



Jugend in der digitalen Gesellschaft

Das Internet hat die Kommunikations- und Informationskultur verändert und ist aus dem Medienalltag nicht mehr wegzudenken – vor allem für Jugendliche, die mit digitalen Medien aufgewachsen sind und diese heutzutage größtenteils auf dem Smartphone nutzen. Wie das Smartphone den Alltag der Digital Natives prägt, welche Bedeutung die

Neuen Medien für die Bildung und wie sie Eingang in filmische Erzählwelten gefunden haben, untersucht kinofenster.de in diesem Themendossier. Passend zum Thema gibt es Aufgabenblätter für den Unterricht von der Grundschule bis zur Oberstufe.

INHALT

Einführung	Jugend in der digitalen Gesellschaft
Filmbesprechung	„Wishlist“
Interview	„Es gibt keinen Grund für Kulturpessimismus“
Hintergrund	Wie filmt man das Internet?
Arbeitsblätter	Fünf Aufgaben für die Fächer Deutsch und Sachkunde (ab 4. Klasse), Deutsch, Kunst, Medienkunde, Sozialkunde und Ethik (ab 7. Klasse), Darstellendes Spiel (ab 9. Klasse) sowie Englisch (ab Oberstufe).

EINFÜHRUNG

Jugend in der digitalen Gesellschaft

Die 17-jährige Mira aus Wuppertal gibt es offen zu: „Ich liebe das Scheiß-Internet abgöttisch. Es ist mein Tagebuch, mein Pausenhof, meine Uhr, mein Kalender, mein bester Freund, meine Kirche.“ Den Zugang zum Internet findet sie in der Regel über ihr mobiles Telefon. Als sie nach dem Schwimmen ihren Spind aufschließt, piept das Handy sofort: Es sind neue Nachrichten da, auf allen verfügbaren Kanälen.

Smartphones prägen die Mediennutzung von Jugendlichen

Die Verbreitung des Smartphones, die vor etwa zehn Jahren einsetzte, hat die Mediennutzung – vor allem von Jugendlichen – erheblich verändert. Mira, Hauptfigur in der preisgekrönten Webserie *Wishlist*, steht stellvertretend für die Generation der sogenannten Digital Natives, die mit Internet und sozialen Medien aufgewachsen ist und diese selbstverständlich als Kommunikations-, Rezeptions-, Distributions- und Produktionskanäle nutzt. So tauschen sich laut der JIM-Studie 2017 (die Abkürzung steht für „Jugend, Information und Multimedia“) 94 Prozent der in Deutschland lebenden Jugendlichen im Alter zwischen 12 und 19 Jahren regelmäßig (die meisten täglich) über den Instant-Messaging-Dienst WhatsApp aus. Sie verschicken darüber Textnachrichten, Bild-, Video- oder Tondateien. Die erfolgreichste Social-Media-Plattform Facebook, auf die monatlich weltweit circa zwei Milliarden Nutzer/-innen zugreifen, hat dagegen in den vergangenen Jahren in dieser Altersgruppe zunehmend an Attraktivität verloren.

Popularität von Foto- und Video-Plattformen

Fotos und Videos lassen sich auch über den kostenlosen Online-Dienst Instagram, der zu Facebook gehört, verbreiten und teilen. Die audiovisuelle Plattform rangiert mit 57 Prozent auf Platz zwei der von Teenagern mehrmals pro Woche genutzten Kommunikationsmedien. Snapchat, ein mit spielerischen Filtern versehener Multimedia-Nachrichtendienst, ist nur auf Smartphones und Tablets einsetzbar und wird von 49 Prozent der Jugendlichen genutzt. Die beiden Dienste sind bei Mädchen deutlich beliebter als bei Jungen gleichen Alters. An Snapchat schätzen User/-innen insbesondere, dass Inhalte, etwa Fotos, teilweise bis zu zehn Sekunden, maximal aber nur 24 Stunden sichtbar sind und dann verschwinden; im Gegensatz zu anderen Social-Media-Plattformen können die Kanäle auch nicht kommentiert oder gelikt werden.

Hinsichtlich der Rezeption von audiovisuellen Medien hat das Internet bei der jugendlichen Zielgruppe dem linea-

ren Fernsehprogramm mittlerweile den Rang abgelassen. Tatsächlich ist YouTube, das 2005 gegründete und ein Jahr später von Google aufgekaufte Videoportal, mit Abstand sogar das „Lieblings-Angebot im Internet“ bei den 12- bis 19-Jährigen. Was sie sehen, können Jugendliche dort jederzeit selbst bestimmen: „Ob klassische Serien und Filme, ob hochprofessionelle Videoclips, ob Amateurvideos, vertonte Standbilder oder wackelige Handyfilme, Musikvideos, Katzenvideos und Tutorials – es gibt kaum einen Themenbereich, zu dem man bei YouTube nichts findet.“ (JIM-Studie 2017). Immerhin schauen aber immer noch 55 Prozent auch lineare Fernsehinhalte, meist sogar auf einem stationären TV-Gerät. Die prophezeite Ablösung des klassischen Fernsehens durch kostenpflichtige Online-Streaming-Anbieter wie Netflix (26 Prozent) und Amazon Prime (15 Prozent) ist somit (noch) nicht abgeschlossen.

Filme im Internet und das Internet im Film

In der Mystery-Serie *Wishlist* spielt die Nutzung von Smartphones und sozialen Medien eine zentrale Rolle. Produziert vom öffentlich-rechtlichen Jugendsender funk, der seine Inhalte dezentral über die eigene Webseite und über die sozialen Netzwerke vertreibt, visiert die Webserie die Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen an. Während Filme und Serien also zunehmend im Internet distribuiert und rezipiert werden, finden die neuen Medien-Plattformen Eingang in die Welt des Films und stellen Filmschaffende vor Herausforderungen: Wie kann man digitale Kommunikation und das Internet filmisch darstellen?

Den Start der zweiten Staffel von *Wishlist* am 14. Dezember 2017 (auf YouTube) nimmt kinofenster.de zum Anlass, um die Mediennutzung von Jugendlichen und deren Wiederhall im Film zu untersuchen. In einem Interview mit dem Erziehungswissenschaftler Professor Stefan Aufenanger fragen wir nach Risiken und Chancen für das Aufwachsen im digitalen Zeitalter. Demgegenüber kommen in einem Videobeitrag Jugendliche selbst zu Wort: Welche Rolle spielt für sie das Smartphone und wie beurteilen sie die Omnipräsenz sozialer Medien in ihrem Alltag? Wie digitale Kommunikation, Internet und Computerspiele filmisch inszeniert werden können, erläutert ein Hintergrundtext anhand von drei exemplarischen Szenenanalysen. Im Unterrichtsmaterial zum Dossier gibt es jedoch auch Aufgaben für die Grundschule – der „unendlichen“ Informationswelt des Internets kann man sich schließlich ganz unterschiedlich annähern.

Autoren: Kirsten Taylor und Jan-Philipp Kohlmann,
Redaktion kinofenster.de, 18.12.2017

FILMBESPRECHUNG



Wishlist

Deutschland 2016, 2017
 Webserie, Thriller, Mystery
 Veröffentlichungstermin: 26.10.2016 (1. Staffel); 14.12.2017 (2. Staffel)
 Distributionsform: Video-on-Demand
 Verfügbarkeit: Frei verfügbar auf YouTube und funk.net
 Regie: Marc Schießer
 Drehbuch: Marcel Becker-Neu, Marc Schießer, Christina Ann Zalamea
 Darsteller/-innen: Vita Tepel, Michael Glantschnig, Nele Schepe, Yung Ngo, Marcel Becker-Neu, Christina Ann Zalamea, Dagi Bee u.a.
 Kamera: Tui Lohf, Daniel Ernst
 Laufzeit: 1. Staffel pro Folge 15 min, deutsche Originalfassung
 Format: Digital, Farbe
 Barrierefreie Fassung: nein
 Filmpreise: Grimme-Preis 2017: Preis in der Kategorie „Kinder und Jugend“; Webvideopreis Deutschland 2017: Best Video of the Year; Deutscher Fernsehpreis 2017: Förderpreis; Preis für crossmediale Programminnovationen von Radio Bremen und der Bremischen Landesmedienanstalt 2017: Beste Online-Produktion
 Altersempfehlung: ab 14 J.
 Klassenstufen: ab 9. Klasse
 Themen: Medien, Datenschutz, Internet, Jugend/Jugendliche/Jugendkultur, Wünsche, Träume, Schule, Macht/Machtgefüge, Manipulation, Entfremdung, Kriminalität
 Unterrichtsfächer: Deutsch, Medienkunde, Sozialkunde/Gemeinschaftskunde, Ethik, Informatik

„Hallo, ich bin Wish. Ich erfülle Wünsche. Für eine kleine Aufgabe kann auch dein Wunsch schon bald Realität werden.“ Das Symbol der digitalen Sprachassistentin „Wish“ – kurz im Close-up eines Smartphone-Bildschirms, dann wiederholt anhand visueller Effekte als Einblendung im Bild zu sehen – weckt Erinnerungen an das wohl berühmteste technische Auge der Filmgeschichte: das Kameraauge von HAL, die sich als tödlich erweisende künstliche Intelligenz aus Stanley Kubricks „2001: Odyssee im Weltraum“ (USA 1968). Damit wird schon früh das klassische Science-Fiction-Motiv der Bedrohung des Menschen durch technologische Entwicklungen angedeutet, das im Verlauf der ersten Staffel von „Wishlist“ weiter ausgebaut wird.

Online-Angebot für Jugendliche von ARD und ZDF

Die Webserie wurde im Auftrag von Radio Bremen und funk, dem öffentlich-rechtlichen Online-Angebot für Jugendliche, produziert und ist auf der Video-Plattform YouTube und der Webseite von funk zu sehen. Außerdem wird die gesamte erste Staffel zeitlich versetzt auch von der ARD ausgestrahlt (am 17. Dezember 2017 und am 1. Januar 2018). Für die vermeintlich „ungeduldige“ Ziel-

gruppe der 14- bis 29-Jährigen wartet schon die Pilotfolge der Serie mit einem wahren Feuerwerk an Einfällen auf, um Zuschauer/-innen mindestens zu einem „Like“, besser noch zu einem Abonnement des YouTube-Kanals zu bewegen: vom Beginn der Episode mit einem Flash-forward in Form einer Plansequenz, die in einem Match Cut (Schnitt zwischen zwei ähnlichen Einstellungen aus unterschiedlichen Szenen) endet, über die atmosphärische Low-Key-Ausleuchtung bis hin zu einem scharfzüngigen Voice-Over-Kommentar und dem Durchbrechen der „vierten Wand“ mit dem Blick in die Kamera. Die zeitgemäße Darstellung von Text- und Videonachrichten, die authentisch klingende Jugendsprache und der Cliffhanger am Ende, der fester Bestandteil jeder weiteren Folge ist, sollen zum Weiterschauen der Serie motivieren. Ein starker Auftakt, auch wenn sich bereits andeutet, dass das Drehbuch bisweilen die Glaubwürdigkeit seiner Geschichte vernachlässigt.

Eine verführerische App fürs Smartphone

Mira ist 17 Jahre alt, intelligent, schlagfertig – und isoliert. Andere Menschen bevorzugt sie am anderen Ende einer DSL-Leitung. Als eine unbekannt Nummer sie zur Nutzung der App „Wishlist“ einlädt, installiert sie diese ohne zu zögern und kommentiert die umfangreichen Datenu-

griffe der Anwendung bloß lakonisch mit den Worten: „Ist schon gut, liebe Grüße an die Mitarbeiter der NSA“. Wie der Name sagt, verspricht die App der Nutzerin einen Wunsch zu erfüllen, wenn diese eine Aufgabe erledigt – und zwar in der Realität, nicht bloß am Smartphone. Die erste Aufgabe, die Mira für ihren wohl nicht ganz ernst gemeinten Wunsch eines rosa Elefanten aufgetragen wird, ist harmlos: Sie soll Mülleimer aus einem fremden Hinterhof auf die Straße bringen. Dass sie die Aufgabenstellung exakt dann erhält, als sie sich am Ort der gewünschten Ausführung befindet, scheint sie nicht zu beunruhigen. Zu ihrer Überraschung wird ihr Wunsch tatsächlich erfüllt – in Form eines Plüschtiers.

Sie stellt die App mit dem Wunsch nach einem „spektakulären Abend“ erneut auf die Probe, was sie mit dem Rest der Serien-Charaktere zusammenführt: Janina, die Beauty-Tipps auf YouTube postet und für die Mira anfangs nur Verachtung übrig hat, Casper, der als erster an der App zu zweifeln beginnt, Dustin, Sohn reicher Eltern, und Kim, ein notorischer Aufreißer. Letzterer ist es, der Mira schließlich das Prinzip von „Wishlist“ erklärt: Was sich der eine wünscht, kann ein anderer vielleicht erfüllen – als Aufgabe, um wiederum selbst einen Wunsch erfüllt zu bekommen. Je größer der Wunsch, desto größer die Gegenleistung – bis hin zur Möglichkeit, dass diese nicht erbringbar ist. Schnell zeigt sich, wie brisant es ist, nicht zu wissen, welchen Wunsch man wem mit einer vermeintlich harmlosen Tat erfüllt. Nachdem Mira eine Tasche im Büro ihrer Lehrerin platziert hat und diese des Diebstahls beschuldigt wird, warnt Casper vor der weiteren Benutzung der App – doch zunächst wird er nicht ernst genommen.

Anlehnung an erfolgreiche Jugend-Formate

Die Kommentare unter den auf YouTube eingestellten Videos der Webserie weisen unter anderem auf Ähnlichkeiten zum Jugendliteraturpreisgewinner „Erebos“ sowie auf die Romanverfilmung „Nerve“ (USA 2016) hin, in der Teilnehmer/-innen eines Online-Spiels gegen Geld zunehmend riskantere Aufgaben erledigen. Wie „Nerve“ beginnt auch Wishlist als Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten und Gefahren neuer Technologien und dem gesellschaftlichen Umgang mit diesen. Der „Wishlist“-kritische Protagonist Casper macht dies mehrfach explizit zum Thema, etwa wenn er die anderen User in einer Szene fragt, „was die App mit uns macht“.

Doch schnell gerät diese Frage gegenüber der mysteriösen Rolle der hier agierenden „Puppet Master“ – die Betreiber der App – in den Hintergrund, die selbst vor einem Mord nicht zurückschrecken und das Geschehen offenbar sorgfältig orchestrieren: Wie sonst ließe es sich erklären, dass

Mira zur Erledigung einer Aufgabe plötzlich genau den Schlüssel braucht, den sie heimlich schon Wochen zuvor bekommen hat, versteckt in dem rosa Plüschtier (ihrer ersten „Wishlist“-Prämie)? So verschiebt sich der Fokus von der Frage, was eine neue Technologie mit uns macht (und wir mit ihr), zu einem recht generischen Verschwörungspotential: Dubiose Strippenzieher missbrauchen die neue Technik für eigene Interessen und Individuen werden Opfer ihrer Machenschaften.

Fortsetzung der Serie mit „Wishlist 2.0“

Noch ist die Geschichte um Miras Clique und die mysteriöse App allerdings nicht auserzählt, einige Hintergründe lässt die erste Staffel offen. Der Trailer zu „Wishlist 2.0“ – die zweite Staffel startete am 14. Dezember 2017 auf YouTube – verspricht Antworten und eine erweiterte Fortführung des erfolgreichen Serienformats: weitere Figuren, mehr Action, eine aufwendigere Produktion sowie größere Wünsche und kompliziertere Aufgaben der „Wishlist“-App. Denn soviel verrät der Trailer ebenfalls: Die von den Jugendlichen in der ersten Staffel benutzte App war nur eine Beta-Version, sie selbst waren Teil eines Testdurchlaufs. Jetzt aber soll die App weltweit auf den Markt gebracht werden.

Vier wichtige Preise hat „Wishlist“ 2017 bereits gewonnen, darunter den Grimme- und den Webvideopreis. Mindestens ebenso wichtig sind die „Likes“, Kommentare und Abo-Zahlen auf YouTube, die darauf schließen lassen, dass es ARD und ZDF mit ihrem im Oktober 2016 gestarteten Content-Netzwerk funk gelingen könnte, die Gruppe der 14- bis 29-Jährigen zu erreichen. Die unterschiedlichen Formate werden auf der eigenen Webseite funk.net online gestellt, sind daneben aber auch auf YouTube oder auf weiteren Social-Media-Plattformen abrufbar.

Um insbesondere Teenager gezielt anzusprechen, setzt das „Wishlist“-Team auf bewährte Strategien wie Gastauftritte von der Zielgruppe bekannten YouTube-Stars oder ein Gewinnspiel, an dem man durch das „Liken“ und Teilen des Videos teilnimmt. Nicht zuletzt wird mit dem Smartphone das technische Gerät mit der größten Verbreitung unter den 12- bis 19-Jährigen (siehe JIM-Studie 2017) ins Zentrum der Erzählung gerückt. Die spannende Serie zeigt, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Jahr 2017 nicht nur die zeitgenössische Form seriellen Erzählens, sondern auch die damit kombinierbaren Marketingstrategien für sich entdeckt hat.

*Autor/in: Natàlia Wiedmann, Filmwissenschaftlerin und freie Autorin mit Schwerpunkt Kinder- und Jugendfilm,
18.12.2017*

INTERVIEW

**PROF. DR. STEFAN AUFENANGER**

Prof. Dr. Stefan Aufenanger promovierte in Soziologie. Nach der Habilitation 1991 in der Erziehungswissenschaft und Lehrtätigkeiten in Deutschland und der Schweiz, hat er seit 2005 einen Lehrstuhl in Erziehungswissenschaft in Mainz inne. Derzeit ist er unter anderen Mitglied des Beirats der Stiftung digitale Spielkultur (Berlin), Mitherausgeber der Zeitschrift „Computer + Unterricht“ (Friedrich Verlag/Velber) sowie Mitglied der Kommission für Forschungsethik der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft (DGfE).

„Es gibt keinen Grund für Kulturpessimismus“

Ein Gespräch mit dem Mainzer Erziehungswissenschaftler und Medienpädagogen Stefan Aufenanger über den Einfluss Neuer Medien und deren Einsatzmöglichkeiten im Bildungsbereich.

Herr Professor Aufenanger, Neue Medien sind ein häufig verwendetes Schlagwort. Was verbirgt sich hinter dem Begriff?

Gemeint sind digitale Medien. Damit geht eine Veränderung der Nutzung klassischer Medien einher. Die meisten Jugendlichen nutzen ihr Smartphone, Notebook oder Tablet, um Filme oder Serien auf YouTube oder in Mediatheken zu sehen. Häufig wird mit dem Begriff Neue Medien auch auf die sozialen Netzwerke verwiesen, die im Jugendalter eine ganz große Rolle spielen.

Ab welchem Alter benutzen Kinder- und Jugendliche Neue Medien?

Studien aus den USA zeigen, dass eine Verjüngung der Konsumenten stattfindet. Dies hängt einerseits damit zusammen, dass Smartphones und Tablets immer einfacher zu bedienen sind. Andererseits gibt es Eltern, die ihre Kleinkinder vor den Geräten „parken“, um sie ruhig zu stellen. So werden bereits Kinder im Alter von sechs Monaten mit Online-Angeboten konfrontiert. Das halte ich für problematisch.

Die Nutzung Neuer Medien ist ein Streitpunkt zwischen Eltern und Jugendlichen. Zu Recht?

Es gibt einen Teil Jugendlicher, der Medien exzessiv nutzt und ohne Smartphone gar nicht mehr leben kann. Man kann aber die problematische Nutzung nicht an einer Generation festmachen. Sie betrifft genauso Erwachsene, jedoch wird das kaum thematisiert.

Lehrende beklagen, dass hoher Medienkonsum bei Jugendlichen zu Konzentrationsschwächen führe.

Das ist wissenschaftlich nicht fundiert. Es gibt Jugendliche, die sitzen sehr konzentriert stundenlang am Computerspiel. Das Smartphone kam vor gerade einmal zehn Jahren auf den Markt. Es ist das erste Gerät, mit dem man unproblematisch immer und überall ins Internet gehen kann. Bewegungen wie Digital Detox, denen es um den bewussten Verzicht auf die Nutzung des Internets geht, zeigen, dass wir noch immer auf der Suche nach einer angemessenen Nutzung sind.

In einigen Bundesländern ist die Nutzung von Smartphones

an Schulen komplett verboten. Die Bundeskultusministerkonferenz hat im letzten Jahr beschlossen, dass bis 2021 eine digitale Lernumgebung im Unterricht zur Verfügung gestellt werden soll.

Die Bildung wird nicht per se besser, wenn Neue Medien zum Einsatz kommen. Mittlerweile wird aber das restriktive Handyverbot in allen Bundesländern diskutiert. Wichtig ist, dass man über den funktionalen Einsatz Neuer Medien im Unterricht nachdenkt. So können beispielsweise die Schülerinnen und Schüler das Smartphone zur Recherche nutzen. Die Lehrenden sollten gemeinsam mit den Schülerinnen und Schülern darüber reden, wie der Einsatz von Smartphones geregelt wird. Den meisten Kindern und Jugendlichen ist durchaus bewusst, dass Handys auch zur einer größeren Ablenkung führen können.

Der Einsatz Neuer Medien kann die Medienkompetenz stärken. Welchen Stellenwert hat diese Kompetenz in den Bildungsplänen der einzelnen Bundesländer?

Die Kultusministerkonferenz widmete sich im Herbst des vergangenen Jahres der Bildung in der digitalen Welt. Dabei einigte man sich auf sechs Kompetenzen, die mit dem Begriff Medienkompetenz – dem souveränen und sinnvollen Umgang mit Medien – identisch sind. Dazu zählen etwa Informations-, Kommunikations-, Analyse- und Reflektionskompetenz. Digitale Kompetenzen werden damit zum integrativen Teil der Fachcurricula. Es sollten aber noch einzelne Punkte ergänzt werden: der kreative Umgang mit Medien und die Reflektion der gesellschaftlichen Bedeutung von Digitalisierung. Ein weiterer Aspekt betrifft die Filmbildung. Diese spielt in Frankreich eine große Rolle. Die Lehrer dort sind dazu verpflichtet mit ihren Schülern ins Kino zu gehen. Hierzulande wird Film kaum als Bildungsmedium genutzt.

Wie stehen Lehrende zum Einsatz Neuer Medien im Unterricht?

In den letzten fünf Jahren hat ein Paradigmenwechsel zur größeren Akzeptanz stattgefunden. Schließlich vereinfachen Neue Medien die Gestaltung des Unterrichts – die Vorbereitung kann bequem zu Hause am Tablet erfolgen, die Präsentation und Bereitstellung von Materialien wird am Smartboard realisiert und letztlich können im Unterricht erarbeitete „Tafelbilder“ den Schülerinnen und Schülern über Internet zugänglich gemacht werden. Das heißt aber nicht, dass die analogen Medien verschwinden. Derzeit steigt die Auflage von Büchern wieder. Es wird auch in Zukunft einen Medienpluralismus geben.

Welchen Einfluss hat die Nutzung Neuer Medien auf die Lese- und Schreibkompetenz?

Zumindest keinen negativen. Linguistische Studien zeigen, dass sich

der Gebrauch von Abkürzungen in Textnachrichten wie SMS oder WhatsApp nicht in den schulischen Texten niederschlägt. Im Gegenteil, die Vielfalt von sprachlichen Nutzungsformen nimmt einfach zu. Beim Schreiben gibt es offensichtlich einen Zusammenhang zwischen Medium und der Art des Mitschreibens. Ich führe gerade eine Studie dazu durch. Studierende, die handschriftlich notieren, machen dies in größeren Sinnzusammenhängen. Am Computer wird hingegen eher stichwortartig mitgeschrieben. Offensichtlich bereiten diese Studierenden zu Hause mehr nach. In Leistungsüberprüfungen lässt sich jedenfalls kein Unterschied nachweisen. Es gibt somit keinen Grund für Kulturpessimismus, auch vor den Neuen Medien gab es Menschen, die ungern gelesen und geschrieben haben.

*Autor/in: Ronald Ehlert-Klein, Theater- und Filmwissenschaftler,
Pädagoge und kinofenster.de-Redakteur, 18.12.2017*

HINTERGRUND

Wie filmt man das Internet?

Die Digitalisierung prägt alle Bereiche des gesellschaftlichen Zusammenlebens und betrifft natürlich auch die Arbeit von Filmschaffenden. Das beginnt schon beim Drehbuchschreiben, bei dem Autorinnen und Autoren moderne Kommunikationskanäle wie Facebook oder WhatsApp und insbesondere Smartphones mitdenken müssen, wenn ihre Filmerzählungen in der Gegenwart spielen.

Damit sie nicht jedes Mal einen Computer- oder Smartphone-Screen abfilmen müssen, wenn die Figuren digital kommunizieren, haben Filmschaffende in den letzten Jahren neue Mise-en-Scène- und Montagetechniken entwickelt. Interessanter als statische Close-ups auf Textfenster oder das altbackene Vorlesen aus dem Off sind kreative Arrangements, die den jeweiligen Text im selben Bild mit der schreibenden oder lesenden Person einblenden. Möglich wird das durch Text-Inserts, die bereits in der Stummfilmzeit Dialoge transportierten und neuerdings ein Comeback unter veränderten Vorzeichen feiern.

Ins Bild montierte Textnachrichten

Jason Reitmans „#Zeitgeist“ erhebt die Neuerungen in puncto Texting via Smartphone und Internet zum Stilprinzip. Die Figuren des Gesellschaftsdramas versenden und empfangen Nachrichten, besuchen soziale Netzwerke und Online-Dating-Portale, schauen Internetpornos und versinken in Online-Games. Hätte Reitman jeweils das entsprechende Device abgefilmt, würde das den Bilderfluss ständig unterbrechen. Stattdessen montiert er die Smartphone- und Desktop-Ansichten direkt ins Filmbild.

Schon der offizielle Kinotrailer, der auf gesprochene Dialoge verzichtet, präsentiert einige Möglichkeiten der filmischen Darstellung digitaler Benutzeroberflächen. In dem Clip „schweben“ Textnachrichten und Fenster mit Bildern und Videos über den Köpfen der Nutzer/-innen oder erscheinen in einer Sprechblase neben den Personen. Auch das Anmeldeformular einer Datingbörse und digital gespeicherte Fotos poppen parallel zum Ausfüllen und Durchscrollen im Filmbild auf. Das ermöglicht es, die Reaktionen beim Tippen, Lesen und Anschauen im selben Moment zu zeigen – und nicht erst in einem Gegenschuss.

Screen on Screen: Die Erfindung des „Desktop-Films“

Auch für die Inszenierung des Internets hat sich eine zeit-

gemäße Variante herausgebildet. Zuvor wurden oft Behelfsdarstellungen wie ein Zoom auf die Telefonsteckdose mit anschließender Kamerafahrt durch den „Datenstrom“ genutzt, um den Cyberspace abzubilden. Mit dem persönlichen Erleben bei der Internetnutzung hat dies jedoch nichts zu tun.

Einen so simplen wie genialen Ansatz verfolgen sogenannte „Desktop-Filme“ wie „Noah“ (Kanada 2013) der beiden Filmstudenten Patrick Cederberg und Walter Woodman. Darin surft der Teenager Noah im Netz und spioniert den Facebook-Account seiner Noch-Freundin Amy aus. Der Clou daran ist, dass der 17-minütige Kurzfilm ausschließlich Noahs Computer-Desktop und sein Smartphone-Display zeigt, während der Protagonist selbst lediglich in einem kleinen Skype-Fenster und während eines Webcam-Chats zu sehen ist

Zu Beginn des Films loggt sich Noah in seinen Rechner ein, öffnet den Browser, besucht das Amateur-Pornografieportal „Youporn“ und meldet sich bei Facebook an, bis ein Skype-Anruf von Amy eingeht. Dass sie seine Freundin ist, erklärt bereits Noahs Desktop-Hintergrund, der ein Foto mit ihr zeigt, um das herum der Junge mp3- und JPEG-Dateien in Herzform arrangiert hat.

Die Kamera filmt den Bildschirm nicht in einer starren Draufsicht, sondern fährt die Webseiten dynamisch ab, mit Zooms auf die Browserzeile, auf Suchfelder, Fotos, Chatverläufe. Das imitiert Noahs Blick und vermittelt zugleich seine Hektik und geringe Aufmerksamkeitsspanne beim Chatten und Surfen. Mit einfachen Mitteln erzeugt der Kurzfilm eine Situation, die dem Publikum sehr wohl bekannt ist und die unmittelbar einleuchtet.

Verwischte Grenzen zwischen Gaming und Realität

Seit Computerspiele im Mainstream angekommen sind, greifen Filme das Medium vermehrt auf. Im Drama „Ben X“ von Nic Balthazar flüchtet sich der autistische Schüler Ben, ein Mobbing-Opfer, in die Online-Welt des Fantasy-Rollenspiels „Archlord“, das es bis 2014 wirklich gab. Im Filmverlauf verdeutlichen regelmäßig in die Real-Szenen geschnittene Videospieldausschnitte, wie sich der Teenager gedanklich in das Game zurückzieht, sobald ihn die Realität überfordert.

HINTERGRUND

Die enge Verknüpfung zwischen dem realen Ben und seinem Online-Avatar etabliert bereits die Eröffnungsszene. Zunächst sehen wir Bens Spielhelden auf einem Pferd durch die Rollenspielwelt reiten, wobei die Vorspann-Credits in die Benutzeroberfläche integriert werden. Dazwischen zeigen Close-ups auf Bens Hände, die über die Tastatur huschen und mit der Maus klicken, dass ein Mensch die Spielfigur steuert. Schließlich bringt eine elegante Kamerarückfahrt Ben und den Avatar in einem Bild zusammen: Erst sehen wir das Game im Vollbild, dann rückt der am Computer sitzende Ben durch die Kamerafahrt ebenfalls in den Bildausschnitt (siehe auch im Trailer zum Film).

Bens nervös zappelnde Füße und sein fokussierter Blick veranschaulichen, wie tief er im Spiel versinkt. Sein Mousepad und ein Poster aus der „Archlord“-Welt sowie ein Fantasy-Modellbau rund um seinen Monitor unterstreichen die zentrale Rolle, die das Game in seinem Leben spielt – ein Eindruck, den sein Voice-Over-Kommentar bestätigt. Die Faszination des Teenagers speist sich auch aus der virtuellen Liebe zu seiner Spiel-Kumpanin Scarlite. Gleich nachdem der „Held“ das Spiel verlässt, schickt ihm seine „Prinzessin“ eine Chatnachricht. Das Game greift in

die Realität, und umgekehrt. Die Verflechtung von analoger und digitaler Welt spinnt „Ben X“ im Folgenden konsequent weiter, wenn Ben auf dem Schulweg beispielsweise eine Stadtkarte im Gamedesign imaginiert oder am unteren Bildrand eine Menüleiste aus dem Computerspiel erscheint.

Die „Archlord“-Szenen wurden direkt in der virtuellen Videospieldoberfläche umgesetzt, was an sogenannte „Machinima“-Filme erinnert. Hierbei entwickeln Gamer/-innen im Spiel selbst szenische Darstellungen mit ihren Avataren, die sie digital aufzeichnen und mit Schnittprogrammen und gegebenenfalls neuer Vertonung zu Filmszenen montieren. Ein Paradebeispiel hierfür ist die „South Park“-Episode „Make Love, Not Warcraft“ (USA 2006) mit Szenen aus dem Online-Rollenspiel „World of Warcraft“. Die interaktive Dimension eines Games kann so zwar nicht verlustfrei auf die naturgemäß passive Filmrezeption übertragen werden, dafür gelingt aber eine unmittelbare Inszenierung von Videospieldwelten.

*Autor: Christian Horn, freier Autor mit Schwerpunkt Film,
18.12.2017*

ARBEITSBLATT AUFGABE 1 FÜR LEHRENDE

Mediennutzung und Medienkritik in Wishlist**Fächer: Deutsch, Kunst, Medienkunde, Sozialkunde, Ethik****Ab Klasse 7****Didaktisch-methodischer Kommentar:**

Dem Thema „Neue Medien“ nähern sich die Schülerinnen und Schüler in dieser Unterrichtseinheit zunächst über deren visuelle Darstellung in „Wishlist“ an. Konsequenterweise werden hier Elemente der (sehr häufig) verwendeten Apps mittels digitaler Technik ins Bild integriert, anstatt dass etwa im Schuss-Gegenschuss-Verfahren das Handydisplay abgefilmt wird.

Anhand zweier Ausschnitte wird anschließend erarbeitet, welche Bedeutung den digitalen Medien im Alltag der jugendlichen Figuren in „Wishlist“ zukommt. Protagonistin Mira bezeichnet das Internet als „mein Tagebuch, mein Pausenhof, mein bester Freund, meine Kirche“. Menschen bevorzugen sie „am anderen Ende einer 100-Mbit-DSL-Leitung“. Das Internet kompensiert hier einen Mangel an sozialen Kontakten im direkten Lebensumfeld. Der zweite Ausschnitt zeigt nicht nur den indirekten Austausch mittels Sprachnachrichten auf WhatsApp als etablierte Form zeitgenössischer Kommunikation, sondern auch dass der ausbleibende Online-Status eines Freundes Grund zur Sorge sein kann. Das Festnetztelefon hingegen wird der Elterngeneration zugeordnet, das klassische Informationsmedium Fernsehen nur noch für Videospiele genutzt. Das hier gezeichnete Bild der „Digital Natives“ wird schließlich von den Schülerinnen und Schülern mit ihrem eigenen Nutzungsverhalten und ihrer Wahrnehmung der eigenen Generation kritisch abgeglichen.

Im dritten Teil der Aufgabe erläutern die Schülerinnen und Schüler unter Zuhilfenahme zweier Ausschnitte den ethischen Konflikt, der im Zentrum der Serie steht: Damit ihre Wünsche in Erfüllung gehen, erledigen die User der Wunsch-App auch Aufgaben, die schwerwiegende Konsequenzen für andere haben. Ausgehend von einer Stellungnahme zur Serie wird anschließend darüber diskutiert, ob die negative Darstellung der Wunsch-App als allgemeine Medienkritik verstanden werden kann oder ob sie nicht lediglich als spannendes Versatzstück einer zeitgenössischen Mystery-Story dient. Ein kritischer Umgang mit den Neuen Medien wird in jedem Fall nahegelegt. Anhand weiterer Beispiele kann analysiert werden, inwiefern „Wishlist“ Kritik am dargestellten Mediennutzungsverhalten äußert. Hier könnte zum Beispiel die Darstellung von Janinas Beauty-Channel angeführt werden, dessen Sinngehalt YouTuber Davis Schulz in einem durchaus selbstironischen Auftritt in Folge 4 in Frage stellt.

ARBEITSBLATT AUFGABE 1, BLATT 1

Mediennutzung und Medienkritik in Wishlist**Fächer: Deutsch, Kunst, Medienkunde, Sozialkunde, Ethik****Ab Klasse 7**

Im Mittelpunkt der Webserie „Wishlist“ stehen die 17-jährige Schülerin Mira und ihre neue Clique. Digitale Medien nehmen in ihrem Alltag und so auch in der filmischen Darstellung eine zentrale Rolle ein.

Nach Sichtung der gesamten ersten Staffel von „Wishlist“ oder optional der ersten vier Folgen:

a) Teilt euch in drei etwa gleich große Gruppen auf und schaut euch folgende Ausschnitte an:

Gruppe 1: Folge 4: 00:16:19–00:18:39

Gruppe 2: Folge 1: 00:13:40–00:14:25

Gruppe 3: Folge 10: 00:03:13–00:04:40

Benennt die mobilen Anwendungen im jeweiligen Ausschnitt, und beschreibt, wie sie filmisch gezeigt werden. Welche anderen Darstellungsmöglichkeiten wären denkbar? Wie verändert sich im Vergleich dazu hier die Wirkung? Macht euch Notizen und vergleicht eure Ergebnisse anschließend im Plenum.

b) Kommentiert unter Bezugnahme auf eure Gedanken aus a) das folgende Standbild aus dem Film #Zeitgeist.



c) Schaut euch den folgenden Ausschnitt an. Charakterisiert die Protagonistin Mira. Bezieht dabei ein, welche Rolle das Internet in ihrem Leben einnimmt.

Folge 1 (00:03:00-00-05:19)

d) Erläutert, was der folgende Ausschnitt über die Mediennutzung der Hauptfiguren erzählt. Welche Bedeutung wird den alten Medien darin zugeschrieben?

Folge 4 (00:16:19-00:18:39)

e) Überprüft im Plenum, ob das in Wishlist vermittelte Bild der Jugendlichen und ihrer Mediennutzung eurer Meinung nach der Realität entspricht. Bezieht dabei auch ein, welche Medien ihr selbst zu welchem Zweck und in welchem Umfang nutzt.

ARBEITSBLATT AUFGABE 1, BLATT 2

f) Erläutert, welche ethische Problematik sich aus der Wunsch-App Wishlist ergibt. Folgende Ausschnitte könnt ihr dabei berücksichtigen:

Folge 3 (00:10:24-00:14:29)

Folge 7 (00:00:22-00:04:40)

ARBEITSBLATT AUFGABE 2 FÜR LEHRENDE

Aufgabe 2: Dramaturgie und zielgruppenspezifische Ausrichtung der Webserie Wishlist**Fächer: Deutsch, Kunst ab Klasse 9****Didaktisch-methodischer Kommentar:**

Die Aufgabe vermittelt Schülerinnen und Schülern ein Bewusstsein für unterschiedliche Prinzipien des seriellen Erzählens. Nach dem Sichten der ersten drei Folgen von „Wishlist“ lernen sie zwei Dramaturgie-Formate von Serien kennen. Während bei Episodenserien jede einzelne Folge eine in sich abgeschlossene Handlung aufweist, wird bei Fortsetzungsserien wie „Wishlist“ die Handlung episodенübergreifend fortgesetzt. Anschließend werden dramaturgische Strategien, mit denen Serien ihr Publikum zum erneuten „Einschalten“ bewegen, exemplarisch erarbeitet. „Wishlist“ benutzt eine für Fortsetzungsserien typische Cliffhanger-Dramaturgie, bei der sich am Ende jeder Episode eine unerwartete Wendung ereignet, die neugierig auf den weiteren Handlungsverlauf macht. Auch am Anfang der Serie wird durch einen dramaturgischen Kunstgriff Spannung aufgebaut: Indem eine Szene vorweggenommen wird, die in der Chronologie der Ereignisse erst später folgt, wird eine zukünftige Notlage der Protagonistin angedeutet (Vorausblende). Um mehr über deren genaues Zustandekommen zu erfahren, muss das Publikum „dran bleiben“.

Der zweite Block der Aufgabe thematisiert zwei Aspekte, mit denen „Wishlist“ ein junges, medienaffines Publikum anzusprechen versucht: eine jugendlich wirkende Ästhetik sowie plattformübergreifende (Partizipations-)Angebote, die über das bloße Schauen der Serie hinausgehen. Durch unterschiedliche Beobachtungsaufträge angeleitet, arbeiten die Schülerinnen und Schüler zunächst auffällige Elemente der filmischen Gestaltung einer Sequenz heraus. Dazu gehören ein sehr präsenter Soundtrack, dessen atmosphärische Wirkung teilweise durch Zeitlupen noch verstärkt wird, und ein effektreicher Einsatz des Schnitts. Die/der Lehrende kann hier den Fachbegriff „match cut“ (<http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=1817>) einführen. Auffällig ist außerdem, dass die Protagonistin Mira, die im Voice Over die Geschichte erzählt, mehrfach frontal in die Kamera blickt und das Publikum dabei ein Mal auch direkt adressiert.

ARBEITSBLATT AUFGABE 2, BLATT 1

Aufgabe 2: Dramaturgie und zielgruppenspezifische Ausrichtung der Webserie Wishlist

Fächer: Deutsch, Kunst ab Klasse 9

„Wishlist“ ist eine deutsche Webserie, die für funk, das Internetangebot von ARD und ZDF, produziert worden ist. Mit Online-Formaten auf verschiedenen Plattformen richtet sich funk an die Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen. Die einzelnen Episoden der 10-teiligen ersten Staffel von „Wishlist“ haben eine Länge von je 15 Minuten und wurden von Oktober bis Dezember 2016 im Wochentakt auf YouTube veröffentlicht.

Nach Sichtung der ersten drei Folgen oder optional der ersten Staffel von Wishlist:

a) Schaut euch die folgenden Definitionen verschiedener Serienformate an und fasst die Unterschiede in eigenen Worten zusammen. Dabei könnt ihr Beispiele von Serien einbeziehen, die ihr kennt. Ordnet anschließend Wishlist einem der beiden Formate zu und begründet eure Entscheidung.

„In der Episodenserie erlebt ein fester Hauptcast (inkl. wichtiger Nebenfiguren [...]) in jeder Folge ein neues Abenteuer, ist am Ende aber wieder dort, wo er begonnen hat. [...] Kennzeichnend für eine Episodenserie im engeren Sinne ist, dass kaum Entwicklung stattfindet (weder der Charaktere noch der Erzählung), so dass die Folgen in beliebiger Reihenfolge ausgestrahlt (und rezipiert) werden können [...]. Eine idealtypische Episodenserie ist auch The Simpsons: Egal, was Homer Simpson in einer Folge zustößt (er wird entlassen, fett, radioaktiv verstrahlt etc.), in der nächsten ist er wieder ganz der Alte.“, S. 21

„Fortsetzungsserien zeichnen sich im Gegensatz zu episodischen Formaten durch offene, potenziell endlose Geschichten aus, die in die Zukunft gerichtet sind und die die einzelnen Episoden transzendieren [...]. Die einzelnen Folgen ähneln damit Kapiteln in einem Roman [...]. Diese [...] Erzählform erhöht Spannung und Publikumsbindung [...].“, S. 22

(Quelle: Daniela Schlütz: *Quality-TV als Unterhaltungssphänomen: Entwicklung, Charakteristika, Nutzung und Rezeption von Fernsehserien wie The Sopranos, The Wire oder Breaking Bad*)

b) Findet euch in Kleingruppen zusammen und tauscht euch aus, an welche Enden einzelner Episoden von Wishlist ihr euch erinnern könnt. Beschreibt für bis zu drei Episoden so genau wie möglich, welche Wirkung das jeweilige Ende hat und welchen Zweck die Filmemacher damit verfolgen.

ARBEITSBLATT AUFGABE 2, BLATT 2

c) Recherchiert anschließend im Internet den Begriff „Cliffhanger“ und seine Funktion im seriellen Erzählen. Ihr könnt zum Beispiel den folgenden Eintrag nutzen.

d) Setzt eure Ergebnisse aus b) und c) in Beziehung zueinander und bereitet eine strukturierte Präsentation vor.

e) Der folgende Ausschnitt zeigt den Anfang der ersten Folge. Wie wird hier dramaturgisch vorgegangen und was soll damit wohl erreicht werden?

Folge 1 (00:00:00–00:03:00)

f) Schaut euch nun noch einmal einen längeren Teil der ersten Folge an. Teilt euch in drei Gruppen auf und achtet dabei auf Besonderheiten in der filmischen Gestaltung hinsichtlich folgender Aspekte:

Gruppe 1: Musik

Gruppe 2: Schnitt

Gruppe 3: Erzählperspektive

Ihr könnt euch den Ausschnitt dazu auch mehrfach anschauen.

Folge 1 (00:00:52–00:04:31)

g) Tragt eure Beobachtungen im Plenum zusammen und beschreibt, welche Wirkung jeweils entsteht. Wie würdet ihr die verwendete filmästhetische Mittel insgesamt charakterisieren?

h) Diskutiert im Anschluss, ob ihr euch als Zielgruppe der Serie von ihrer Ästhetik und Erzählweise angesprochen fühlt.

ARBEITSBLATT AUFGABE 3 FÜR LEHRENDE

Aufgabe 3: Die Repräsentation digitaler Mediennutzung in „Noah“

Fach: Englisch ab Oberstufe

Didaktisch-methodischer Kommentar:

Mittels eines besonderen formalen Konzepts stellt der 18-minütige Kurzfilm „Noah“ die zentrale Bedeutung heraus, die den digitalen Medien in der alltäglichen Kommunikation zwischen Jugendlichen zukommt: Die gesamte Filmhandlung spielt sich ausschließlich auf einem Computer- bzw. Smartphone-Bildschirm ab.

Vor der Filmsichtung lernen die Schülerinnen und Schüler den kritisch diskutierten Begriff „Digital Natives“ kennen und stellen einen Bezug zu der Rolle von digitalen Medien in ihrem eigenen Alltag her. Nach der Filmsichtung nähern sie sich der Thematik und Machart des Films mittels der Methode des Blitzlichts an (www.kinofenster.de/lehrmaterial/methoden/blitzlicht/). Anschließend erarbeiten und vergleichen sie verschiedene Möglichkeiten, den Film möglichst treffend in einem Satz zu beschreiben. Dabei lässt die Aufgabenstellung bewusst offen, ob dies durch eine Zusammenfassung des Plots, eine Interpretation der filmischen Darstellung oder eine Beschreibung der Filmästhetik zu erreichen ist. Der Protagonist des Films dient als Einstieg in eine genauere Analyse des Films.

Bei einer zweiten Sichtung des Films achten die Schülerinnen und Schüler jeweils auf eines der filmischen Gestaltungsmittel Kamera, Schnitt oder Musik. Die besondere Machart von „Noah“ führt dazu, dass zwar de facto keine Kamerabewegung stattfindet (die Kadrange deckt sich immer mit dem Computerbildschirm), die Blicklenkung des Zuschauenden erfolgt jedoch durch Zooms und Reißschwenks innerhalb des Computerbildschirms, die sich nach Noahs Aufmerksamkeit richten. Schnitte finden lediglich beim Wechsel zwischen Computer- und Smartphone-Bildschirm statt und markieren gleichzeitig zeitliche Sprünge. Die Musik, die zu hören ist, ist von Noah selbst ausgewählt und spiegelt seine Emotionen. Die Lehrkraft kann hier den Begriff der diegetischen Musik einführen (filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=1435).

Am Ende der Aufgabe steht ein Vergleich des Kurzfilms mit einem Werbeclip von Google, der mit der gleichen ästhetischen Strategie arbeitet.

ARBEITSBLATT AUFGABE 3, BLATT 1

Aufgabe 3: Die Repräsentation digitaler Mediennutzung in „Noah“

Fach: Englisch ab Oberstufe

„Noah“ ist ein kanadischer Kurzfilm von Walter Woodman und Patrick Cederberg. Der Film ist 2013 als Hochschulprojekt entstanden und löste ein großes mediales Echo aus, nachdem er beim Toronto International Film Festival seine Premiere gefeiert hatte.

Vor der Filmsichtung:

- a) Sammelt im Plenum, was ihr über den Begriff *Digital Natives* wisst oder was damit gemeint sein könnte.
- b) Recherchiert anschließend im Internet, wofür der Begriff verwendet wird. Stellt eure Ergebnisse im Plenum vor und besprecht, ob ihr euch selbst der Kategorie Digital Natives zuordnen würdet.

Nach der Filmsichtung:

- c) Tauscht euch in einer kurzen Blitzlicht-Runde über eure ersten Eindrücke zum Film aus. Dabei könnt ihr Gedanken zur Machart, zum Inhalt oder zur Wirkung des Films äußern.
- d) Versucht den Film möglichst treffend in einem Satz zu beschreiben. Stellt eure Entwürfe einander im Plenum vor und entscheidet gemeinsam, welchen Satz ihr am passendsten findet.
- e) Was ist ungewöhnlich daran, wie wir den Protagonisten des Films kennenlernen? Benennt, welche Informationen wir über ihn erhalten und wie diese Informationen jeweils vermittelt werden. Berücksichtigt dabei auch seine Gedanken und Emotionen.
- f) Beschreibt, wie Noahs Mediennutzung im Film charakterisiert wird. Welches Bild von sozialen Beziehungen im Zeitalter digitaler Medien zeichnet der Film?
- g) Diskutiert im Plenum, inwiefern sich Noah als Digital Native einordnen lässt. Erscheint euch diese Darstellung als Porträt eines Stellvertreters eurer Generation realistisch?
- h) Untersucht, welche Konsequenzen die besondere Machart von Noah auf die filmischen Gestaltungsmittel hat. Teilt euch dazu in Gruppen auf und achtet bei einer zweiten Sichtung des Films auf folgende Aspekte:

Gruppe 1: Musik

Gruppe 2: Montage und zeitlicher Ablauf

Gruppe 3: Kamerabewegung

ARBEITSBLATT AUFGABE 3, BLATT 2

i) Je zwei oder drei Schülerinnen und Schüler aus einer Gruppe tauschen sich im Anschluss an die Sichtung über ihre Beobachtungen aus. Präsentiert eure Ergebnisse einander anschließend im Plenum und kommt zu einer Schlussfolgerung darüber, warum die Filmemacher sich für die spezielle Form des Films entschieden haben könnten.

Optional:

j) Schaut euch den folgenden Clip an und fasst in einem Satz zusammen, welchen Plot er erzählt. Vergleicht ihn mit „Noah“: Was haben beide gemeinsam, worin unterscheiden sie sich? Geht dabei auch auf die Funktion des Clips und seine Aussage-Intention ein.

ARBEITSBLATT AUFGABE 4 FÜR LEHRENDE

Grundlagen der Dramaturgie

Fächer: Deutsch, Kunst, Darstellendes Spiel ab Klasse 9

Didaktisch-methodischer Kommentar:

Die Macher der Webserie „Wishlist“ geben im Gespräch mit der Süddeutschen Zeitung an, die erste Staffel am Küchentisch entworfen zu haben (vgl. www.sueddeutsche.de/medien/wishlist-app-ins-verderben-1.3685288). In der Tat kann eine Dramaturgie in der Küche oder auch im Kinderzimmer entstehen. Die Schülerinnen und Schüler setzen sich in dieser filmpraktischen Aufgabe in Gruppenarbeit mit den Grundfragen der Dramaturgie auseinander, vertiefen Figurenarbeit und realisieren die Planung einer Szene mit Hilfe eines Smartphones. Neben dem praktischen Aspekt werden Fachbegriffe wie Figur, Dramaturgie, Konflikt, Situation und Szene gefestigt.

Die Unterrichtseinheit wird in folgende Phasen unterteilt:

- In Einzel- oder Partnerarbeit widmen sich die Schülerinnen und Schüler der Stofffindung. Sie notieren eine Situation. Die auf dem Arbeitsblatt enthaltenen fünf dramaturgischen Schritte füllen sie aus und übergeben diese der/dem Lehrenden. Somit kann sichergestellt werden, dass die Schülerinnen und Schüler mit einem dem Unterricht angemessenen dramaturgischen Stoff arbeiten. Anschließend erhalten Sie die Blätter zurück. Die/der Lehrende bildet nun Kleingruppen.
- In den Kleingruppen stellen die Schülerinnen und Schüler ihre Stoffe vor und entscheiden sich dann, an einem Stoff weiterzuarbeiten. -> Hinweis: Die/der Lehrende überprüft, dass alle Schülerinnen und Schüler innerhalb der Gruppe eine Aufgabe haben (Darstellung, Kamera), gegebenenfalls muss die Gruppengröße nachjustiert werden.
- Anschließend erfolgt die Figurenarbeit.
- Im nächsten Schritt legen die Schülerinnen und Schüler das Setting ihrer Szene fest und schreiben einen Dialog. (www.kinofenster.de/lehrmaterial/methoden/innere-monologe-oder-dialoge-schreiben/)
- Danach setzen sie die Szene mit ihrem Smartphone als Plansequenz um. Technisch versierte Schülerinnen und Schüler können auch mit mehreren Einstellungen arbeiten und diese anschließend mithilfe eines Computerprogramms oder einer App schneiden.
- Die Szenen werden anschließend dem Plenum präsentiert, es erfolgt kriterienorientiertes Feedback (beispielsweise Glaubhaftigkeit der Figuren und des Konflikts und Einhalten der Rolle).

ARBEITSBLATT AUFGABE 4

Grundlagen der Dramaturgie

Fächer: Deutsch, Kunst, Darstellendes Spiel ab Klasse 9

Die Macher der Webserie Wishlist haben in einem Gespräch mit der Süddeutschen Zeitung angegeben, dass sie die erste Staffel am Küchentisch entworfen haben. Habt ihr auch eine spannende Idee für eine szenische Situation?

- a) Notiert diese auf dem folgenden Arbeitsblatt.
- b) Gebt die ausgefüllten Arbeitsblätter eurer Lehrerin/eurem Lehrer. Anschließend werdet ihr in Kleingruppen eingeteilt.
- c) In den Gruppen stellt ihr euch die ausgedachten Situationen auf dem Arbeitsblatt vor. Wählt anschließend eine Situation, die ihr als Szene verfilmen wollt.
- d) Damit eure Szene besonders gut wird, sollten die Figuren glaubwürdig sein. Wichtig ist, dass ihr als Autor/-in und Filmemacher/-in mehr über eure Figuren wisst, als in der Szene zu sehen ist.
Beantwortet für jede Figur folgende Fragen:
 - Wer bin ich?
 - Wo bin ich?
 - Woher komme ich?
 - Was mache ich?
 - Wohin gehe ich?
- e) Schreibt nun den Dialog der Figuren.
- f) Dreht die Szene mit dem Smartphone. Falls ihr euch mit einem Schnittprogramm auskennt, könnt ihr mit mehreren Einstellungen arbeiten.
- g) Stellt euch eure Szenen vor. Die nicht beteiligten Schülerinnen und Schüler geben den einzelnen Gruppen Feedback. Achtet arbeitsteilig darauf, welcher Konflikt dargestellt wird, welche Figuren in der Szene beteiligt und wie glaubwürdig diese sind. Haben eure Mitschüler/-innen stets ihre Rollen eingehalten?

ARBEITSBLATT AUFGABE 5 FÜR LEHRENDE

Aufgabe 5: Reflektion des Medienverhaltens

Fächer: Deutsch, Sachkunde ab Klasse 4

Didaktisch-methodischer Kommentar:

Ziel der Stunde ist der Zuwachs der Reflektionskompetenz hinsichtlich des Medienverhaltens der Schülerinnen und Schüler (vgl. Kultusministerkonferenz „Bildung in der digitalen Welt“, www.kmk.org/aktuelles/artikelansicht/strategie-bildung-in-der-digitalen-welt.html).

Die Stunde schult ebenfalls den Kompetenzbereich Sprechen und Zuhören. Um bestehende Vorkenntnisse zu aktivieren und zu ergänzen wird im gemeinsamen Gespräch der Begriff „Medien“ besprochen. Als Leitfragen dienen beispielsweise: Was bedeutet der Begriff? Wozu benutzen Menschen Medien? Welche Medien sind bereits bekannt?

Die Erklärungen der Schülerinnen und Schüler werden gegebenenfalls von der Lehrkraft ergänzt und nochmals leicht verständlich für alle zusammengefasst. Anschließend nennen die Schülerinnen und Schüler nacheinander Medien, die sie selbst nutzen. Um einen Überblick über unterschiedliche Medien zu erhalten, notieren die Schülerinnen und Schüler in Partnerarbeit auf Post-It Zetteln je ein von ihnen besonders häufig genutztes Medium.

Anschließend unterteilt die Lehrkraft die Tafel oder das Whiteboard in zwei Hälften, eine für analoge und digitale Medien und die Post-It Zettel werden von den Schülerinnen und Schülern zugeordnet. Die Bedeutung der Begriffe „digital“ und „analog“ sollte die/der Lehrende zuvor an die Lerngruppe angepasst erklären.

Gegebenenfalls sollte die/der Lehrende mit den Schülerinnen und Schülern Medien ergänzen, falls es zu einer Akkumulation von Begriffen wie Smartphone oder Spielkonsole kommt.

In einem nächsten Schritt soll berechnet werden, mit welchem Medium die Schülerinnen und Schüler die meiste Zeit verbringen, um eine Reflektion der eigenen Mediennutzung anzustoßen.

Mithilfe des Kreuzworträtsels können die Fachbegriffe der Mediennutzung gefestigt werden.

ARBEITSBLATT AUFGABE 5, BLATT 1

Aufgabe 5: Reflektion des Medienverhaltens**Fächer: Deutsch, Sachkunde ab Klasse 4**

- a) Wann spricht man von Medien? Besprecht im Sitzkreis gemeinsam, was der Begriff bedeutet und welche Medien es gibt.
- b) Bildet Zweiergruppen und notiert auf unterschiedlichen Post-It Zetteln je ein Medium, das ihr nutzt. Schreibt darunter die Zeit, die ihr pro Tag oder in der Woche diesem Medium widmet.
- c) Eure Lehrerin/euer Lehrer hat gerade mit euch über den Unterschied zwischen analogen und digitalen Medien gesprochen. Ordnet nacheinander eure Post-It-Zettel den analogen oder den digitalen Medien an der Tafel zu.
- d) Berechnet anschließend, wie viel Zeit ihr pro Woche mit jeweils analogen und digitalen Medien verbringt. Vergleicht eure Ergebnisse miteinander. Mit welchen Medien würdet ihr gern mehr oder weniger Zeit verbringen. Begründet eure Meinung.

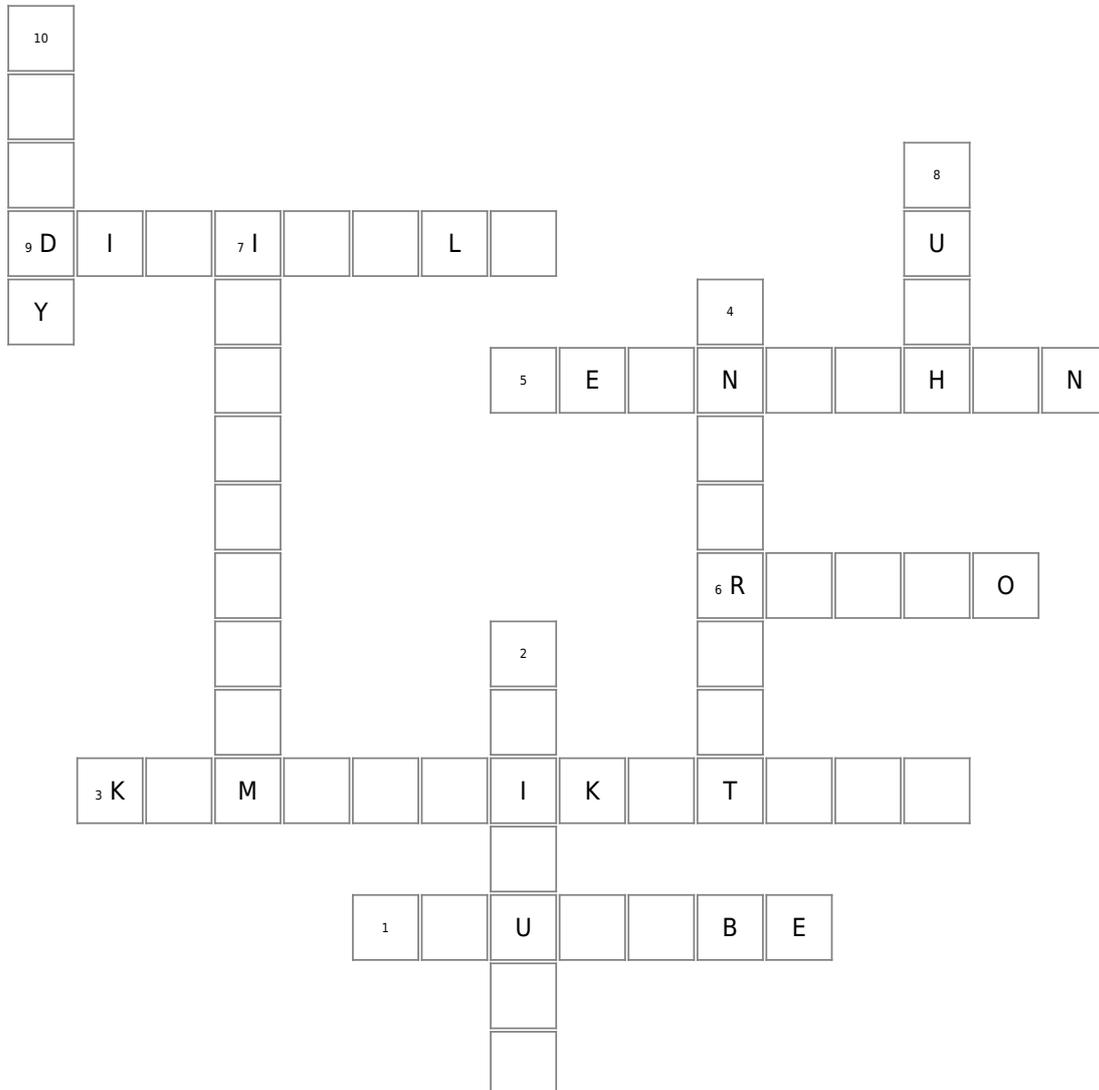
Optional:

- e) Löst das Kreuzworträtsel zum Thema Mediennutzung. Es befindet sich auf Blatt 2-

*Autor/in: Sarina Lacaf, freie Redakteurin und Filmvermittlerin (Aufgaben 1-3);
Ronald Ehlert-Klein, Theater- und Filmwissenschaftler, Pädagoge und kinofenster.
de-Redakteur (Aufgabe 4), Hanna Falkenstein, Kulturwissenschaftlerin und
Autorin von pädagogischen Materialien (Aufgabe 5), 18.12.2017*

ARBEITSBLATT AUFGABE 5, BLATT 2

Aufgabe 5: Kreuzworträtsel

**Horizontal →**

- 1: Deine Schwester schaut gerne ... Videos.
- 3: Medien dienen der ...
- 5: Am Sonntag kommt dein Lieblingsfilm im ...
- 6: Im ... läuft gerade dein Lieblingslied.
- 9: Es gibt analoge und ... Medien.

Vertikal ↓

- 2: Morgens liest Onkel Henry gerne ...
- 4: Wo findest du Seiten zu fast jedem Thema?
- 7: Clara postet Fotos ihrer Katze auf ...
- 8: Abends liest du gerne ein spannendes ...
- 10: Womit telefonierst du unterwegs?

GLOSSAR

Drehbuch Ein Drehbuch ist die Vorlage für einen Film und dient als Grundgerüst für die Vorbereitung einer Filmproduktion sowie die Dreharbeiten. Drehbücher zu fiktionalen Filmen gliedern die Handlung in Szenen und erzählen sie durch Dialoge. In Deutschland enthalten Drehbücher üblicherweise keine Regieanweisungen.

Der Aufbau folgt folgendem Muster:

- Jede Szene wird nummeriert. In der Praxis wird dabei auch von einem „Bild“ gesprochen.
- Eine Szenenüberschrift enthält die Angabe, ob es sich um eine Innenaufnahme („Innen“) oder eine Außenaufnahme („Außen“) handelt, benennt den Schauplatz der Szene und die Handlungszeit „Tag“ oder „Nacht“. Exakte Tageszeiten werden nicht unterschieden.
- Handlungsanweisungen beschreiben, welche Handlungen zu sehen sind und was zu hören ist.
- Dialoge geben den Sprechtext wieder. Auf Schauspielanweisungen wird dabei in der Regel verzichtet.

Die Drehbuchentwicklung vollzieht sich in mehreren Phasen: Auf ein Exposé, das die Idee des Films sowie die Handlung in Prosaform auf zwei bis vier Seiten zusammenfasst, folgt ein umfangreicheres Treatment, in dem – noch immer prosaisch – bereits Details ausgearbeitet werden. An dieses schließt sich eine erste Rohfassung des Drehbuchs an, die bis zur Endfassung noch mehrere Male überarbeitet wird.

Einstellungsgrößen In der Filmpraxis haben sich bestimmte Einstellungsgrößen durchgesetzt, die sich an dem im Bild sichtbaren Ausschnitt einer Person orientieren:

- Die **Detailaufnahme** umfasst nur bestimmte Körperteile wie etwa die Augen oder Hände.
- Die **Großaufnahme** (engl.: close up) bildet den Kopf komplett oder leicht angeschnitten ab.
- Die **Naheinstellung** erfasst den Körper bis etwa zur Brust („Passfoto“).
- Der Sonderfall der **Amerikanischen Einstellung**, die erstmals im Western verwendet wurde, zeigt eine Person vom Colt beziehungsweise der Hüfte an aufwärts und ähnelt sehr der Halbnah-Einstellung, in der etwa zwei Drittel des Körpers zu sehen sind.
- Die **Halbtotale** erfasst eine Person komplett in ihrer Umgebung.
- Die **Totale** präsentiert die maximale Bildfläche mit allen agierenden Personen; sie wird häufig als einführende Einstellung (engl.: establishing shot) oder zur Orientierung verwendet.
- Die **Panoramaeinstellung** zeigt eine Landschaft so weiträumig, dass der Mensch darin verschwindend klein ist.

Die meisten Begriffe lassen sich auf Gegenstände übertragen. So spricht man auch von einer Detailaufnahme, wenn etwa von einer Blume nur die Blüte den Bildausschnitt füllt.

Exposition Einführung und Schilderung der Ausgangssituation eines Films. Die Exposition ist ein wichtiger Bestandteil der filmischen Dramaturgie. Ähnlich der Literatur führt sie in Grundstimmung, Handlungsort, -zeit und -situation ein, stellt die Hauptfiguren vor und gibt unter Umständen schon erste Hinweise auf den Ausgang der Handlung. Die gängigste Form ist die deduktive Exposition, die an das Geschehen heranzuführt (zum Beispiel: Stadt, Haus, Protagonist/in) und klassischerweise mit einem Establishing Shot beginnt. Die induktive Exposition beginnt in der Nahbetrachtung von Figuren oder Ereignissen und gibt allgemeine Informationen erst später.

Filmmusik Das Filmerlebnis wird wesentlich von der Filmmusik beeinflusst. Sie kann Stimmungen untermalen (**Illustration**), verdeutlichen (**Polarisierung**) oder im krassen Gegensatz zu den Bildern stehen (**Kontrapunkt**). Eine extreme Form der Illustration ist die Pointierung (auch: **Mickeymousing**), die nur kurze Momente der Handlung mit passenden musikalischen Signalen unterlegt. Musik kann Emotionalität und dramatische Spannung erzeugen, manchmal gar die Verständlichkeit einer Filmhandlung erhöhen. Bei Szenenwechseln, Ellipsen, Parallelmontagen oder Montagesequenzen fungiert die Musik auch als akustische Klammer, in dem sie die Übergänge und Szenenfolgen als zusammengehörig definiert. Man unterscheidet zwei Formen der Filmmusik:

- **Realmusik, On-Musik** oder **Source-Musik**: Die Musik ist Teil der filmischen Realität und hat eine Quelle (Source) in der Handlung (diegetische Musik). Das heißt, die Figuren im Film können die Musik hören..
- **Off-Musik** oder **Score-Musik**: eigens für den Film komponierte oder zusammengestellte Musik, die nicht Teil der Filmhandlung ist und nur vom Kinopublikum wahrgenommen wird (nicht-diegetische Musik).

Genre Der der Literaturwissenschaft entlehnte Begriff wird zur Kategorisierung von Filmen verwendet und bezieht sich auf eingeführte und im Laufe der Zeit gefestigte Erzählmuster, Motive, Handlungsschemata oder zeitliche und räumliche Aspekte. Häufig auftretende Genres sind beispielsweise Komödien, Thriller, Western, Action-, Abenteuer-, Fantasy- oder Science-Fiction-Filme.

Die schematische Zuordnung von Filmen zu festen und bei Filmproduzenten/innen wie beim Filmpublikum bekannten Kategorien wurde bereits ab den 1910er-Jahren zu einem wichtigen Marketinginstrument der Filmindustrie. Zum einen konnten Filme sich bereits in der Produktionsphase an den Erzählmustern und -motiven erfolgreicher Filme anlehnen, und in den Filmstudios entstanden auf bestimmte Genres spezialisierte Abteilungen. Zum anderen konnte durch die Genre-Bezeichnung eine spezifische Erwartungshaltung beim Publikum geweckt werden. Genrekonventionen und -regeln sind nicht unveränderlich, sondern entwickeln sich stetig weiter. Nicht zuletzt der gezielte Bruch der Erwartungshaltungen trägt dazu bei, die üblichen Muster, Stereotype und Klischees deutlich zu machen. Eine eindeutige Zuordnung eines Films zu einem Genre ist meist nicht möglich. In der Regel dominieren Mischformen.

Insert Die Aufnahme eines Gegenstandes, einer Schrifttafel oder eine Texteinblendung wird in den Film hineingeschnitten, um eine dramaturgisch wichtige Information zu vermitteln.

- Zum einen können Inserts Gegenstände zeigen, die Teil der Handlung sind (diegetisch). Groß- oder Detailaufnahmen beispielsweise eines Kalenders, eines Briefs, einer Schlagzeile aus der Zeitung oder einer Uhr weisen explizit auf Informationen hin, die wichtig für das Verständnis des Films sind.
- Zum anderen gibt es Inserts, die kein Teil der Handlung selbst sind (nicht-diegetisch), sondern eine kommentierende, zitierende oder ironisierende Funktion haben, wie Schrifttafeln mit Zeitangaben („Vor zehn Jahren“) oder die typischen Text- oder Bildeinblendungen in den Filmen von Jean-Luc Godard.

Kamerabewegungen

Je nachdem, ob die Kamera an einem Ort bleibt oder sich durch den Raum bewegt, gibt es zwei grundsätzliche Arten von Bewegungen, die in der Praxis häufig miteinander verbunden werden. Kamerabewegungen lenken die Aufmerksamkeit, indem sie den Bildraum verändern. Sie vergrößern oder verkleinern ihn, versetzen Überblick, zeigen Räume und verfolgen Personen oder Objekte. Langsame Bewegungen vermitteln meist Ruhe und erhöhen den Informationsgrad, schnelle Bewegungen wie der Reißschwenk erhöhen die Dynamik. Eine wackelnde Handkamera suggeriert je nach Filmsujet Subjektivität oder (quasi-)dokumentarische Authentizität, während eine wie schwerelos wirkende Kamerafahrt häufig den auktorialen Erzähler imitiert.

Kameraperspektive

Die gängigste Kameraperspektive ist die **Normalsicht**. Die Kamera ist auf gleicher Höhe mit dem Geschehen oder in Augenhöhe der Handlungsfiguren positioniert und entspricht deren normaler perspektivischer Wahrnehmung.

Von einer **Untersicht** spricht man, wenn die Handlung aus einer niedrigen vertikalen Position gefilmt wird. Der Kamerastandpunkt befindet sich unterhalb der Augenhöhe der Akteure/innen. So aufgenommene Objekte und Personen wirken oft mächtig oder gar bedrohlich. Eine extreme Untersicht nennt man **Froschperspektive**. Die **Aufsicht/Obersicht** lässt Personen hingegen oft unbedeutend, klein oder hilflos erscheinen. Hierfür schaut die Kamera von oben auf das Geschehen.

Die **Vogelperspektive** ist eine extreme Aufsicht und kann Personen als einsam darstellen, ermöglicht in erster Linie aber Übersicht und Distanz.

Die **Schrägsicht/gekippte Kamera** evoziert einen irrealen Eindruck und wird häufig in Horrorfilmen eingesetzt oder um das innere Chaos einer Person zu visualisieren.

Licht und Lichtgestaltung

Als Lichtspielkunst ist Film auf Licht angewiesen. Filmmaterial wird belichtet, das Aussehen der dabei entstehenden Aufnahmen ist zum einen geprägt von der Lichtsensibilität des Materials, zum anderen von der Lichtgestaltung am Filmset. Die Herstellung von hochwertigen künstlichen Lichtquellen ist daher seit Anbeginn eng mit der Entwicklung des Films verbunden.

Die Wirkung einer Filmszene ist unter anderem von der Lichtgestaltung abhängig. Man unterscheidet grundsätzlich drei Beleuchtungsstile:

- Der **Normalstil** imitiert die natürlichen Sehgewohnheiten und sorgt für eine ausgewogene Hell-Dunkel-Verteilung.
- Der **Low-Key-Stil** betont die Schattenführung und wirkt span

- nungssteigernd (Kriminal-, Actionfilme). Der Low-Key-Stil wird häufig in actionbetonten Genres eingesetzt (Horror, Mystery, Thriller etc.).
- Der **High-Key-Stil** beleuchtet die Szenerie gleichmäßig bis übermäßig und kann eine optimistische Grundstimmung verstärken (Komödie) oder den irrealen Charakter einer Szene hervorheben.

Von Bedeutung ist zudem die Wahl der **Lichtfarbe**, also der Eigenfarbe des von Lampen abgestrahlten Lichts. Sie beeinflusst die Farbwahrnehmung und bestimmt, ob eine Farbe beispielsweise kalt oder warm wirkt.

Bei einem Studiodreh ist **künstliche Beleuchtung** unverzichtbar. Aber auch bei Dreharbeiten im Freien wird **natürliches Licht** (Sonnenlicht) nur selten als alleinige Lichtquelle eingesetzt. Der Verzicht auf Kunstlicht, wie in den Filmen der Dogma-Bewegung, stellt ein auffälliges Stilmittel dar, indem ein realitätsnaher, quasi-dokumentarischer Eindruck entsteht.

Montage

Mit Schnitt oder Montage bezeichnet man die nach narrativen Gesichtspunkten und filmdramaturgischen Wirkungen ausgerichtete Anordnung und Zusammenstellung der einzelnen Bildelemente eines Filmes von der einzelnen Einstellung bis zur Anordnung der verschiedenen Sequenzen. Die Montage entscheidet maßgeblich über die Wirkung eines Films und bietet theoretisch unendlich viele Möglichkeiten. Mit Hilfe der Montage lassen sich verschiedene Orte und Räume, Zeit- und Handlungsebenen so miteinander verbinden, dass ein kohärenter Gesamteindruck entsteht. Während das klassische Erzählkino (als Continuity-System oder Hollywood-Grammatik bezeichnet) die Übergänge zwischen den Einstellungen sowie den Wechsel von Ort und Zeit möglichst unauffällig gestaltet, versuchen andere Montageformen, den synthetischen Charakter des Films zu betonen. Als „Innere Montage“ wird ein filmisches Darstellungsmittel bezeichnet, in dem Objekte oder Figuren in einer einzigen durchgehenden Einstellung, ohne Schnitt, zueinander in Beziehung gesetzt werden.

Szene

Szene wird ein Teil eines Films genannt, der sich durch die Einheit von Ort und Zeit auszeichnet und ein Handlungssegment aus einer oder mehreren Kameraeinstellungen zeigt. Szenenanfänge oder -enden sind oft durch das Auf- oder Abtreten bestimmter Figuren(gruppen) oder den Wechsel des Schauplatzes gekennzeichnet. Dramaturgisch werden Szenen bereits im Drehbuch kenntlich gemacht. Im Gegensatz zu einer Szene umfasst eine Sequenz meist eine Abfolge von Szenen, die durch die Montage verbunden und inhaltlich zu einem Handlungsverlauf zusammengefasst werden können sowie nicht auf einen Ort oder eine Zeit beschränkt sind.

Tongestaltung/Sound Design

Die Tongestaltung, das so genannte Sound Design, bezeichnet einen Arbeitsschritt während der Postproduktion eines Films und umfasst die kreative Herstellung, Bearbeitung oder Mischung von Geräuschen und Toneffekten. Die Tonebene eines Films hat dabei die Aufgabe:

- zu einer realistischen Wahrnehmung durch so genannte Atmos beizutragen,
- die filmische Realität zu verstärken oder zu überhöhen oder
- Gefühle zu wecken oder als akustisches Symbol Informationen zu

vermitteln und damit die Geschichte zu unterstützen. Töne und Geräusche werden entweder an den Drehorten aufgenommen, künstlich hergestellt oder Geräuscharchiven entnommen. Zu stets wiederkehrenden, augenzwinkernd eingesetzten Sounds zählt zum Beispiel der markante „Wilhelm Scream“.

Trailer Die in der Regel zwischen 30 und 180 Sekunden langen Werbefilme werden im Kino-Vorprogramm eingesetzt, um auf kommende Leinwandereignisse hinzuweisen. Im Unterschied zum deutlich kürzeren und weniger informativen Teaser, locken sie das Publikum mit konkreten Hinweisen zu Handlung, Stars und filmischer Gestaltung ins Kino. Dazu werden Ausschnitte, Texteinblendungen, grafische Elemente, Sprecherstimme (Voice-Over), Musik und Toneffekte verwendet. Trailer sind als Vorschau- bzw. Werbemittel bereits seit den 1910er-Jahren in Gebrauch und bis heute wichtige Elemente der Werbekampagnen von Filmverleihen.

WEITERE INFORMATIONEN & IMPRESSUM

JIM-STUDIE 2017 (PDF)

www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf

BAYERISCHER RUNDFUNK: MEDIENNUTZUNG VON JUGENDLICHEN IN DEUTSCHLAND (PDF)

www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grundddaten_Jugend_Medien.pdf

GOETHE-INSTITUT: DAS SMARTPHONE IST DIE DRITTE HAND

www.goethe.de/de/kul/med/20921936.html

APUZ: KINDER UND JUGENDLICHE IM WEB 2.0 – BEFUNDE, CHANCEN UND RISIKEN

www.bpb.de/apuz/33541/kinder-und-jugendliche-im-web-2-0-befunde-chancen-und-risiken?p=all

APUZ: KINDER UND JUGENDLICHE ZWISCHEN VIRTUALITÄT UND REALITÄT

www.bpb.de/apuz/30970/kinder-und-jugendliche-zwischen-virtualitaet-und-reali-taet

BPB.DE: MEDIEN UND LINKS ZUR ONLINE-KOMPETENZ VON KINDERN

www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/medienpaedagogik/212374/internet-und-kinder

BPB.DE: DOSSIER „COMPUTERSPIELE“

www.bpb.de/gesellschaft/medien/computerspiele/

DIE KOMPLETTE SERIE AUF YOUTUBE (WISHLIST)

www.youtube.com/channel/UCwOvSO2kf7sm_ZQyi6_DL4w

INFORMATIONEN ZUR SERIE AUF FACEBOOK (WISHLIST)

www.facebook.com/WishlistSerie/

INFORMATIONEN ZUR SERIE VOM ÖFFENTLICH-RECHTLICHEN ONLINE-ANGEBOT FUNK (WISHLIST)

presse.funk.net/format/wishlist/

ZDF.DE: WAS IST FUNK?

www.zdf.de/sender/funk/funk-100.html

WEBSITE VON PROF. STEFAN AUFENANGER

aufenanger.de/

BPB.DE: DIGITALE BILDUNG – MEDIENPÄDAGOGIK

www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/medienpaedagogik/

BPB-FILMHEFT ZU „BEN X“ (PDF)

www.bpb.de/shop/lernen/filmhefte/33997/ben-x

BPB.DE: STUDIENCHECK: JUNG, VERNETZT, AUF TEILEN EINGESTELLT?

www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/werkstatt/208506/studiencheck-jung-ver-netzt-auf-teilen-eingestellt

VIDEO-ESSAY AUF YOUTUBE: TEXTING AND THE INTERNET IN FILM (ENGLISCH)
www.youtube.com/watch?v=uFfq2zblGXw

Mehr zum Thema auf kinofenster.de

LIFE IN A DAY - EIN TAG AUF UNSERER ERDE (FILMBESPRECHUNG VOM 23.05.2011)
www.kinofenster.de/film-des-monats/archiv-film-des-monats/kf1106/life-in-a-day-film/

YOUTUBE & CO - VIDEOPORTALE UND IHRE GESELLSCHAFTLICHE BEDEUTUNG (HINTERGRUNDARTIKEL VOM 23.05.2011)
www.kinofenster.de/film-des-monats/archiv-film-des-monats/kf1106/youtube-und-co-videoportale-und-ihre-gesellschaftliche-bedeutung/

INFOTAINMENT? MEINUNGSMACHE? BILDUNG? – POLITISCHE WEBVIDEOFORMATE AUF YOUTUBE (HINTERGRUNDARTIKEL VOM 13.07.2017)
www.kinofenster.de/themen-dossiers/dossier-film-politik-wahlkampf/dossier-film-politik-wahlkampf-hg2-youtube-politik/

THE CIRCLE (FILMBESPRECHUNG VOM 07.09.2017)
www.kinofenster.de/filme/filmarchiv/the-circle-nik/

TRAUMGESCHÄFT - MARKETINGSTRATEGIEN VON MEDIENKONZERNEN IM KINDER- UND JUGENDSEGMENT (HINTERGRUNDARTIKEL VOM 25.05.2009)
www.kinofenster.de/film-des-monats/archiv-film-des-monats/kf0906/traumgeschaeft-marketingstrategien-von-medienkonzernen-im-kinder-und-jugendsegment/

SUPER 8 (FILMBESPRECHUNG VOM 03.08.2011)
www.kinofenster.de/filme/neuimkino/archiv_neuimkino/super-8-film/

DAS LEBEN, EIN SCHEIN - VIELFALT UND GEFAHREN VIRTUELLER WELTEN (HINTERGRUNDARTIKEL VOM 21.09.2006)
www.kinofenster.de/film-des-monats/archiv-film-des-monats/kf0107_8/das-leben-ein-schein-vielfalt-und-gefahren-virtueller-welten/

„NETZWERKPORTALE SIND FÜR JUGENDLICHE EINE ART INTERAKTIVES POESIE-ALBUM“ (INTERVIEW VOM 23.05.2011)
www.kinofenster.de/film-des-monats/archiv-film-des-monats/kf1106/dagmarhoffmann-kf1105/

#ZEITGEIST (FILMBESPRECHUNG VOM 11.12.2014)
www.kinofenster.de/filme/filmarchiv/zeitgeist-nik-film/

THE SOCIAL NETWORK (FILMBESPRECHUNG VOM 04.10.2010)
www.kinofenster.de/filme/neuimkino/archiv_neuimkino/the_social_network_film/

INFOTAINMENT? MEINUNGSMACHE? BILDUNG? – POLITISCHE WEBVIDEOFORMATE AUF YOUTUBE (HINTERGRUNDARTIKEL VOM 13.07.2017)

www.kinofenster.de/themen-dossiers/dossier-film-politik-wahlkampf/dossier-film-politik-wahlkampf-hg2-youtube-politik/

DIE GROSSE ILLUSION – KINO UND COMPUTER (HINTERGRUNDARTIKEL VOM 21.09.2006)

www.kinofenster.de/film-des-monats/archiv-film-des-monats/kf0107_8/kino-filmgeschichte_die_grosse_illusion_kino_und_computer/

TRON LEGACY (FILMBESPRECHUNG VOM 25.01.2011)

www.kinofenster.de/filme/neuimkino/archiv_neuimkino/tron-legacy-film/

WHO AM I – KEIN SYSTEM IST SICHER (FILMBESPRECHUNG VOM 25.09.2014)

www.kinofenster.de/filme/filmarchiv/who-am-i-vktipp/

OFFLINE – DAS LEBEN IST KEIN BONUSLEVEL (FILMBESPRECHUNG VOM 22.02.2017)

www.kinofenster.de/filme/filmarchiv/offline-das-leben-ist-kein-bonuslevel-nik/

ASSASSIN'S CREED (FILMBESPRECHUNG VOM 26.12.2016)

www.kinofenster.de/filme/filmarchiv/assassins-creed-nik/

Filmpädagogisches Begleitmaterial

VISION KINO: SCHULE IM KINO – PRAXISLEITFADEN FÜR LEHRKRÄFTE

www.visionkino.de/WebObjects/VisionKino.woa/wa/CMSshow/1109855

Impressum

Herausgeber:

Für die Bundeszentrale für politische Bildung/bpb,
Fachbereich Multimedia verantwortlich:

Thorsten Schilling, Katrin Willmann,

Redaktionelle Mitarbeit:

Eva Flügel (Volontärin), Nina Linkel (Volontärin)

Adenauerallee 86, 53115 Bonn,

Tel. 0228 / 99 515 0, info@bpb.de

Autoren/innen: Christian Horn, Ronald Ehlert-Klein, Jan-Philipp Kohlmann, Kirsten Taylor, Natàlia Wiedmann

Unterrichtsvorschläge: und Arbeitsblätter:

Ronald Ehlert-Klein, Hanna Falkenstein, Sarina Lacaf

Redaktion: Ronald Ehlert-Klein, Jan-Philipp Kohlmann, Kirsten Taylor

Basis-Layout: Raufeld Medien GmbH

Layout: Ronald Ehlert-Klein

Bildnachweis: Szenen © funk, ARD und ZDF, Paramount

© Dezember 2017 kinofenster.de