Projekt

Aktive Medienarbeit im Unterricht zum Thema Werbung

Vorbemerkung:

Werbung ist kurz und hat eine Pointe. Werbespots sind daher bei Kindern und Jugendlichen besonders beliebt.
Im Deutsch- Kunst - und auch Religionsunterricht (http://www.ni.schule.de/~caeci/werbung.htm) wird das Thema Werbung behandelt.
Es werden verschiedene Medien eingesetzt und analysiert mit dem Ziel die Schülerinnen und Schüler zu bewußten und kritischen Mediennutzern zu erziehen.
Die aktive Videofilmarbeit hat bei Schülerinnen und Schülern einen besonders hohen Stellenwert. Das Thema "Wir drehen einen Werbespot" ist häufig das Highlight zum Abschluß.
Das Drehen von Werbespots ist in der Schule also keine Neuheit mehr. Viele Produkte zeigen aber, dass die Umsetzung zum eigenen Werbespot weit entfernt ist von dem, was wir täglich im Fernsehen sehen. Oftmals werden witzige Spielhandlungen dokumentiert, die die 30 Sekundengrenze bei weitem überschreiten. "Wir wollen ja auch kein Fernsehen machen" heißt es dann. Also, einen Schritt zurücktreten und die Professionalität den Profis überlassen?
Mit gezielten praktischen Kamera- und Montageübungen und der digitalen Technik, die viele Medienzentren schon ausleihen, haben wir die Möglichkeit, Aufnahmen zu korrigieren, kreativ, kompetent und effektiv mit bewegten Bildern zu arbeiten.

Mit dem Projekt "Aktive Videoarbeit zum Thema Werbung" hat das MedienMobil des NLI ein Unterrichtskonzept zur Förderung der Medienkompetenz entwickelt, indem Werbespots mit der Videokamera praktisch analysiert werden.

Vorbereitung:

Zunächst haben wir Werbespots gewählt, die von der Kamera- und Montagearbeit gezielte Trainingsmöglichkeiten bieten
(verschiedene Einstellungsgrößen, Perspektiven...) und in der Schule umzusetzen sind. Ein Werbespot der Stand, Palmen und Meer zeigt, wäre nur mit höchst aufwendigen Technik möglich.
Ein Arbeitsblatt wurde erstellt, auf dem die einzelnen Einstellungen des Werbespots abgedruckt sind. Dieses wird im Unterricht zur praktischen Analyse und Umsetzung des Werbespots eingesetzt.
Zwei Werbespots werden auf das Schnittsystem Casablanca aufgespielt und in die einzelnen Einstellungen zerlegt.

Technik:

Die Schulen verfügen in der Regel nicht über eine große Anzahl digitaler Videokameras und Schnittsystemen.
Hier können die Medienzentren helfen.
Das MedienMobil erprobte das Projekt in der RS Osterholz (Kl.9) und abschließend in der KGS Pattensen (WPK- KL.9).
Dabei wurden 4-5 digitale Videokameras mit Stativen und Monitoren und 4-5 digitale Schnittsysteme Casablanca eingesetzt.

Verlauf: (ca. 2x3 Stunden)

Zunächst wird ein Werbespot gezeigt und grob analysiert: Anzahl der Schnitte, Einstellungsgrößen Perspektiven und Kamerabewegungen.
Zur Auswahl wird ein weiterer Spot zur Verfügung gestellt.
Wie in der Vorbereitung beschrieben, befinden sich die Werbespots schon in einzelne Einstellungen zerlegt auf dem digitalen Schnittsystemen. Die Technik soll nur Werkzeug sein!
Die Schülerinnen und Schüler haben nun die Aufgabe mit Hilfe des Arbeitsblattes die Länge der Einstellungen, die Einstellungsgröße, die Kameraarbeit und den Text des Spots zu prüfen.
Nachdem das Arbeitsblatt ausgefüllt ist (nach ca. 1/2 - 3/4 Stunde), erhalten die Schülerinnen und Schüler eine kurze Einführung in die Bedienung der digitalen Videokamera.

Die Videokamera ist ebenfalls Werkzeug! Tips und Hinweise zur Gestaltung von Videoaufnahmen sind wichtiger, als technisch - komplizierte Details. Das Arbeitsblatt ist nun die Vorlage für die Umsetzung der Aufnahmen.

Die Schülerinnen und Schüler der beiden erwähnten Projekte haben sich vorwiegend für den Fielmann - Werbespot entschieden.
Nach Fertigstellung der Aufnahmen (ca. 2-3 Stunden) erfolgt der Schnitt.

Die Rohaufnahmen werden komplett auf Casablanca aufgespielt. Durch die Funktion Aufteilen, werden die entsprechenden Einstellungen ausgewählt, getrimmt und über die Funktion Insert einzeln in die bestehenden Einstellungen eingefügt. Bei dem Insert - Schnitt bleibt der Ton erhalten. Es werden ausschließlich die Bilder ausgetauscht.
Die Schülerinnen und Schüler haben festgestellt, dass besonders bei den Textpassagen die Aufnahmen noch einmal korrigiert werden müssen, um möglichst synchron zu schneiden.
Nach dem Schnitt werden im Plenum die Produkte gezeigt.
Der Effekt ist sehr wirkungsvoll:
Neben der praktischen Analyse von Werbespots, lernen die Schülerinnen und Schüler den Umgang mit der Videokamera und mit dem Schnittgerät. Sie setzen sich mit Gestaltungsmitteln des Films auseinander. Sie werden Werbespots mit "anderen Augen" betrachten. Sie erhalten Anregungen für die weitere Filmarbeit... und sie haben Freude am kreativen Umgang mit dem Medium Film.

Resümee von Thomas Weiss (KGS Pattensen)

Kopien der Projektergebisse erhalten mit Einsendung einer VHS Kassette beim:
NLI
MedienMobil
Richthofenstraße 29

31137 Hildesheim
Tel.:05121 708 345/7
Tomei@nibis.de

Bildergalerie: (Internet!)
KGS Pattensen

RS Osterholz