gerne? Warum schaut ihr das gerne? Gibt es Figuren, die ihr besonders gut findet? Was ist so besonders an den Figuren?

Durchführung:

Zunächst setzen sich alle Teilnehmer/innen in einen Gesprächskreis, der von der Leitung mithilfe von vorbereiteten Fragen gelenkt und moderiert wird. Anschließend werden die Kinder dazu aufgefordert, ihre Lieblingssendung oder ihren Lieblingsclip in das vorbereitete Arbeitsblatt „Fernseher“ zu malen.

Reflexion/Auswertung:

Im Anschluss werden die Bilder aufgehängt und gemeinsam betrachtet. Die Ergebnisse der Methode (Aussagen der Kinder im Gesprächskreis und Bilder) können ggf. bei einem nachfolgenden Elternabend thematisiert werden.

Variante: -

Beispiele:



Wir machen Werbung

METHODEN

1. Medienreflexion
2. Rote Karte/Grüne Karte
3. Was guckst Du?
4. **Wir machen Werbung**
5. Formatanalyse „Scripted Reality“
6. Scripted Reality - selbst gemacht

Kurzbeschreibung:

Die Teilnehmer/innen produzieren einen kurzen Werbespot zu einem Produkt ihrer Wahl.

Medienart:

TV/Video

Teilnehmeranzahl:

ca. 5 Teilnehmer/innen pro Kleingruppe

Mediale Lernziele:

gestalten, Hardware-Kenntnisse, produzieren/publizieren, reflektieren/kommunizieren, Medienkritik

Weitere Lernziele:

Theoretische und kreative Auseinandersetzung mit Fernsehen, insbesondere dem Format „Werbung“

Zielgruppe:

Kinder ab 5 Jahren, Jugendliche

Benötigtes Material + Technik:

Pro Kleingruppe wird je eine Videokamera, ein Stativ, ggf. ein externes Mikrofon und Mikrokabel sowie ein Kopfhörer benötigt. Falls ältere Videokameras verwendet werden, die noch mit Mini-DV-Kassetten betrieben werden, ist pro Kleingruppe ein Mini-DV-Band erforderlich. Zum Anschauen der Aufnahmen im Plenum sollte ein Beamer, ein Whiteboard oder ein Fernsehgerät samt AV-Kabel zum Übertragen vorhanden sein.

Zeitumfang: ca. 5 Stunden

Vorbereitung:

Vorbereitend sollte mit den Teilnehmer/innen über TV-Werbung gesprochen werden. Gemeinsam wird gesammelt, welche Formen ihnen bekannt sind, beispielsweise Werbespots mit Prominenten, Spots, die ohne jeglichen Audiokommentar auskommen, TV-Werbung, die sich mit dem Thema Gesundheit befasst etc.

Durchführung:

Die Teilnehmer/innen erarbeiten in Gruppen von max. 5 Personen Ideen für ihren Spot und setzen diese anschließend filmisch um. Besonders ansprechend werden die Filme, wenn sie eine Parodie auf bestehende Werbespots bilden. Dazu ist es besonders wichtig, die typischen Merkmale der Spots zu kennen. Statt mit realen Figuren bzw. Objekten zu agieren, bietet es sich an, mit Spielzeugfiguren zu arbeiten.

Reflexion/Auswertung:

Die fertigen Spots werden anschließend im Plenum gezeigt und es wird herausgearbeitet, für welches Produkt die Spots werben und mit welchen Mitteln sie das tun.

Variante:

Diese Methode lässt sich auch auf andere Medien ausbreiten. Neben dem TV gibt es beispielsweise noch weitere Wege, um Werbung zu verbreiten: Werbeprospekte, Anzeigen in Zeitschriften, Werbeplakate, Banner auf Internetseiten etc. Die Auseinandersetzung mit diesen Werbewegen verläuft ähnlich wie bei der Methode zu TV-Werbung. Die Teilnehmer/innen analysieren zunächst die Werbekanäle und erproben sich dann in der eigenen Produktion eines Werbeprodukts.

Aktuell ist die Auseinandersetzung mit dem Format „Scripted Reality (SR)“. Unter den Begriff „Scripted Reality“ fallen jene Fernsehformate, die den Eindruck erwecken, Dokumentationen zu sein, aber eigentlich Fiktion sind. Die Geschichten werden von Laiendarsteller/innen nach einem vorgegebenen Drehbuch (Skript) relativ frei umgesetzt (vgl. JIM-Studie 2012, S.26). Mit Mitteln wie Handkamera, Off-Sprecher/in und Interviews erzeugen diese Sendungen ein Gefühl der „Echtheit“ bei den Zuschauer/innen. Dass die Geschichten mehr oder weniger frei erfunden wurden, lässt sich bei den meisten Formaten nur in kleinen, kurzen Einblendungen im Abspann erkennen. Doch nicht nur die Machart dieser Sendungen gerät in die Kritik, auch deren Inhalte geben Anlass zur Beanstandung. Sexualität und Gewalt sind beliebte Themen, zudem werden Konflikte oft stark überzogen und deren Lösung sehr vereinfacht dargestellt. „Wenn Kinder und Jugendliche sich dann an diesen Sendungen orientieren, sich mit den Protagonisten identifizieren und sich Rat und Hilfe für ihre eigenen Probleme suchen, besteht die Gefahr einer sozial-ethischen Desorientierung und damit einer Entwicklungsbeeinträchtigung – etwa weil sie ein völlig verzerrtes Menschen- und Weltbild übernehmen (KJM 2013, S. 27)“.

Im Laufe der letzten Jahre haben Scripted-Reality-Formate im Fernsehen stark zugenommen. Bereits in den Nachmittags-Talkshows der 90er Jahre arbeiteten die TV-Sender teilweise mit inszenierten Geschichten und Fakten. Dieser Trend setzte sich bei den darauffolgenden Gerichtssendungen fort. Heutzutage füllen

die privaten Fernsehsender einen Großteil ihres Programms mit SR-Formaten (vgl. KJM 2013, S. 27). Die kritische Auseinandersetzung mit dem Format „Scripted Reality“ bietet sich somit an.

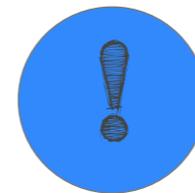
Die folgenden Methoden dienen der gezielten Auseinandersetzung mit „Scripted Reality“. Weitere Methoden befinden sich auch auf der Seite:

<http://scripted-reality.bildungsblogs.net/> [Stand: 27.10.2016].

Literatur:

Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) (Hrsg.) (2013): Fünfter Bericht der KJM über die Durchführung der Bestimmungen des Staatsvertrags über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag – JMStV) gem. § 17 Abs. 3 JMStV. Berichtszeitraum: März 2011 bis Februar 2013

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2012) (Hrsg.): JIM-Studie 2012 – Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland.



Bei der JIM-Studie handelt es sich um eine Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Sie wird jährlich vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest herausgegeben. Die Studie kann kostenlos unter folgendem Link heruntergeladen werden:
https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2012/JIM_Studie_2012.pdf [Stand: 27.10.2016].

Formatanalyse „Scripted Reality“

METHODEN

1. Medienreflexion
2. Rote Karte/Grüne Karte
3. Was guckst Du?
4. Wir machen Werbung
5. **Formatanalyse „Scripted Reality“**
6. Scripted Reality - selbst gemacht

Kurzbeschreibung:

Merkmale von „Scripted Reality“ identifizieren (inhaltlich, formal, Figurencharakterisierung)

Medienart: TV

Teilnehmeranzahl: beliebig

Mediale Lernziele: reflektieren/kommunizieren, Medienkritik

Weitere Lernziele: Analyse des Fernsehformats „Scripted Reality“

Zielgruppe: Jugendliche ab 12 Jahren, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

Arbeitsblätter „Formatanalyse“, Ausschnitte aus einer Fernsehsendung im SR-Format, Stifte, Abspielgerät, Leinwand, Beamer

Zeitumfang: ca. 30 Minuten

Vorbereitung:

Im Vorfeld sollte ein Ausschnitt einer bekannten Fernsehsendung im Format „Scripted Reality“ aufgezeichnet werden. Die Analysebögen sollten in ausreichender Anzahl vorliegen.

Durchführung:

Die Teilnehmer/innen schauen den Teil einer Sendung und analysieren ihn anhand des Arbeitsblattes „Formatanalyse“. Das Arbeitsblatt kann kostenlos hier heruntergeladen werden:

<http://scripted-reality.bildungsblogs.net/download>

[Stand: 27.10.2016].

Reflexion/Auswertung:

Im Anschluss werden typische Elemente des Formats herausgearbeitet und die Teilnehmer/innen befassen sich mit der Frage, inwieweit sich diese Elemente bereits vor einer Produktion sicherstellen lassen.

Variante:

Anstatt die Sendung komplett durch die ganze Gruppe sichten zu lassen, können Kleingruppen einzelne Ausschnitte unter die Lupe nehmen und analysieren.

Beispiele:

medien bildung.com

Szenenanalyse

Nr.	Figuren	Inhalt	Bild und Schnitt	Ton
1	NAME 1, NAME 2 ab 3:15: NAME 3	Streit über Putzdienst, 1000 Euro im Umschlag, Dario ist scharf auf das Geld	<ul style="list-style-type: none">• gespielte Szenen• INTV• Handkamera/versteckte Kamera• Schnittbilder• Schwarzblende, Schiebelblenden• Grafik: Bauchbinde, Einblendungen etc.	<ul style="list-style-type: none">• Hall im Badezimmer• Gedanken aus OFF• Person bei INTV abgeschnitten• Off-Kommentar• traurige Musik aus dem Off• Partymusik im Hintergrund der Szene
2	Janine und Sophia	Zwei Mädchen schwänzen die Schule und gehen Stattdienen in die Stadt shoppen	<ul style="list-style-type: none">• wackelnde Kamera• Bauchbinden• Originaldrehtort in der Fußgängerzone	<ul style="list-style-type: none">• Hintergrundgeräusche Passanten• Kommentar aus dem Off (↳ Erzähler)
3	Janine und Sophia	Interview mit beiden zu den Gründen ihres Fehlens	<ul style="list-style-type: none">• Handkamera• Darstellerinnen sind Laien	<ul style="list-style-type: none">• Die Darstellerinnen sprechen in ihrem Dialekt• Musik unterstreicht das Gesagte (dramatische Musik)
4				
5				

medien bildung.com

„Echt oder Fake?“

Formatanalyse

Stilmittel Scripted Reality:

Ästhetik/Gestaltung	Inhalt/Dramaturgie
	Story:
Handkamera	Alltägliche Menschen und Geschichten
Kein oder sehr wenig künstliches Licht	stereotypische Darstellung von Charakteren
Originaldrehorte, kein Studio	häufig sind Figuren „gut“ oder „böse“, ohne Hintergründe zu erklären
Grafische Effekte, z.B. schwarz/weiß für Rückblenden, Zeitlupe (Slomo) für besonders emotionale Momente	ein Anfangskonflikt wird mehrfach gesteigert, bis er gelöst wird
Bauchbinden sind sehr detailliert: Vorname, Name, Alter, Beruf	in den meisten Fällen: Happy End (Gerechte Strafen für Antagonisten, guter Ausgang für Protagonisten)
Texte sprechen die Darsteller in ihrem Sprachduktus	z.T. wird die Anwesenheit der Kamera thematisiert, indem ein Darsteller bspw. sagt, dass die Kamera bei der Situation bitte draußen bleiben solle
Darsteller sind Laien, keine ausgebildeten Schauspieler	Elemente der Sendung:
Musikeinsatz bei besonders dramatischen/emotionalen Momenten	Spielhandlung
	Recaps: nach Werbepausen wird alles bis dahin Geschehene noch einmal zusammengefasst
	Wiederholungen: oft werden Informationen durch die Handlung, den Sprechtext, Interviews, Off-Kommentar und/oder Bauchbinde wiederholt
	Interviews mit den Darstellern unterbrechen die Spielhandlung mitten in oder nach Szenen und kommentieren das Geschehene
	Off-Kommentar begleitet allwissend das Geschehen (ordnet ein, gibt Wertungen zu Personen und Handlung ab)

Scripted Reality - selbst gemacht

METHODEN

1. Medienreflexion
2. Rote Karte/Grüne Karte
3. Was guckst Du?
4. Wir machen Werbung
5. Formatanalyse „Scripted Reality“
6. **Scripted Reality - selbst gemacht**

Diese Methode kann als Vertiefung zur vorangegangenen Methode durchgeführt werden. Know-How im Umgang mit derameratechnik wird hierbei vorausgesetzt!

Kurzbeschreibung:

Anhand der zuvor herausgearbeiteten SR-Kriterien erstellen die Teilnehmer/innen zunächst ein Skript und drehen abschließend eine eigene Szene im SR-Format.

Medienart: TV, Video

Teilnehmeranzahl: mindestens 4 Personen pro Kleingruppe

Mediale Lernziele:

Hardware-Kenntnisse, produzieren/publizieren, gestalten, reflektieren/kommunizieren, Medienkritik

Weitere Lernziele:

sozial/kooperativ, Teamarbeit, Praktische Auseinandersetzung mit dem Fernsehformat „Scripted Reality“

Zielgruppe: Jugendliche ab 12 Jahren, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

Arbeitsblätter „Formatanalyse“ aus der vorigen Methode,
Kopiervorlage „Storyboard“, Tafel, Papier, Videokameratechnik
(Kamera, Stativ, Kopfhörer)

Zeitumfang: ca. 5 Stunden

Vorbereitung:

Die Analyse des Formats „Scripted Reality“ sollte bereits erfolgt sein. Durchführung: Die Teilnehmer/innen erstellen gemeinsam ein Drehbuch und ein Storyboard der zu drehenden Szene. Dabei wird stark darauf geachtet, die analysierten Elemente von „Scripted Reality“ in die Story einzubringen. Anschließend werden die einzelnen Aufgaben (Kamera, Ton, Schauspieler/innen) verteilt und die Teilnehmer/innen drehen die Szene.

Reflexion/Auswertung:

Im Anschluss werden die Szenen gemeinsam angeschaut und mit den Analyseergebnissen verglichen.

Variante:

Je nach Gruppengröße können auch mehrere Szenen geplant und umgesetzt werden.

Eine Vorlage für ein Storyboard finden Sie hier:
<http://medienundbildung.com/arbeitsmaterialien/>
[Stand: 27.10.2016]

Handy, Smartphone und Tablet

1. Überblick
 2. Handyvideo
 3. VR-Brille selbst gemacht
 4. Dive City Rollercoaster
 5. Fotos zum Sprechen bringen
 6. Comic Book
 7. Gesichtertausch
- 
- The background image shows a young man with short brown hair and glasses, seen from the side, holding a tablet computer. He is looking at the screen. In the background, a young woman with long, wavy brown hair is also looking at a screen, possibly a computer monitor. The scene appears to be in a classroom or a computer lab.

Handy, Smartphone und Tablet

Mit dem Einzug von Handys, Smartphones und Tablets in den Alltag von Kindern und Jugendlichen wird auch die medienpädagogische Praxis mobiler. Wie lassen sich Mobiltelefone und Tablets pädagogisch einsetzen? Für den schulischen Bereich gibt es dazu bereits diverse Publikationen. Dass diese Techniken auch im außerschulischen Bereich eine Rolle spielen, ist nicht von der Hand zu weisen.

Das Praktische an Handys und Tablets ist es, dass sie viele verschiedene Anwendungen in kleinem Format beinhalten. Fotos und Videos lassen sich damit aufzeichnen und in Kombination mit weiteren Anwendungen (Apps) mit wenig Aufwand öffentlichkeitswirksam aufbereiten. Da die Medien mobil sind, ermöglichen sie uns ortsungebundene Projekte umzusetzen und in einem größeren Handlungsraum, über die Grenzen der jeweiligen Einrichtung hinaus, tätig zu sein.

Kritiker mögen anmerken, dass Handys und Tablets insbesondere im audiovisuellen Bereich nicht mehr bieten als die herkömmliche Video- oder Fotokamera. Ja, diese Kritik ist durchaus berechtigt. Jedoch wohnt den mobilen Endgeräten eine viel höhere Attraktivität inne, nicht nur für Jugendliche. Und sie sind präsent, denn die meisten Jugendlichen besitzen ein eigenes Handy oder Smartphone, mit dem sich in medienpraktischen Projekten arbeiten lässt.

In unserer Praxis beobachten wir einen steigenden Trend, bei dem zum Erarbeiten von Produkten automatisch das Handy gezückt wird, um beispielsweise nach einem bestimmten Bild, einer Musikdatei oder einem Geräusch zu suchen. Das Selbstverständnis, diese Medien zu nutzen ist da, warum sollte man dies also nicht unterstützen?

In diesem Kapitel wollen wir zum kreativen Einsatz mobiler Medien insbesondere in außerschulischen Settings ermuntern und Anregungen für die medienpraktische, handlungsorientierte Arbeit mit Handy und Co. geben. Im Kapitel Internet, Soziale Netzwerke und Jugendmedienschutz finden Sie zusätzlich Methoden, die sich mit dem Thema „Jugendmedienschutz“ beschäftigen und die ergänzend dazu durchgeführt werden können.

Literatur:

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2016) (Hrsg.): JIM-Studie 2016 – Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland.



Bei der JIM-Studie handelt es sich um eine Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Sie wird jährlich vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest herausgegeben. Die Studie kann kostenlos unter folgendem Link heruntergeladen werden:
https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2016/JIM_Studie_2016.pdf [Stand: 27.10.2016].

Handyvideo

METHODEN

1. Handyvideo

2. VR-Brille selbst gemacht
3. Dive City Rollercoaster
4. Fotos zum Sprechen bringen
5. Comic Book
6. Gesichtertausch

Handyvideos, wer kennt sie nicht? Zum einen sind sie dokumentarische Zeugnisse des Weltgeschehens, zum anderen aber auch Ausdruck medialer Jugendkultur. Mit dem täglichen Handygebrauch gehören Handyfotos und Handyvideos zur alltäglichen Lebenswelt der Teenager. Um zu erfahren, wobei es bei der Produktion eines Handyvideos ankommt, macht es Sinn, selber eines zu produzieren.

Kurzbeschreibung:

In Kleingruppen von max. 3 Personen werden 1-minütige Videofilme mit der Videofunktion des Handys oder Smartphones erstellt. Der Produktion liegt dabei kein umfangreiches Skript oder Storyboard zugrunde, eine grobe Idee sollte jedoch vorhanden sein.

Medienart: Handy/Smartphone, Video

Teilnehmeranzahl: max. 3 Personen pro Kleingruppe

Mediale Lernziele:

Hardware-Kenntnisse, gestalten, produzieren/publizieren, reflektieren/kommunizieren, Funktionsweise des Handys/Smartphones kennen lernen

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ, Teamarbeit

Zielgruppe: Kinder ab 10 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

Pro Kleingruppe ein Handy/Smartphone, ggf. Laptop und Beamer zur Sichtung der fertigen Handyvideos

Zeitumfang:

Für die Vorbereitung, Ideenfindung und Produktion werden ca. 3 Stunden benötigt.

Vorbereitung:

Die Teilnehmer/innen sollten bereits Grundkenntnisse in der Bildgestaltung haben. In einem ersten Schritt machen sich die Kleingruppen mit der Videofunktion des Handys vertraut, indem sie kurze Sequenzen aufnehmen. Augenmerk liegt dabei auf der ruhigen Haltung des Handys um keine verwackelten Bilder zu erzeugen. Des Weiteren sollen die Teilnehmer/innen bewusst mit Perspektiven spielen. Die finalen Ergebnis-Aufnahmen werden im Plenum ausgewertet. Da für das Endprodukt der Übung die Vorgabe lautet „Drehen ohne Schnitt!“, sollen die Teilnehmer/innen sich bereits in der ersten Auswertungsrunde Gedanken darüber machen, welche Vorüberlegungen vor dem Dreh gemacht

werden müssen, damit ein schlüssiger und ansprechender Film entsteht.

Durchführung:

Die Teilnehmer/innen überlegen sich in Kleingruppen ein Konzept für ihr Video. Das finale Produkt sollte eine Länge von einer Minute nicht überschreiten. Gerade in der Kürze des fertigen Films liegt der besondere Reiz dieser Methode, da die Filmbotschaft in nur wenigen Sequenzen transportiert werden muss. Anschließend setzen die Kleingruppen ihre Ideen um und drehen mit der Handykamera ihren Film. Die Videos sollten auf Anschluss gedreht werden, so dass kein späterer Filmschnitt nötig ist. Bei fast allen Smartphones kann im Videokameramodus die Pausenfunktion benutzt werden, so dass in der kurzen Aufnahmepause z.B. die Perspektive oder der Bildausschnitt geändert werden kann oder die Schauspieler/innen kurz ihren Text durchsprechen können.

Reflexion/Auswertung:

Nach der Produktion werden die Filme im Plenum per Beamer gesichtet. Leitfragen zur Reflexion könnten sein: Was unterscheidet die Produktion eines Handyvideos von der Filmproduktion mit einer Videokamera? Was gilt es zu beachten? Welche ästhetischen Eigenschaften haben Handyvideos?

Variante:

Alternativ kann auch ein bestimmtes Thema vorgegeben werden, zu dem ein 1-minütiger Handyfilm gedreht werden soll. Der Kreativität sind hier keine Grenzen gesetzt.

Beispiele:

Ein Video zur Methode finden Sie unter:
<http://medienundbildung.com/arbeitsmaterialien/>
[Stand: 27.10.2016]

VR-Brille selbst gemacht

METHODEN

1. Handyvideo
- 2. VR-Brille selbst gemacht**
3. Dive City Rollercoaster
4. Fotos zum Sprechen bringen
5. Comic Book
6. Gesichtertausch

Kurzbeschreibung:

Mit Hilfe eines Bastelbogens, dem Handy und diversen Apps lässt sich Virtuelle Realität erleben. Die sonst so teuren VR-Brillen („Virtual-Reality-Brillen“) lassen sich mithilfe von Pappe einfach und kostengünstig selbst basteln. Bei der Pappbrille „mein-guckkasten“ geht es darum, das Zukunftsthema Virtual Reality mit Schere und Kleber zu erarbeiten und zu verstehen und nicht mit bereits vorgefertigten Bausätzen zu hantieren.

Der Bastelbogen und die Bastelanleitung können kostenlos unter <http://medienundbildung.com/arbeitsmaterialien/> [Stand: 27.10.2016] heruntergeladen werden. Die benötigten Linsen können ebenfalls dort bestellt werden.

Medienart: ohne

Teilnehmeranzahl: beliebig, max. 30 Personen

Mediale Lernziele: gestalten, experimentieren

Weitere Lernziele:

sozial/kooperativ, Teamarbeit, Konzentrationsförderung, Feingefühl, Geschick

Zielgruppe:

Kinder ab 8 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Jüngere Kinder sollten die Brille besser mit Unterstützung eines Erwachsenen basteln, da man mit einem Cuttermesser arbeiten muss.

Benötigtes Material + Technik:

ausgedruckte Bastelvorlage und Bastelanleitung, ausreichend Karton im Format DIN A3 oder DIN A4 (Dicke ca. 1,5 mm – entspricht der Dicke eines Pizzakartons), 2 Kunststoff-Linsen pro Brille (Diese können über mein-guckkasten.de bezogen werden), 2 Klettverschlüsse pro Brille, Sprühkleber oder Flüssigkleber, Cuttermesser, Nahtmarkierer (optional), Wäscheklammern (optional), Freude am Basteln!

Zeitraum: ca. 90-120 Minuten

Vorbereitung:

Die Bastelvorlage sollte in ausreichender Stückzahl ausgedruckt vorliegen. Die Materialien sollten bereits vorhanden sein und bereitliegen.

Durchführung:

Zunächst benötigen die Teilnehmer/innen die ausgedruckte Bastelvorlage, Karton und Sprühkleber. Der Sprühkleber wird flächendeckend auf den Karton gesprüht und anschließend wird die Bastelvorlage mit der bedruckten Seite nach oben draufgeklebt. Alternativ kann auch Flüssigkleber verwendet werden. Es empfiehlt sich, alles gut glattzustreichen und trocknen zu lassen, bevor man weiterarbeitet. Für den nächsten Schritt

werden eine schnittfeste Unterlage (z.B. Holzbrett), ein Cuttermesser und der beklebte Karton benötigt. Der beklebte Karton wird auf die schnittfeste Unterlage gelegt und dann werden mit einem Cuttermesser oder einer Schere alle schwarz durchgezogenen Linien ausgeschnitten. Hierbei sollte man beachten, dass auch die Innenflächen der Rahmen für die Linsen und des Linsenhalters ausgeschnitten werden müssen.

Als nächstes benötigen die Teilnehmer/innen alle ausgeschnittenen Einzelteile, ein Lineal und einen Cutter oder einen Nahtmarkierer (optional). Mit Hilfe des Lineals und des Cutters können nun die gestrichelten Linien nachgefahren werden, damit man sie später besser falten kann. Wichtig ist jedoch, dass die Teile nicht durchtrennt werden. Anschließend werden die markierten Klebestellen auf dem Linsenhalter mit Flüssigkleber bestrichen

und zwei der Rahmen an die markierten Stellen geklebt. Wichtig ist auch an dieser Stelle, alles gut trocknen zu lassen!

Bei den Linsen muss man beachten, dass beide in dieselbe Richtung zeigen. Deshalb werden beide so in die Halterung gelegt, dass jeweils die gewölbten Seiten in die Richtung zeigen, die man bereits mit den Rahmen beklebt hat. Jetzt müssen noch die beiden anderen Rahmen auf je eine der noch unbestückten Seiten des Linsenhalters geklebt werden. So sind die Linsen ganz einfach fixiert. Für den darauffolgenden Schritt benötigen die Teilnehmer/innen den Linsenhalter, die untere Schale sowie die obere Schale. Nun werden alle Teile anhand der gefalzten Linien gefaltet, so dass die beklebten Kartonseiten jeweils die Innenfläche darstellen. Anschließend wird der Linsenhalter auf die markierten Stellen der oberen Schale geklebt, die ebenfalls gefaltet werden muss. Dann werden alle Teile C zusammengeklebt.

Für den nächsten Schritt braucht man das Ergebnis aus dem vorigen Schritt, die untere Schale und Flüssigkleber. Das Ergebnis wird auf die untere Schale geklebt. Dazu werden die Teile B nach oben gefaltet und die Klebestellen an der oberen Schale auf der entsprechenden Markierung der unteren Schale fixiert.

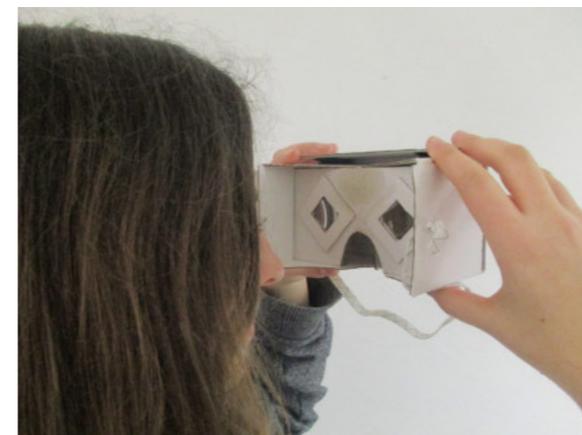
Im letzten Schritt werden die Klettverschlüsse auf die Brille geklebt und so positioniert, dass man sie verschließen kann. Die Brille ist jetzt fertig und einsetzbar.

Reflexion/Auswertung:

Die selbst gebastelte VR-Brille dient als Einstieg in die Thematik. Es geht zunächst nur darum, selbst eine solche Brille herzustellen. Es bietet sich an, im Anschluss die nachfolgende Methode mit den Teilnehmer/innen auszuprobieren.

Variante: -

Beispiele:



Dive City Rollercoaster

METHODEN

1. Handyvideo
2. VR-Brille selbst gemacht
- 3. Dive City Rollercoaster**
4. Fotos zum Sprechen bringen
5. Comic Book
6. Gesichtertausch

Kurzbeschreibung:

Mithilfe der App „Dive City Rollercoaster“ wird das Thema Virtuell Reality erfahrbar. Die Achterbahn mit vielen atemberaubenden Loopings ist ein echter Aha-Effekt und zeigt, welches Potential in der Technik steckt.

Medienart: Smartphone (Android)

Teilnehmeranzahl: beliebig

Mediale Lernziele:

Software-Kenntnisse, reflektieren/kommunizieren, Virtuelle Realität erleben

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ, Teamarbeit

Zielgruppe: Kinder ab 8 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

Smartphone, selbstgebastelte VR-Brille, die App „Dive City Rollercoaster“

Zeitumfang: ca. 15 Minuten

Vorbereitung:

Die App „Dive City Rollercoaster“ kann kostenlos im Google Play-Store unter folgendem Link heruntergeladen werden:

[https://play.google.com/store/apps/details?](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.divegames.divecitycoaster)

[id=com.divegames.divecitycoaster](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.divegames.divecitycoaster) [Stand: 27.10.2016].

Durchführung:

Die Teilnehmer/innen starten die App und legen ihr Smartphone in die selbst gebastelte VR-Brille. Beim Betrachten des Displays durch die Linsen der Brille wird der VR-Effekt sehr schnell deutlich. Alle Teilnehmenden können sich im virtuellen Raum umsehen und die Achterbahn fahren. Dabei kann das Gefühl entstehen, selbst in einer realen Achterbahn zu sitzen.

Reflexion/Auswertung:

Diese Methode ist als Einstieg in die Thematik gedacht, um den VR-Effekt zu verdeutlichen. Gemeinsam kann im Plenum über die gerade gemachten Erfahrungen gesprochen werden.

Anschlussfragen könnten sein: Welche Auswirkungen haben Virtuelle Realitäten auf das wirkliche Leben? Wie könnten Virtuelle Realitäten in Zukunft aussehen? Für welchen Zweck könnte man VR-Brillen zukünftig einsetzen?

Variante:

Weitere Appvorschläge zum Erleben von Virtueller Realität finden

Sie unter:

<http://medienundbildung.com/arbeitsmaterialien>

[Stand: 27.10.2016]

Fotos zum Sprechen bringen

METHODEN

1. Handyvideo
2. VR-Brille selbst gemacht
3. Dive City Rollercoaster
4. **Fotos zum Sprechen bringen**
5. Comic Book
6. Gesichtertausch

Kurzbeschreibung:

Mit der kostenlosen App „Funny Movie Maker“ können die Teilnehmer/innen in wenigen Schritten das eigene Gesicht oder auch nur einzelne Gesichtsteile (Mund / Ohr / Auge) in ein selbstgeschossenes Foto integrieren und animieren. So entstehen schnell und einfach lustige Videos.

Medienart:

iPad, Fotografie, Video, Audio

Teilnehmeranzahl: Kleingruppen mit mindestens 2 Personen

Mediale Lernziele:

Software-Kenntnisse, produzieren/publizieren, reflektieren/kommunizieren, gestalten, Medien bedienen und kreativ nutzen, einfache Tricks der Bild-/ Videobearbeitung erlernen

Weitere Lernziele:

sozial/kooperativ, Teamarbeit, Kreativität, Reflexion über die Wirkung von Bild und Audio, Bewusstsein der Personifizierung von Gegenständen erweitern (auch im Hinblick auf Werbung)

Zielgruppe: Kinder ab 6 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

iPad, die App „Funny Movie Maker“, eigene Fotos (am besten Porträtfotos oder Fotos von unlebendigen Gegenständen wie z.B. ein Stuhl)

Zeitumfang: ca. 15 bis 20 Minuten

Vorbereitung:

Es empfiehlt sich, die App im Vorfeld zu installieren. „Funny Movie Maker“ kann für iOS unter folgendem Link kostenlos im App Store heruntergeladen werden:

<https://itunes.apple.com/de/app/funny-movie-maker-ersetzen/id430623298?mt=8> [Stand: 27.10.2016].

Durchführung:

Die Teilnehmer/innen finden sich in Kleingruppen von mindestens 2 Personen zusammen. Vor der Verwendung von „Funny Movie Maker“ sollten sich die Teilnehmer/innen Gedanken darüber machen, welchen Gegenstand sie verwenden wollen und auch wie sie diesen mithilfe der App animieren möchten. Zunächst wird deshalb ein gutes Foto eines unlebendigen Gegenstandes mithilfe der Kamerafunktion des iPads gemacht. Dieses Foto wird dann in

die App geladen und der Bereich, der animiert werden soll, wird mithilfe des Werkzeugsymbols „Schere“ ausgeschnitten.

Anschließend wird mit der Videofunktion des iPads eine Detailaufnahme z.B. des Mundes eines Gruppenmitgliedes aufgenommen. Dabei spricht die Person einen passenden Text. So kann man unlebendige Gegenstände zum Sprechen oder Singen bringen. Auch können unterschiedliche Grimassen gezogen werden. Die App ist selbsterklärend und leicht zu bedienen.

Reflexion/Auswertung:

Es bietet sich an, den fertigen Film der ganzen Gruppe zu präsentieren und anschließend gemeinsam zu besprechen. So können die Produzent/innen des Videos noch einmal genau reflektieren, was sie wie und warum gemacht haben. Außerdem könnte man in der Gruppe über „Manipulation von Bild-/ Videomaterial“ sprechen, damit die Teilnehmer/innen für das Thema sensibilisiert werden und nicht alle Medieninhalte so hinnehmen, wie sie dargestellt werden.

Variante:

Alternativ kann ein in der App existierendes Foto verwendet werden (z.B. eine Erdbeere oder der Körper eines Bodybuilders). In dieses kann dann der eigene Mund oder das eigene Gesicht eingefügt werden.

Beispiele:

Ein Video zur Methode finden Sie unter:

<http://medienundbildung.com/arbeitsmaterialien/>

[Stand: 27.10.2016]

Comic Book

METHODEN

1. Handyvideo
2. VR-Brille selbst gemacht
3. Dive City Rollercoaster
4. Fotos zum Sprechen bringen
- 5. Comic Book**
6. Gesichtertausch

Kurzbeschreibung:

Mithilfe der App „Comic Book“ und selbst gemachten Fotos können kurze Comics einfach erstellt und gestaltet werden.

Medienart:

iPad, Fotografie

Teilnehmeranzahl: Kleingruppen à maximal 4 Personen

Mediale Lernziele:

produzieren/publizieren, reflektieren/kommentieren, gestalten, Medien bedienen und kreativ nutzen, Software/Hardware-Kenntnisse

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ, Teamarbeit

Zielgruppe: Kinder ab 5 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

ausreichend iPads oder Smartphones, auf denen die App „Comic Book“ installiert.

Zu finden ist die App hier:

<https://itunes.apple.com/de/app/comicbook!/id436114747?mt=8>

[Stand: 27.10.2016].

Zeitumfang: ca. 15 min

Vorbereitung:

Auf allen Tablets sollte die App „Comic Book“ installiert und die Akkus der Tablets sollten möglichst gut geladen sein.

Durchführung:

Die Teilnehmer/innen sollten sich zunächst eine kleine Geschichte für ihren Comic ausdenken, die sie bildlich darstellen wollen. Dies können sie bereits in den kleinen Gruppen machen, um sich bei der Ideenfindung gegenseitig zu helfen. Anschließend werden dann die Fotos innerhalb der Gruppen gemacht.

Durch eine Vielzahl an Textsprache-Elementen der App kommt der selbstgemachte Comic den professionellen Comics sehr nahe. Was diese Effekte betrifft, sind den Teilnehmer/innen keine Grenzen gesetzt und so können sie ihrer Kreativität freien Lauf lassen.

Reflexion/Auswertung:

Abschließend können die fertigen Comics in der großen Gruppe betrachtet und besprochen werden. Hierbei gäbe es die Möglichkeit, die selbstgemachten Comics mit professionellen Comics zu vergleichen und zu überlegen, wo es in der Ausführung Ähnlichkeiten und wo es Unterschiede gibt. So haben

die Teilnehmer/innen erneut die Chance, sich über die Qualität ihrer eigenen Comics bewusst zu werden.

Variante:

Die Teilnehmer/innen können auch ohne technische Mittel Comics erstellen. Hierzu benötigen sie verschiedene gedruckte Ausgaben ihrer Lieblingscomics, Schere, Kleber, ein großes Blatt Papier und viel Kreativität. So können sie aus den verschiedenen Comics eine selbstausgedachte Geschichte bildlich zusammenstellen und mit Buntstiften Sprechblasen, Ausrufen, etc. versehen.

Beispiele:



Gesichtertausch

METHODEN

1. Handyvideo
2. VR-Brille selbst gemacht
3. Dive City Rollercoaster
4. Fotos zum Sprechen bringen
5. Comic Book
6. **Gesichtertausch**

Kurzbeschreibung:

Die kostenlose App „Face Swap Booth“ bietet den Teilnehmer/innen die Möglichkeit, Fotos kreativ zu verändern indem die Gesichter zweier Personen ausgetauscht werden. So entstehen lustige Bilder und die Bauchmuskeln werden beim Lachen stark gefordert, wenn beispielsweise Vater und Sohn ihre Gesichter getauscht haben.

Teilnehmeranzahl: Kleingruppen mit mindestens zwei Personen

Mediale Lernziele:

Software-Kenntnisse, produzieren/publizieren, reflektieren/kommunizieren, gestalten, Medien bedienen und kreativ nutzen, einfache Tricks der Bild-/ Videobearbeitung erlernen

Weitere Lernziele:

Manipulation von Medien erkennen und selbst ausprobieren, Spaß, sozial/ kooperativ, Teamarbeit

Zielgruppe: Kinder ab 6 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

iPad, die App „Face Swap Booth“, die im AppStore unter <https://itunes.apple.com/de/app/face-swap-booth-faceswap-multiple/id826921329?mt=8> [Stand: 27.10.2016] heruntergeladen werden kann.

Zeitumfang: ca. 5 bis 10 min

Vorbereitung: Die Akkus der iPads sollten aufgeladen sein.

Durchführung:

Nach der Installation der App können die Teilnehmenden direkt loslegen. Die App ist einfach und intuitiv zu bedienen und benötigt keine weiteren Erklärungen zur Durchführung.

Reflexion/Auswertung:

Nachdem alle Teilnehmer/innen ihre „Gesichtertausch-Fotos“ gemacht haben, können sie sich in der großen Gruppe über das Thema „Manipulation durch Medien“ unterhalten. Allein die Tatsache, dass sie auf eine so einfache Art und Weise ihre eigenen Bilder manipulieren und verändern konnten, sollte ihnen als Denk- und Diskussionsanstoß dienen.

Variante:

Alternativ kann auf in der App existierende Fotos zurückgegriffen werden. So besteht die Möglichkeit, das eigene Gesicht mit dem einer prominenten Person wie z.B. Marilyn Monroe oder Justin Bieber zu tauschen.

Beispiele:





Internet, Soziale Netzwerke und Jugendmedienschutz

1. Überblick
2. Stimmungsbild
3. Das bin ich
4. Mein Profil in der Öffentlichkeit
5. Smileys
6. Wir regeln das
7. Gewalt oder keine Gewalt?!
8. Begriffsassoziation



Überblick

Internet, Soziale Netzwerke und Jugendmedienschutz

Kinder und Jugendliche verbringen heutzutage sehr viel Zeit online. 80% der Zwölf- bis 19-Jährigen nutzen sogar täglich das Internet (vgl. JIM-Studie, 2015). Sie surfen im World Wide Web, kommunizieren via WhatsApp oder Facebook und vergnügen sich mit Video- und Musikportalen. Dank der Interaktivität des Web 2.0 stehen den Jugendlichen zahlreiche Beteiligungsmöglichkeiten zur Verfügung:

Sie können ein eigenes Profil in Sozialen Netzwerken erstellen, Einträge bei Wikipedia verfassen, Videos auf YouTube oder Fotos bei Flickr und Instagram hochladen. Das war früher anders. Das „ursprüngliche Internet“, also das Web 1.0 war dadurch geprägt, dass Nutzer/innen Informationen über den Browser abrufen konnten. Wollte man jemandem Informationen zukommen

lassen, schrieb man eine E-Mail. Der Datenverkehr war vergleichsweise sehr langsam und kostspielig. Um vor ca. 10-15 Jahren eine Internetseite zu generieren, musste man die Programmiersprache HTML (Hypertext Markup Language) beherrschen. Dank der Entwicklung von schnelleren Datenverbindungen konnte sich das Web 2.0, auch „Mitmachweb“ genannt, etablieren. Heute steht eine Vielzahl an Diensten zur Verfügung um z.B. schnell und niedrigschwellig eine Seite im Netz aufzubauen. So wie sich das Netz geändert hat, hat sich auch dessen Nutzung gewandelt. Weg vom reinen Konsumieren hin zum Produzieren und Teilhaben.

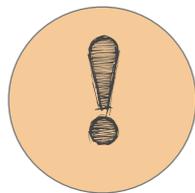
Diese technischen Veränderungen nehmen auch Einfluss auf die Medienpädagogik und die Medienpraxis. Die Herausforderungen an Internetnutzer/innen sind heutzutage viel komplexer. Medienkompetenz bzw. Internetkompetenz ist eine unabdingbare Schlüsselqualifikation. Diese gilt es zu fördern. Es ist wichtig, dass Kinder und Jugendliche ihr eigenes Internetnutzungsverhalten reflektieren und für die vielfältigen Chancen, aber auch für mögliche Gefährdungen im Netz (z.B. Cybermobbing) sensibilisiert werden.

Dieses Bewusstsein gilt es zu schärfen, um Kinder und Jugendliche in die Lage zu versetzen, das Internet selbstbestimmt und kompetent nutzen zu können, ohne dabei den potentiellen Risiken zu erliegen.

In diesem Kapitel zeigen wir Methoden auf, die sich mit dem Thema „Jugendmedienschutz“ auseinandersetzen und in der Medienpraxis eingesetzt werden können. Da das Internet nicht mehr allein an einen PC oder einen Laptop geknüpft ist, sondern auch zunehmend auf mobilen Endgeräten (Handy, Tablet-PC) genutzt wird, berücksichtigen wir dies in den jeweiligen Methoden.

Literatur:

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2016) (Hrsg.): JIM-Studie 2016 – Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland.



Bei der JIM-Studie handelt es sich um eine Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Sie wird jährlich vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest herausgegeben. Die Studie kann kostenlos unter folgendem Link heruntergeladen werden:
https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2016/JIM_Studie_2016.pdf [Stand: 27.10.2016].

Stimmungsbild

METHODEN

1. Stimmungsbild
2. Das bin ich
3. Mein Profil in der Öffentlichkeit
4. Smileys
5. Wir regeln das
6. Gewalt oder keine Gewalt?!
7. Begriffsassoziation

Diese Methode eignet sich hervorragend zum Einstieg. Es geht darum, sich zunächst einen Überblick über das Mediennutzungsverhalten der Teilnehmer/innen zu verschaffen und mit ihnen darüber ins Gespräch zu kommen.

Kurzbeschreibung:

Den Teilnehmer/innen werden Statements zu ihrer Mediennutzung via Beamer gezeigt. Nach jeder Aussage stellen sich die Teilnehmer/innen je nach Zustimmung bzw. Ablehnung im vorher markierten Raum auf.

Medienart: ohne

Teilnehmeranzahl: Maximal 30 Teilnehmer/innen

Mediale Lernziele: reflektieren/kommunizieren, über Medien kommunizieren

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ

Zielgruppe: Kinder ab 6 Jahren, Jugendliche

Benötigtes Material + Technik:

Laptop, Beamer, vorbereitete Aussagen, z.B. mithilfe einer PowerPoint-Präsentation

Zeitumfang: ca. 30 Minuten

Vorbereitung:

Es empfiehlt sich, die Aussagen im Vorfeld vorzubereiten und dabei auf die aktuelle Mediennutzung der Teilnehmer/innen einzugehen. Am einfachsten ist es, die Statements mithilfe einer PowerPoint-Präsentation über den Beamer an die Wand zu projizieren, so dass alle Teilnehmer/innen die Aussagen gut lesen können.

Durchführung:

Auf dem Boden wird mit Klebeband eine Stelle markiert, die 100%, also vollständige Zustimmung bedeutet, sowie eine Stelle, die 0%, also Verneinung bedeutet. Dabei muss man sich die beiden Pole als Endpunkte einer imaginären Linie im Raum vorstellen. Wichtig ist, dass zwischen beiden Markierungen genügend Platz ist, so dass sich die Teilnehmer/innen frei im Raum bewegen und aufstellen können. Via Beamer werden den

Teilnehmer/innen verschiedene Aussagen gezeigt und vorgelesen: z.B. „Ich bin bei Facebook!“, „Ich poste ab und zu was ich gerade so mache!“ oder „Ich nutze Whats App täglich!“. Nach jeder Aussage stellen sich die Teilnehmer/innen im Raum je nach Zustimmung auf.

Reflexion/Auswertung:

Nach jeder Aussage können gezielte Nachfragen an einzelne Teilnehmer/innen gestellt werden. So erhält man ein gutes Stimmungsbild der Gruppe und es werden gleichzeitig Gesprächsanlässe geschaffen.

Variante:

Ist nicht genügend Platz im Raum vorhanden, können die Teilnehmer/innen auch per Handzeichen ihre Zustimmung ausdrücken.

Beispiele:



Das bin ich

METHODEN

1. Stimmungsbild
2. **Das bin ich**
3. Mein Profil in der Öffentlichkeit
4. Smileys
5. Wir regeln das
6. Gewalt oder keine Gewalt?!
7. Begriffsassoziation

Kurzbeschreibung: Was gilt es bei der Selbstdarstellung im Netz zu beachten? Die Teilnehmer/innen erstellen ihr Wunschprofil.

Medienart: Fotografie

Teilnehmeranzahl: ca. 2 Teilnehmer/innen pro Kleingruppe

Mediale Lernziele:

Hardware-Kenntnisse, Umgang mit der Fotokamera oder der Fotofunktion von Handy/Smartphone/Tablet-PC, reflektieren/kommunizieren

Weitere Lernziele:

Reflexion über die eigene Mediennutzung und Probleme, die insbesondere bei der Selbstdarstellung im Netz auftreten.

Zielgruppe: Kinder ab 10 Jahren, Jugendliche, Erwachsene

Benötigtes Material + Technik:

Fotokameras, das Arbeitsblatt „Leerprofil“, Stifte

Zeitungsumfang: ca. 45 – 60 Minuten

Vorbereitung:

Es sollte eine ausreichende Anzahl an Kopien des Arbeitsblattes vorliegen. Das „Leeprofil“ kann unter folgendem Link kostenlos heruntergeladen werden:

<http://www.lehrer-online.de/facebook-ue.php?sid=84537933856881398935840924092260> [Stand: 27.10.2016].

Unter Download findet man den Ordner „facebook_arbeitsmaterial.zip“. Darin befindet sich das Arbeitsblatt.

Durchführung:

Bevor die Teilnehmer/innen ein eigenes Profil erstellen, machen sie sich zunächst Gedanken über den Sinn und Zweck eines Profils. Was und wen will ich damit erreichen? Und was will ich auf keinen Fall? Auf Grundlage der erarbeiteten Zielsetzung wird dann ein „Wunschprofil“ erstellt. Die Teilnehmer/innen erhalten dazu ein „Leeprofil“ (vgl. Arbeitsblatt „Leeprofil“) in das sie Angaben über sich selber einfügen können. Die Herausforderung besteht zudem darin, die einzelnen Angaben kreativ und interessant zu beschreiben. Statt „Fußball spielen“ könnte da beispielsweise stehen: „den Ball kicken“ o.ä.

Um das Profil abzurunden wird es mit einem Profilbild versehen. Dazu machen sich die Teilnehmer/innen zuvor Gedanken und überlegen sich, wie sie sich darstellen wollen. Was spricht für ein Porträtbild, was dagegen?

Reflexion/Auswertung:

Die einzelnen Profile werden im Raum aufgehängt und können mit grünen und roten Post-it-Zetteln versehen werden, mit denen die Teilnehmer/innen die Profile bewerten und kommentieren können. „Grün“ steht dabei für positive und „Rot“ für negative Aspekte. Leitfragen zur Reflexion könnten sein: Was gefällt an dem jeweiligen Profil? Was ist bei der Darstellung kritisch zu sehen?

Variante: -

Beispiele:

FACEBOOK-PROFIL VON <u>Max Mustermann</u>		
Ich bin: Fußballfan Beziehungsstatus: Single Interessiert an: Lustigen Videos Anschrift: Musterstr. 11 E-Mail: Max.Mustermann@web.de Telefon: IM-Nutzername: Maximu Geburtstag: 11.1.2001 Schule: IGS Musterstadt		
Aktueller Status: ess grad bei Bk 'n Burger	Über mich: Wer was wissen will schreibt mir!	
Lieblingssport: Fußball Lieblingsmannschaft: BVB Religion: evangelisch politische Einstellung: kein Bock auf Politik Personen, die mich inspirieren: Marco Reus	Aktivitäten und Interessen: Fußball spielen, mit Freunden abhängen, chillen, Shisha rauchen, Fifa zocken	
MUSIK: David Guetta, Beginner, Coldplay	FILME: Fast and Furious 7, Star Trek	FERNSEHEN: How I met your mother, Circus Halligalli, Formel 1

Mein Profil in der Öffentlichkeit

METHODEN

1. Stimmungsbild
2. Das bin ich
3. **Mein Profil in der Öffentlichkeit**
4. Smileys
5. Wir regeln das
6. Gewalt oder keine Gewalt?!
7. Begriffsassoziation

Kurzbeschreibung:

Jede/r Teilnehmer/in schreibt private Angaben von sich auf ein Blatt (vgl. Arbeitsblatt „Pausenprofil“), bekommt das Blatt auf den Rücken geklebt und geht damit in die Öffentlichkeit (z.B. Schulhof, Innenstadt, Supermarkt oder andere öffentliche Orte, an denen sich Menschen aufhalten). Anschließend wird besprochen, welche Erfahrungen die Teilnehmer/innen gemacht haben.

Medienart: ohne

Teilnehmeranzahl: Maximal 30 Teilnehmer/innen

Mediale Lernziele:

informieren/recherchieren/selektieren, reflektieren/kommunizieren, über Medien kommunizieren

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ

Zielgruppe: Kinder ab 10 Jahren, Jugendliche

Benötigtes Material + Technik:

Kopien „Pausenprofil“, Stifte, Klebeband/Tesa. Das Arbeitsblatt „Pausenprofil“ finden Sie bei den Kopiervorlagen auf S. NN.

Zeitumfang: ca. 30 Minuten

Vorbereitung:

Die Pausenprofile sollten in ausreichender Anzahl kopiert werden.

Durchführung:

Zu Beginn füllen alle Teilnehmer/innen das „Pausenprofil“ aus. Hierbei handelt es sich um persönliche Angaben wie Name, Alter, Telefonnummer, Hobbys usw. Das Arbeitsblatt „Pausenprofil“ ist zu vergleichen mit einem analogen Sozialen Netzwerk. Das heißt, dass auf dem Blatt Informationen eingetragen werden können, die z.B. Facebook-Nutzer/innen online auf ihrer Profilseite angeben können. Dann bekommen die Teilnehmer/innen ihre Profile mit Klebeband auf den Rücken geklebt und gehen damit in die Öffentlichkeit.

Reflexion/Auswertung:

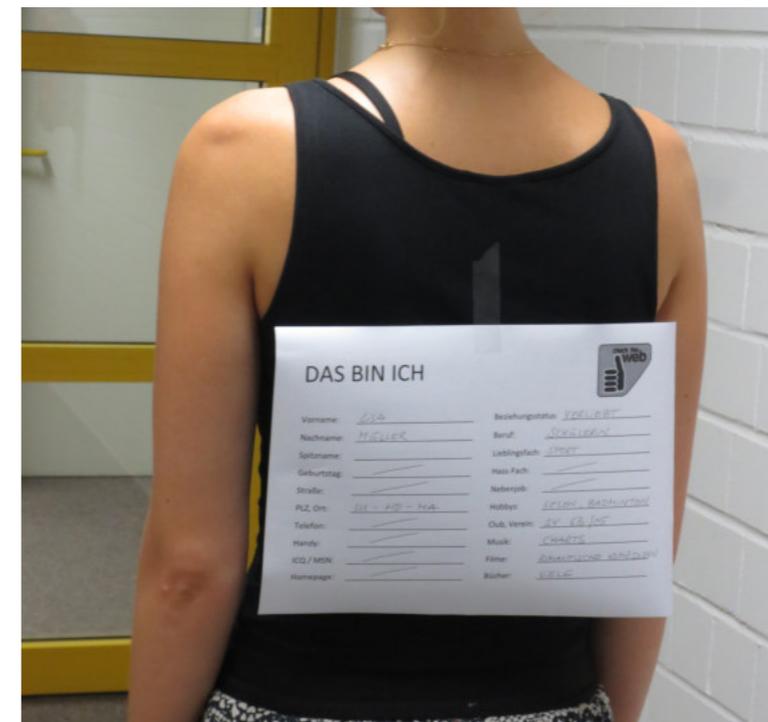
Zum Abschluss wird gemeinsam besprochen, welche Erfahrungen die Teilnehmer/innen gemacht haben. Leitfragen zur

Besprechung können z.B. sein: Was sind „private Daten“? Was darf jeder wissen? Bei welchen Angaben ist es unangenehm, wenn sie von jedem gelesen werden können? Jede/r Teilnehmer/ in hat hier eigene Grenzen. In diesem Zusammenhang bietet es sich an, auch über den Umgang mit persönlichen Daten im Internet zu sprechen, denn gerade hier wird oft sorglos mit privaten Informationen umgegangen.

Variante:

Anstatt die Profile auf den Rücken der Teilnehmer/innen zu kleben, können die Profile auch im Raum für alle sichtbar aufgehängt werden. So kann ein guter Gesprächsanlass über den Umgang mit privaten Informationen geschaffen werden.

Beispiele:



Smileys

METHODEN

1. Stimmungsbild
2. Das bin ich
3. Mein Profil in der Öffentlichkeit
4. **Smileys**
5. Wir regeln das
6. Gewalt oder keine Gewalt?!
7. Begriffsassoziation

Kurzbeschreibung:

Die Teilnehmer/innen bearbeiten das Arbeitsblatt „Smileys“ und vergleichen ihre Ergebnisse. Im Anschluss wird im Plenum über die Besonderheiten der digitalen Kommunikation (z.B. über WhatsApp) diskutiert.

Medienart: ohne

Teilnehmeranzahl: Maximal 30 Teilnehmer/innen

Mediale Lernziele:

informieren/recherchieren/selektieren, reflektieren/kommunizieren, über Medien kommunizieren

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ

Zielgruppe: Kinder ab 6 Jahren, Jugendliche
Benötigtes Material + Technik:

Arbeitsblätter „Smileys“ je nach Teilnehmeranzahl

Zeitumfang: ca. 30-45 Minuten

Vorbereitung:

Es sollte vorab eine ausreichende Anzahl an Arbeitsblättern für die Teilnehmer/innen kopiert werden. Sie finden das Arbeitsblatt bei den Kopiervorlagen unter:

<http://medienundbildung.com/Arbeitsmaterialien/>

[Stand: 27.10.2016]

Durchführung:

Jeder Teilnehmer/in füllt das Arbeitsblatt für sich alleine aus.

Danach vergleichen die Teilnehmer/innen in Kleingruppen ihre Ergebnisse und es wird gemeinsam im Plenum gesammelt, was den Gruppen aufgefallen ist.

Reflexion/Auswertung:

Beim Vergleichen der Ergebnisse fällt den Teilnehmer/innen auf, dass jeder Smileys anders einsetzt bzw. ihnen eine andere Bedeutung zuschreibt. Das kann in der digitalen Kommunikation (z.B. über WhatsApp) zu Missverständnissen führen. Auch fehlen bei der digitalen Kommunikation gewisse Merkmale, die bei einer face-to-face-Kommunikation gegeben sind und das Gesagte besser verständlich machen (z.B. Mimik, Gestik, Körperhaltung und Intonation). So kann es schneller zu Unstimmigkeiten oder Streitereien kommen, weil Dinge leichter falsch verstanden werden können.

Variante:

Anstatt das Arbeitsblatt einzusetzen, auf dem bereits Emoticons vorgegeben sind, können die unterschiedlichen Smileys auch mit den Teilnehmer/innen gemeinsam gesammelt werden. Wichtig ist dabei immer die Frage: welche Smileys verwendest du regelmäßig? Was bedeuten die einzelnen Emoticons und in welchen Situationen setzt du sie ein? Im Anschluss daran kann ebenfalls mit den Teilnehmer/innen über Missverständnisse im Rahmen der digitalen Kommunikation gesprochen werden.

Beispiele:



Wir regeln das

METHODEN

1. Stimmungsbild
2. Das bin ich
3. Mein Profil in der Öffentlichkeit
4. Smileys
5. **Wir regeln das**
6. Gewalt oder keine Gewalt?!
7. Begriffsassoziation

Kurzbeschreibung:

Die Teilnehmer/innen formulieren Regeln zum Umgang in Chats oder Instant Messengern und stellen diese anschließend bildlich dar.

Medienart: Fotografie

Teilnehmeranzahl: ca. 4 Teilnehmer/innen pro Kleingruppe

Mediale Lernziele:

Hardware-Kenntnisse, Umgang mit der Fotokamera oder der Fotofunktion von Handy/Smartphone/Tablet-PC, gestalten, reflektieren/kommunizieren

Weitere Lernziele:

Reflexion über die eigene Mediennutzung und Probleme, die insbesondere bei der Kommunikation im Netz auftreten.

Zielgruppe: Kinder ab 10 Jahren, Jugendliche

Benötigtes Material + Technik:

ggf. vorformulierte Chatregeln, Fotokameras oder Handys/Tablets mit Fotofunktion, Laptop und Beamer zum Sichten

Zeitungsumfang: ca. 30 – 45 Minuten

Vorbereitung:

Sofern es den Teilnehmer/innen schwer fällt, eigene Regeln aufzustellen, bietet es sich an, vorformulierte Chatregeln auszuteilen.

Durchführung:

Die Teilnehmer/innen tauschen sich darüber aus, welche Schwierigkeiten beim Umgang mit Chats und Instant Messengern auftreten. Sie erstellen Regeln, die diesen Problemen Abhilfe schaffen sollen. Die Regeln werden ausformuliert und auf Plakaten verschriftlicht. Anschließend werden die Regeln bildlich dargestellt und fotografiert.

Reflexion/Auswertung:

Die bebilderten Regeln werden anschließend gemeinsam per Beamer gesichtet. Das Plenum kann raten, welche Aussage die

einzelnen Bilder jeweils haben. Gemeinsam kann eine Top 3-Liste der beliebtesten Regeln aufgestellt werden.

Variante:

Anstatt die Chatregeln bildlich darzustellen und zu fotografieren, können die Regeln auch in kurzen Szenen nachgespielt und mit der Videofunktion der Digitalkamera oder des Handys aufgenommen werden.

Beispiele:



Gewalt oder keine Gewalt?!

METHODEN

1. Stimmungsbild
2. Das bin ich
3. Mein Profil in der Öffentlichkeit
4. Smileys
5. Wir regeln das
6. **Gewalt oder keine Gewalt?!**
7. Begriffsassoziation

Diese Methode ist zum Einstieg in das Thema „Mobbing/Cybermobbing“ gut geeignet.

Kurzbeschreibung:

Alle Teilnehmer/innen bekommen eine grüne und eine rote Karte ausgeteilt. Die grüne Karte bedeutet „keine Gewalt“, die rote Karte bedeutet „Gewalt“. Anschließend werden verschiedene Aussagen zum Thema „Gewalt“ gezeigt, bei denen jede/r Teilnehmer/in selbst entscheiden muss, ob es sich dabei um Gewalt handelt oder nicht.

Medienart: ohne

Teilnehmeranzahl: Maximal 30 Teilnehmer/innen

Mediale Lernziele:

informieren/recherchieren/selektieren, reflektieren/kommunizieren, über Medien kommunizieren

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ

Zielgruppe: Kinder ab 6 Jahren, Jugendliche

Benötigtes Material + Technik:

Laptop, Beamer, Microsoft PowerPoint, vorbereitete Aussagen zum Thema „Gewalt“, grüne und rote Karten/Moderationsovale

Zeitungsumfang: ca. 30 Minuten

Vorbereitung:

Es empfiehlt sich, die Aussagen zum Thema „Gewalt“ im Vorfeld vorzubereiten und in einer PowerPoint-Präsentation zu verschriftlichen. Beispiele: „Max schlägt Lisa beim Herumtoben mit dem Turnbeutel auf den Kopf.“ „Die Mädchen aus der Klasse nennen Chantal bei jeder Gelegenheit dürres Klappergestell.“ „Ben fotografiert Luca in einer peinlichen Pose und schickt das Foto anschließend per Whats App an seine Klassenkameraden.“

Durchführung:

Die Aussagen werden den Teilnehmer/innen nacheinander via Beamer gezeigt und vorgelesen. Nach jeder Aussage müssen sie sich entscheiden, ob es sich um Gewalt oder eher keine Gewalt handelt und die entsprechende Karte hochhalten. Dabei gibt es kein richtig oder falsch. Es ist sinnvoll, nach jeder Positionierung

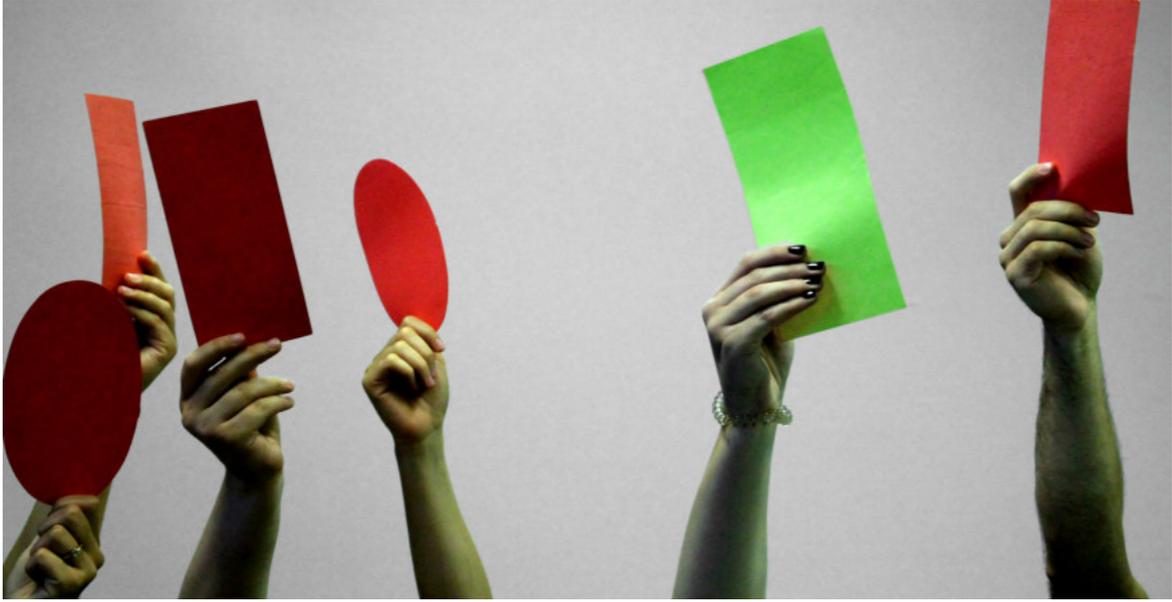
einzelne Teilnehmer/innen zu bitten, Gründe zu nennen, warum sie sich für „Gewalt“ oder „keine Gewalt“ entschieden haben.

Reflexion/Auswertung:

Während der Durchführung erkennen die Teilnehmer/innen, dass Gewalt für jeden etwas Unterschiedliches bedeutet und jeder für sich selbst entscheidet, wann Gewalt anfängt. Dies ist eine wichtige Erkenntnis, denn gerade beim Mobbing/Cybermobbing wird dieser Aspekt relevant: Während es für die eine Person noch völlig in Ordnung ist, dass ein Freund ein peinliches Foto an Bekannte weiterschickt, kann dies für eine andere Person schon problematisch sein. So kann schnell eine persönliche Grenze überschritten werden. Beim „Opfer“ hinterlässt dies in der Regel kein gutes Gefühl. Hierfür sollen die Teilnehmer/innen sensibilisiert werden. Außerdem kann auf die verschiedenen Formen von Gewalt wie „physische Gewalt“ und „psychische Gewalt“ eingegangen werden. Zusätzlich könnte mit den Teilnehmenden darüber gesprochen werden, wie denn die Gesetzeslage bei den verschiedenen Beispielen aussieht.

Variante:

Alternativ können sich die Teilnehmer/innen zur Abstimmung auch auf einer imaginären Linie im Raum positionieren. Das eine Ende steht dabei für „Gewalt“, das andere Ende für „keine Gewalt“.



Begriffsassoziation

METHODEN

1. Stimmungsbild
2. Das bin ich
3. Mein Profil in der Öffentlichkeit
4. Smileys
5. Wir regeln das
6. Gewalt oder keine Gewalt?!
7. **Begriffsassoziation**

Kurzbeschreibung:

Begriffe, die mit dem Thema „Cybermobbing“ zu tun haben, werden auf Karten/ Papier ausgedruckt und in die Mitte eines Stuhlkreises gelegt. Jeder Teilnehmer/in sucht sich einen Begriff aus und erläutert dessen Verbindung zu Cybermobbing.

Medienart: ohne

Teilnehmeranzahl: Maximal 30 Teilnehmer/innen

Mediale Lernziele:

informieren/recherchieren/selektieren, dokumentieren/strukturieren reflektieren/kommunizieren, über Medien kommunizieren

Weitere Lernziele: sozial/kooperativ, Teamarbeit

Zielgruppe: Kinder ab 11 Jahren, Jugendliche

Benötigtes Material + Technik:

ausgedruckte Begriffe zum Thema „Cybermobbing“

Zeitumfang: ca. 30 Minuten

Vorbereitung:

Der/die Projektleiter/in bereitet ca. 30 Zettel/Karten mit Begriffen zum Thema „Cybermobbing“ vor: z.B. „unterlassene Hilfeleistung“, „Screenshot“, „Macht“, „24 Stunden“, „Fakeprofil“, usw. Es empfiehlt sich, je einen Begriff auf eine DIN A4-Seite groß auszudrucken, auszuschneiden und ggf. zu laminieren.

Durchführung:

Die Teilnehmer/innen sitzen in einem Stuhlkreis. Die Begriffe werden in der Mitte auf den Boden ausgelegt, so dass jeder sie gut sehen kann. Anschließend haben die Teilnehmer/innen kurz Zeit, sich alle Begriffe anzuschauen. Jeder sucht sich einen Begriff aus und nimmt sich den passenden Zettel dazu. Nun erläutert jede/r Teilnehmer/in, was sein/ihr Begriff mit dem Thema „Cybermobbing“ zu tun hat.

Reflexion/Auswertung:

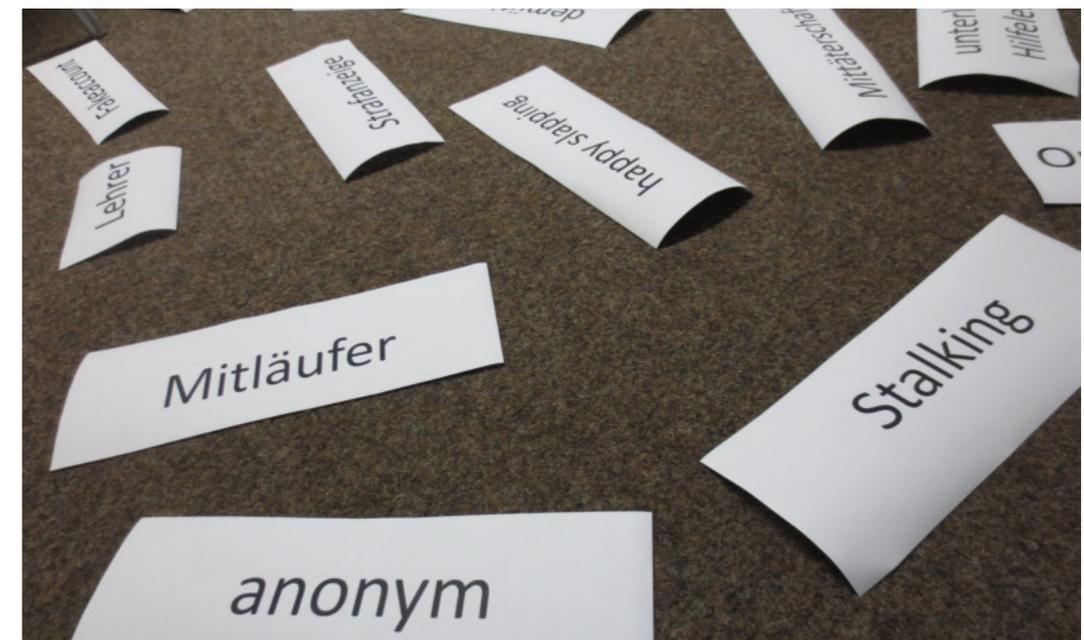
Während der Umsetzung kann immer wieder die gesamte Gruppe mit einbezogen und nach deren Einschätzung gefragt werden. Jugendliche verbinden mit den Begriffen z.T. andere als die erwarteten Dinge. Die Übung eröffnet viele Gesprächsanlässe und es können die wichtigsten Aspekte zum Thema „Cybermobbing“

angesprochen werden, ohne den pädagogischen Zeigefinger zu erheben.

Variante:

Statt die Begriffe aus dem eigenen Kontext heraus zu erklären, können die Teilnehmer/innen den Auftrag erhalten, die Begriffe im Internet zu recherchieren. Wichtig ist auch hier immer der Bezug zum Thema „Cybermobbing“. Anschließend erläutern die Teilnehmer/innen ihre jeweiligen Begriffe und stellen interessante Rechercheergebnisse dazu vor.

Beispiele:



Digitale Spiele

1. Überblick
2. Ich als Spieler/in
3. In welcher Welt lebst Du?
4. Gewaltampel
5. USK-Freigaben selbst vergeben



Digitale Spiele

Die Digitalen Spiele¹ sind in ihrer Gesamtheit nicht mehr aus dem Lebensalltag von Kindern und Jugendlichen wegzudenken. Das liegt unter anderem daran, dass Eltern heutzutage als erste Eltern-Generation selbst mit diesem Medium aufgewachsen sind. Laut einer repräsentativen Umfrage im Auftrag des Digitalverbandes Bitkom spielen 42% der Bevölkerung regelmäßig, Männer und Frauen etwa gleich häufig. Bei Jugendlichen sind die Zahlen noch höher, hier spielen 68% täglich oder mehrmals die Woche Digitale Spiele (vgl. JIM-Studie 2015).

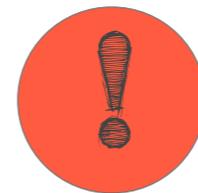
Was den Umsatz angeht, hat die Spielebranche der Filmindustrie längst den Rang abgelaufen. Im Jahr 2014 setzte sie weltweit 87 Milliarden Dollar um. Mit der zunehmenden Verbreitung von Smartphones und Tablets wird heute zum großen Teil mobil gespielt. Auch in der Lernwissenschaft gewinnen spielerische

¹Zu den Digitalen Spielen zählt man Computer-, Konsolen-, Online-, Tablet-, Handy- und Smartphonespiele.

Ansätze an Bedeutung. In der pädagogischen Arbeit gibt es verschiedene Möglichkeiten für den Umgang mit Digitalen Spielen. Den kreativen sowie den reflexiven, der den Jugendschutz im Blick hat. Dieses Kapitel möchte sowohl die eine als auch die andere Seite betrachten. Generell ist es nicht unbedingt nötig, dass pädagogisch Tätige auch Digitale Spiele selber spielen, es schadet aber dennoch nicht, sich ihnen zumindest offen zu nähern.

Literatur:

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2016) (Hrsg.): JIM-Studie 2016 – Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland.



Bei der JIM-Studie handelt es sich um eine Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Sie wird jährlich vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest herausgegeben. Die Studie kann kostenlos unter folgendem Link heruntergeladen werden:
https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2016/JIM_Studie_2016.pdf [Stand: 27.10.2016].

Cheating

(engl. to cheat = betrügen, schummeln) bedeutet, dass ein Spieler/in selbst (z.B. durch Drücken einer bestimmten Tastenkombination) oder mithilfe eines externen Programms das Digitale Spiel in einer bestimmten Weise beeinflussen kann, die für den weiteren Spielverlauf von Vorteil sein kann. Es handelt sich dabei um Tricks, mit deren Hilfe zum Beispiel schwere Levelabschnitte übersprungen werden können, oder die Spielfigur mehr Lebensenergie oder Munition erhält. Cheats sind meist vom Hersteller eingebaute Tasten-, Zahlen- oder Buchstabenkombinationen, die zu Testzwecken in der Entwicklungsphase des Spiels einprogrammiert werden.

Ich als Spieler/in

METHODEN

1. **Ich als Spieler/in**
2. In welcher Welt lebst Du?
3. Gewaltampel
4. USK-Freigaben selbst vergeben

Diese Methode ist geeignet, die Spielerfahrungen der Teilnehmenden aufzunehmen und sie zu ermuntern, die eigene Spielerfahrung kritisch zu reflektieren.

Kurzbeschreibung:

Die Teilnehmenden stellen sich selbst auf einem DinA4 Blatt Papier als Spieler/in zeichnerisch dar. Dazu können sie sich eins von zwei Szenarien aussuchen: Entweder sie zeichnen sich in einer Spielsituation, die für sie am typischsten ist (z.B. auf dem Sofa, vor dem TV und der Konsole, mit dem Handy auf dem Bett, am PC am Schreibtisch sitzend etc.) oder sie malen sich als Avatar² ihrer Lieblingsspielfigur (Fußballer/in, Held/in, gegen Drachen kämpfend etc.).

Medienart: Digitale Spiele

Teilnehmeranzahl: Variabel

²In virtuellen Umgebungen wie Digitalen Spielen steht ein Avatar stellvertretend für die agierende Person. Dabei handelt es sich in der Regel um ein Bild oder eine Grafikfigur.

Mediale Lernziele:

reflektieren/kommunizieren, gestalten, kritische Reflexion des eigenen Spielekonsums, kreative Umsetzung von digitalen Inputs

Weitere Lernziele: Präsentationsfähigkeit, Kreativität

Zielgruppe: Kinder ab ca. 8 Jahren, Jugendliche

Benötigtes Material + Technik: Papier, Stifte

Zeitumfang: ca. 60 Minuten (inkl. Auswertung)

Vorbereitung:

Es sollte mindestens 1 Blatt Papier pro Teilnehmer/in sowie Stifte in ausreichender Anzahl vorhanden sein.

Durchführung:

Die Teilnehmer/innen erhalten ein Din A4 Blatt Papier und die Aufgabe wird ihnen erklärt. Nachdem sie ihre Zeichnungen vollendet haben, sollen auf dem Blatt Papier noch drei Fragen beantwortet werden:

1. Was spielst du? (Genre/Titel etc.)
2. Warum spielst du?
3. Wie lange spielst du?

Dabei sollten die Teilnehmenden einschätzen, wie viel Zeit sie täglich und wöchentlich mit Spielen verbringen und ob es Unterschiede gibt zwischen Wochentag und Wochenende, oder Schulzeit und Ferien.

Reflexion/Auswertung:

Nachdem alle Bilder gezeichnet wurden, werden sie im Plenum aufgehängt, z.B. an einer Tafel. Dann haben die Teilnehmer/innen Gelegenheit, sich alle Bilder in Ruhe anzuschauen. Danach stellen sie ihre eigenen Bilder der Reihe nach vor. Dabei kann auf einzelne Aspekte der Bilder oder der jeweiligen Antworten eingegangen werden.

Variante:

Statt selbst zu malen, könnten die Teilnehmer/innen je nach vorhandener Ausstattung auch Comics z.B. mithilfe der Software „Comic Life“ oder der App „Comic Book“ erstellen.

Beispiele:

1)

Fifa 13

2) in der Woche
1 Std.,
am Wochenende
2 Std.



3) Weils
Spaß
macht!

1.- Was spiele ich?
- Blackshot, Overstrike, Battlefield
2.- Wie lange spiele ich?
- 1-2h pro Tag

3.- Warum
spiele ich?
- Aus Langeweile

oder mit Freunden
und aus
Spaß



Mit meiner
besten Freundin lachen
Spaß haben und Personen
Spaß in einer eigenen Welt
erstellen.

Sims 3



1-2
Stunden

In welcher Welt lebst Du?

METHODEN

1. Ich als Spieler/in
- 2. In welcher Welt lebst Du?**
3. Gewaltampel
4. USK-Freigaben selbst vergeben

Diese Methode eignet sich als Einstieg in eine Einheit, in der es um das Thema des exzessiven Spiels geht.

Kurzbeschreibung:

Die Teilnehmenden schauen gemeinsam den Film „In welcher Welt lebst du?“ von <http://www.klicksafe.de/ueber-klicksafe/downloads/klicksafe-werbespots/download-wo-lebst-du/>, in dem es um einen jungen Mann geht, der anscheinend nur noch in der digitalen Welt lebt.

Medienart: Digitale Spiele

Teilnehmeranzahl: ab ca. 5 Personen

Mediale Lernziele:

reflektieren/kommunizieren, Filmanalyse, Reflexion über den eigenen Spielekonsum

Weitere Lernziele: -

Zielgruppe: Kinder ab 12 Jahren, Jugendliche

Benötigtes Material + Technik:

Laptop, Beamer, Boxen (alternativ Smartboard), Internetzugang

Zeitumfang: ca. 20 - 30 Minuten

Vorbereitung:

Der Beamer sollte angeschaltet sein, der Clip kann vorgeladen werden.

Durchführung:

Zu Beginn wird den Teilnehmenden nur erklärt, dass sie nun einen Clip gezeigt bekommen und darüber im Anschluss diskutiert werden würde. Wenn der Clip das erste Mal geschaut wurde, sollen die Teilnehmer/innen den Clip kurz zusammenfassen und erklären, was sie gesehen haben. Dabei kann man auch schon nachfragen, was denn der Sprecher am Ende gesagt hat. Auf einer Tafel oder zwei Plakaten werden nun Dinge gesammelt, die die Teilnehmenden typisch für die digitale und die reale Welt finden. Dabei kommen in der Regel viele Dinge zur Sprache, die die Teilnehmer/innen kennen. Wenn die Sammlung stagniert, kann man den Clip auch noch ein zweites Mal schauen, mit der Vorgabe, genau auf typische Dinge der beiden Welten zu achten.

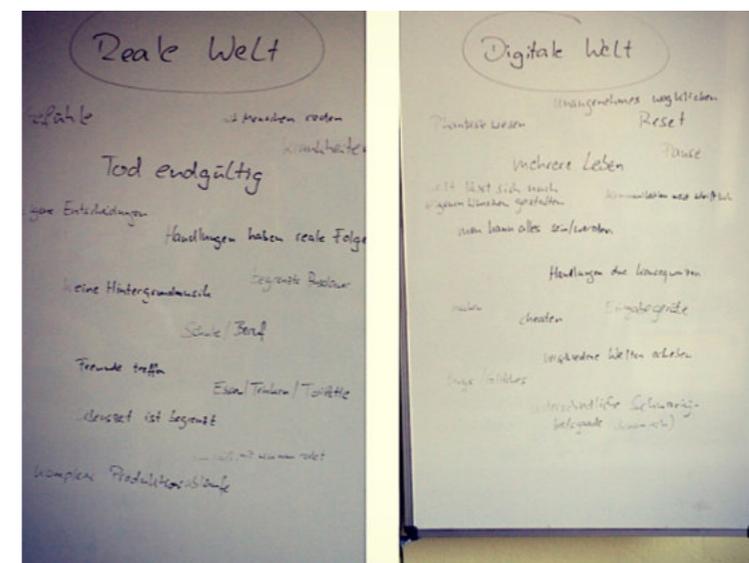
Reflexion/Auswertung:

Es wird mit den Teilnehmenden über die Sammlung der typischen Dinge diskutiert. Dabei stellt man meistens fest, dass Dinge der realen Welt auch durchaus eine Rolle in der digitalen Welt spielen. Dennoch sollten sich bestimmte Dinge herauskristallisieren, die es nur in jeweils einer von beiden Welten gibt. Als Beispiele kommen oft der endgültige Tod in der echten Welt, oder auch Cheating in der digitalen Welt.

Variante:

Statt einem Brainstorming könnte man die Teilnehmenden auch in einem Schreibgespräch die verschiedenen Punkte sammeln lassen und mit ihnen abschließend diskutieren.

Beispiele:



Gewaltampel

METHODEN

1. Ich als Spieler/in
2. In welcher Welt lebst Du?
3. **Gewaltampel**
4. USK-Freigaben selbst vergeben

Gibt es Gewalt in Computerspielen, die auch für Kinder geeignet ist? Wenn ja, wie sieht die aus? Und wie lassen sich Spiele einordnen, die die Teilnehmenden gerne spielen? Die Methode ist als Einstieg in das Thema Gewalt in digitalen Spielen geeignet.

Kurzbeschreibung:

Mit den Teilnehmer/innen wird diskutiert, wie Gewalt in Digitalen Spielen aussieht und ob es möglicherweise auch Spiele ohne Gewalt gibt, oder ob es Gewalt in Spielen gibt, die definitionsgemäß gewalttätig ist, aber dennoch in einer Art und Weise präsentiert wird, die auch für Kinder geeignet ist.

Medienart: Digitale Spiele

Teilnehmeranzahl: ab ca. 5 Personen

Mediale Lernziele:

reflektieren/kommunizieren, Einschätzung des Gewaltgrads von digitalen Spielen, Reflexion des eigenen Spielekonsums und -verhaltens

Weitere Lernziele:

Sensibilisierung, kritischere Betrachtung von Gewaltspielen

Zielgruppe: Kinder ab ca. 12 Jahren, Jugendliche

Benötigtes Material + Technik:

Tafel, bunte Kreide, oder Whiteboard und bunte Marker

Zeitumfang: ca. 20 – 30 Minuten, je nach

Diskussionsfreude

Vorbereitung:

Auf der Tafel sollte im Vorfeld eine Ampel mithilfe von 3 Kreisen angezeichnet werden.

Durchführung:

Die Teilnehmer/innen sollen die Frage beantworten, was für sie Gewalt ist und gemeinsam darüber diskutieren. Dann sollen sie ein Digitales Spiel nennen, in dem keine Gewalt vorkommt. Dabei werden sie wahrscheinlich schnell merken, dass es kaum Digitale Spiele gibt, in denen keine Gewalt vorkommt. Dennoch gibt es natürlich eine Menge Spiele, die auch für Kinder geeignet sind, die aber dennoch Gewalt enthalten (z.B. Jump'n'runs wie Super

Mario etc.). Gemeinsam mit den Teilnehmenden werden nun die Besonderheiten von diesen Titeln herausgearbeitet. So zeichnen sich diese durch eine comicartige Grafik, ein lustiges Spielprinzip, das Nichtvorhandensein von Blut und andere Dinge aus. Dabei werden diese speziellen Ausformungen den einzelnen Farben der Ampel zugeordnet. Grün ist dabei durchaus für Kinder ab 6 Jahren geeignet, gelb schon etwas für Jugendliche ab 14-16 Jahren und Rot eindeutig für Erwachsene.

Reflexion/Auswertung:

Als Auswertung können die Teilnehmenden nun noch ihre liebsten Spiele, oder die Spiele, die sie zuletzt gespielt haben den einzelnen Farben zuordnen und begründen, warum sie das so entscheiden.

Beispiele:



USK-Freigaben selbst vergeben

METHODEN

1. Ich als Spieler/in
2. In welcher Welt lebst Du?
3. Gewaltampel
4. **USK-Freigaben selbst vergeben**

Diese Methode kann als Vertiefung zur vorangegangenen Methode durchgeführt werden.

Kurzbeschreibung:

Die Teilnehmer/innen versetzen sich in die Rolle von USK-Prüfer/innen und vergeben selbst Altersfreigaben für verschiedene Games.

Medienart: Digitale Spiele

Teilnehmeranzahl: max. 30 Teilnehmer/innen

Mediale Lernziele:

reflektieren/kommunizieren, kritische Reflexion von unterschiedlichen Games, Einschätzung des Gewaltgrads von digitalen Spielen, Reflexion des eigenen Spielekonsums

Weitere Lernziele: Förderung der Argumentationsfähigkeit

Zielgruppe: Kinder ab ca. 12 Jahren, Jugendliche

Benötigtes Material + Technik:

Eine Tafel oder eine freie Wand zum Anheften der Ergebnisse sollte vorhanden sein. Benötigt werden genügend Screenshots von Digitalen Spielen.

Zeitumfang: ca. 25 Minuten

Vorbereitung:

Vorab sollten Screenshots von bekannten Games ausgedruckt werden. Außerdem empfiehlt es sich, die jeweiligen Alterskennzeichnungen der USK (freigegeben ab 0, 6, 12, 16, 18 Jahren) ebenfalls ausgedruckt vorliegen zu haben. Diese werden an die Tafel oder eine freie Wand geheftet. Erfahrungsgemäß kennen und zocken Jugendliche auch viele Spiele, die nicht für ihr Alter freigegeben sind.

Durchführung:

Jede/r Teilnehmer/in sucht sich einen Screenshot von einem ihm/ihr bekannten Spiel aus und überlegt, welche Alterseinstufung er/sie diesem Game geben würde. Wichtig ist der jeweilige Begründungszusammenhang der Teilnehmenden. Es geht also um die Frage, warum ein Spiel die entsprechende Alterskennzeichnung bekommen würde. Dabei spielen nicht nur die Inhalte, allen voran z.B. Darstellungen von Gewalt oder

Pornographie, sondern auch gestalterische Elemente eine Rolle. Anschließend werden die Screenshots von den Teilnehmenden an die entsprechende Stelle an der Tafel geheftet.

Reflexion/Auswertung:

Die Ergebnisse werden gemeinsam im Plenum diskutiert. Dabei sollte jeder kurz erläutern, warum die entsprechende Alterseinstufung für das Spiel gewählt wurde. Zum Abschluss können die eigenen Einschätzungen mit den offiziellen Alterskennzeichnungen der USK verglichen werden.

Variante:

Die Methode kann auch in Kleingruppen durchgeführt werden. Dabei muss sich jede Kleingruppe jeweils auf eine Alterskennzeichnung für ein Spiel einigen. So kommen in der Regel interessante Diskussionen zustande.

Beispiele:

