

4.5 WOCHENWORKSHOP „NETZVIDEOS“



LERNZIELE

In der Projektwoche setzen sich die SchülerInnen mit Chancen und Risiken der interaktiven Angebote des Internets kritisch auseinander: Anhand konkreter Beispiele befassen sie sich mit der Nutzung, Gestaltung und Vermarktung von Clips und Videoplattformen. Dabei lernen sie Phänomene wie zum Beispiel digitalen Exhibitionismus und Gewalt ethisch zu hinterfragen.

Die SchülerInnen trainieren auf diese Weise ihre praktische Medienkompetenz und ihre Kommunikationsfähigkeit, indem sie Fotos, Videoclips und einen Blog selber gestalten und sich anschließend darüber austauschen.



BEDINGUNGEN

Zeit:

5 Tage, jeweils 3-6 Stunden

TeilnehmerInnen:

6-20 ab Klassenstufe 9

Technik:

Videokamera mit Speichermedium, digitale Fotokamera, Stativ, Mikrofon, PC oder Laptop mit Internetzugang, Filmbearbeitungssoftware, Bildbearbeitungssoftware, Fernseher mit DVD Player oder PC, Laptop mit Beamer und VGA-Kabel, Arbeitsblätter 1-4



DIDAKTISCH-METHODISCHER KOMMENTAR

Dieser Wochenworkshop ist ein Angebot der Thüringer Landesmedienanstalt, das wir als innovatives Beispiel und als Anregung für eigene Projekte hier aufführen. Den Ablauf finden Sie als Tabelle auf den nächsten Seiten.

Mit dem Web 2.0 haben sich die Möglichkeiten der Kommunikation im Internet für alle NutzerInnen enorm erweitert. Durch interaktive Medienangebote wie zum Beispiel Blogs oder Videoplattformen vermischen sich die Grenzen zwischen Empfang, Produktion und Sendung von Medien. Mittlerweile hat sich weltweit eine eigene Filmkultur im Netz entwickelt. Neue Arten von Videoclips und Genres sind entstanden, die nicht mehr viel mit den ursprünglichen Kurzfilmen oder Musikclips zu tun haben. Diese moderne Kommunikationsform umfasst nicht nur professionelle oder semiprofessionelle Angebote, sondern auch Produktionen von Laien, die auf einfachem Wege Handy- oder Videokameraclips (geschnitten oder ungeschnitten) ins Netz laden.

1. TAG:

| Inhalte/Fragen | Methoden | Zeitaufwand |
|--|---|-------------|
| Wer ist wer? Welche Angebote im Internet sind für die Teilnehmer wichtig, welche nutzen sie? Haben sie schon einmal Videos im Netz angeschaut? Was bedeuten solche Clips für sie? | Unter uns gesagt ...: Die Teilnehmer sitzen im Kreis. Jeder kommt an die Reihe, um seinen Namen und seine Lieblingsbeschäftigung im Internet zu nennen. Der Medienpädagoge stellt sich, seine Nutzungsgewohnheiten im Internet und die TLM vor. | 30 min |
| Wer ist wer? | Reise zum Mond: Bei diesem Spiel geht es nicht nur um die Namen der Schüler, sondern auch um ihre filmischen Vorlieben im Fernsehen oder ebenso im Netz (Lieblingsfilm oder -clip, Lieblingsseite für Videoclips etc.). | 15 min |
| Worum geht es im Videoclip? Ist es ein professionell oder ein laienhaft hergestelltes Video und welches Genre könnte man ihm zuordnen? Wie sind Bild- und Tonebene gestaltet (Einstellungen, Perspektiven, Bewegung, Beleuchtung, Farbgestaltung; Sprache, Musik, Geräusche; Schnittfrequenz, Montageformen, Special Effects)? Welche Aussage bzw. Botschaft vermittelt der Clip? An welche Zielgruppe richtet er sich? Was sagen Videoclips über deren Verfasser aus? | Analyse eines Videoclips (Arbeitsblatt 1): Die Schüler erhalten den Auftrag, sich in vier Gruppen im Internet vier unterschiedliche Videos (pro Gruppe ein Video nach Vorgabe) anzuschauen und nach verschiedenen Aspekten zu analysieren. Auf einem Arbeitsblatt sind entsprechende Fragen dazu vermerkt. Im Anschluss werden die Videos und die Ergebnisse von den Gruppen vorgestellt und gemeinsam diskutiert. | 90 min |
| Wie ist das Internet entstanden? Was verbirgt sich hinter Web 2.0? Was ist ein Blog? Seit wann gibt es Videoclips und –plattformen im Netz und wie hat sich die heutige Videofilmkultur entwickelt? Welche Funktion haben die Clips und welche Genres sind im Netz zu finden? Haben | Daten und Fakten Teil 1 - Vortrag und Diskussion: Die Schüler eignen sich durch einen Vortrag mit Diskussionsmöglichkeiten Wissen rund um das Thema Internet und Videoclips an (Geschichte des Internets, Geschichte von Videoclips, Definition und Möglichkeiten, aber auch Risiken des Web 2.0, „Mitmachweb“, soziale Software). Sie erhalten über einen Klicksafe-Spot mit folgender Diskussion außerdem einen kurzen Einblick in die Maßnahmen des Jugendmedienschutzes im Bereich des Internets. Sie sprechen über ihre | 30 min |

| Inhalte/Fragen | Methoden | Zeitaufwand |
|---|--|-------------|
| sich neue Genres entwickelt? Welche problematischen Inhalte birgt das Netz? Was meint Jugendschutz im Internet und welche Institutionen verbergen sich dahinter? Welche Gefahren sehen die Schüler für sich und andere? | <p>Einstellung dazu und diskutieren Problemlösungsmöglichkeiten.</p> <p>Teil 2 – Recherche (Arbeitsblatt 2): Aufbauend auf diesem Wissen recherchieren sie anschließend selbst im Internet zu den Themen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internetclip-Genres heute • Videoplattformen und ihre Anbieter (Impressum!) • SchülerVZ – Tag der offenen Tür? • Happy Slapping – witzig oder problematisch? <p>und diskutieren diese in den Gruppen.</p> <p>Die Ergebnisse werden im Klassenverband kurz präsentiert und diskutiert.</p> | 30 min |
| Wie wird ein Foto/Clip mit der Kamera/ dem Handy erstellt? | Einführung in die Geräte: Die Schüler tauschen sich aus, wie mit den vorhandenen Kameras/ Handys Fotos gemacht werden können. | 10 min |
| Welche Möglichkeiten gibt es nur bestimmte Bildausschnitte zu zeigen? Wie können Bilder manipuliert werden (z. B. Einstellungsgrößen)? Interpretiert jeder Mensch ein Bild anders und warum? | Fotorätsel 1 – Was ist das?: In Kleingruppen sammeln die Schüler mit der Fotokamera/ dem Handy Detail- und Großaufnahmen (z. B. Körperteile der Schüler, Gegenstände im Schulhaus etc.). Die anderen Schüler müssen erraten, was sich hinter den Detailaufnahmen verbirgt. Die Großaufnahmen liefern die Auflösung. Die Fotos können zum Raten auf dem Handy angeschaut werden oder wenn noch Zeit bleibt auf die PCs geladen werden. | 30 min |

2. TAG:

| Inhalte/Fragen | Methoden | Zeitaufwand |
|--|--|-------------|
| Was denken die Schüler über das Thema „Peinlichkeiten im Netz“? Kennen sie peinliche Videos oder Clips? Ist ihnen selbst schon einmal etwas Peinliches im Netz widerfahren? Wo liegt die Grenze zwischen Peinlichkeit und Verletzung der Menschenwürde? Was meint das Persönlichkeitsrecht und hat es Auswirkungen auf das Internet? | Focus-Beitrag zum Thema „Peinlichkeiten bei Youtube“: Die Schüler schauen sich den Beitrag mit den zugehörigen Videos an. Themen sind unter anderem Unfreiwilligkeit, ethische Aspekte, Persönlichkeitsrecht, Verletzung der Menschenwürde etc. Im Anschluss werden diese Themen in der Klasse diskutiert. Dazu können auch die Web-Kommentare mit einbezogen werden. | 45 min |

| Inhalte/Fragen | Methoden | Zeitaufwand |
|--|---|-------------|
| Wie gelangt ein Foto/Clip vom Handy bzw. von der Kamera auf den Computer? Was gilt es dabei zu beachten (Formate)? | Einführung in die Anwendungssoftware: Die Schüler und der Medienpädagoge tauschen sich aus, wie die entstandenen Fotos auf den Computer geladen werden und stellen sie auf das gemeinsame Laufwerk der PCs. Die Funktionen der Laptops, die bisher nur zur Recherche verwendet wurden, werden erläutert. | 30 min |
| Was ist ein Blog und welche Möglichkeiten bietet er? Wie kann ein Blog im Netz geschaffen werden und wie gestaltet man diesen? Was kann alles auf einen Blog geladen werden? Gibt es Regeln oder Vorgaben? Wie können Fotos/Clips auf den Blog geladen werden? | Erstellen eines Blogs: Gemeinsam mit den Schülern werden Blogs im Internet angeschaut und diskutiert. Daraufhin erstellen die Schülergruppen selbst einen Blog (über blogger.com) und laden die entstandenen Fotos ins Netz. Der Blog dient in erster Linie als Plattform zur Veröffentlichung der entstandenen Produkte, kann aber im Laufe der Woche auch mit anderen Inhalten gefüllt und ansprechend gestaltet werden. Anmerkung: Da auch die Schüler an das Urheber- und Persönlichkeitsrecht gebunden sind, soll der Blog während des Projekts und auch in Zukunft nur eigene Beiträge, Fotos, Videos, Tonaufnahmen etc. beinhalten. Um die Anonymität zu wahren, können die Videoclips natürlich so gestaltet werden, dass die Schüler nicht zu erkennen sind. | 60 min |
| Welche Videoportale gibt es im Netz? Wie sind sie gestalterisch und inhaltlich aufgebaut? Ist ein Strickmuster für die unterschiedlichen Portale erkennbar? Was macht ein Portal erfolgreich? Was schätzen die Nutzer an diesen? Ist durch die Portale eine neue Videoclipkultur entstanden? | <i>Optional:</i> Analyse von Videoportalen im Netz (Arbeitsblatt 3): In Gruppen analysieren und vergleichen die Schüler die Machart verschiedener Videoportale (Youtube, Clipfish, MyVideo, Sevenload). Dabei spielen inhaltliche und gestalterische Aspekte eine Rolle wie auch Aspekte der Vermarktung. Die Schüler erarbeiten eine Art Katalog bzw. ein Strickmuster, nach dem ein solches Portal aufgebaut sein muss, um Nutzer anzulocken. Die Ergebnisse werden verglichen. Anschließend diskutieren die Schüler die Notwendigkeit solcher Portale und überlegen, ob Internetclips ein neues künstlerisches Medium darstellen und ob durch die verschiedenen Portale eine neue Videokultur entstanden ist. | 60 min |
| Wie können Aufnahmen manipuliert werden? Warum ist es so schwer, ein um 180 Grad gedrehtes Portrait zu erkennen, vor allem wenn man nur den Mund sehen kann? | Fotorätsel 2 – Wer ist das?: In Kleingruppen erstellen die Schüler ganz bestimmte Fotos von sich selbst. Dazu malen sie mit Schminkutensilien Augen und Nase auf ihr Kinn. Für ein Foto drehen sie das Handy oder die Kamera um 180 Grad und fotografieren lediglich das bemalte Kinn und den Mund. Wenn die Fotos auf den Blog geladen sind, können die anderen Schüler raten, wer zu welchem Gesicht gehört. Das ist | 60 min |

| Inhalte/Fragen | Methoden | Zeitaufwand |
|----------------|---|-------------|
| | recht schwierig, da der Mund verkehrt herum zu sehen ist und die echten Augen und die echte Nase fehlen. Zu überlegen ist, ob auf dem Blog eine Auflösung für die Bilderrätsel angeboten werden sollte. | |

3. TAG:

| Inhalte/Fragen | Methoden | Zeitaufwand |
|--|--|-------------|
| Wie sieht Vermarktung im Internet aus? Meint Vermarktung lediglich Werbung oder gibt es noch andere Formen? Inwieweit sind diese Formen des Marketing wirksam und warum? | Vermarktung von Videoclips (Arbeitsblatt 4): In Gruppen sollen die Schüler verschiedene Aspekte zum Thema Vermarktung im Internet recherchieren (Formen von Werbung, direkte und indirekte Werbung, Virales Marketing, Lonelygirl15, Alexander Marcus etc.). Anschließend informieren die Gruppen die anderen Schüler über die Themen. Es bleibt Raum zur Diskussion. | 45 min |
| Wie kann mit der Kamera/ dem Handy gefilmt werden? Was macht einen Handyclip aus? Was muss man beachten? Welche Themen sind für die Schüler wichtig? Wie lassen sie sich umsetzen? Welches Format ist am besten geeignet, um den Inhalt wirkungsvoll darzustellen? Was verbirgt sich hinter filmischen Gestaltungselementen und wie können diese genutzt werden? Wie wirkt sich das Hinzufügen von Musik aus? Ist es sinnvoll, den Clip in mehreren Sequenzen zu erstellen? Welche Möglichkeiten gibt es, ihn im Anschluss zu schneiden? | Videobriefe 1: In Gruppen von drei bis vier Schülern sollen max. einminütige Kamera-/Handyclips entstehen. Dazu sollen vor dem Dreh Überlegungen zum Inhalt, zum Genre, zum Aufbau und zur Gestaltung erfolgen. Ziel ist es, einen aussagekräftigen und interessanten Clip zu einem für die Schüler wichtigen Thema zu erstellen. Eventuell kann auch ein Motiv vorgegeben werden, beispielsweise „In meinem Film bin ich der Star!“. Die Umsetzung der Clips soll dabei eigenständig durch die Gruppen erfolgen. Ob die Schüler den Clip in einzelnen Sequenzen drehen oder am Stück, ob sie vorher ein Storyboard erstellen, ob sie filmische Gestaltungsmittel einbeziehen wollen oder den Clip noch am Rechner bearbeiten wollen, ist ihnen überlassen. Der Lehrer und der Medienpädagoge stehen mit Rat und Unterstützung zur Seite. Um die Anonymität zu wahren, können die Videoclips natürlich so gestaltet werden, dass die Schüler nicht zu erkennen sind (Bsp. „Aus der Perspektive einer Fliege“, bemalte Hände oder gebastelte Avatare als Darsteller etc.). Anschließend werden die fertigen Clips auf den Blog geladen. | 1 Tag |
| Welche Reaktionen lösen die unterschiedlichen Clips bei den Schülern aus? Ist der | Präsentation und Auswertung der Clips: Die Gruppen stellen ihren Clip vor und beantworten dazu Fragen. | 45 min |

| Inhalte/Fragen | Methoden | Zeitaufwand |
|---|----------|-------------|
| Clip so geworden, wie die Schüler es sich vorgestellt haben? Welche Probleme gab es bei der Umsetzung? Wie ist das Thema aufbereitet? Ist es kreativ umgesetzt? | | |

4. TAG:

| Inhalte/Fragen | Methoden | Zeitaufwand |
|--|--|-------------|
| Sind Regeln für das Einstellen von Videos im Netz sinnvoll? Welche lassen sich festmachen? Welche Grenzen und Rahmen sind zu empfehlen? | Videoguide: In Gruppen und unter Einbeziehung ihres Wissens zu den Themen Vermarktung und Werbung, Jugendmedienschutz, Menschenwürde, Gewalt etc. entwickeln die Schüler einen Katalog mit Regeln für Videoportale. Dabei bringen sie eigene Erfahrungen und Standpunkte ein und diskutieren diese. Unter anderem stellen sie Überlegungen an, ob man diese Regeln in der realen Welt des Internets umsetzen könnte. Die Ergebnisse werden vorgestellt und zusammengetragen. | 45 min |
| Welche Reaktionen kann es auf die Clips vom Vortag geben und wie lassen sich diese filmisch umsetzen? | Videobriefe 2: In den Gruppen, die schon am Vortag festgelegt wurden, sollen max. einminütige Clips entstehen, die sich auf die Videos vom Vortag beziehen. Die neuen Clips sollen (adäquat zum Briefverkehr) also eine Reaktion bzw. eine Antwort auf die schon bestehenden darstellen. Dazu wählen sich die Gruppen einen Clip vom Vortag aus (nicht den eigenen!) und erstellen dazu einen zweiten (siehe Methode Videobriefe 1). Die fertigen Clips werden auf den Blog geladen. | 1 Tag |
| Sind die Antwort-Clips gelungen? Wie kreativ fallen die Reaktionen aus? Ist es schwerer, sich einen Clip ohne Vorgaben auszudenken oder auf einen filmisch zu reagieren? | Präsentation und Auswertung der Clips: Die Gruppen stellen ihren Clip vor und beantworten dazu Fragen. Die Schüler, die den ursprünglichen Clip erstellt haben, äußern sich zum Antwort-Clip. | 45 min |
| Reflexion | Ampelkärtchen: Auf unterschiedlichen Farbkärtchen schreiben die Schüler auf, was ihnen gut (grün) und nicht (rot) gefallen hat. Außerdem können sie Wünsche, Anregungen oder Ideen (gelb) festhalten. | 30 min |

Arbeitsblatt 1 - Analyse eines Videoclips

- Gruppe 1: **„fin d'ete - end of summer“**
von **elephury** auf Youtube (5:40 min)
- Gruppe 2: **„Sexy, sexy, sexy!“**
von **d11btv** auf Youtube (0:45 min)
- Gruppe 3: **„Yes We Can - Barack Obama Music Video“**
von **WeCan08** auf Youtube (4:30 min)
- Gruppe 4: **„Skifahren forever“**
von **TTMT2000MTT** auf Youtube (6:37 min)

| | |
|--|--|
| <p>1. Worum geht es im Videoclip? Beschreibe kurz den Inhalt!</p> | |
| <p>2. Welchem Genre könnte der Clip zugeordnet werden? Es können auch neue Genre erfunden werden.</p> | |
| <p>3. Ist es ein professionell oder ein laienhaft hergestelltes Video? Woran ist das erkennbar?</p> | |
| <p>4. Wie ist die Bildebene (Einstellungen, Perspektiven, Kamerabewegung, Beleuchtung, Farbgestaltung etc.) gestaltet?</p> | |

| | |
|--|--|
| <p>5. Wie ist die Tonebene (Sprache, Musik, Geräusche etc.) gestaltet?</p> | |
| <p>6. Wie ist das Video geschnitten? Was fällt auf (Blenden, Special Effekte etc.)?</p> | |
| <p>7. Welche Aussage bzw. Botschaft vermittelt der Clip?</p> | |
| <p>8. An welche Zielgruppe richtet er sich? Woran ist das erkennbar?</p> | |
| <p>9. Was sagt das Video über den Verfasser aus? Gibt es weitere Informationen zur Person?</p> | |

Arbeitsblatt 2 – Recherche Web 2.0

Gruppe 1: Thema „Internetclip-Genres heute“

Fragen: Gibt es, ähnlich zu den Filmgenres im Fernsehen (z.B. Western, Krimi, Actionfilm, Zeichentrick, Liebesfilm, Thriller etc.), auch bestimmte Genres für Videoclips im Internet? Wenn diese nicht über Recherche zu finden sind, dann denkt euch bitte Clip-Genres aus, die heute im Internet zu finden sind!

Gruppe 2: Thema „Videoplattformen und ihre Anbieter“

Fragen: Welche Videoplattformen kennt ihr? Welche sind die bekanntesten und warum? Sind die Anbieter der Videoportale zu erkennen? Gibt es ein Impressum? Was könnt ihr im Impressum über den Anbieter erfahren?

Gruppe 3: Thema „SchülerVZ – Tag der offenen Tür?“

Fragen: Wieviele Schüler in eurer Klasse sind bei SchülerVZ angemeldet? Wieviele von den angemeldeten Schülern haben schon einmal Fotos hochgeladen? Wenn ihr es nicht wisst, fragt nach! Was meint ihr, wie öffentlich ist SchülerVZ? Wer kann Informationen abfragen? Was sollten die Nutzer von SchülerVZ beachten?

Gruppe 4: Thema „Happy Slapping – witzig oder problematisch?“

Fragen: Was ist Happy Slapping? Wieviele Schüler in eurer Klasse haben solche Clips schon einmal im Internet oder auf dem Handy gesehen? Ist Happy Slapping problematisch oder nicht? Verstößt es gegen irgendwelche Gesetze? Warum finden es einige Leute witzig? Wie kommt es überhaupt dazu? Was bedeutet es für die Opfer?

Arbeitsblatt 3 – Videoportale im Netz

Gruppe 1: **Youtube**

Gruppe 2: **Clipfish**

Gruppe 3: **MyVideo**

Gruppe 4: **Sevenload**

| | |
|---|--|
| <p>1. Wie ist das Videoportal gestaltet (Bildaufbau, Farben, Elemente der Website, Verhältnis Bild zu Text, bewegte Elemente)? Spricht es an? Wenn ja, warum?</p> | |
| <p>2. Auf welche inhaltlichen Elemente kann der Nutzer zugreifen?</p> | |
| <p>2. Gibt es Besonderheiten des Portals?</p> | |
| <p>3. Ist das Portal nutzerfreundlich aufgebaut? Ist es einfach zu bedienen und findet sich der Nutzer schnell zurecht?</p> | |

| | |
|---|--|
| <p>4. Wer soll das Portal benutzen (Zielgruppe) und woran erkennt man das?</p> | |
| <p>5. Was macht dieses Portal so erfolgreich?</p> | |
| <p>6. Gibt es eine Art „Strickmuster“ für ein erfolgreiches Videoportal? Nennt 10 Eigenschaften, die ein Portal aufweisen muss, um Nutzer zu locken und auch zu binden!</p> | |
| <p>7. Ist durch die Portale eine neue Videoclipkultur entstanden? Bitte begründen!</p> | |

Arbeitsblatt 4 – Vermarktung von Videoclips

Gruppe 1: Thema „Werbung im Internet“

Fragen: Welche Formen von Werbung sind im Internet zu finden und wo? Welchen Zusammenhang gibt es zwischen Werbung und Suchmaschinenergebnissen? Worin besteht der Unterschied zwischen direkter und indirekter Werbung? Kennt ihr Beispiele?

Gruppe 2: Thema „lonelygirl15“

Fragen: Wer versteckt sich hinter „lonelygirl15“? Beschreibe kurz die Geschichte von „lonelygirl15“ und die Reaktionen der Fangemeinde! Was haltet ihr von dieser Art von Marketing?

Gruppe 3: Thema „Virales Marketing“

Fragen: Was meint „Virales Marketing“? Versucht den Begriff anhand des Computerspiels „Moorhuhn“ und dem Film „Blair Witch Project“ zu erläutern! Was wären Beispiele Viralen Marketings außerhalb des Internets?

Gruppe 4: Thema „Alexander Marcus“

Fragen: Wer ist „Alexander Marcus“? Verfolgt seine Geschichte im Internet! Wie glaubwürdig ist seine Person und was haltet ihr von dieser Art von Vermarktung?