

"Zeit, um etwas auszuprobieren"

→ Schulische Rahmenbedingungen

technisch organis

(Erfolge
Erfahrungen)

Aufgabe:

CourseLife
PAT, ITZ

Stop-Prote
Erklärfilme

Medienkompetenz

Medienkunde	Medienkritik	Mediennutzung	Mediengestaltung
Wie funktioniert?	Interessanter ! beschreiben	bei 250% gute 250% ✓	Produkte Kreativität

Paars mit ins Boot holen (z.B. School-Search)

Kompetenzbereiche
7. Jg
8. Jg
9. Jg
MHK
Sichere Passwörter
Wenn Cybermobbing
← Projekte def.

Möglichkeiten von
→ interaktiv
Smart Boards im Unterricht
→ Motivation

Toto dokum.

Foto's easer

Apps nutzen

QR-Code

Geo-Caching

ActionBoard

Filmauslei

Video-Editor (Kurzclip BS)

Wikipedia-Redige

Audio-Aufnahme

→ Challenges

Movie (kostenlos, iOS)

CapCut

LearningSnacks.de

Kalash

Crop Pad

Hanna
Ute Wessner
Gunda

Carolin
Pindler
C. Harth

Ane-Lore
Anja Kussel
Susanne B

GLEVER DIGITAL!



Ein Projekt zur Förderung der Medienkompetenz der Medienanstalt

Aune Schmitt (IMF)
GT, (HUK)



Die Veränderung der Kommunikationskultur durch soziale Medien wird in allen Lebensbereichen und Altersgruppen immer deutlicher und alltagsnäher. Nahezu alle Mediennutzer*innen sind zeit- und ortsunabhängig über ihre Smartphones und andere Social-Media-Kanäle „on“. Diese Veränderung bringt viele Vorteile, aber auch finanzielle, gesundheitliche, ethische und stressbezogene Auswirkungen mit sich, die zwischen Heranwachsenden, Elternhäusern und Schulen für Konfliktpotential sorgen können.

Kinder und Jugendliche werden oftmals als „digital native“ angesehen, da sie schneller und angstreicher mit Technik umgehen. Dabei wäre die Bezeichnung „digital learners“ unabhängig der Altersgruppe treffender. Denn man sollte junge Medienexperten nicht von Beginn an allein auf mediale Pfade entlassen. Die Realität zeigt aber, dass Heranwachsende größtenteils auf sich alleine gestellt sind und keine adäquaten Ansprechpartner oder Reflexionsmöglichkeiten haben.

Das Projekt **Clever digital!** setzt genau an dieser Problemstellung an und richtet sich mit drei Veranstaltungen an die im Medienbildungsprozess beteiligten Zielgruppen:
Schüler*innen, Lehrkräfte und Eltern.

Die drei aufeinander aufbauenden Bausteine beleuchten das Thema digitale Bildung von vier unterschiedlichen Seiten: medienpädagogisch, mediendidaktisch, medienzieherisch und medienpraktisch. Jede Zielgruppe bekommt so die Auseinandersetzung mit dem Thema digitale Kommunikation“, die für den eigenen Lebenskontext wichtig und notwendig ist.

Das Projekt richtet sich an Schüler*innen und Lehrkräfte der 7.bis 11. Jahrgangsstufen aller Schulformen.

Die Eigenbeteiligung für alle drei Projektmodule beträgt 100 Euro.

1. Medienpädagogischer Praxisworkshop für Schulklassen

An zwei **Schulvormittagen** beschäftigt sich die teilnehmende Klasse theoretisch und praktisch mit den Medien der digitalen Kommunikationskultur und reflektiert auch ihren persönlichen Umgang damit, sowie ihre bisherige Medienbiografie. Urheberrechte, Kostenfallen, Strahlung, soziale Umgangsformen stehen ebenso auf dem Programm, wie die Produktion eines Videoclips mit dem Smartphone bzw. Tablet.

Die im Workshop verwendete Technik wird vom Institut für Medienpädagogik zur Verfügung gestellt, so dass keine Vorarbeit der Schule geleistet werden muss.

2. Mediendidaktische Fortbildung für Lehrkräfte

Im Rahmen einer **zweitägigen Fortbildung** (zwei Nachmittage) werden den Pädagogen Wege, Methoden und Möglichkeiten aufgezeigt, wie digitale Kommunikationsmedien im Unterricht clever, kreativ aber auch kritisch thematisiert und diese Medien gleichzeitig zur Vermittlung des Unterrichtsstoffs eingesetzt werden können.

Der erste Fortbildungsnachmittag findet direkt im Anschluss am ersten Schülerworkshopstag in der teilnehmenden Schule statt und sollte als potentieller Input für das schuliindividuelle Medienkonzept von mehreren Lehrer*innen eines Fachbereiches/einer Jahrgangsstufe/einer Arbeitsgruppe wahrgenommen werden. Hier stehen **medienpraktisches Arbeiten** im Vordergrund und wie der Medieneinsatz in den eigenen Unterrichtsfächern positiv gelingen kann.

Der zweite Fortbildungsnachmittag wird für alle Projektschulen einer Region an einem zentralen Ort stattfinden. An dem Nachmittag werden verschiedene Input- und Methodenangebote gemacht: Von einer generellen Einführung, wie Kinder und Jugendliche medial aktuell aufwachsen bzw. wo es noch hingeh, über das praktische Austesten verschiedener Apps ist für ein ausgeglichenes Verhältnis von Theorie und Praxis gesorgt.

Die Fortbildung wurde von der Hessischen Lehrkräfteakademie akkreditiert.

3. Elternabend zur Medienerziehung

Der Elternabend soll über Chancen und Risiken von Social Media informieren und aktuelle Trends und Entwicklungen aufzuzeigen, mit denen sich Heranwachsende jeden Tag konfrontiert sehen.

Auch soll der Informationsabend Erziehenden nützliche aber vor allem alltagstaugliche Tipps für die Medienerziehung ihrer Kinder geben und dem präventiven Austausch dienen.

KONTAKTMÖGLICHKEITEN

Institut für Medienpädagogik
und Kommunikation
Forstmeisterstraße 11
64285 Darmstadt
www.muk-hessen.de

Projektleitung:

Anne Schmitt
schmitt@muk-hessen.de
Tel: 06151-3605687
Mobil: 0172- 8321184

Clever digital!

ist ein Projekt der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen) mit Unterstützung des Hessischen Kultusministeriums.

Durchgeführt wird das Projekt vom Institut für Medienpädagogik und Kommunikation (Muk).



HESSEN

Hessisches
Kultusministerium



medienanstalt hessen



Institut für Medienpädagogik
und Kommunikation Hessen e.V.

Medienproduktionen in der Schule:

1. Rechtliche Aspekte

Recht am eigenen Bild: Bei Film-, Foto- und Sprachaufnahmen müssen die Rechte in einer gesonderten Einverständniserklärung der Erziehungsberechtigten eingeholt werden.

Urheberrechte: Bei Verwendung von Fremdmaterial müssen die Rechte bei den Urhebern bzw. Rechteinhabern eingeholt werden. Einfacherer ist es auf rechte freie Materialien zurückzugreifen

(z.B. Gema freie Musik und Sounds: <https://www.medienpaedagogik-praxis.de/kostenlose-medien/freie-musik>) oder alles selber herzustellen.

2. Ästhetik einer Medienproduktion

Film- und Bildsprache:

Perspektiven: Vogelperspektive, Froschperspektive lassen einen Darsteller nicht nur kleiner/größer wirken, die Wirkungsmächtigkeit dieser Perspektiven erzeugen Emotionen, die den Film intensiver wirken lassen. Die Egoperspektive erzeugt ebenso eine besondere Wirkung. Normale Szenen immer auf Augenhöhe filmen.



Einstellungen: Weite, Totale, Halbtotale, Medium Shot (Amerikanische), Halbnahе, Nahe, Großaufnahme, Detail, Italienische

Auf eine gute Mischung kommt es an und wie die Einstellungen beim Zuschauer wirken.



Bildsprache: Die Ausrichtung der Bildseiten haben ebenfalls eine unterbewusste Wirkung beim Zuschauer. Die rechte Seite steht für das positive und in die Zukunft gerichtete, die linke Seite für negatives und die Vergangenheit.

Ebenso haben Richtungsverläufe eine emotionale Wirkung, bspw. die positive Diagonale von links unten nach rechts oben

Geschichtenvorbereitung und -planung:

- Länge, Thema und Gruppenabsprachen sollten als Orientierung vorgegeben werden, aber nicht die Kreativität einengen.
- Vor der Storyboarderstellung sollte geklärt werden, dass jede*r jede Funktion übernimmt. Auch sollte klar sein, wer welche Rolle spielt.
- Es gilt Gruppen mit Hollywooldeeen und Gruppen mit Schreibblockade zu verbinden.
- Ein Storyboard sollte unbedingt erstellt werden, und bei allen Produktionsschritten dabei sein. Die Geschichte sollte vor dem Dreh einer unabhängigen Person vorgestellt werden, um Filmrücken zu ausfindig zu machen.
- Requisiten bereichern einen Film, wenn sich nicht die Geschichte um sie aufbaut.

Einführung in die Technik/ Einstellung der Technik:

„Die Sonne im Rücken und das Bild wird dir glücken“

- Belichtung, Geschwindigkeit der Kameraschwenks, Lautstärke (unterschied O-Ton und Sounds) können in Probeaufnahmen geprobt werden und die Wirkungsweise an der großen Leinwand verdeutlicht werden.
- Effekte wie Zeitraffer, Slo-Mo, Übergänge, Musik, Farbeffekte erst in der Postproduktion einfügen
- Die Film- und Bildeinstellungen in Handycameras sind vom Werk auf die max. Größe eingestellt. Für Filmaufnahmen reicht eine Videogröße von HD (1280*720 Megapixel) oder FHD (1920*1080). Bei Comics können die Einstellungen auf eine sehr niedrige Einstellung reduziert werden.

Kamera	Video aufnehmen	BILDDRÖSSE (HAUPTKAMERA)
720p HD (30 fps)	☐	4:3 (12 M)
1080p HD (30 fps)	☒	4:3 (6,2 M)
1080p HD (60 fps)	☐	16:9 (9,1 M)
4K (30 fps)	☒	16:9 (3,7 M)
	☐	1:1 (9,1 M)
	☐	1:1 (4,7 M)

• 4:3 Video (4:3) ist ungünstig.
 • 4:3 Video mit 720p HD (30 fps) statt Speicherplatz
 • Bei 4:3 mit 1080p HD (30 fps) Speicherplatz
 • 16:9 mit 1080p HD (30 fps) Speicherplatz
 • 1:1, 16:9 mit 4K (30 fps) Speicherplatz

Medienproduktion:

Die ersten Aufnahmen mit dem Alltagsgerät Handy sollten begleitet werden. Rollenverteilung: Zeitmanager*in, Aufnahmeleiter*in, Schauspieler*in, Kamera werden verteilt. Media Vorbildfunktion beim Filmdreh haben alle.

Die Wahl der Drehorte vorher besprechen.

Filmschnitt:

Adobe Premiere (Elements), Vegas, iMovie,

kostenlos: DaVinci, Avidemux, Openshot,

Win Movie Maker Free Video Editor

Bildschirmrecorder: OBS (Open Broadcaster Software)

Nachbearbeitung der Aufnahmen:

Comicerstellung:

Comic life von plasa

Gut für alle Medienproduktionen zum Konvertieren:

Formatfactory, Any Video Converter oder Onlinedienste

lego house maker

