



Co-funded by
the European Union

PROJECT NUMBER: 2022-1-IT03-KA220-YOU-000085031

CEIPES

I&F
Instruction & Formation
LEARNING FOR LIFETIME



Eduact

ÇAMA INSTITUTE
Sănătate, Educație, Cercetare

aspaym
castilla y león





Co-funded by
the European Union



NUMERO PROGETTO: 2022-1-IT03-KA220-YOU-000085031

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.

Indice

Einleitung	4
Methoden zur einbeziehung von jugendlichen	5
Storytelling	6
<i>Einleitung</i>	6
<i>Was ist Storytelling?</i>	6
Storytelling	7
<i>Storytelling als nicht-formale Methode in der Jugendarbeit:</i>	8
<i>Was Sie als Jugendarbeiter:in wissen müssen, um Storytelling als nicht-formale Methode in der Jugendarbeit einzusetzen</i>	11
Filmedrehen	12
<i>Einleitung</i>	12
<i>Was ist Filmemachen?</i>	12
<i>Filmemachen als nicht-formale Methode in der Jugendarbeit</i>	15
<i>Was müssen Sie als Jugendarbeiter:in wissen, um das Filmemachen als nicht-formale Methode zu nutzen?</i>	16
Grafikgestaltung	18
<i>Einleitung</i>	18
<i>Was ist Grafikdesign?</i>	19
<i>Grafikdesign als nicht-formale Methode in der Jugendarbeit</i>	20
<i>Was müssen Sie als Jugendarbeiter:in wissen, um Grafikdesign als nicht-formale Methode einzusetzen?</i>	21
Bewährte verfahren für den einsatz von storytelling, grafikdesign und filmproduktion bei jugendlichen	23
<i>Einleitung - wie man die Synthese der guten Praktiken liest und versteht</i>	23
Bewährte Praktiken des Geschichtenerzählens	24
Bewährte Praktiken der Filmproduktion	39
Bewährte Verfahren für die grafische Gestaltung	40
Workshops - schritt für schritt	42
<i>Werte, auf die in den Workshops abgezielt werden soll - Bürgerschaftliches Engagement und Partizipation von Jugendlichen</i>	42
<i>Workshop zum Geschichtenerzählen</i>	44
<i>Workshops zur Filmproduktion</i>	52
<i>Workshop für Grafikdesign</i>	67
Literaturverzeichnis	76

Einleitung

Youth-REC: Youth Recordings for Educational Campaigns ist ein Projekt, das darauf abzielt, den niedrigen bzw. sinkenden zivilgesellschaftlichen Engagement- und Beteiligungsgraden sowie dem geringen Vertrauen in die demokratischen Strukturen entgegenzuwirken. Mit Hilfe kreativer Mittel des Ausdrucks (kreative Methoden des Geschichtenerzählens, Filmmachens und Grafikdesigns) sollen junge Menschen über Jugendarbeiter:innen dazu animiert werden, ihre Meinungen, Gedanken und Gefühle mit der restlichen Zivilgesellschaft zu teilen und auf Jugendthemen aufmerksam zu machen.

Die Ziele von Youth-REC sind:

Förderung von konstruktiv-kreativer Handlungsfähigkeit und Beteiligung von Jugendlichen

Europäische Jugendliche aus 7 Ländern zusammenbringen, um grenzüberschreitende

Empathie und Solidarität zu fördern

Mehr Aufmerksamkeit für die Belange der

Jugendlichen sowie die Förderung von Nicht-diskriminierung und Gleichstellung

Lancierung und Förderung von Kampagnen, die auf die Probleme der europäischen Jugend aufmerksam machen

Mehr politische Aufmerksamkeit für Jugendthemen

Kompetenzentwicklung von Jugendarbeiter:innen und Jugendorganisationen

Verbesserung der Verbindungen zwischen 7 europäischen Jugendorganisationen

Verbesserung der Qualität und Innovation der

Jugendarbeit über die Partnerorganisationen hinaus

Im Rahmen des Youth-REC-Projekts wird u.a. ein Projekthandbuch entwickelt, das von Jugendarbeiter:innen genutzt werden soll und das die Recherche und Sammlung bewährter Praktiken beinhaltet, die darauf abzielen Jugendliche in ihrem Engagement zu motivieren und zu befähigen. Im Hauptfokus stehen dabei Storytelling, Filmproduktion und Grafikdesign, was den Jugendlichen im Rahmen von Workshops näher gebracht werden soll. Im Rahmen der Workshops werden die Jugendlichen Filme und dazugehörige Poster zu Themen produzieren, die sie und ihre Community betreffen. Am Ende des Projekts werden die Filme und Poster der Jugendlichen auf einer Reihe von Veranstaltungen gezeigt und vorgestellt.

Methoden zur Einbeziehung von Jugendlichen

In diesem Kapitel werden wir uns mit den theoretischen Grundlagen beschäftigen, die den drei Methoden zugrunde liegen, die im Rahmen des Projekts eingesetzt werden, um junge Menschen in die Partizipation und aktive Bürgerschaft einzubinden. Diese Methoden - nämlich Storytelling, Filmproduktion und Grafikdesign - haben sich als wirksame nicht-formale Instrumente in der Jugendarbeit erwiesen. Durch die Erforschung dieser Methoden und ihrer Verbindung zu bürgerschaftlichem Engagement, Partizipation, aktiver Bürgerschaft und Eigeninitiative junger Menschen wollen wir Jugendarbeiter:innen mit wertvollem Wissen und praktischen Tipps ausstatten, um diese kreativen Methoden in ihrer Arbeit umzusetzen.

Jede der drei Methoden wird in einem eigenen Unterkapitel behandelt. Diese Unterkapitel führen in das Thema ein, liefern eine ausführliche Beschreibung der Methode als nicht-formales Instrument der Jugendarbeit und heben ihre Relevanz für die Kernthemen bürgerschaftliches Engagement und Beteiligung bzw. Mitsprache junger Menschen hervor.

In den Unterkapiteln finden Sie Einblicke in die Kraft des Geschichtenerzählens, die Kunst des Filmemachens und die kreative Welt des Grafikdesigns. Diese Methoden sind nicht nur fesselnd und innovativ, sondern bieten jungen Menschen auch einzigartige Möglichkeiten, ihre Ideen auszudrücken, ihre Anliegen zu äußern und dadurch aktiv gesellschaftlich beizutragen. Durch die Integration dieser Methoden in die Jugendarbeit können wir junge Menschen in die Lage versetzen, selbst zu Akteur:innen des Wandels zu werden und ein Gefühl der Eigenverantwortung in ihren Gemeinschaften zu fördern.

Im Weiteren finden Sie praktische Tipps und Empfehlungen, die speziell auf Jugendarbeiter:innen zugeschnitten sind. Das soll Ihnen helfen, die Methoden des Geschichtenerzählens, des Filmemachens und des Grafikdesigns in Ihrer Arbeit mit jungen Menschen effektiv zu nutzen. Unabhängig davon, ob Sie erfahren oder ein Neuling auf dem Gebiet der Jugendarbeit sind, bietet Ihnen dieses Kapitel eine solide theoretische Grundlage und praktische Anleitungen zur erfolgreichen Umsetzung dieser Methoden.

Lassen Sie uns also gemeinsam auf diese Reise gehen, während wir den theoretischen Rahmen erkunden. Wenn Sie die zugrunde liegenden Prinzipien und ihre Verbindung zu den Schlüsselthemen verstehen, werden Sie wertvolle Einblicke gewinnen, um junge Menschen in Mitspracheprozesse einzubinden und ihre Möglichkeiten für Initiative und Beteiligung zu fördern. Machen Sie sich bereit, das Potenzial des Geschichtenerzählens, des Filmemachens und des Grafikdesigns als mächtige Werkzeuge für positive Veränderungen und die Stärkung der Jugend zu nutzen!

Storytelling

Einleitung

In diesem Kapitel befassen wir uns mit dem Thema des Storytellings und seiner Beziehung zu Jugendlichen und ihrem gesellschaftlichen Engagement. Was genau ist es und wie können wir es nutzen, um jungen Menschen bestimmte wichtige Werte zu vermitteln und zu fördern?

Wir werden prüfen, wie man das Geschichtenerzählen am besten als Brücke zur Stärkung der Jugend nutzen kann und wie Fantasie, Vorstellungskraft und Kreativität durch das Handeln und die Motivation junger Menschen die Gesellschaft im Allgemeinen verbessern können.

Angesichts des allgemeinen Rückgangs des politischen und demokratischen Engagements junger Menschen, kann das Erzählen von Geschichten eine Möglichkeit sein, die soziale Teilhabe zu fördern und denjenigen eine Stimme zurückzugeben, die sie am meisten brauchen. Das ist insbesondere nach der Pandemie von Relevanz, in der sich viele junge Menschen isoliert und zurückgelassen fühlen.

Was ist Storytelling?

Storytelling ist die Fähigkeit, junge Menschen durch die Kunst des Erzählens einer Geschichte zu begeistern, zu inspirieren und zu animieren. Es ist ein Prozess, bei dem wir die Vorstellungskraft nutzen, um die Kreativität eines jungen Menschen anzuregen, und auch verschiedene Lebenskonzepte und Werte durch eine fiktive Geschichte näher zu bringen. Außerdem helfen die in den Geschichten vorkommenden Figuren dabei, eine Vielzahl von Emotionen oder Problemen, die die Jugendlichen erleben, zu verkörpern und in einen Kontext zu stellen.

Das Konzept des Storytellings besteht darin, durch das Erzählen einer Geschichte zu inspirieren oder zu unterhalten, die Fantasie junger Menschen anzuregen, damit sie sich eine bessere Welt vorstellen oder Probleme in ihrem eigenen Leben durch Kreativität und Farbe besser bewältigen können. Es ist auch

wichtig, dass junge Menschen dazu angeregt werden, selbst Geschichten zu erzählen, und dass durch diesen kreativen Ausdruck ihre Wünsche, Sorgen, Meinungen und Erfahrungen geteilt bzw. gesehen werden.

Die Hauptidee besteht darin, die Kraft des Erzählens einer (oft fiktiven) Geschichte zu nutzen, um die Jugend von heute zu ermutigen, ihre eigenen Geschichten zu erzählen, ihre eigene Meinung zu vertreten und als würdig anzusehen. Dies geschieht durch die Handlung der Geschichte, in der wir die Kämpfe sehen, die die Hauptfiguren durchmachen.

Die folgenden Elemente werden von Autor:innen in der Welt des Storytellings als entscheidend angesehen, wenn die Botschaft der Geschichte Bedeutung und eine nachhaltige Wirkung haben soll.

Glaubwürdig – Könnten Elemente der Geschichte in Wirklichkeit passieren (z.B. die Handlung oder die Themen und Probleme, mit denen die Hauptfiguren konfrontiert sind)?

Einprägsam - Handelt es sich um etwas, an das sich (junge) Menschen auch langfristig nach Abschluss der Geschichte erinnern können?

Unterhaltsam - Werden die Jugendlichen durch das, was sie hören oder lesen, unterhalten? Wenn nicht, lässt die Aufmerksamkeit nach und der Wert der Geschichte geht verloren. Unterhaltung ist natürlich subjektiv, aber trotzdem sollte besondere Aufmerksamkeit darauf gelegt werden, dass die Geschichte sich durch Aspekte wie Humor, Spannung oder interessanten Handlungen und Figuren auszeichnet.

Nachvollziehbar - Können junge Menschen einen Bezug zu den Geschehnissen in der Geschichte herstellen, ist es etwas, das in ihrem eigenen Leben passiert oder mit dem sie Erfahrung haben?

Geschichten helfen, abstrakte Konzepte zu festigen und komplexe Botschaften zu vereinfachen

(Hubspot, 2022)

Storytelling

Geschichten sollten einfach und leicht zu verstehen sein. Wenn sie zu komplex sind, wird ihre Botschaft missverstanden oder geht verloren, und die Geschichte wird nutzlos, da sie ihr Zielpublikum nicht erreicht.

Es ist bekannt, dass jede Erzählung fünf verschiedene Phasen hat. Eine wirksame Geschichte berührt jeden dieser Schritte und folgt im Allgemeinen der gleichen Reihenfolge.

Exposition: Hier werden die Leser:innen in die Geschichte eingeführt. Die Erläuterung enthält Einzelheiten über die Hauptfiguren, den Ort, an dem die Geschichte spielt, und die Umstände oder den Zeitraum, in dem die Handlung spielt.

Steigende Handlung: Dies ist der Zeitpunkt, an dem eine Art von Konflikt beginnt und die Geschichte in Bewegung bringt. Die Leser:innen bekommen ein Gefühl dafür, was der Kern der Geschichte ist.

Höhepunkt: Dies ist der Teil der Geschichte mit dem höchsten Konfliktniveau. Er ermutigt die Hauptfigur(en), sich mit einer Frage oder einem Problem auseinanderzusetzen, und zwingt sie dazu, sich der Wahrheit zu stellen oder eine schwierige Entscheidung zu treffen. Abfallende Handlung: Dies ist das direkte Ergebnis der Entscheidung der Hauptfigur(en) und der Konflikt weicht einer Lösung. Lose Enden werden bereinigt und die Spannung nimmt ab.

Auflösung: Wie endet die Geschichte - glücklich oder traurig? Das bleibt den Autor:innen überlassen!

Sobald wir wissen, wie wir eine Geschichte erzählen können, müssen wir uns Gedanken über unser Zielpublikum machen: Wer hört unsere Geschichte und welche Botschaften wollen wir vermitteln? Wenn unsere Geschichte nicht für eine bestimmte Gruppe von Menschen geeignet ist, wird sie weit weniger Wirkung zeigen als eine, die es ist. Mit diesen Hinweisen, die sich auch auf das Schreiben einer Geschichte anwenden lassen, können wir sicherstellen, dass unsere Bemühungen, mit der jüngeren Generation zu kommunizieren, mehr Erfolg haben.

- Kennen Sie Ihr Publikum - wer hört die Geschichte? Ist sie für das Publikum geeignet, damit sie gut ankommt? Die richtige Ge-

schichte für die richtige Zielgruppe sorgt für eine positive Reaktion und einen größeren Mehrwert.

- Definieren Sie Ihre Botschaft oder Moral - was wollen Sie den Jugendlichen vermitteln? Wenn sie zum Beispiel benachteiligt sind, sollten Sie vielleicht Geschichten von Personen erzählen, die sich aus problematischen Situationen befreit und ihr Leben verbessert haben. Wenn Sie versuchen, sie zu ermutigen, ihre Fähigkeiten und Talente zu nutzen, um sich um die Welt um sie herum zu kümmern oder sie zu verbessern, dann könnten vielleicht Geschichten erzählt werden, in denen der Protagonist inspiriert wird oder die Initiative ergreift, um einen positiven Einfluss auf die Umwelt auszuüben.

- Um welche Art von Geschichte handelt es sich? Welche Gefühle sollen angesprochen werden? - Alle Geschichten sind unterschiedlich und lösen unterschiedliche Gefühle und Emotionen aus. Überlegen Sie sich, was die Zielgruppe fühlen soll und was sie zu persönlicher Größe inspirieren wird. Dies könnte durch die Werte einer Geschichte vermittelt werden oder dadurch, wie sie Gemeinschaften und Gruppen unter einem gemeinsamen Banner zusammenbringt. Wenn Sie beispielsweise das Mitgefühl fördern wollen, könnte eine Geschichte erzählt werden, in deren Mittelpunkt eine Figur steht, die vom Pech verfolgt wird oder ein trauriges Ereignis erlebt.

- Legen Sie einen "Call-to-Action" fest - was soll das Resultat der Erzählung sein? Zu welchen Aktionen und Handlungen soll sie animieren?

Storytelling

Storytelling als nicht-formale Methode in der Jugendarbeit:

In diesem Abschnitt werden wir die ideale Art und Weise der Durchführung einer Erzählstunde (Setting und Reflexion) erörtern, bevor wir auf die Gründe eingehen, warum Storytelling für Jugendliche so vorteilhaft ist und wie Storytelling ein kreativer Weg für ein besseres Leben sein kann, nicht nur für die Jugendlichen, sondern auch für ihre Gemeinschaften und ihre Zukunft.

Der Ort, an dem das Geschichtenerzählen stattfindet, kann in einer entspannten und informellen Umgebung sein. Es ist nicht erforderlich, dass es in einer bestimmten Umgebung stattfindet, wie z. B. in einem Klassenzimmer oder einem Studiensaal. Der Ort sollte dazu beitragen, dass sich die Jugendlichen wohlfühlen. Es handelt sich um einen kreativen und intimen Prozess (vor allem, wenn die Jugendlichen selbst zu Geschichtenerzähler:innen werden), und der Rahmen sollte dies widerspiegeln. Manchen Jugendlichen ist es peinlich, ihre Geschichten zu erzählen, daher ist ein Ort, der Privatsphäre bietet, ebenfalls willkommen.

Einige Vorschläge für den Schauplatz der Erzählung sind,

- Bequeme Sitzgelegenheiten sind wichtig, um die Aufmerksamkeit der Kinder und Jugendlichen zu erhalten. Wenn die Stühle unbequem sind, ist es weniger wahrscheinlich, dass sie sich auf das konzentrieren, was gesagt und erzählt wird.
- Der Ort sollte warm und einladend sein, damit sie sich entspannen und auf den Prozess einlassen können.
- Die Sitzplätze können in einem Kreis angeordnet werden, so dass alle gleichberechtigt sind und niemand "der Chef am Tisch" ist. Couches oder Sitzsäcke können verwendet werden, um den Komfort zu verbessern und die informelle Atmosphäre zu verstärken.
- Eine ruhige Umgebung ist oft von Vorteil, da sich die Teilnehmer:innen so auf die Geschichte konzentrieren können. Wenn das Wetter gut ist, kann eine Sitzung im Freien auch zu einer entspannteren und kreativeren Stimmung führen.
- Bei Improvisationstechniken, bei denen Geschichten unterwegs erzählt oder "gespielt" werden, wäre ein dynamischerer Rahmen angemessener, in dem Stehen und Bewegung möglich sind.

Reflexion

Nach einer Erzählstunde wäre es gut, sich am Ende etwas Zeit für die Reflexion zu nehmen. Dies kann in Form von Fragen an die Teilnehmer:innen oder in Form einer informellen Diskussion über das Erzählte und Gehörte geschehen.

Das Erzählen persönlicher Anekdoten, vor allem wenn sie in irgendeiner Weise traumatisch waren, kann dazu führen, dass sich Jugendliche verletztlich oder verwirrt fühlen, und es kann helfen, mit dem Geschehenen Frieden zu schließen, wenn darüber gesprochen wird. Wichtig dabei ist, dass die Personen in der Geschichte fiktive Personen sind, auch wenn das Thema der Geschichte aus der Lebenswelt der Jugendlichen entspringt. Man könnte Storytelling auch dafür nutzen, um gemeinsam Lösungen für die herausfordernden Situationen in der Geschichte zu erarbeiten („Was könnten die Protagonist:innen machen, um diese Situation zu verändern?“).

Schau in den Spiegel des Lebens anderer und erhalte eine Reflektion deines Lebens...

Bürgerschaftliches Engagement

Storytelling fördert das grundlegende Verständnis, die Parameter und Kriterien für Engagement und kann inspirieren, sich selbst zu engagieren und aktiv zu werden.

Citizenlab

Das Erzählen von Geschichten kann ein großartiger Weg sein, um junge Menschen dazu zu bringen, sich in ihren Lebenswelten zu engagieren. Durch Geschichten, die sowohl gehört als auch selbst erzählt werden, können wir anhand von Beispielen sehen und uns vorstellen, wie unser Handeln (durch die Hauptfiguren in der Geschichte) eine positive Wirkung auf die Welt um uns herum haben kann.

Durch solche Geschichten können jungen Menschen kollektive bzw. gemeinschaftliche Zugänge vermittelt werden, um in ihrer Welt

Storytelling

etwas zu verändern. Indem sie den Beispielen inspirierender fiktiver Figuren folgen, könnten sie dazu animiert werden, in ihren eigenen Lebenswelten Veränderungen anzustreben.

Im Laufe der Geschichte haben die Menschen Geschichten genutzt, um die Zusammenarbeit zu fördern und soziales Verhalten zu beeinflussen. Und es ist wissenschaftlich erwiesen, dass Geschichten unser Verhalten verändern können. (Hubspot, 2022).

Indem sie sich stärker in ihren Lebenswelten engagieren und Handlungsfähigkeit und Selbstwirksamkeit beweisen, können junge Menschen von einer höheren Zufriedenheit und Selbstwertgefühl profitieren und dem Wissen, dass sie ihre Handlungen einen positiven Einfluss auf ihre Umgebung haben können. Das birgt das Potential, ihnen Kraft und Motivation zu geben, u.a. im Umgang mit eigenen Herausforderungen des Lebens.

Solche Geschichten haben das Potential, den Funken der Beteiligung zu entfachen.

Durch die Nachahmung von Figuren aus einer Geschichte, die sie gelesen, erzählt oder gehört haben und in der die Figuren ihre Kräfte oder Fähigkeiten zum Wohle des Ortes eingesetzt haben, können die Jugendlichen nach ähnlichen Ergebnissen streben.

Letztendlich wollen wir alle Teil von etwas sein, das größer ist als wir selbst. Etwas, mit dem wir uns identifizieren können und auf dessen Zugehörigkeit wir stolz sind, und das können uns Geschichten vermitteln und näher bringen. Sie fördern die Verbindung zwischen persönlichen Bestrebungen und dem Bedürfnis, zu etwas beizutragen, das wir als besonders oder wichtig erachten.

Eine Geschichte kann jungen Menschen helfen, sich selbst als Hauptfigur - oder als Held:in - des eigenen Lebens zu sehen. Es ist auch gut, eine Vielfalt an Charakteren und Schauplätzen in den Geschichten zu haben. Jaylene Chung von Young Storytellers sagt: "Wir haben ganz bewusst versucht, unsere Mentor:innen zu diversifizieren, weil wir glauben, dass es für unsere Schüler:innen wirklich wichtig ist, sich in jedem Teil der Organisation wiederzufinden. Natürlich können wir dies auf die Gesellschaft im Allgemeinen ausdeh-

nen, nicht nur als Teil eines Unternehmens. Abgebildete Diversität in Geschichten kann zu einer größeren Akzeptanz in der Gesellschaft und zu einer Verringerung von Vorurteilen oder Stereotypisierungen führen.

Letztlich braucht es zuerst eine Idee, eine Vorstellung einer besseren Welt für uns und die Menschen um uns herum, damit wir darauf aufbauend agieren können und versuchen, solch eine Welt aktiv mitzugestalten.

Partizipation

Wenn ein junger Mensch eine schwierige oder bewegte Vergangenheit hat - oder das Gefühl hat am Rande der Gesellschaft zu sein oder nicht dazugehören -, dann kann eine Geschichte, die ihn auf einer intuitiven und emotionalen Ebene anspricht, ihn aus einer Hoffnungslosigkeit herausholen und ihm das Gefühl geben, nicht alleine zu sein.

Wenn wir die Geschichte hören, erfahren wir, wie die Personen ihre Probleme gelöst haben. Was haben sie getan, um die Hindernisse zu überwinden und ihr Leben zufriedener fortzusetzen? Was haben sie getan, um ihr Glück zu finden? Eine überzeugende Geschichte kann ähnliche Situationen in ihrem eigenen Leben widerspiegeln und zeigen, wie Jugendliche sie überwinden können. Geschichten mit einem sozialen Thema können junge Menschen dazu ermutigen, sich in allen Bereichen ihres Lebens zu engagieren - sei es in der Gesellschaft, in der Schule oder in einem anderen Lebensbereich.

Das Erzählen von Geschichten ist seit jeher ein wirksames Instrument für Engagement und Beteiligung, das bis in vorgeschichtliche Zeiten zurückreicht. Mit dem Wandel der Zeiten ändern sich auch die Methoden der Vermittlung. Die Art und Weise, wie diese Geschichten heute vermittelt werden (von Angesicht zu Angesicht, digital oder virtuell), mag sich von früheren Zeiten unterscheiden, aber eines bleibt gleich: Geschichten haben die Fähigkeit, Menschen zu motivieren über ihr eigenes Leben und Handeln zu reflektieren und zu inspirieren, sich stärker an der Geschichte ihres eigenen Lebens zu beteiligen. Geschichten zeigen, dass jeder Mensch ein Recht auf Glück und ein Leben voller Freude und Schönheit hat, unabhängig von seiner

Storytelling

Rasse, seinem Glauben, seiner Hautfarbe oder seinen Überzeugungen.

Diese Geschichten sollten auch von jungen Menschen selbst erzählt werden. Indem sie in den Prozess des Geschichtenerzählens einbezogen werden, anstatt nur Empfänger:innen einer Geschichte zu sein, setzen sie sich aktiv mit den Figuren und der Handlung auseinander.

Eigeninitiative junger Menschen

Die meisten guten Geschichten sind klar, fesselnd und von Emotionen geleitet und können auf diese Weise junge Menschen, die bisher vielleicht apathisch waren, zum Handeln anregen. Dieses Handeln kann in vielen verschiedenen Formen erfolgen, von der Entscheidung, an einem Programm teilzunehmen, das versucht, Gutes für die Welt zu tun, bis hin zu dem einfachen Entschluss, mehr wie die Figuren in einer Geschichte zu agieren und mehr Kontrolle über das eigene Leben zu übernehmen.

Wenn man von einer mutigen, unerschrockenen Person hört, die ihr Leben selbst in die Hand nimmt - insbesondere wenn sie sich in einer schwierigen Situation befindet oder vor großen Herausforderungen steht - kann dies einen wunderbaren Effekt auf die Entschlossenheit junger Menschen haben, ihr eigenes Leben zu ändern. Wenn wir von den Herausforderungen unserer Freund:innen oder Gleichaltrigen hören und davon, was sie getan haben, um sie zu bewältigen, kann uns das zum Handeln in unserem eigenen Leben anregen. Ihre Geschichten können uns helfen, Lösungen für unsere eigenen Situationen zu finden, vor allem wenn sie ähnliche Lebensphasen oder Situationen wiedergeben.

Die Geschichte einer einzelnen Person kann unsere Denkweise verändern - und wenn genügend Menschen anders denken, kann sie unsere Welt verändern.

Bradley, Wired)

Junge Menschen haben den Wunsch, ihr Leben selbst in die Hand zu nehmen und mitzugestalten. Manchmal brauchen sie allerdings einen kleineren oder größeren Anstoß, um diesen Wunsch, trotz der sie umgebenden Herausforderungen, in konkrete Handlungen zu

übersetzen. Und eine inspirierende Geschichte - oder eine inspirierende Hauptfigur - könnte solch ein Anstoß sein.

Geschichten können uns das Mögliche näher bringen, nicht nur über das Unmögliche.

Jugendunternehmertum/ Youth Entrepreneurship

Um Unternehmer:in zu sein, braucht man einiges an Selbstvertrauen und Selbstüberzeugung, sowohl in sich selbst als auch in das Produkt oder die Dienstleistung, die man anbietet. Junge Leute haben oft nicht das Gefühl, dass sie das Recht haben, sich als Unternehmer:in zu etablieren, weil sie denken, dass dies nur sehr gebildeten oder sehr wohlhabenden Menschen vorbehalten ist. Leider spiegelt sich das in der Realität auch wider, aber es gibt auch Ausnahmen!

Eine inspirierende Geschichte von einer Person, die es geschafft hat, sich in der Unternehmenswelt zu etablieren - z.B. Schulabreicher:innen oder Personen, die aus sozialen Brennpunkten stammen -, kann junge Menschen dazu bringen, sich mit ihrer eigenen Welt auseinanderzusetzen und Reserven an Mut und Entschlossenheit freizulegen, von denen sie nicht wussten, dass sie sie haben.

Diese Geschichten müssen nicht immer fiktiv sein, sondern können auch Anekdoten und Berichte aus dem wirklichen Leben über reale Triumphe sein. Nehmen Sie zum Beispiel Menschen wie J. K. Rowling, die Autorin von Harry Potter, oder Richard Branson, den Besitzer vieler verschiedener Unternehmen, darunter Virgin Air. Ihre Wege waren nicht immer einfach, und sie mussten kämpfen und scheitern, um dorthin zu gelangen, wo sie heute sind. Solch Geschichten zeigen auf, dass Erfolgsgeschichten keine linearen Geschichten sind. Vielmehr sind sie zeitgleich auch Erzählungen vom Scheitern, Zweifeln, Hoffnungslosigkeit - alldem, womit man auf dem Weg zum persönlichen Erfolg konfrontiert ist.

In einer Studie des Fachbereichs für Psychologie und des Fachbereichs für Islamische Studien der Universitas Muhammadiyah Surakarta in Indonesien wurde festgestellt, dass das Erzählen von Geschichten die unterneh-

Storytelling

merischen Absichten von Student:innen wirksam steigern kann.

Das Erzählen von Geschichten ist im Wesentlichen ein Auslöser, der die Zuhörer:innen dazu veranlassen kann, sich mit Unternehmertum zu befassen, während eine weitere Interpretation der Geschichten die Menschen darin bestärken und ihnen helfen kann, die Entschlossenheit zu entwickeln, erfolgreiche Unternehmer:innen zu werden.

Sie stellten fest, dass Unternehmertum kein angeborenes Talent ist, sondern eine Fähigkeit, die durch Bildung oder Ausbildung erworben werden kann. In einer anderen Studie der Universität Teheran [The Effect of entrepreneurship education by storytelling on Entrepreneurial Attitude of Primary School students] (Arasti, Bagheri & Ghoddosi, 2017) wurde festgestellt, dass „Bildung in Unternehmertum durch Storytelling unternehmerische Denkweisen sowie Kreativität, Streben nach Erfolg, interne Kontrollüberzeugung und Selbstbewusstsein fördert.“

Geschichten eröffnen und fördern neue Perspektiven, neue Sichtweisen auf die Welt und ihre Funktionsweise. Das gilt auch für die Geschäftswelt und für die Art von Produkten und Dienstleistungen, die die Menschen und die Menschheit im Allgemeinen brauchen und in Zukunft brauchen werden. Indem sie dank der kreativitätsfördernden fiktionalen oder nicht-fiktionalen Erzählung in der Lage sind, „das große Ganze“ zu sehen, können Jugendliche ihre unternehmerischen Kräfte in Schwung bringen und die Bedürfnisse und Wünsche der Gesellschaft, ihrer Gleichaltrigen, ihrer Eltern und ihrer Gemeinden erschließen!

Was Sie als Jugendarbeiter:in wissen müssen, um Storytelling als nicht-formale Methode in der Jugendarbeit einzusetzen

Fähigkeiten

Zunächst ist es wichtig zu wissen, wie man eine Geschichte strukturiert. Wenn eine Geschichte nicht richtig strukturiert und geordnet ist, wirkt sie chaotisch und verwirrend und kann ihre Wirkung nicht entfalten.

Es ist auch vorteilhaft, wenn die erzählende Person eine rege und fruchtbare Phantasie hat. Die meisten Geschichten sind voller Kreativität und Wunder, und wenn die jeweiligen Jugendarbeiter:innen dieses Element anzapfen können, dann wird die Geschichte umso lebendiger und aktivierender.

Kann der/die Jugendarbeiter:in eine Geschichte interessant gestalten?

Hat er/sie Spaß daran?

Kann er/sie die beabsichtigte Botschaft vermitteln?

Verfügt er/sie über ausreichende Lese- und Erzählfähigkeiten?

Kann er/sie junge Menschen dazu inspirieren, ihre eigenen Geschichten auf unterhaltsame, heilsame und kreative Weise zu erzählen?

Empfehlungen

Der/die Jugendarbeiter:in sollte wissen, wie man eine Geschichte erzählt oder schreibt.

Jugendarbeiter:innen können sich auf folgende Weise darauf vorbereiten, eine Storytelling-Session zu leiten,

Die eigene Vorstellungskraft trainieren: selbst Geschichten ausdenken und schreiben

auf Anekdoten aus dem eigenen Leben zurückgreifen (und diese unter Umständen an die Lebensrealitäten der Jugendlichen anpassen)

Die Kunst des Erzählens üben: die Geschichten und Anekdoten Freund:innen erzählen, Feedback einholen

einen Kurs in kreativem Schreiben und/oder Storytelling belegen

Bücher lesen (oder gelesen haben)

eine gute Vorstellungskraft haben und gerne den Zauber einer Geschichte und die Moral einer Fabel weitergeben

Filmedrehen

Einleitung

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit der Frage, wie junge Menschen an das Themengebiet „Film“ herangeführt werden können, damit sie die grundlegenden Konzepte und Prozesse kennenlernen, die es braucht um einen eigenen Kurzfilm zu kreieren. Im Weiteren geht es darum auch näher zu bringen, inwiefern das Thema „Filme machen“ mit Engagement und Partizipation zusammenhängen.

Was ist Filmemachen?

Der Begriff „Filmemachen“ beschreibt den Prozess der Herstellung eines Films. Die Herstellung eines Films umfasst eine Reihe differenzierter Phasen, die von der Geschichte, der Idee oder dem Auftrag über das Schreiben des Drehbuchs, das Casting, die Dreharbeiten, den Schnitt und die Präsentation des Endprodukts in der Öffentlichkeit bis hin zur Premiere und Ausstellung des Films reichen. Filmemachen findet in vielen Teilen der Welt statt, in sehr unterschiedlichen wirtschaftlichen, sozialen und politischen Kontexten und unter Verwendung einer großen Vielfalt von Technologien und Techniken. In der Regel ist eine große Anzahl von Menschen beteiligt, und die Realisierung kann im professionellen Kontext einige Monate bis mehrere Jahre dauern. (Etapas de la Producción Cinematográfica, 2021).

Phase 1: Entwicklung

Bevor ein Film anlaufen kann, muss er die Phase der „Entwicklung“ durchlaufen. Diese Phase umfasst die Erstellung, Ausarbeitung, Organisation und Planung eines Filmprojekts. Das Budget, die Besetzung (Casting) und der Drehort werden festgelegt, und es werden mehrere Drehbücher geschrieben. Häufig entwerfen Autore:innen und Regisseur:innen Storyboards, um Produzent:innen für die Finanzierung des Films zu gewinnen.

Wenn sich ein Film in Entwicklung befindet, hat er das Potenzial, realisiert zu werden, aber nichts ist sicher. Es gibt keine Garantie dafür, dass sich die Entwicklungszeit eines Films nicht verlängert, was häufig zur Annullierung des Projekts oder zu einer Unterbrechung auf unbestimmte Zeit führt. Ein Filmstudio muss sich um die Logistik kümmern. Es muss das Budget bestätigen und die Rechte an allen digitalen Medien erwerben, die für den Film

geeignet sind. (Etapas de la Producción Cinematográfica, 2021).

Phase 2: Vorproduktionsphase

Wenn der Film oder das digitale Medium die Entwicklungsphase verlassen hat, ist noch nicht der Zeitpunkt gekommen, mit den Dreharbeiten zu beginnen. Obwohl dieser Tag immer näher rückt, muss zunächst eine Vorproduktionsphase stattfinden. Obwohl die Kameras noch nicht laufen, kann die Vorproduktion genauso intensiv sein wie die Dreharbeiten.

In der Vorproduktionsphase müssen die Filmemacher:innen wissen, wer an dem Film teilnehmen wird, wie hoch das endgültige Budget sein wird und welche Änderungen vorgenommen werden müssen. Sie müssen mit den Städten vor Ort zusammenarbeiten, um die nötige Kooperation für die Dreharbeiten in verschiedenen Teilen der Stadt zu erreichen, die Kulissen und Kostüme zu entwerfen und das Team mit allen erforderlichen Mitgliedern zu besetzen.

Die Vorproduktion kann im Handumdrehen stattfinden, und je besser der/die Filmemacher:in vorbereitet ist, desto besser kann er/sie seinen Film fertigstellen. Es muss auch Notfallpläne für den Fall geben, dass sich die Dinge ändern, z. B. wenn in einer Stadt ein Notfall eintritt, der die Durchführung des Projekts verhindert. Sobald die Vorproduktion abgeschlossen ist, geht es in die Drehphase der Produktion über. (Etapas de la Producción Cinematográfica, 2021).

Phase 3: Produktion

Die Produktion ist der schnellste und manchmal auch der kürzeste Teil der Produktion von Filmen und digitalen Medien. Wie lange die Dreharbeiten dauern, hängt von Variablen wie der Anzahl der Drehorte, der Länge des Films und einigen Schlüsselpersonen ab, z. B. den Hauptdarsteller:innen und deren Aufenthalt außerhalb des Drehorts während der Dreharbeiten. Eine gute Produktion hängt von einer guten Kommunikation ab. Die Regisseur:innen müssen sich über ihre Vorstellungen im Klaren sein. Das Kino ist ein Prozess der Zusammenarbeit, und die Zusammenarbeit ist während der Produktion am wichtigsten. So-

Filmedrehen

bald die erste Szene gedreht ist, kann die Postproduktion beginnen (Etapas de la Producción Cinematográfica, 2021), wobei die Szene auf verschiedene Weise bearbeitet werden kann (Audio, Video, CGI...).

Phase 4: Postproduktion

Die Postproduktion ist die Zeit, in der das Filmmaterial bearbeitet, Effekte zur Musik hinzugefügt und die Titel fertiggestellt werden. Damit aus dem Filmmaterial ein Film oder ein digitales Medium werden kann, muss man eine Phase der erfolgreichen Postproduktion durchlaufen. Die Montage ist einer der wichtigsten Teile eines Films, aber sie wird leicht übersehen. Cutter:innen müssen einen Rhythmus für den Film schaffen. Wenn sich ein Film schleppend entwickelt oder die Handlung zu schnell voranschreitet, kann ein Misserfolg auf eine schlechte Montage zurückgeführt werden. (Etapas de la Producción Cinematográfica, 2021).

Trotz ihres Namens findet die Postproduktion zeitgleich mit den Dreharbeiten statt. Wie die Cutter müssen auch die Effektdesigner:innen, die Sounddesigner:innen und die Komponist:innen nicht auf Abruf für die Szenen bereitstehen, da sie sich Zeit nehmen können, um ihre Aufgaben außerhalb der Kamera zu erfüllen. Sie können auch dazu beitragen, auf Probleme bei den Dreharbeiten hinzuweisen, die andere daran hindern, die bestmögliche Arbeit zu leisten.

Die Postproduktion kann endlich die Anstrengungen und Opfer von Filmemacher:innen belohnen. Es ist die Zeit, in der das Rohmaterial verfeinert wird und beginnt, wie ein echter Film auszusehen. Das ist nicht einfach, kann sich aber ungemein lohnen. (Etapas de la Producción Cinematográfica, 2021).

Phase 5: Vertrieb

In dieser Phase geht es darum, den Spielfilm an die Öffentlichkeit zu bringen. Bei so vielen verschiedenen Medien wie Kino, Fernsehen, Heimvideo, digitale Medien und Streaming gibt es mehrere Vertriebsmöglichkeiten. Welche Art von Vertrieb ein Film erhält, kann von seiner Qualität und dem Einfluss der Filmemacher:innen oder des Studios abhängen.

Die Herstellung eines Films oder eines digitalen Mediums ist keine Garantie für seinen Vertrieb, aber sie ist für Filmemacher:innen

unerlässlich, denn der Vertrieb ist notwendig, damit ein Film Gewinn abwirft. Je besser ein Film ist, desto höher sind seine Einnahmen. (Etapas de la Producción Cinematográfica, 2021).

Wer arbeitet in der Filmproduktion? Um in der Filmproduktion zu arbeiten, braucht man eine spezielle Ausbildung in den Bereichen audiovisuelle Kommunikation, Fotografie, Dolmetschen, Design usw. Einige der Berufe, die wir in diesem Sektor finden, sind unter anderem:

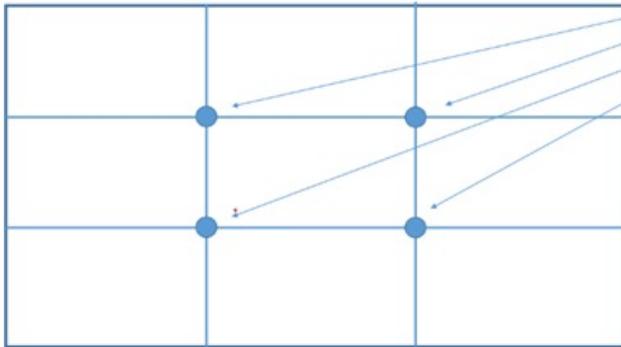
Filmregisseur:in.
Assistent:in von Direktor:innen
Leiter:in der Produktion.
Produzent:in.
Drehbuchautor:in.
Kameraführung.
Assistent:in der Kameraführung.
Regisseur:in oder Casting-Direktor:in.
Assemblierer:in.
Komponist:in.
Regisseur:in oder künstlerische:r Leiter:in.
Designer:in.
Vertrieb.

Es gibt einige wichtige Tipps für den Einstieg in die Welt des Kinos, und es ist wichtig zu wissen, dass alles, was der Betrachter sieht, innerhalb des Rahmens angeordnet werden muss, indem sinnvolle Beziehungen zwischen den Motiven geschaffen werden, so dass ein ausgewogenes, ästhetisch ansprechendes, harmonisches und einheitliches Bild entsteht. Was aber ist der Rahmen? Es handelt sich um den von Fotograf:innen oder Kameramännern/Kamerafrauen gewählten Ausschnitt der Realität, der auch als "Ebene" bezeichnet werden kann. Der Rahmen wird durch den Winkel, die Ebene, die Höhe und den Abstand der Kamera zur Aufnahme definiert (Kevin, 2021). Diese Begriffe sind in der Welt des Films wichtig und bedürfen daher einer genaueren Erklärung, um sie richtig zu verstehen.

Wenn wir mit dem ersten Element beginnen, ist es wichtig festzustellen, dass jedes audiovisuelle Bild einen Aufnahmewinkel hat. Dabei können wir den rechten oder normalen Winkel unterscheiden, bei dem die Kamera ohne Neigung vor der Szene platziert ist. Der geschnittene Winkel ist derjenige, bei dem die Kamera die Szene von oben nach unten zeigt (bei einer

Filmedrehen

Abbildung 1
Beispiel für die Drittel-Regel



Aufnahme von oben spricht man vom "Zenit"-Winkel), und die Rückwand, bei der die Kamera die Szene von unten nach oben zeigt (bei einer Aufnahme von unten spricht man vom "Nadir"-Winkel).

Andererseits bezieht sich die Ebene auf das Verhältnis zwischen den vertikalen und horizontalen Elementen einer Szene im Verhältnis zu den Rändern des Bildes.

Die Entfernung ist von Bedeutung, da die Größe einer Ebene den menschlichen Körper als Muster nimmt und somit eine Klassifizierung auf der Grundlage des größeren oder kleineren Bereichs, den die Zeichen im Bild einnehmen, erstellt.

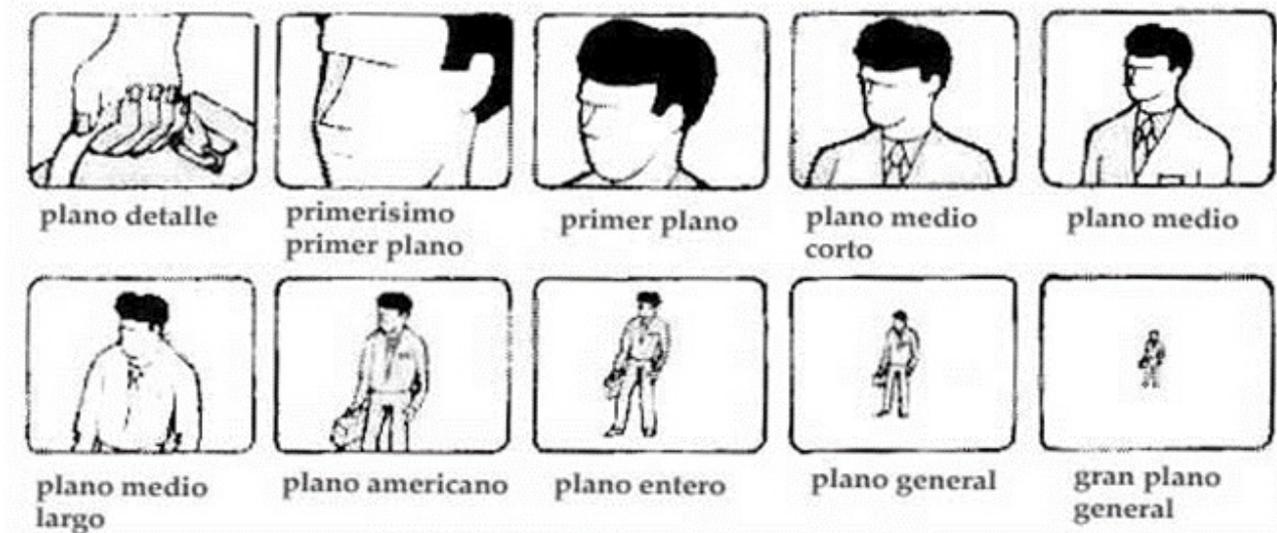


Abbildung 2
Abbildung der verschiedenen Rahmentypen

Sobald diese Konzepte klar sind, ist es wichtig, darüber nachzudenken: Stellen Sie das Thema nicht in die Mitte. Es ist sogar besser, es an die Seite zu stellen.

Die obigen Aufnahmen folgen einem Muster, das als Drittel-Regel bezeichnet wird und besagt, dass die Kompositionen harmonischer sind, wenn sich das Motiv an einem der Schnittpunkte dieses Gitters befindet und genügend Platz für den Kopf vorhanden ist.

- Platzieren Sie das Motiv nicht zu tief im Bild, da dies zu viel Platz um den Kopf herum schafft, und fotografieren Sie nicht gegen eine Wand, da dies Schatten erzeugt, die die Umgebung unharmonisch machen.

- Platzieren Sie das Motiv nicht zu hoch im Bild. Sie haben dann nur sehr wenig Platz für den Kopf, da dieser in der Regel zu schmal ist.

- Allgemeine Einstellung: Sie führt die Zuschauer:innen in die Situation ein, gibt einen Überblick und informiert sie über den Ort und die Bedingungen, unter denen die Handlung stattfindet. Sie steht normalerweise am Anfang einer narrativen Sequenz. Eine allgemeine Einstellung umfasst in der Regel viele Elemente, daher sollte ihre Dauer auf dem Bildschirm länger sein als z. B. die einer Nahaufnahme, damit die Zuschauer:innen sich orientieren und die Situation erfassen können.

- Allgemeiner Panoramablick: Sie deckt sehr weit entfernte Elemente ab. Bei dieser Aufnahme sind die Personen weniger wichtig als die Landschaft.

- Große Gesamtaufnahme: Dies ist ein allgemeines Panorama mit näherer Annäherung von Objekten oder Personen. (Etwa 30 Meter).

- Kurze allgemeine Aufnahme: Erfasst die gesamte menschliche Figur mit Raum darüber und

Filmedrehen

darunter. Diese Aufnahme dient einzig und allein dem Kontext. Die Figuren und ihre Handlungen sind zu sehen und gewinnen dadurch an Bedeutung.

- Amerikanisches Flugzeug (A.P.): Zeigt den Menschen vom Knie aufwärts. Sie wird auch als Dreiviertel-Ebene, halb lange Ebene oder Cowboy-Ebene bezeichnet und wird regelmäßig zur Visualisierung von Handbewegungen verwendet.

- Mittlere Ebene (M.P.): Die Figuren können den Bildschirm mit einem Drittel ihres Körpers einnehmen.

- Nahaufnahme: Rahmung einer menschlichen Figur mit dem Gesicht und einem verkleinerten Teil des Körpers. Ermöglicht eine emotionale Identifikation des Betrachters mit den Figuren. Sie ist viel subjektiver und direkter als die vorherigen und zeigt die Psychologie der Figur.

- Nahaufnahme Nahaufnahme: Konzentriert sich auf einen reduzierten Teil der Figur, z. B. das Gesicht, die Hand, die Augen usw.

- Detailaufnahme: Äquivalent zur Nahaufnahme Nahaufnahme, aber eines Objekts.

Beron, K. (20 de mayo de 2020). Distintos tipos de encuadres. Kevin Beron. <https://kevinberon.com/distintos-tipos-de-encuadres/>

Andererseits ist es wichtig, die verschiedenen Arten von Einstellungen zu kennen, die wir in der Welt des Kinos finden können, und zu wissen, dass jede von ihnen einen anderen Zweck erfüllt. In einer extrem langen Einstellung können wir wissen, wo die Personen stehen, aber nichts über sie erfahren, während eine Totale uns einen Kontext und einige Details liefern kann. Nahaufnahmen dienen dazu, die Emotionen der Figuren hervorzuheben oder zu zeigen.

Die allgemeine Ebene führt den Betrachter in die Situation ein und verschafft ihm einen Überblick; die allgemeine Panoramaebene umfasst sehr weit entfernte Elemente, bei denen die Personen weniger wichtig sind; die große allgemeine Ebene ist ein allgemeines Panorama, das eine größere Annäherung an Objekte oder Personen in einer Entfernung von etwa 30 Metern impliziert; die kurze allgemeine Ebene umfasst die gesamte menschliche Figur mit dem Raum darüber und darunter; die amerikanische Ebene fängt die

Menschen ab dem Knie aufwärts ein; in der mittleren Ebene kann die Person den Bildschirm mit einem Drittel ihres Körpers einnehmen; die Vordergrundebene umrahmt das Gesicht und einen reduzierten Teil des Körpers; der Nahvordergrund konzentriert sich auf einen reduzierten Teil der Figur wie die Hand, das Gesicht, die Augen usw.; und die Detailebene ist ähnlich wie die vorherige, aber mit Objekten (Kevin, 2021).

Filmmachen als nicht-formale Methode in der Jugendarbeit

Junge Menschen sind heute mit der digitalen Technologie aufgewachsen; sie wissen mehr darüber als Erwachsene, und das verschafft ihnen einen Vorteil. Sie sind die Ersten, die neue Technologien annehmen und sich an sie anpassen. Die digitale Revolution, die gerade im Gange ist, verändert alle Bereiche unseres Lebens. (Gil & Martí, s. f.) Das Jugendkino und seine Entstehung durch Workshops in nicht-formalen Kontexten kann eine Möglichkeit für junge Menschen sein, die Bedeutung der Medien zu erkennen. Darüber hinaus impliziert dies bürgerschaftliches Engagement, da es positive Werte, positive Einstellungen und eine gesunde Art der Freizeitgestaltung fördern kann. Es kann auch zu Bürgerbeteiligung und aktiver Staatsbürgerschaft führen, da es junge Menschen dazu ermutigen kann, sich zu mobilisieren und sich für einige soziale Probleme zu engagieren, wie z. B. den Klimawandel, Feminismus und den Kampf für die vollständige Einbeziehung von Menschen mit Behinderungen in die aktive Bürgerbeteiligung. Es ist sehr wichtig, die Erstellung von Filmmaterial nicht nur in den Händen von Erwachsenen zu belassen, die in den meisten Fällen von jungen Menschen weit entfernt sind und ihre Werte und Visionen vielleicht nicht teilen. Sie haben jedoch die Medienmacht, die Geschichten zu kontrollieren, die junge Menschen selbst erzählen müssen. (Gil & Martí, s. f.)

Film ist Kultur, also ist es ein Menschenrecht, Zugang zu ihr zu haben. Es ist auch eine Form der Kunst, vielleicht die einflussreichste Form, die wir heute haben. Es repräsentiert große Teile unserer Geschichte und unseres heutigen Lebens und ist ein zentrales Element un-

Filmedrehen

seres gemeinsamen kulturellen Erbes. Kinos und Streaming-Plattformen sind ein fantastisches Mittel für Schüler, um ihr Repertoire zu entdecken und zu erforschen und ihre Techniken zu erlernen. Der Film ist Teil der kulturellen Erfahrung der meisten jungen Menschen und ein Mittel, mit dem sie sich unabhängig von ihrem Alter identifizieren und wohlfühlen können. Dies ist eine großartige Gelegenheit, dies zu nutzen, um unvergessliche und unterhaltsame Lernerfahrungen zu machen, die das persönliche Wachstum fördern. Das Kino kann jungen Menschen neue Initiativen, neue Formen der Kreativität und andere Perspektiven bieten. Außerdem fördert es den Unternehmergeist der jungen Menschen. (Gil & Martí, s. f.)

Das Drehen von Filmen kann für die Schüler:innen zahlreiche positive Auswirkungen haben. Es hilft bei der Entwicklung von Kreativität, Teamarbeit, Kommunikation sowie der Fähigkeit, Filme zu drehen - alles potenziell wertvoll für die künftige Beschäftigungsfähigkeit. Darüber hinaus können junge Menschen durch das Erlernen des Filmemachens ihre eigenen Geschichten erzählen und sich aktiv an der Schaffung von Kultur beteiligen, anstatt nur zu konsumieren, was andere schaffen. Das Drehen von Filmen hat ein großes Potenzial als einfaches, aber nützliches Instrument für die Aufzeichnung von Lernprozessen und die Nutzung für die Beurteilung durch andere und den Informationsaustausch. (GestorGenios, P. 2019, 31. Januar).

Was müssen Sie als Jugendarbeiter:in wissen, um das Filmemachen als nicht-formale Methode zu nutzen?

Laut Alfonso Méndiz Noguero (2008) ist Film heute das mächtigste Mittel der informellen Bildung, das es gibt, und trägt stark zur Spezialisierung und Legitimierung bestimmter Verhaltensweisen und Wahrnehmungen der Realität bei. Es ist in der Tat ein sehr wirkungsvolles Instrument zur Entwicklung einer kritischen und persönlichen Haltung sowie von Arbeitsfähigkeiten wie Lesen, Emotionen, Ausdruck und Reflexion.

Art Connection (2012) stimmt zu, dass Film ein guter Weg ist, um Lerngemeinschaften zu schaffen, in denen die Teilnehmer:innen verschiedene Fähigkeiten entwickeln können, wie etwa Kreativität, künstlerische Vision, Entscheidungsfindung, Führungs- und Kommunikationsfähigkeiten, Leistungsmotivation, Verständnis für den Prozess, Aufmerksamkeit für Details, Kontrolle der Emotionen, Selbstwertgefühl, Teamarbeit und kritisches Denken.

Film ermöglicht es den Teilnehmer:innen, individuell und kollektiv zu gestalten, Ideen durch Handlungen, Phantasie und Erfahrung zu erforschen und die Kommunikation von Geschichten durch menschliche Erfahrungen zu entwickeln.

Indem die Teilnehmer:innen zu Protagonist:innen des Prozesses gemacht werden, können sie zu Regisseur:innen ihrer eigenen Geschichten werden. Dieser audiovisuelle Kreativprozess ermöglicht es ihnen, Führungskompetenzen zu entwickeln, da die Regisseur:innen zur kreativen Kraft und zum Bindeglied zwischen den Produktionstechniken und der Leitung der Kreativteams (Casting, Drehbuch, Schnitt, Kamera, Produktion usw.) wird. Darüber hinaus lernen die Teilnehmer:innen, ein Drehbuch in Bilder und Töne mit Bedeutung umzuwandeln und organisatorische Fähigkeiten anzuwenden (Art Connection, 2012).

Wie Bartolomé und Cabrera (2003) feststellen, liegt es in unseren Händen, eine interkulturelle Bürgerschaft aufzubauen, in der die Bürger:innen aktiv sind und bestimmte Fähigkeiten und Kompetenzen entwickeln und erlernen, die es ihnen ermöglichen, ein demokratisches und partizipatives Engagement zu entwickeln. Hier kommt der Film ins Spiel, der eine große Hilfe für die Humanisierung der Gesellschaft und die persönliche und soziale Entwicklung der Menschen sein kann.

Um diese Ziele zu erreichen, ist es notwendig, eine gewisse Schulung für das audiovisuelle Lesen zu entwickeln, denn der Empfang einer audiovisuellen Botschaft setzt das Verstehen, Entschlüsseln und Interpretieren dessen voraus, was jemand ausgedrückt hat. Für die-

Filmedrehen

ses Lesen sind jedoch bestimmte Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten erforderlich, die es uns ermöglichen, Strategien zur Interpretation von Bedeutung zu entwickeln.

Kaum ein kulturelles Medium wird im Leben eines Menschen so dominant und zugänglich sein wie Film. Aber um dieses Medium zu verstehen, muss man sich mit den Techniken, Stilen und verschiedenen Filmgenres vertraut machen.

In Bezug auf die nicht-formale Bildung und die Einbeziehung von Jugendleiter:innen in diesem Bereich ist es wichtig, auf die enorme Fähigkeit von Film hinzuweisen, ein direktes, lebendiges und reales Wissen über soziale Ereignisse zu vermitteln, da es ein Werkzeug ist, das stark mit den Emotionen der Menschen in Verbindung steht, Motivationen erzeugt und das Engagement der Menschen für Veränderungen erleichtert.

Film ermöglicht es den jugendlichen Amateur:innen, die Realität kennenzulernen und zu reflektieren, die Lebensumstände der Menschen wahrzunehmen und sie zu motivieren, sich für das Ziel ihrer erzieherischen Maßnahmen einzusetzen.

Film und Bildung haben ein ganz bestimmtes Ziel, nämlich die Veränderung der Gesellschaft, ihrer Mentalität, ihrer Einstellungen, ihrer Sitten und ihrer Verhaltensweisen, da es uns erlaubt, die Ungerechtigkeiten aufzuzeigen und jeder/m bewusst zu machen, dass sie/er Rechte verdient; da Film eine große soziokulturelle, künstlerische und menschliche Kraft besitzt, die jede durch ihn vermittelte Bildung leicht assimilierbar macht.

Abschließend ist darauf hinzuweisen, dass es verschiedene filmdidaktische Leitfäden gibt, die das zu behandelnde Thema, die Bereiche, die Filme, die diese behandeln, sowie die damit verbundenen sozialen Werte aufschlüsseln. Im Rahmen der soziokulturellen und interkulturellen Animation wären die zu bearbeitenden Bereiche zum Beispiel einerseits die "Erziehung zur Freizeit" mit Filmen wie "Ein verzauberter April" oder "Billy Elliot", die sich mit den Werten Freiheit, Glück, Leben, Verantwortung, Verständnis und Zusammenarbeit befassen, und andererseits die nachhaltige

und kulturelle Gemeinschaftsentwicklung mit Filmen wie "Heute beginnt alles", die mit Werten wie Unterstützung, Vertrauen, Gerechtigkeit, Zusammenarbeit, Verantwortung und Dialog arbeiten (Pereira, 2021).

Grafikgestaltung

Einleitung

Das vorliegende Kapitel zielt darauf ab, den Einsatz von Grafikdesign und seinen Werkzeugen für die Arbeit mit Jugendlichen zu erforschen und zu fördern, um ihr bürgerschaftliches Engagement und ihre Beteiligung zu fördern.

Bürgerschaftliches Engagement von Jugendlichen kann laut dem „World youth report on civic engagement“ (2016) „als Selbstzweck betrachtet werden, aber es ist auch ein Mittel, um andere Ziele und Vorteile in der Gesellschaft zu erreichen. Sein Potenzial, zur persönlichen Entwicklung junger Menschen beizutragen, ihr Wohlergehen zu verbessern und Ungerechtigkeiten in der Gesellschaft zu bekämpfen, liefert ebenfalls einen Anstoß für die Förderung des bürgerschaftlichen Engagements als Bestandteil der Jugendarbeit und der Jugendaktion“.

Die Jugend ist per Definition und aufgrund ihres Kerncharakters eine Übergangsphase im Leben junger Menschen. Um diesen Wandel zu vollziehen und ihre Rolle in der Welt zu finden, durchlaufen Jugendliche einen Prozess der sozialen und zwischenmenschlichen Aushandlung, um ihre Autonomie zu bestätigen.

Daher ist es in dieser Phase von entscheidender Bedeutung, das Empowerment junger Menschen zu fördern, damit sie ihre Identität und ihr Selbstwertgefühl auf gesunde Weise finden und die Herausforderungen dieses Übergangs bewältigen können. Bei einer umfassenderen Betrachtung des Themas bringt dieser positive Prozess auch Vorteile für den sozialen Wandel mit sich, da die Verbesserung des Verantwortungsbewusstseins und des Engagements der Jugendlichen zu einem nachhaltigen und partizipativen Wandel der Gesellschaft führt. In diesem Rahmen ist das Empowerment von Jugendlichen ein Versuch, ihre Rolle zu verstehen, um einen positiven Unterschied in ihrer Individualität und gleichzeitig in ihrem gegenwärtigen und zukünftigen Leben in der Zivilgesellschaft zu machen.

Um sich staatsbürgerlich zu engagieren, müssen Jugendliche die Macht ihrer Stimme spüren. In den letzten Jahren war das Empowerment von Jugendlichen eine wirksame Strategie für Jugendbetreuer:innen, um das Potenzial von Jugendlichen auf sozialer Ebene zu erhöhen.

In diesem Emanzipationsprozess fühlen sich die Jugendlichen durch den sozialen Austausch

sch außerhalb ihrer Familien gestärkt. Durch die Interaktion mit Gleichaltrigen und Erwachsenen beginnen sie einen positiven Weg, der sie dazu bringt, ihren Beitrag auf sozialer und staatsbürgerlicher Ebene zu leisten.

Nicht immer fällt es jungen Menschen leicht, diesen Weg der Selbstbestimmung einzuschlagen, da sie ein Gefühl der Frustration und des Misstrauens verspüren. Das Gefühl, Teil einer Gemeinschaft zu sein und für sie mitverantwortlich zu sein, hat im Laufe der Jahre immer mehr abgenommen. Diese Entfremdung ist bei Erwachsenen, aber zunehmend auch bei jungen Menschen zu beobachten, die darum kämpfen, ihren Platz in der Gesellschaft zu finden und sich Gehör zu verschaffen.

Im Allgemeinen berichten junge Menschen, dass sie sich von den traditionellen Merkmalen der Staatsbürgerschaft distanzieren, wie z. B. der Mitgliedschaft in einer politischen Partei und der Beteiligung an lokalen Regierungsangelegenheiten, und sich für andere und attraktivere Formen des Engagements entscheiden. In diesem Rahmen stellen die sozialen Medien einen Nährboden für das Engagement der Jugend dar.

Die sozialen Medien, die eng mit dem Grafikdesign verbunden sind, sind die neue Grenze für bürgerschaftliches Engagement, insbesondere für junge Menschen, da sie sich mehr als der Rest der Bevölkerung an politischen und bürgerschaftlichen Online-Aktivitäten beteiligen wollen. Ihre Kommunikation und Information sind internetorientiert und vermeiden die Nutzung klassischer Massenmedien wie Fernsehen, Zeitungen oder Radio, um sich zu informieren. Darüber hinaus ermöglichen es die sozialen Medien den Nutzer:innen, sich aktiv und kollaborativ zu beteiligen, anstatt passiv zuzuschauen.

Auf EU-Ebene fördert die Europäische Kommission unkonventionelle Formen des politischen oder bürgerschaftlichen Engagements, um jungen Menschen den Zugang zu erleichtern und ihre Beteiligung zu erweitern, die weit über normative Handlungen wie das Wählen hinausgeht.

In diesem Zusammenhang hat sich Grafikdesign im Rahmen des bürgerschaftlichen Engagements von Jugendlichen kürzlich als „eine vielversprechende Interventionsmethode erwiesen: als eine Art des Wissens und des Nachfragens sowie als engagierte Aktivität“ (Mouchrek, 2020). Auch eine aktuelle Studie von Sadikin A., Indriyani W. (2020) hat bewiesen, dass Grafikdesign-Trainingsworkshops dank ihrer technologischen Attraktivität und ihrer Fähigkeit, effektiv auf ihre Interessen und Werte einzugehen, das Empowerment

Grafikgestaltung

von Jugendlichen fördern. Da junge Menschen von Natur aus neugierig, kreativ und veränderungsfreudig sind, können designbasierte Aktivitäten das Schlüsselement sein, um den Prozess des Empowerments und des Engagements junger Menschen zu fördern und sie mit praktischen Instrumenten zu unterstützen, um ihre Ideen der Veränderung in konkrete Projekte umzusetzen.

Um das Thema und die vielen Facetten des Grafikdesigns weiter zu erforschen und um herauszufinden, wie man es als Instrument zur Einbindung von Jugendlichen in die nicht-formale Bildung nutzen kann, verweisen wir auf die folgenden Abschnitte.

Was ist Grafikdesign?

Die AIGA, einer der wichtigsten internationalen Verbände für die Welt des Grafikdesigns, definiert Grafikdesign als "... die Kunst und Praxis der Planung und Gestaltung von Ideen und Erfahrungen durch visuelle und textliche Inhalte. Die Form dieser Inhalte kann physisch oder virtuell sein und Bilder, Worte oder jedes grafische Element enthalten. Die Erfahrung kann in einem Augenblick oder über einen längeren Zeitraum hinweg stattfinden. Die Arbeit kann in jedem Maßstab durchgeführt werden: vom Briefmarkendesign bis zum Entwurf eines nationalen Postidentitätssystems. Farben, Buchstaben, Formen und Bilder regen die Menschen zum Nachdenken an, und die Aufgabe des Grafikdesigns ist es daher, den Menschen zu helfen, Dinge besser zu verstehen. Grafikdesign verwendet in der Tat oft eine visuelle Sprache, um die Botschaft auf eine sehr ansprechende, klare und wirksame Weise direkt anzusprechen und Missverständnisse zu vermeiden.

Tatsächlich umfasst der Begriff "Buchstaben" im Kern die gesamte Welt der Typografie, das Wissen über Schriftarten, Fonts, Schriftauswahl und -anpassung, Raummanagement und deren Harmonie. Farben hingegen beinhalten Konzepte wie Farbskalen, Farbskala und Farbtheorien, und Bilder beinhalten die Manipulation und Erstellung von Formen und Bildern durch Zeichnen, Drucken, Computer und eine Vielzahl anderer technischer Mittel.

Der Prozess des Grafikdesigns

Grafikdesignprojekte erfordern eine sorgfältige Recherche und methodische Arbeit auf der Grundlage klar definierter Schritte, die bei der Suche nach brauchbaren kreativen Anregungen und der Entwicklung eines Konzepts im Einklang mit den Kommunikationsbedürfnissen

hilfreich sind. Der berühmte Designer Bruno Munari erklärt die Designmethodik am Beispiel der Zubereitung von grünem Reis. Nach Munari muss diese Methode auf "einer Reihe notwendiger Vorgänge beruhen, die in einer logischen, von der Erfahrung diktierten Reihenfolge angeordnet sind", um nichts dem Zufall und der Improvisation zu überlassen. Der kreative Prozess erfordert freie Meinungsäußerung, aber denken Sie immer daran, einige Richtlinien zu befolgen, um Missverständnisse mit Ihrem Publikum zu vermeiden. Die folgenden Schritte müssen befolgt werden, um ein Grafikdesign zu erstellen, die Zeit zu optimieren und das Endergebnis zu verbessern:

Erstellung des Auftrags: In dieser Phase legen Sie die kommunikativen und visuellen Ziele fest, die erreicht werden sollen, um Ihre Botschaft zu vermitteln. Ein gutes Briefing sollte mindestens die folgenden Informationen enthalten:

Zu erreichende Kommunikationsziele: (Was ist Ihre Hauptbotschaft? Was ist der Grund, warum Sie diese Botschaft in die Welt hinaus tragen wollen?)

Die zu betonenden Werte (Welche Werte wollen Sie damit transportieren? Welche Werte sind entscheidend?)

Der grafische Stil, die Farbpalette oder andere visuelle Elemente, die verwendet werden sollen; (Welche grafischen Stile spiegeln Ihrer Meinung nach Ihre Botschaft wider? Haben Sie einige Beispiele zur Inspiration?)

Das Zielpublikum und seine Sprache: (Wen wollen Sie mit Ihrer Botschaft ansprechen? Wie sprechen diese Menschen? Wie sieht ihre Alltagssprache aus?)

Der Zeitrahmen für die Lieferung. (Wann muss ich die Kreation freigeben?)

Analyse des Auftrags: In dieser Phase analysieren Sie den von Ihnen erstellten Entwurf und stellen fest, welche Informationen fehlen oder unklar sind, damit Sie sie korrigieren können.

Hintergrundinformationen recherchieren: An diesem Punkt ist es wichtig, so viel Material wie möglich über das spezifische Grafikdesign (z. B. Schriftarten, Farben, Stile), aber auch über die zu verbreitende Idee und die zu vermittelnden Werte zu finden.

Inspirationsrecherche: Bei der Erstellung eines Grafikdesigns ist es wichtig, dass Sie Ihren Geist mit Bildern, Schriftarten, Farben und anderen visuellen Elementen "füttern". Es gibt zahlreiche Websites, die für die Inspirationsrecherche nützlich sind (z. B. Pinterest, Pixabay, Flickr oder Unsplash), aber denken Sie daran, dass die Anregungen auch ganz zufällig aus Büchern oder Magazinen kommen können,

die Sie zufällig durchblättern, oder von Werbetafeln, die Sie auf der Straße sehen. In dieser Phase ist es wichtig, dass Sie immer ein Notizbuch und einen Stift zur Hand haben, damit Sie die Stichworte, die Ihnen in den Sinn kommen, jederzeit skizzieren können. Dieser Schritt ist entscheidend für die Entwicklung einer Reihe von möglichen Ideen, aus denen Sie später die besten auswählen können.

Auswahl des Konzepts: In dieser Phase müssen Sie die Ergebnisse Ihrer Recherchen, aber auch die zufälligen Ideen, die Sie auf Ihrem Notizblock notiert haben, verarbeiten. Sie können das gesamte Material in einem Ordner auf Ihrem PC speichern oder eine Ideentafel auf einer kostenlosen Plattform (Canva, Pinterest, ...) erstellen, damit Sie es schnell durchsehen und Ideen für die Entwicklung auswählen können. Sie können sich für ein einziges Konzept entscheiden und es in 3 verschiedene grafische Versionen umwandeln oder umgekehrt drei völlig unterschiedliche Vorschläge ausarbeiten. Wichtig ist, dass Sie die Lösungen klar und deutlich kommunizieren und für jede eine grafische Linie erstellen. **Umsetzung des grafischen Entwurfs:** Dies ist der Moment, in dem Sie von der Theorie zur Praxis übergehen und Ihre grafischen Vorschläge am Computer entwickeln. Einige kostenlose Online-Tools, um mit der Arbeit zu beginnen, sind Desygner, Vista Create, Canva, befunky, iDroo. Wenn Sie die vorangegangenen Schritte richtig ausgeführt haben, können Sie die Zeit, die Sie für die "grafische Umsetzung" der von Ihnen gewählten Konzepte benötigen, optimieren. In dieser ersten Phase ist es wichtig, Ihre Ideen in Form von Entwürfen festzuhalten, um zu sehen, ob sie auch dann noch funktionieren, wenn Sie sie "zu Papier" gebracht haben.

Überarbeitung und Fertigstellung der Grafikdesign-Linie: Nach einer kurzen Pause, die nützlich ist, um das Projekt mit einem klareren und objektiveren Blick zu betrachten, können Sie die Vorschläge, die Sie nicht überzeugen, streichen und sich der Überarbeitung der ausgewählten Konzepte widmen. In dieser Phase ist es wichtig, jedes Detail zu analysieren und visuell zu verfeinern, bevor die endgültige Datei exportiert wird.

Projektpräsentation: Die sorgfältige Vorbereitung der Abschlusspräsentation vor der Gruppe oder den Jugendbetreuer:innen ist für den Erfolg eines jeden Grafikdesignprojekts von entscheidender Bedeutung, denn sie wird Ihnen helfen, Ihre Vorschläge wirksam und überzeugend zu präsentieren und die Gründe für die Wahl der einzelnen Lösungen sowie die Unterschiede zwischen den einzelnen Lösungen zu erläutern.

Grafikdesign als nicht-formale Methode in der Jugendarbeit

Grafikdesign und seine partizipatorischen Methoden eignen sich gut für den Prozess des Empowerments von Jugendlichen, die erwachsen werden. Eine Möglichkeit, partizipatorische Methoden und Grafikdesign miteinander zu verbinden, ist beispielsweise der AIGA-Wettbewerb "Design for Democracy", der seit 1998 versucht, Designwerkzeuge und Denkweisen anzuwenden, um die Bürgerbeteiligung zu erhöhen. Designer:innen werden zu mündigen Bürger:innen und machen die Demokratie solider. Bereits seit den 70er Jahren hat sich partizipatives Design in Nordeuropa als Instrument für bürgerschaftliches Engagement und Demokratisierung etabliert (Ehn, 2008). Es stützt sich auf demokratische Werte und gemeinsames Lernen. Im Laufe der Jahrzehnte hat sich das partizipative Design weiterentwickelt und wird immer umfassender eingesetzt, bis hin zu den jüngsten Ansätzen, die den Zugang zur Partizipation erleichtern und den sozialen Wandel und die Entwicklung durch innovative Ansätze fördern.

Aufgrund seines interdisziplinären Charakters und seines Potenzials, als Katalysator für Veränderungen zu wirken, eignet sich das Grafikdesign für eine Reihe innovativer Projekte in verschiedenen Bereichen, einschließlich der Jugendarbeit.

In diesem Bereich wurde Grafikdesign zu einem wertvollen Werkzeug für Jugendliche, um die Realität zu verstehen, ihren Standpunkt auszudrücken und eine Botschaft zu vermitteln.

Darüber hinaus zeigen Praktiken in ganz Europa, wie kollaboratives Grafikdesign in nicht-formalen Workshops weitere Vorteile bringt. In der Tat ermutigen Schulungsaktivitäten, bei denen kollaborative Designmethoden mit jungen Menschen eingesetzt werden, diese dazu, über den Tellerrand hinauszuschauen und Probleme zu lösen, indem sie neue und kreative Lösungen finden und so ein Gefühl des gemeinsamen Wachstums fördern. Collaborative Design-Aktivitäten fördern das Empowerment der Jugendlichen und ihr Engagement für einen nachhaltigen sozialen Wandel, indem sie Jugendliche von verschiedenen Seiten zur Teilnahme motivieren und ihnen ermöglichen, eine Perspektive einzunehmen und ein dialektisches Denken zu entwickeln, das sie auf dieselbe soziale Ebene wie die Erwachsenen stellt.

Eine in letzter Zeit sehr beliebte Praxis sind von der Gemeinde organisierte Design-Workshops, in denen ein:e Grafikdesigner:in jungen Menschen kostenlos seine/ihre Kenntnisse in den

Bereichen Grafikbearbeitung, Webdesign, Fotografie oder Illustration vermittelt. Die jungen Menschen erwerben dabei nicht nur berufliche Fähigkeiten, sondern vor allem innovative und wichtige Werkzeuge, um ihre Gedanken klar und prägnant auszudrücken.

Eine weitere Technik in der Grafikdesign-Ausbildung ist die Kombination von Erwachsenenbildung und partizipativen Methoden. Der Ansatz der Erwachsenenbildung wird verwendet, um junge Menschen bei der Definition von Bedürfnissen und der Festlegung von Zielen anzuleiten. Die Grafikdesign-Methodik beginnt mit dem kreativen Prozess und dem "kurzen" Weg und bringt sie dazu, Probleme in verschiedenen Bereichen wie Lebenserfahrung, Bildung oder bürgerschaftliches Engagement zu lösen. Das Lösen von Problemen gibt den jungen Menschen ein Gefühl der Zugehörigkeit zu dem Ziel, das sie erreichen wollen, und gibt ihnen darüber hinaus ein geeignetes Werkzeug, um sich den Herausforderungen des persönlichen und sozialen Lebens zu stellen, und vermittelt ihnen die Fähigkeit, systematisch zu denken.

Die Methode der partizipativen Ausbildung eignet sich besonders für Jugendliche mit einem hohen Maß an Abhängigkeit. Sie wird durch Bedarfsermittlung, Lernverträge, Lernprozess, Bewertung und erneute Diagnose der Bedürfnisse der Gemeinschaft durchgeführt.

Mit Hilfe dieser Techniken der Erwachsenenbildung treten die jungen Menschen in Kontakt mit der Gemeinschaft, die ihnen Erfahrungen vermittelt, Standpunkte austauscht und die Motivation zum Lernen weitergibt. Durch diesen dialektischen Austausch werden sie selbst zu Akteuren des Wandels.

Junge Menschen, die an einer Grafikdesign-Schulung teilnahmen, die sich mit Themen befasste, die ihr soziales Leben betrafen, zeigten oft Interesse und die Bereitschaft, sich zu beteiligen und sich einzubringen, indem sie ihre Ansichten zum Ausdruck brachten und ihre Visionen und kreativen Lösungen in konkrete Handlungen umsetzten.

Unter den Methoden, die eingesetzt werden, um junge Menschen für einen nachhaltigen sozialen und staatsbürgerlichen Wandel zu gewinnen, erweist sich Grafikdesign als wertvolles Instrument für Jugendarbeiter:innen. Es versetzt junge Menschen in die Lage, neue und praktische Lebensstile zu entwerfen, indem es ihr kritisches Denken und ihre persönliche Autonomie bei der Entscheidungsfindung und der Suche nach Lösungen für bürgerliche oder soziale Probleme in ihrem Alltag fördert. Dies geschieht durch das mächtige Instrument der visuellen Sprache und der gemeinschaftlichen Arbeit, die auf gemeinsamen Werten und Empathie basiert.

Was müssen Sie als Jugendarbeiter:in wissen, um Grafikdesign als nicht-formale Methode einzusetzen?

Der Prozess zur Reproduktion der Grafikdesign-Methode in nicht-formalen Aktivitäten beginnt mit der Zuweisung von verschiedenen zusammenhängenden Aufgaben an eine kleine Gruppe von Jugendlichen, die zusammen ein endgültiges Design-Projekt ergeben. Der/die Moderator:in bittet beispielsweise darum, ein Banner, ein Logo oder einen Flyer für die gesamte Gruppe als Team zu entwerfen. Dann teilt der/die Moderator:in das Team in kleine Gruppen auf, die an einem einzelnen Aspekt des Projekts arbeiten müssen, um die zugewiesene Aufgabe zu erfüllen. Die jungen Leute müssen zusammenarbeiten und sich an der Lösung von Problemen beteiligen, um schließlich ein innovatives und kreatives Grafikdesign zu schaffen, das für ihre Botschaft nützlich und sinnvoll ist.

Die Ausbildung im Bereich Grafikdesign ist ein wirkungsvolles Instrument für junge Menschen, die sich heute als Bürger komplexen Herausforderungen stellen müssen. Diese Methodik kann ihnen die Kraft geben, das abstrakte Gefühl des Misstrauens und der Frustration, das sie oft in Bezug auf ihre Rolle in der Zivilgesellschaft und die Probleme in ihr empfinden, in konkrete und innovative Antworten zu verwandeln. Mit anderen Worten, sie lehrt sie den kognitiven Prozess der Problemlösung, verbessert ihr Verständnis für die Probleme, die sie umgeben, und fördert die Entwicklung persönlicher, sozialer und beruflicher Fähigkeiten, die eng mit der Problemlösung verbunden sind, wie Zeitmanagement, Selbstpräsentation und aktives Zuhören.

Nachfolgend finden Sie eine Liste von Empfehlungen für einen sicheren und innovativen bürgerlichen Raum, die sich an Jugendbetreuer:innen richten, die Grafikdesign als nicht-formale Methode für das bürgerliche Engagement junger Menschen nutzen möchten.

Praktische Empfehlung:

Befolgen Sie die 8 Schritte

der Jugend die Möglichkeit geben, ihre Ideen frei zu äußern

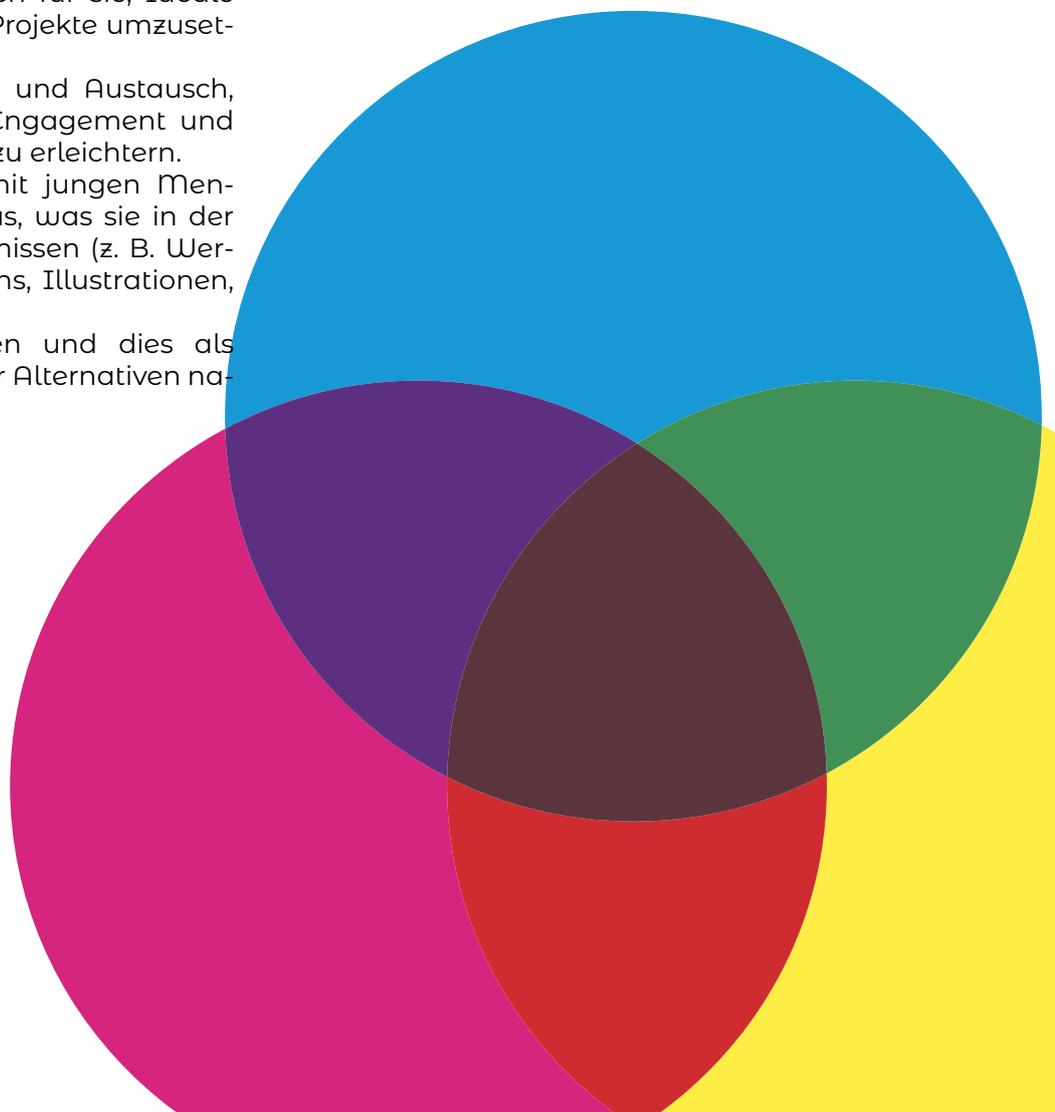
die Kanäle junger Menschen, wie soziale Medien, sowie deren Sprache und Referenzen nutzen

ihnen staatsbürgerliche Informationen zei-

gen, die direkt mit ihrem Leben und ihren Interessen zu tun haben
kurze und leicht verständliche Informationen verwenden
einprägsame Bilder und helle Farben verwenden
einen informellen Raum zu schaffen, der frei von Urteilen ist und in dem sich alle Jugendlichen frei äußern können, um ihre Beteiligung zu fördern.
ihren Prozess des Erwerbs von Führungsqualitäten unter Gleichaltrigen und auf sozialer Ebene zu unterstützen
eine "Bottom-up"-Strategie zu fördern, bei der die Jugendlichen ihr bürgerschaftliches Engagement selbst gestalten und untereinander kooperieren.
Feedback und Wertschätzung für ihre Arbeit geben
schlägt Visionsszenarien vor, die es den Jugendlichen ermöglichen, Zukunftsperspektiven zu entwickeln
Schaffung von Möglichkeiten für sie, Ideale und Potenziale in konkrete Projekte umzusetzen
Ermöglichen Sie Netzwerke und Austausch, um ihr bürgerschaftliches Engagement und ihre Beteiligung als Gruppe zu erleichtern.
Reflexion und Diskussion mit jungen Menschen über Themen und das, was sie in der Welt des Grafikdesigns vermissen (z. B. Werbung, Banner, Logos, Slogans, Illustrationen, Medien...).

Das "Problem" identifizieren und dies als Möglichkeit nutzen, um über Alternativen nachzudenken

Letztendlich und ganz allgemein ermöglicht die Grafikdesign-Ausbildung, wenn sie in einem sicheren Umfeld stattfindet, das jungen Menschen die Möglichkeit gibt, sich frei zu entfalten, ihnen die Möglichkeit zu geben, ihr verborgenes Potenzial zu entdecken und ihre Bestrebungen zu verfolgen. In diesem Sinne stellen nicht-formale Grafikdesign-Aktivitäten ein positives Rollenmodell dar, das junge Menschen dazu anregt, zusammenzuarbeiten, ihre Werte zu verfolgen und ihre Botschaft klar zum Ausdruck zu bringen, um den gewünschten Wandel in der Gesellschaft zu bewirken.



Bewährte verfahren für den einsatz von storytelling, grafikdesign und filmproduktion bei jugendlichen

Einleitung - wie man die Synthese der guten Praktiken liest und versteht

Alle drei Methoden - Geschichtenerzählen, Grafikdesign und Filmemachen - wurden im Laufe der Zeit als nicht-formale Bildungsmethoden in der Jugendarbeit eingesetzt, sowohl im öffentlichen als auch im privaten Bildungsbereich. Die Art und Weise, wie diese Methoden integriert wurden, unterscheidet sich je nach Thema der Aktivität oder des Projekts, der Zielgruppe und vor allem je nach den Zielen, die die Vermittler:innen, Trainer:innen und Organisationen erreichen wollten.

In diesem Kapitel haben wir mehrere bewährte Verfahren zusammengefasst, die sich auf die Zielgruppe auswirkten und eine Veränderung bewirkten. Für jede bewährte Praxis haben wir einige Indikatoren analysiert, die die Auswirkungen des Projekts widerspiegeln können. Diese Kriterien sind:

Zeitlichkeit - die Dauer des Projekts und die Art und Weise, wie die Aktivitäten über einen längeren Zeitraum andauern oder von den Organisationen und der Zielgruppe über einen längeren Zeitraum genutzt wurden. Der von uns gewählte Bezugszeitraum war mindestens 1 Jahr

ökologische Nachhaltigkeit - die Art und Weise, wie die Praxis/Aktivität/das Projekt im Hinblick auf den Umweltschutz und gute Praktiken nachhaltig ist

Inklusion - die Art und Weise, wie die Praxis integrativ ist und Menschen in prekären Situationen den Zugang ermöglicht

Ergebnisse - es gibt Informationen über die Ergebnisse des Projekts/der Praxis und über die erzielten Auswirkungen und Indikatoren

Innovation - die Praxis hat einen innovativen Charakter, indem sie die bereits bestehende Situation verbessert, originelle Lösungen für den Kontext, in dem sie angewandt wird, bietet oder die bisherige Realität vollständig umgestaltet.

Replizierbarkeit - die Art und Weise, in der das Projekt als Aktion in anderen Kontexten oder an anderen Orten repliziert werden kann, unter Beachtung der Skalierbarkeitskriterien.

In dieser Analyse bewährter Praktiken finden Sie auch einige Indikatoren wie die Anzahl der Menschen, die durch das Projekt oder die Praxis erreicht wurden, die Sprachen, in denen die Materialien oder Ergebnisse verfügbar sind, das Land, in dem sie entwickelt wurden, und einen Link, unter dem Sie weitere nützliche Informationen finden können. Die Kurzbeschreibung in der nachstehenden Tabelle wurde so verfasst, dass sie den Hauptgedanken der Praxis widerspiegelt und einen kurzen, aber ausreichenden Kontext bietet, damit der/die Leser:in entscheiden kann, ob er/sie mehr lesen möchte und ob die Aktivität geeignet ist, sich weiter zu entwickeln.

Bewährte Praktiken des Geschichtenerzählens

MARE DI LIBRI

Italien

www.maredilibri.it/

Zeitlichkeit	4
Öko-Nachhaltigkeit	4
Eingliederung	5
Ergebnisse	5
Innovation	4
Reproduzierbarkeit	5

Anzahl der erreichten Personen	17.000
In wie vielen Sprachen ist sie verfügba	2
Welche Sprachen?	Italienisch, Englisch

Mare di Libri ist das erste italienische Literaturfestival für jugendliche Leser:innen. Vor über vierzehn Jahren entstand das Festival aus einer recht einfachen Idee: ein Literaturfestival, das ganz den Geschichten und der Kunst gewidmet ist, die von Leser:innen im Alter von 11 bis 18 Jahren geliebt werden.

Die kleine Gruppe von Gründer:innen wollte Teenager:innen dabei helfen, Gemeinschaften von Mitleser:innen zu finden, zusammenzuarbeiten, mit ihren Lieblingsautor:innen zu interagieren, zu lernen und allgemein ihre Flügel auszubreiten.

Das macht Mare di Libri zu einem einzigartigen Festival, das von Jugendlichen für Jugendliche veranstaltet wird. Die vielen jungen Leser:innen, die sich ehrenamtlich für das Festival engagieren, entscheiden, welche Autor:innen sie einladen und welche Geschichten sie erkunden wollen. Dank der Unterstützung einer kleinen Gruppe Erwachsener koordinieren die Freiwilligen die Veranstaltungen, betreuen die Besucher:innen, helfen den Gästen und kümmern sich auch um die Kommunikation und Werbung für die Veranstaltung.

Im Laufe der Zeit hat das Festival italienische und ausländische Schriftsteller:innen und Künstler:innen nach Rimini gebracht. Wir haben unter anderem Craig Thompson, Aidan Chambers, Patrick Ness, John Boyne, Natasha Pulley, David Almond, Paul Dowswell und viele, viele andere begrüßt.



Bewährte Praktiken des Geschichtenerzählens

TO PICTURE A STORY

Rumänien

www.britishcouncil.ro/en/events/to-picture-a-story-creative-life-skills-workshops

Zeitlichkeit 3

Öko-Nachhaltigkeit 4

Eingliederung 5

Ergebnisse 3

Innovation 3

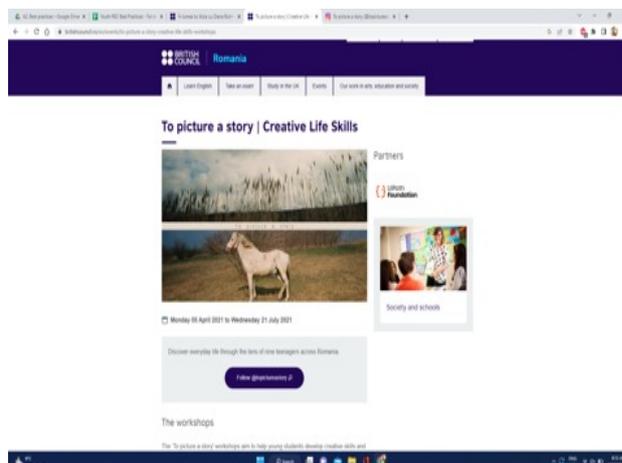
Reproduzierbarkeit 5

Anzahl der erreichten Personen 135

In wie vielen Sprachen ist sie verfügbar? 2

Welche Sprachen? Englisch, Rumänisch

Die "To picture a story"-Workshops sollen jungen Schüler:innen helfen, kreative Fähigkeiten und Englischkenntnisse durch Fotografie und Geschichtenerzählen zu entwickeln, damit sie ihre Geschichten aus dem Alltagsleben in ländlichen oder kleinstädtischen Gebieten Rumäniens festhalten und weitergeben können. Im Laufe von drei Monaten, von April bis Juni 2021, lernen und üben neun Jugendliche in unterentwickelten Gebieten Rumäniens, die zum Netzwerk der UiPath Foundation gehören, in einer Reihe von zweimonatlichen Workshops, die von der UiPath Foundation unterstützt und von dem British Council-Lehrer David Hughes, der Künstlerin Wanda Hutira und dem Kommunikationsexperten Cosmin Anghel geleitet werden, das Fotografieren und Erzählen von Geschichten auf Englisch. Das Programm konzentriert sich auf die Entwicklung der Englischkenntnisse und der kreativen Fähigkeiten der Schüler:innen durch zwei Arten von Fähigkeiten: - Visuelles Geschichtenerzählen, indem sie ein tieferes Verständnis für die Techniken der Fotografie erlangen und die im Rahmen des Programms bereitgestellten Filmkameras verwenden, um Ausschnitte des rumänischen Lebens aus ihrer eigenen lokalen Perspektive zu zeigen. - Schriftliches Erzählen, indem sie lernen, kurze Geschichten in Instagram-Beschriftungsformaten zu entwickeln, die ihre Botschaft für jedes Foto weiter vermitteln, sei es, dass sie ein Gefühl oder eine Stimmung einfangen oder einen Kontext liefern; dadurch entwickeln die Schüler:innen schriftliche Erzählfähigkeiten zusammen mit ihren Englischkenntnissen.



Bewährte Praktiken des Geschichtenerzählens

BREAK THE CHAIN, BE THE CHANGE! (KA1)

Spanien

<https://www.youtube.com/watch?v=RY0b3zVK3B4>

Zeitlichkeit

Öko-Nachhaltigkeit **5**

Eingliederung **3**

Ergebnisse **3**

Innovation **3**

Reproduzierbarkeit **5**

Anzahl der erreichten Personen **500 (circa)**

In wie vielen Sprachen
ist sie verfügba **1**

Welche Sprachen? **Englisch**

Break the chain, be the change! ist ein Video, das von Teilnehmer:innen des internationalen Jugendaustauschs "Record a Hater" im Rahmen des Erasmus+ Programms erstellt wurde.



Bewährte Praktiken des Geschichtenerzählens

RADIO THEATER: TALES OF THE QUARANTINE

Spanien

<https://radiotheater.infoproject.eu/>

Zeitlichkeit	5
Öko-Nachhaltigkeit	5
Eingliederung	5
Ergebnisse	5
Innovation	5
Reproduzierbarkeit	5

Das Projekt zielt darauf ab, Jugendarbeiter:innen und Sozialpädagog:innen neue Werkzeuge an die Hand zu geben, die es ihnen ermöglichen, die Fähigkeiten junger Menschen in Bezug auf Kreativität, öffentliches Sprechen, Gruppenarbeit, Körperausdruck, künstlerischen Ausdruck, Zeitmanagement und Selbsterkenntnis zu verbessern, indem sie Theater und Radio als neue kreative pädagogische Werkzeuge nutzen. Die Verwendung von Geschichten im Radio und die Auswirkungen, die dies in der Arbeit mit jungen Menschen hat, sind das Hauptthema des Projekts, das durch die Organisation von Lern-, Lehr- und Ausbildungsaktivitäten mit einem Programm aus vier Schulungen unterstützt wird, die jeweils mit der Produktionsphase der Radio-Theater-Podcasts zusammenhängen. Ziel ist es, die Fähigkeiten junger Menschen zu verbessern, indem ihre Fähigkeiten und Werte gefördert werden und das Erlernen und die Entwicklung von Schlüsselkompetenzen durch den Einsatz digitaler Werkzeuge unterstützt wird, die im Kontext der durch Covid-19 verursachten sozialen Distanzierung besonders wichtig sind.

Anzahl der erreichten Personen

1. In jeder Einrichtung nahmen rund 20 junge Menschen an den Workshops teil (insgesamt 100 Personen). Wenn wir auch die Personen berücksichtigen, die die verschiedenen Podcast-Episoden gehört haben, ist die Zahl der erreichten Personen viel höher, da die Zahl in Abhängigkeit von den täglichen Wiedergaben ständig aktualisiert wird.

In wie vielen Sprachen ist sie verfügba

5

Welche Sprachen?

Spanisch, Englisch, Rumänisch, Portugiesisch und Italienisch



Bewährte Praktiken des Geschichtenerzählens

RADIO INCLUSION INKLUSIVER PODCAST

Spanien

<https://open.spotify.com/show/2G-7gZKPYc5mxFWBWGGvQlM?si=b-1db77f6e5e6406d&nd=1>

Zeitlichkeit **5**

Öko-Nachhaltigkeit **5**

Eingliederung **5**

Ergebnisse **3**

Innovation **5**

Reproduzierbarkeit **5**

Radio Inclusion ist der Podcast von ASPAYM CYL Youth, in dem alle jungen Menschen und Jugendverbände, die sich daran beteiligen möchten, zu Wort kommen. Während seiner drei Staffeln hat er verschiedene Themen von sozialem Interesse behandelt und dabei stets das Bewusstsein für soziale und lokale Bereiche geschärft. Behinderungen, seltene Krankheiten, die Beziehung zwischen Jugendlichen und älteren Menschen in einem generationenübergreifenden Podcast, Theater und verschiedene Bereiche, die für junge Menschen von Interesse sind, waren die Protagonisten dieses Podcasts.

Anzahl der erreichten Personen **1000 (circa)**

In wie vielen Sprachen
ist sie verfügba **1**

Welche Sprachen? **Spanisch**



Bewährte Praktiken des Geschichtenerzählens

SNF DIALOGUES

Griechenland

<https://www.snfdialogues.org/en/>

Durch Live-Debatten, Veranstaltungen und reichhaltige Multimedia-Inhalte fördern die SNF-Dialoge den Gedankenaustausch und betonen die Notwendigkeit, dass die Bürger:innen sich selbst ausdrücken und miteinander kommunizieren können, wobei die Werte der Gleichheit und Vielfalt stets im Vordergrund stehen.

Zeitlichkeit **5**

Öko-Nachhaltigkeit **5**

Eingliederung **5**

Ergebnisse **5**

Innovation

Reproduzierbarkeit **5**

Anzahl der erreichten Personen **54 Dialoge, 261 Sprecher:innen, 20**

In wie vielen Sprachen
ist sie verfügba **1**

Welche Sprachen?

SNF
DIALOGUES



IEN / SNF

STAVROS NIARCHOS FOUNDATION



D}V}e}r}S}E O}P}I}N}I}O}N}S
N}3}W W}A}Y}S O}F T}H}I}N}K}I}N}G

Bewährte Praktiken des Geschichtenerzählens

LET'S DIGITAL STORYTELL!

Rumänien

<https://www.stiri.org/ong/educatie/atelier-de-digital-storytelling>

Zeitlichkeit **3**

Öko-Nachhaltigkeit **4**

Eingliederung **5**

Ergebnisse **4**

Innovation **3**

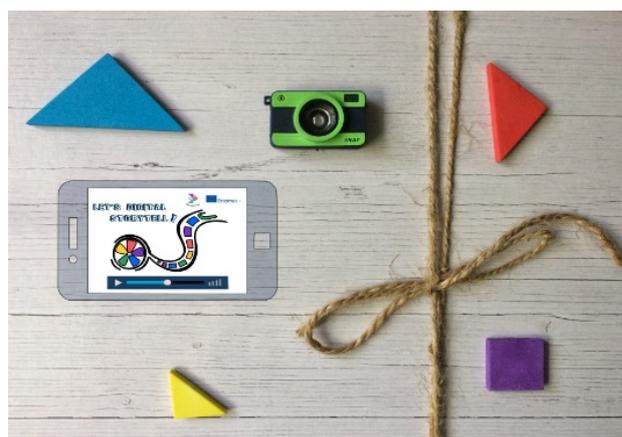
Reproduzierbarkeit **5**

Anzahl der erreichten Personen -

In wie vielen Sprachen ist sie verfügba **1**

Welche Sprachen? **Rumänisch**

Im Laufe von 10 Tagen lernen die Teilnehmer:innen die grundlegenden Prinzipien für die Erstellung einer digitalen Geschichte (digitales Geschichtenerzählen) kennen und erstellen sechs solcher Geschichten, die in der täglichen Arbeit mit Schüler:innen und jungen Menschen aus den Gemeinden vor Ort verwendet werden können. Das Programm umfasst auch einen interaktiven Besuch und einen Workshop zur Verbreitung von Geschichten im Nationalmuseum für rumänische Literatur sowie einen Besuch des Moșoia-Palastes. Die 24 Teilnehmer:innen kommen aus sechs europäischen Ländern (Bulgarien, Litauen, Großbritannien, Spanien, Portugal und Rumänien). Bei der Entwicklung des Projekts wurden die besonderen Bedürfnisse der Teilnehmer:innen berücksichtigt, darunter zwei Hörgeschädigte, für die die gastgebende Organisation eine:n Gebärdendolmetscher:in bereitstellen wird.



Bewährte Praktiken des Geschichtenerzählens

EUROPE THROUGH YOUNG EYES: EXCHANGE, EXPLORE, EXHIBIT

Österreich

<https://europe3e.yes-forum.eu/index.html>

Zeitlichkeit **5**

Öko-Nachhaltigkeit **3**

Eingliederung **5**

Ergebnisse **5**

Innovation **3**

Reproduzierbarkeit **5**

Anzahl der erreichten Personen **250**

In wie vielen Sprachen
ist sie verfügba **5**

Welche Sprachen?
**Englisch, Deutsch,
Französisch, Nieder-
ländisch, Griechisch**

Dieses Projekt zielte darauf ab, eine sinnvolle aktive Bürgerschaft zu kultivieren, das politische Bewusstsein zu schärfen und die soziale Eingliederung unter Jugendlichen zu vertiefen.

Die Ziele dieses Projekts wurden durch die folgenden Maßnahmen erreicht:

die Verbindung zwischen dem Leben junger Menschen und Europa auf persönlicher Ebene

Anwendung der Photovoice-Methode (partizipative Fotografie), um eine kreative und integrative Interaktion mit dem Thema "Europa" zu erreichen

Europa durch eine Simulation greifbarer machen

Forschung und Erkundung der Teilnehmer:innen zum Einfluss Europas auf lokaler und transnationaler Ebene

Erarbeitung von Empfehlungen für die EU-Politik durch die Teilnehmer:innen

Entwicklung und Veröffentlichung von Strategien für benachteiligte junge Menschen



Bewährte Praktiken der Filmproduktion

GIFFONI FILM FESTIVAL

Italien

<https://www.giffonifilmfestival.it/en/>

Zeitlichkeit	5
Öko-Nachhaltigkeit	3
Eingliederung	5
Ergebnisse	5
Innovation	5
Reproduzierbarkeit	5

Anzahl der erreichten Personen	50.000.000
In wie vielen Sprachen ist sie verfügba	2
Welche Sprachen?	Italienisch - Englisch

Das Giffoni-Festival wurde 1971 ins Leben gerufen. Die Protagonist:innen und Juror:innen der Veranstaltung sind Kinder und Jugendliche aus ganz Italien und der Welt. Ihre Aufgabe ist es, die Filme im Wettbewerb zu sehen und mit den Regisseur:innen, Autor:innen und Darsteller:innen zu diskutieren, um dann die Gewinner:innen zu wählen. Die Jury ist in Altersgruppen aufgeteilt, und die Wettbewerbskategorien sind Spielfilme, Kurzfilme und Dokumentarfilme. Die Themen wechseln von Jahr zu Jahr, stehen aber immer im Zusammenhang mit aktiver Bürgerschaft, sozialer Integration, Gleichberechtigung und Klimawandel. Während der Festivaltage treffen die Juror:innen außerdem auf verschiedene Gäste aus der Film- und Fernsehwelt, mit denen sie diskutieren und ihnen Fragen stellen. Das Festival hat sich von einer regionalen Veranstaltung zu einem internationalen Event entwickelt, an dem heute Persönlichkeiten aus der Film-, Kultur- und Musikwelt teilnehmen.



Bewährte Praktiken der Filmproduktion

BEARING. ALTERNATIVE EDUCATION WORKSHOP

Rumänien

<https://atelieredefilmdocumentar.ro/>
<https://www.youtube.com/@asociatiavira9519>

Zeitlichkeit	5
Öko-Nachhaltigkeit	3
Eingliederung	5
Ergebnisse	5
Innovation	4
Reproduzierbarkeit	5

Anzahl der erreichten Personen **346 Abonnent:innen auf dem youtube-Kanal, über 150 Filme von Jugendlichen gemacht**

In wie vielen Sprachen ist sie verfügba

1

Welche Sprachen?

Rumänisch

Die Workshops für Gymnasiast:innen führen junge Menschen im Alter von 14 bis 18 Jahren in die Welt des Dokumentarfilms ein. Durch die Dokumentarfilm-Workshops für Gymnasiast:innen entwickeln die jungen Teilnehmer:innen eine Reihe komplexer Fähigkeiten im Zusammenhang mit der Analyse und dem Verständnis des Universums in ihrer unmittelbaren Umgebung sowie mit der visuellen Darstellung eines Themas aus diesem Bereich. Jeder Workshop führt zu einer Reihe von vier bis sieben kurzen Dokumentarfilmen, die ausschließlich von Oberstufenschüler:innen erstellt werden und sich an Themen orientieren, die von ihrem eigenen Leben oder ihrer Gemeinschaft inspiriert sind. Alle Filme werden im Rahmen einer Reihe von öffentlichen Vorführungen in Kinos, Schulen, Gemeinden und kulturellen Einrichtungen gezeigt.



Bewährte Praktiken der Filmproduktion

SDG FILM FESTIVAL

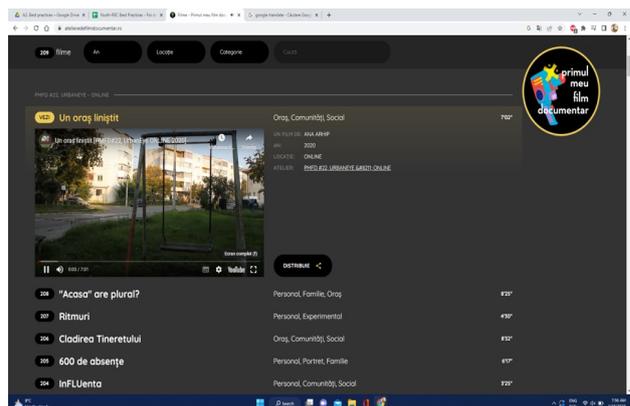
Spanien

<https://sdgfilmfestival.eu/proyecto/>

Das "SDG film festival" zielt darauf ab, das Verständnis und die Umsetzung der SDGs unter Jugendlichen und Jugendarbeiter:innen in Europa und Lateinamerika zu fördern.

Zeitlichkeit	5
Öko-Nachhaltigkeit	5
Eingliederung	5
Ergebnisse	5
Innovation	5
Reproduzierbarkeit	3

Anzahl der erreichten Personen	-
In wie vielen Sprachen ist sie verfügba	2
Welche Sprachen?	Englisch, Spanisch



Bewährte Praktiken der Filmproduktion

THESSALONIKI INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

Griechenland

<https://www.filmfestival.gr/el/>

Das Thessaloniki International Film Festival ist das führende Filmfestival Südosteuropas, die Bühne für die Präsentation der jährlichen griechischen Produktion und das wichtigste und älteste Festival auf dem Balkan für das Schaffen aufstrebender Filmemacher aus der ganzen Welt.

Zeitlichkeit **5**

Öko-Nachhaltigkeit

Eingliederung

Ergebnisse **3**

Innovation **5**

Reproduzierbarkeit

Anzahl der erreichten Personen **112,517**

In wie vielen Sprachen
ist sie verfügba **2**

Welche Sprachen? **Griechisch, Englisch**



Bewährte Praktiken der Filmproduktion

DRAMA INTERNATIONAL SHORT FILMING FESTIVAL

Griechenland

<https://www.dramafilmfestival.gr/>

Jedes Jahr werden auf dem Drama Short Film Festival die Werke griechischer und ausländischer Filmemacher:innen präsentiert, die ihr treues Publikum verzaubern, aber auch neue Erfahrungen und Überraschungen bieten wollen.

Zeitlichkeit **5**

Öko-Nachhaltigkeit

Eingliederung

Ergebnisse **3**

Innovation **5**

Reproduzierbarkeit

Anzahl der erreichten Personen **15335**

In wie vielen Sprachen
ist sie verfügba **2**

Welche Sprachen? **Griechisch, Englisch**



Bewährte Praktiken der Filmproduktion

FESTIVAL VIDEO & FILM DAYS

Österreich

<https://www.wienextra.at/medienzentrum/jugendliche/festival/>

<https://www.videoundfilmtage.at/2022/>

<https://www.facebook.com/videoundfilmtage/>

Die Video & Filmtage sind das Kurzfilmfestival mit persönlichem Bezug für Filmemacher:innen bis 22 Jahre.

Video- & Filmtage bedeutet, Filme zu sehen, Filmemacher:innen kennen zu lernen, neue Projekte zu planen, mit heißen Ohren im Kinossessel zu schwitzen, weil der eigene Film über die Leinwand flimmert

Feedback vom Publikum und einer Expert:innen-Jury und vielleicht sogar einen der begehrten Preise zu erhalten.

Zeitlichkeit **5**

Öko-Nachhaltigkeit **5**

Eingliederung **4**

Ergebnisse **4**

Innovation **5**

Reproduzierbarkeit **2**

Anzahl der erreichten Personen **mindestens 600**

In wie vielen Sprachen ist sie verfügba **1**

Welche Sprachen? **Deutsch**



Bewährte Praktiken der Filmproduktion

CROSSING EUROPE FILM FESTIVAL

Österreich

https://www.crossingeurope.at/en/program/yaaas_youth_program/yaaas_what_is_it

CROSSING EUROPE präsentierte 2019 ein ganzheitliches Programm zur Filmbildung, Erwerb von Medienkompetenzen und DIY-Videoproduktion.

Über 900 Jugendliche nahmen an der ersten Ausgabe des YAAAS! Jugendprogramms, bei dem es um die Förderung der Medienkompetenz durch praktische Arbeit mit dem Medium Film und seine Rezeption geht.

Zeitlichkeit **5**

Öko-Nachhaltigkeit **4**

Eingliederung **3**

Ergebnisse **4**

Innovation **3**

Reproduzierbarkeit **3**

Anzahl der erreichten Personen **mindestens 900**

In wie vielen Sprachen ist sie verfügba **2**

Welche Sprachen? **(Deutsch/Englisch), diverse Sprachen**



Bewährte Praktiken der Filmproduktion

ROMANIAN FILM EVENINGS

Rumänien

<https://festivalsfr.ro/>

Zeitlichkeit	5
Öko-Nachhaltigkeit	4
Eingliederung	4
Ergebnisse	5
Innovation	4
Reproduzierbarkeit	5

Anzahl der erreichten Personen	1700
In wie vielen Sprachen ist sie verfügba	1
Welche Sprachen?	Rumänisch

SFR (Romanian Film Evenings) ist ein Festival, das 2010 auf Initiative des Verbands der Studierendenjournalist:innen aus Iași ins Leben gerufen wurde. Seit 2018 wird das SFR-Festival von der Vereinigung ARTIS organisiert. Das Festival hat ein einzigartiges Profil und schafft es im Laufe der Jahre, die Hauptstadt der Republik Moldau in einen Pol des rumänischen Kinos zu verwandeln. Im Rahmen der Festivalsektionen werden jedes Jahr Filme aus verschiedenen Epochen des rumänischen Kinos sowie neue Filme, Debütfilme oder Kurzfilme präsentiert. Das Konzept des Festivals sieht vor, rumänische Produktionen zu zeigen und Schauspieler:innen, Regisseur:innen, Drehbuchautor:innen und Filmkritiker:innen zu den Vorführungen einzuladen. Der Dialog und die Begegnung mit dem Publikum bedeuten eine Öffnung des Kinos.



Bewährte Verfahren für die grafische Gestaltung

GRAPHIC DAYS®

Italien

<https://www.graphicdays.it/en/homepage-en/>

Zeitlichkeit	4
Öko-Nachhaltigkeit	5
Eingliederung	5
Ergebnisse	5
Innovation	5
Reproduzierbarkeit	5

Anzahl der erreichten Personen	20.000
In wie vielen Sprachen ist sie verfügba	2
Welche Sprachen?	Italienisch und Englisch

Graphic Days® ist ein innovatives Kulturzentrum, das kulturelle Projekte mit sozialen Auswirkungen betreut und realisiert, die sich mit visuellem und sozialem Design befassen. Graphic Days® ist auch ein internationales jährliches Verbreitungsfestival und eine Beobachtungsstelle für visuelles und soziales Design dank der Zusammenarbeit mit einem Netzwerk von internationalen und lokalen Akteur:innen. Soziales Design besteht in der Konzeption und Umsetzung von Aktionen mit sozialen Auswirkungen auf dem Territorium, die durch konkrete Aktionen und die Zusammenarbeit mit Institutionen und Einrichtungen des dritten Sektors die Aktivierung von Systemen und bewährten Praktiken in verschiedenen Bereichen anregen: von der Stadterneuerung bis zur internationalen Co-Planung, vom informellen Lernen bis zu Projekten der aktiven Bürgerschaft.



Bewährte Verfahren für die grafische Gestaltung

SEMINCI FILM FESTIVAL POSTER COMPETITION

Spanien

<https://www.seminci.es/>

Zeitlichkeit **5**

Öko-Nachhaltigkeit **4**

Eingliederung **3**

Ergebnisse **5**

Innovation **5**

Reproduzierbarkeit **3**

Anzahl der erreichten Personen -

In wie vielen Sprachen
ist sie verfügba **1**

Welche Sprachen? **Spanisch**

Ideenwettbewerb für die Auswahl der Plakate durch die Städtische Stiftung für Kultur der Stadt Valladolid / SEMINCI, die das Bild für die Sektionen Offizielle, Treffpunkt und Zeit der Geschichte des Festivals sein werden.



workshops - schritt für schritt

Werte, auf die in den Workshops abgezielt werden soll - Bürgerschaftliches Engagement und Partizipation von Jugendlichen

Bürgerschaftliches Engagement bedeutet, "darauf hinzuarbeiten, im gesellschaftlichen Leben der eigenen Gemeinschaft etwas zu bewirken, und die Kombination von Wissen, Fähigkeiten, Werten und Motivation zu entwickeln, um diese Veränderung zu erreichen. Es bedeutet, die Lebensqualität in einer Gemeinschaft zu fördern, sowohl durch politische als auch durch nicht-politische Prozesse". (Erlich, 2000).

Bürgerschaftliches Engagement hat 4 Hauptbestandteile:

- Bürgerschaftliches Engagement oder Teilnahme an Aktivitäten wie Freiwilligenarbeit oder Service-Learning, um die Gemeinschaft zu verbessern.
- Bürgerschaftliches Engagement oder die Bereitschaft, einen positiven Beitrag zur Gesellschaft zu leisten.
- Bürgerkompetenz, d. h. die Fähigkeit, sich in der Zivilgesellschaft, der Politik und der Demokratie zu engagieren.
- Sozialer Zusammenhalt, d. h. ein Gefühl der Gegenseitigkeit, des Vertrauens und der Verbundenheit mit anderen.

Die verschiedenen Umgebungen, in denen der/die Einzelne lebt, lernt, spielt, betet und arbeitet, wirken sich auch auf sein/ihr Engagement in der Gemeinschaft aus. Wie zu erwarten, hat das familiäre Umfeld einen großen Einfluss auf das bürgerschaftliche Engagement der Kinder. Eltern beeinflussen das bürgerschaftliche Engagement ihrer Kinder, indem sie sie dazu ermutigen, sich zu engagieren, indem sie ihnen als Vorbilder dienen, indem sie ihre Werte durch Gespräche mit ihren Kindern vermitteln und indem sie sie mit gesellschaftlichen Organisationen in Verbindung bringen.

Warum wollen wir bürgerschaftliches Engagement bei jungen Menschen fördern?

Studien zeigen beispielsweise, dass Kinder, in deren Familien zu Hause über Politik diskutiert wird, als Erwachsene zwei- bis dreimal so häufig die Politik verfolgen, Petitionen unterzeichnen und sich ehrenamtlich engagieren wie Kinder, deren Eltern nicht über Politik diskutieren. Das schulische und nachbarschaftliche Umfeld hat einen ähnlich starken Einfluss auf die Bürgerbeteiligung junger Menschen. Kinder, die Schulen besuchen, die den Schüler:innen die Möglichkeit bieten, gemeinnützige Arbeit zu leisten, die den Respekt zwischen Schüler:innen und Lehrer:innen fördern und die ein breites Spektrum an außerschulischen Aktivitäten anbieten, werden mit sehr viel größerer Wahrscheinlichkeit aktive Bürger:innen, wenn sie das Erwachsenenalter erreichen.

Ein größeres soziales Umfeld wie der Staat, die Provinz oder das Land, in dem der/die Einzelne wohnt, hat ebenfalls Einfluss darauf, inwieweit er/sie sich an staatsbürgerlichen Aktivitäten beteiligt. In Ländern mit einem hohen Maß an Materialismus, wirtschaftlicher Ungleichheit und politischen Systemen, in denen der/die Einzelne nicht die gleiche Macht hat, um Regierungsentscheidungen zu beeinflussen, neigen die Bürger:innen dazu, die Regierung zu verschmähen und sich weniger am bürgerlichen Leben zu beteiligen.

Bürgerschaftlich engagierte Erwachsene haben auch ein höheres Selbstwertgefühl und bessere persönliche Beziehungen. Außerdem sind sie weniger krank, leiden seltener an Depressionen und leben sogar länger! Studien haben zum Beispiel gezeigt, dass ältere Menschen, die sich ehrenamtlich in ihrer Gemeinde engagieren, im Vergleich zu denen, die dies nicht tun, eine um 40 bis 50 % niedrigere Sterblichkeitsrate im Alter aufweisen.

Bürgerbeteiligung wirkt sich nicht nur auf den Einzelnen aus, sondern auf die gesamte Gesellschaft. In Stadtteilen mit höherer Bürgerbeteiligung ist das Gemeinschaftsgefühl größer, die Kriminalitätsrate niedriger und die Bürger:innen sind gesünder und glücklicher. Staaten und Länder mit einem höheren Anteil an bürgerschaftlich engagierten Bürger:innen weisen niedrigere Krankheits-, Geisteskrankheits- und Selbstmordraten auf. Sie haben auch niedrigere Verbrechensraten und verfügen über größeren wirtschaftlichen Wohlstand, besser ausgebildete Kinder und effektivere Regierungen.

Jugendpolitik und Jugendarbeit müssen junge Menschen dabei unterstützen, ihr volles Potenzial als autonome Mitglieder der Gesellschaft auszuschöpfen, indem sie ihnen ermöglichen, Le-

Planspiele zu entwickeln und ihre demokratische Bürgerschaft auszuüben. Partizipation ist ein wesentliches Element der Bürgerschaft in einer demokratischen Gesellschaft und einem demokratischen Europa. Jugendbeteiligung ist kein Selbstzweck, sondern ein Mittel, um positive Veränderungen im Leben junger Menschen zu erreichen und eine bessere Gesellschaft aufzubauen. Jugendbeteiligung ist das aktive Engagement junger Menschen in ihrer eigenen Gemeinschaft. Der Begriff wird oft als Abkürzung für die Beteiligung junger Menschen in vielen Bereichen verwendet, darunter Entscheidungsfindung, Sport, Schule und alle Aktivitäten, an denen junge Menschen traditionell nicht beteiligt sind.

Die Grundsätze der Jugendbeteiligung lauten:

- Empowerment: Junge Menschen haben durch ihre Beteiligung mehr Kontrolle über ihr Leben.
- Zielgerichtetes Engagement: Junge Menschen übernehmen wertvolle Rollen, befassen sich mit Themen, die für sie relevant sind, und beeinflussen reale Ergebnisse.

- Inklusion: Sicherstellen, dass alle jungen Menschen teilnehmen können.

Einige Beispiele für Jugendbeteiligung in der Praxis sind:

- Anhörung der jungen Menschen zu ihren Ideen und Meinungen.
- junge Menschen, die sich mit Themen beschäftigen, die ihr Leben betreffen.
- junge Menschen, die gemeinschaftliche Aktivitäten oder Veranstaltungen planen oder leiten.
- junge Menschen, die in Jugendausschüssen oder Aktionsgruppen mitarbeiten.
- die Beteiligung junger Menschen an von Erwachsenen definierten Entscheidungsgremien.

Es ist wichtig, sich daran zu erinnern, dass Jugendbeteiligung ein Ansatz ist - nicht eine "Sache", die man abhaken oder als einmaliges Projekt durchführen kann (Holdsworth 2001). Ein Ansatz der Jugendbeteiligung unterstützt junge Menschen dabei, zu handeln, ihre eigenen Entscheidungen zu treffen und für sich selbst einzutreten - anstatt sie als passive "Kunden" zu sehen.

In der Jugendpolitik und -praxis gibt es im Allgemeinen drei Arten von "jugendlichem Engagement".

- Engagement (in der Regel in der allgemeinen oder beruflichen Bildung)
- Engagement bei (Teilnahme an einer Aktivität)
- Engagement mit (in einer Form von Partnerschaft oder Gruppenarbeit mit anderen verbunden sein).

Wie bei der Jugendbeteiligung ist es wichtig, über den Begriff "Jugendengagement" nachzudenken - wenn er Teil unserer Arbeit sein soll, müssen wir genau verstehen und ausdrücken, was wir damit meinen.



Workshop zum
Geschichtenerzählen

Brainstorming und Storytelling

● Allgemeines Ziel & Zielsetzungen

Ziel dieser Workshops ist es, die Beteiligung der Jugendlichen und ihr bürgerschaftliches Engagement durch die Kompetenzen des Storytellings und des Brainstormings zu fördern. Dies wird ihnen helfen, Ideen zu entwickeln und Geschichten zu formulieren, die sie für ihre Drehbücher verwenden können. Der Zweck dieser Workshops ist auch die Förderung und Entwicklung,

- Literarischer Kompetenz
- Persönlicher, sozialer und lernbezogener Kompetenz

● Teilnehmer: 15 junge Menschen

● Dauer: 4 Stunden

● Setting:

Ein Raum mit genügend Tischen und Stühlen, um alle Teilnehmer:innen unterzubringen. Die Tische können in Abständen aufgestellt werden, um die Bildung von Gruppen zu ermöglichen, oder in einem Halbkreis, um eine größere Diskussion und Interaktion zu ermöglichen.

● Intro & Kennenlernen:

Titel: Story Memories

Einführung in das Thema:

Beschreibung der Übung:

Die Übung zum Kennenlernen, die wir für diesen Workshop verwenden werden, heißt Story Memories. Dabei beschreibt jede:r Teilnehmer:in entweder sein/ihr erstes Buch oder ein Buch, das er/sie geliebt hat, und die Erinnerung oder das Gefühl, das es auslöst. Moby Dick könnte sie zum Beispiel in eine Zeit zurückversetzen, in der sie das Meer besucht oder an ihm gelebt haben (oder einen Wal als Haustier besaßen!), und vielleicht haben sie diesen Ort geliebt, weil er ihnen das Gefühl gab, eins mit sich selbst zu sein, oder es war eine Zeit, in der sie viele Freund:innen hatten oder ihre erste Liebe trafen.

Diese Aktivität kann breit gefächert sein und muss nicht so persönlich sein, wenn die Teilnehmer:innen zu Beginn keine allzu freizügigen Informationen preisgeben wollen!

Beschreibung der Übungen

Übung 1

Die Magie des kollektiven Storytellings

Einleitung: Bei dieser Übung geht es um kollaboratives Storytelling, das sich auf die Vorstellungskraft nicht nur einer Person, sondern einer Handvoll Menschen stützt. Ähnlich wie beim Brainstorming sind die gemeinsamen Anstrengungen und kreativen Ressourcen in einer Gruppe viel stärker, und so können einprägsame und scharfe Geschichten entstehen!

Es beruht auf der Prämisse, dass mehrere Köpfe besser sind als einer, und dass dort, wo eine Person nicht weiterkommt oder mit bestimmten Details nicht weiterkommt - Charakterentwicklung, erzählerischer Verlauf, Vokabular, Beschreibungen und so weiter -, viele Leute die Probleme lösen und die Geschichte auf eine geeignetere Spur bringen können, was auch die Qualität des Schreibens verbessern sollte. In der Filmindustrie ist es oft so, dass an einem Film oder einer Serie mehrere "Autor:innen" beteiligt sind, so dass die Fähigkeit zur Zusammenarbeit bei der Produktion eines Films von entscheidender Bedeutung ist. Einige der Ideen, auf die Ihre Gruppe kommt, können den Treibstoff für jede Storyidee liefern.

Aufgaben und Moderation: Es werden kleine Teams gebildet (mehrere kleine Teams, wenn sie Teil eines größeren Ganzen sind), die die Aufgabe haben, sich gemeinsam eine Geschichte auszudenken. Jedes Teammitglied schlägt Ideen und Wege vor, um die Geschichte voranzutreiben, bis die Gruppe eine vollständige Geschichte mit einem Anfang, einer Mitte und einem Ende entwickelt hat, die sie während der Sitzung laut vorlesen kann.

Jede Person im Team trägt zur Geschichte bei und baut auf dem auf, was die vorherigen Personen gesagt haben. Dies fördert die Kreativität, die Fantasie und die Kontinuität der Erzählung. Es handelt sich um eine Art Baustein-Übung, und das Ziel ist, dass die Bausteine perfekt zueinander passen.

Wenn sich die Geschichte frei und natürlich entwickelt, können die Teilnehmer:innen überrascht sein, wie originell und effektiv ihre Bemühungen sein können. Die Vorschläge jedes Mitglieds sollten respektiert werden und als demokratische Einheit funktionieren. Sollte das Team als Gruppe beschließen, bestimmte Sätze oder Teile der Geschichte zu überarbeiten, so ist dies erlaubt. Natürlich ist es wichtig, die besten Ideen auszuwählen, solange sich alle Mitglieder wertgeschätzt fühlen und an-

gemessen berücksichtigt werden.

Die Geschichte kann so lang oder kurz sein, wie es notwendig erscheint. Es wäre ein guter Anfang für ein Graphic Novel, oder vielleicht der Anfang, die Mitte und das Ende einer Kurzprosa. Diese können dann für das Drehbuch eines Films angepasst werden

Übung 2

Ein:e professionelle:r Geschichtenerzähler:in sein mit Storytelling Cards oder Steps

Einleitung: Es gibt eine bestimmte Struktur, der die meisten Autor:innen folgen, wenn sie eine Geschichte schreiben, sei es ein Buch, eine Kurzgeschichte oder ein abendfüllender Film. Dieses Format hilft dabei, der Geschichte einen Rhythmus und einen Stil zu geben, dem der/die Leser:in leicht folgen kann und der für den/die angehende:n Schriftsteller:in leicht zu merken ist.

Wenn Sie wollen, dass Ihre Arbeit gelesen oder gesehen wird, dann muss Ihre Geschichte kohärent sein und vom Standpunkt des Erzählens her Sinn ergeben, sonst herrscht Verwirrung und der/die Leser:in hört auf zu lesen. Diese Karten ermöglichen es den Teilnehmer:innen, diese allgemein akzeptierte Struktur zu nutzen und geben ihnen eine größere Chance, mit ihrer kreativen Arbeit einen "Homerun" zu landen.

Den Teilnehmer:innen wird beigebracht, wie sie mit Hilfe dieser Karten eine Geschichte entwickeln können, und anschließend schreibt jede:r von ihnen eine Kurzgeschichte, die jeden der Schritte umfasst. Dieser Prozess verwandelt die Teilnehmer:innen mit nur wenig Übung sofort in weitaus versiertere Schriftsteller:innen. Es wird ihnen auch helfen, selbstbewusster zu schreiben, da sie wissen (und entdecken), dass sie die richtigen Entscheidungen treffen und besseres Material schreiben.

Aufgaben und Erleichterung: Der/die Moderator:in/Jugendbetreuer:in erklärt den Teilnehmer:innen die einzelnen Karten oder Schritte und gibt ein paar Hintergrundinformationen oder Beispiele aus berühmten Geschichten, um seinen/ihren Standpunkt zu verdeutlichen. Sie erklären, was die einzelnen Karten bedeuten und wie sich die Geschichte durch die Karten entwickelt. Die Teilnehmer:innen erleben, wie sich die Geschichte entwickelt

und ein Eigenleben annimmt, während sie die Schritte (Karten) nutzen, um ihre Geschichten auszufüllen. Sie werden sehen, wie viel Sinn das Ganze macht, und sollten spüren, dass sich das Niveau ihres Schreibens verbessert.

Sie erhalten genügend Zeit, um ein Gefühl dafür zu bekommen, wie eine Geschichte nach den richtigen Richtlinien aufgebaut ist. Jeder Schritt kann zum Beispiel aus zehn Zeilen oder einer halben Seite bestehen. Sie schreiben eine Kurzgeschichte, die alle diese Schritte umfasst, und lesen sie vor der Gruppe vor. So erhalten sie ein wichtiges Feedback und können erkennen, wo sie richtig vorgegangen sind und welche Anpassungen sie vornehmen müssen, um eine gute Synthese der verschiedenen Elemente der Geschichte zu erreichen.

Schritte (jeder dieser Schritte kann weiterentwickelt oder weiter untergliedert werden)

1. Einstellung

Wann und wo beginnt/geschieht die Geschichte? Wer ist der/die Protagonist:in und wer sind die anderen Figuren der Geschichte?

2. Konflikt

Was bedroht die Ordnung in der Welt? Ist es ein Bösewicht oder eine äußere Störung (Naturkatastrophe, Krankheit usw.)? Wie sieht der Bösewicht aus? Welche zerstörerischen Kräfte setzt der Bösewicht ein?

3. Wendepunkt

Wer hilft dem/r Helden:in, die Aufgaben zu erfüllen, oder was gibt ihm/ihr Kraft und Mut? Trifft er/sie eine/n Weise/n oder entdeckt er/sie eine geheime Kraft? Was entdeckt der/die Held:in über sich selbst und die Welt? Welches Ereignis führt den/die Helden:in zu einer Lösung?

4. Auflösung

Wie sieht das Ende der Reise aus? Erhält der/die Held:in einen Preis (Prinz/Prinzessin, Juwel, Sieg usw.)? Wie sieht die Welt jetzt aus und wie hat sich der/die Held:in verändert?

5. Die Moral

Was ist die universelle Lektion in der Geschichte... was lehrt sie uns?

Übung 3

Geschichten durch Improvisation

Einleitung: Bei dieser Übung erhalten die Teilnehmer:innen eine Aufforderung und müssen sich dann eine Geschichte zu dieser Aufforderung ausdenken. Dabei kann es sich um ein Wort, einen Satz, eine Requisite oder eine Idee handeln. Die Geschichte kann ein Sketch, eine Kurzgeschichte oder ein Drehbuch für einen Film sein, oder eine Mischung aus beidem.

Dies kann den Teilnehmer:innen helfen, ihre Improvisationsfähigkeiten zu üben und sie zu ermutigen, kreativ über das Erzählen von Geschichten nachzudenken. Je kreativer ein:e Teilnehmer:in sein kann, desto besser wird automatisch sein/ihr Schreiben. Das Denken über den Tellerrand hinaus führt zu originellen und faszinierenden Geschichten.

Indem sie sich auf eine Aufforderung verlassen, werden sie ermutigt, offen für Vorschläge zu sein und sich auf alles einzulassen, was der/die Moderator:in ihnen vorgibt. Sie lernen, das Unerwartete zu erwarten und wie in der Welt der Improvisation niemals zu etwas Nein zu sagen!

Aufgaben und Erleichterung: Der/die Moderator:in entscheidet, welche Aufforderung er/sie den Teilnehmer:innen geben möchte. Es kann eine Gruppenübung oder eine Einzelübung sein. Es ist besser, die Antworten kürzer zu halten, als eine aufgeblasene Geschichte zu erzählen. Auf diese Weise können die Teilnehmer:innen dazu angeregt werden, darüber nachzudenken, wie sie ein bestimmtes Szenario, eine Szene oder ein Kapitel beginnen könnten.

Es kann eine Reihe verschiedener Aufforderungen geben, z. B. könnte der/die Moderator:in einen Satz sagen: "Die Lichter gingen aus und sie fühlte eine kalte Angst in sich", oder der/die Moderator:in könnte sagen, dass sie ein Szenario schreiben sollen, in dem es in der Schulkantine einen Aufruhr gibt und sie beschreiben müssen, was passiert. Auf diese Weise können die Teilnehmer:innen ihre Fantasie einsetzen und den Anfang einer Geschichte erfinden. Eine Aufforderung könnte auch sein, einen Anfangssatz des ersten Kapitels oder der ersten Szene fortzusetzen - der Himmel war hell, aber da vorne sah er etwas Ungewöhnliches, er war sich nicht sicher, aber es sah aus wie ein....

Erlaubt ist auch ein physischer Gegenstand. Dies könnte ein Spielzeug sein, das der/die Moderator:in hat, und er/sie kann die Teilnehmer:innen bitten, etwas über das Spielzeug zu schreiben - z. B. woher sie es haben, was es ihnen bedeutet oder wie sie es an die nächste Generation weitergeben wollen.

Übung 4

Ein Roboter werden

Einleitung: Diese Übung führt einen neuen Weg ein, um die Kreativität der Teilnehmer:innen über ihr Unterbewusstsein zu aktivieren. Das automatische Schreiben in Essenzen schaltet unseren praktischen Verstand ab und fördert ein frei fließendes Schreiben, das aus einem tieferen Bereich kommt. Es beruht eher auf Inspiration als auf Praktikabilität und kann helfen, erstaunliche Kreativität hervorzubringen.

Oft sind wir durch unseren denkenden Verstand eingeschränkt oder gefesselt und lassen den Teil von uns, in dem Inspiration und Magie wohnen, nicht zu oder zapfen ihn an. Wir verhindern aktiv, dass Ideen entstehen, weil wir versuchen, sie zu erzwingen oder zu "denken". Die besten Texte entstehen oft dadurch, dass wir uns hingeben und zulassen, dass großartige Worte, Sätze und Ideen auf natürliche Weise und aus einem unbewussten Bereich heraus entstehen, der durch Denken allein nicht erreicht werden kann.

Aufgaben und Erleichterung: Jede:r Teilnehmer:in erhält ein DIN-A4-Blatt (ein größeres Blatt ist besser, da es viel Platz für den Gedankenfluss bietet, ohne dass er/sie durch Seitenwechsel unterbrochen wird). Der/die Moderator:in wird dann erklären, wie man zuerst die bewusste oder praktische Seite des Gehirns "ausschalten" muss, um den unbewussten Teil des Geistes anzuzapfen.

Das Hauptziel dieser Übung ist die Förderung und der Zugang zu einer Art von Inspiration, die normalerweise nicht zur Verfügung steht, insbesondere wenn sie durch Gefühle wie Verlegenheit, Wut oder Scham zurückgehalten wird. Sie kann auch gehemmt werden, wenn ein:e Teilnehmer:in denkt, dass er/sie als Schriftsteller:in nicht gut oder erfolgreich genug ist und es daher nicht "verdient" hat, fantastisches Material zu schreiben.

Um in den Fluss des Bewusstseins zu gelangen und Zugang zu seiner reichen Fruchtbarkeit zu erhalten, müssen die Teilnehmer:innen zunächst ihr Unterbewusstsein aktivieren und die Abhängigkeit vom bewussten Teil ihres Gehirns verringern. Um dies effektiver tun zu können, müssen die Teilnehmer:innen kontinuierlich schreiben, nachdem sie begonnen haben. Es ist wichtig, dass es keine Pausen und keine Unterbrechungen gibt, um über den nächsten Schritt „nachzudenken“. Es geht hier nicht um Perfektion (der Grammatik, des Sinns oder der Kontinuität des Gedankens), sondern um reine Inspiration und das Anzapfen des Unterbewusstseins, das am Ende in das Bewusstsein einfließt und sich mit die-

sem ausgleicht. Dies sollte mindestens 10 Minuten dauern, damit die Teilnehmer:innen, die diese Arbeitsweise nicht gewohnt sind, sich daran gewöhnen können, sich gehen zu lassen und zuzulassen, dass das, was verschüttet ist, zum Vorschein kommt.

Übung 5

Emotionale Intelligenz

Einleitung: Schreiben ist eine sehr wirksame Methode, um mit Emotionen umzugehen, insbesondere mit negativen Emotionen, die durch schwierige Lebenssituationen ausgelöst wurden. Es gibt ihnen ein Ventil, um anerkannt und oft auch gelöst zu werden. Denn durch das Schreiben "spricht" man über sie, wenn auch nur mit sich selbst, und indem man sich und seine Probleme auf dem Papier ausdrückt, gibt man ihnen die Erlaubnis, wahrgenommen und geheilt zu werden.

Indem sie aufschreiben, wie sie sich fühlen - oft in Form eines Tagebuchs oder Journals - arbeiten sie bewusst (und unbewusst) mit dem, was sie in dieser Zeit belastet, anstatt es zu unterdrücken und zu vergraben, was dazu führt, dass es vor sich hin schwelt und in Zukunft weitere Probleme schafft. Dieser Prozess ermöglicht es Ihnen, Erkenntnisse zu gewinnen und Lösungen für Ihre Probleme zu finden.

Bei dieser Übung geht es darum, die eigenen Gefühlszustände aufzulisten und zu beschreiben. Sie hilft den Teilnehmer:innen, mit ihren tiefsten Emotionen in Kontakt zu kommen, aber auch ihre beschreibende Prosa zu verbessern, wenn sie mit Emotionen in ihren Geschichten arbeiten. Sie zeigt ihnen auch, wie wichtig es ist, dass sie beschreiben und in Worte fassen können, was sie - und ihre Figuren - fühlen.

Aufgaben und Erleichterung: Bitten Sie die Gruppe, einen kurzen Tagebuch- oder Journalbeitrag zu verfassen, der sich auf ein bestimmtes Gefühl konzentriert, z. B. Freude, Wut oder Traurigkeit. Dies kann auch mit ihrem Skript für das Endergebnis verbunden werden. Der Eintrag kann lebensnah sein und beschrei-

ben, wie sie sich als Teilnehmer:in fühlen, oder er kann eine Beschreibung einer fiktiven Figur sein. Er kann zum Beispiel mit einer bürgerlichen oder politischen Frustration verbunden sein, bei der sie oder ihre Filmfigur eine Art von Ungerechtigkeit oder mangelndem Vertrauen in die politische oder kulturelle Sphäre, in der sie leben, erfahren haben.

Sie sollten diese Gefühle mit dem Ereignis oder der Situation, die bei ihnen oder ihrer Figur diese Gefühle ausgelöst hat, kombinieren. Vielleicht haben sie zum Beispiel an einer Kundgebung für eine gute Sache teilgenommen, und das Vorgehen der Polizei war hart und grenzte an Polizeibrutalität, was sie enttäuscht oder verletzt hat; oder vielleicht gab es etwas Gutes, das in ihrer Gemeinde getan oder umgesetzt werden sollte, aber aufgrund von Korruption in der lokalen Regierung (wie hat die Figur das herausgefunden?) wurde diese dringend benötigte Aktion auf einen anderen Tag verschoben, so dass die Menschen, die es am meisten brauchten, verärgert und ratlos zurückblieben.

Als Moderator:in können Sie bestimmte Sätze, Wörter oder Ausdrucksweisen zur Beschreibung von Gefühlszuständen besprechen. Aus schriftstellerischer Sicht ist es wichtig, eine Situation (glücklich, lustig, traurig, tragisch usw.) mit den Gefühlen zu beschreiben, die aus der Situation entstanden sind. Es zieht den/die Leser:in in den Bann und sorgt dafür, dass er/die die Seiten umblättert oder den Film anschaut, wenn er/sie die wahren und unverfälschten Emotionen der Figuren sehen oder fühlen kann.

Es ist gut, die Teilnehmer:innen ihre Arbeit vorlesen zu lassen, aber wenn es sich um einen sehr persönlichen Bericht über ihr eigenes Leben oder ihre Gefühle handelt, ist es wichtig, ihnen die Wahl zu lassen, ob sie ihre "Geschichte" dem Rest der Gruppe mitteilen wollen.

● Debriefing

Zeit zum Reflektieren und Schlussfolgerungen

Fragen Sie immer

Was ist passiert?

Wie fühle ich mich?

Was möchte ich beim nächsten Mal ändern?

Übung 1

Nachdem die Teilnehmer:innen ihre gemeinsame Geschichte fertiggestellt haben, können sie sie (einzeln oder als Gruppe) dem Rest der Gruppe vorlesen. Im Rahmen des Feedback-Prozesses können die anderen Teams Vorschläge machen, was an der Geschichte gut war, wo sie hätte verbessert werden können oder was besser in die Erzählung gepasst hätte. Wo hat es Sinn gemacht und wo hat das Team den Faden der Geschichte verloren - und warum.

Die anderen Teams und der/die Moderator:in können Verbesserungsvorschläge machen, sowohl für den Schreibstil als auch für die Art und Weise, wie die Teile der Geschichte zusammengefügt werden.

Übung 2

Was wir mit dieser Übung erreichen wollen, ist eine höhere Qualität des Schreibens. Daher sollte der/die Moderator:in der Gruppe ein konstruktives Feedback darüber geben, wie die Teilnehmer:innen bei der Erarbeitung ihrer Geschichte vorgegangen sind und welche Struktur sie hatte. Hat sie sich an die Karten (Schritte) gehalten? Welche Art von Flexibilität ist erlaubt? Denn Geschichten sind im Wesentlichen Werke der Kreativität und müssen in mancher Hinsicht flexibel sein.

Auf größere Fehler in der Struktur sollte der/die Teilnehmer:in hingewiesen werden und ihm/ihr erklärt werden, wie diese den Fortgang der Geschichte später beeinträchtigen können.

Übung 3

Improvisation ist eine andere Form der Kreativität. Sie ist spontan und kann sich manchmal fremd oder unangenehm anfühlen, da man nicht wirklich die Wahl hat, was man entscheidet - zumindest am Anfang. Einigen Teilnehmer:innen fällt diese Art der "präsentierten" Kreation sehr leicht, während andere sich schwer tun, da sie das Gefühl haben, keine Kontrolle zu haben oder der Druck, von einem klar definierten Punkt auszugehen, zu groß ist.

Eine gute Frage, die man den Teilnehmer:innen stellen kann, ist: "Wie hast du dich bei

dieser Übung gefühlt"? War es einfach oder hattest du Schwierigkeiten, aufgrund der vorgegebenen Parameter kreativ zu sein? Oder hast du dich in einer Situation wohl gefühlt, in der es klare Richtlinien gab und du genau wusstest, was du zu tun hast?

Übung 4

Da die meisten Teilnehmer:innen noch nicht viel mit dem Unterbewusstsein gearbeitet haben (es sei denn, sie haben Erfahrung mit Meditation oder Achtsamkeit), ist es gut, geduldig zu sein und sie zu fragen, wie sie sich dabei fühlen. Einigen fällt es vielleicht schwer, loszulassen, daher muss der/die Moderator:in sie anleiten und ihnen versichern, dass Gefühle des Unbehagens am Anfang normal sind. Man muss ihnen versichern, dass, da es sich um eine Methode handelt, die Zugang zum Unterbewusstsein verschafft, manches von dem, was sie schreiben, als peinlich oder "eigenwillig" empfunden werden kann, da tief verankerte Ideen, Gedanken und Gefühle an die Oberfläche kommen.

Dies ist eine Übung, bei der die Teilnehmer:innen ihr Material nicht nachträglich lesen müssen, da das, was auf dem Papier steht, oft sensibel ist. Wenn sie es möchten, können sie es tun, aber es ist keine Voraussetzung.

Übung 5

Da es sich hierbei um eine eher persönliche Erfahrung handelt, sollten die Teilnehmer:innen selbst entscheiden, ob sie ihre Arbeiten lesen wollen. Es kann gut sein, einige Möglichkeiten zur Beschreibung von Emotionen zu hören und den Teilnehmer:innen Vorschläge zu machen, wie sie sich verbessern können, da dies ein wichtiger Teil des Schreibens ist. Wenn die Emotionen mit der Situation/den Handlungen übereinstimmen, kann dies zu einer viel kohärenteren Arbeit führen.

Wenn die Teilnehmer:innen es vorziehen, können sie auch über eine Figur schreiben und ihre Emotionen durch diese Figur teilen, so dass der/die Teilnehmer:in seine/ihre eigenen privaten Gefühle nicht direkt ausdrücken muss.

● **Materialien:**

Schreibpapier
Whiteboard
Stifte und Bleistifte und verschiedenfarbige Marker
Große Leinwand für die Teamgeschichte, falls gewünscht
Physische Requisiten, falls erforderlich
Beispiele oder Ausdrucke von Geschichten
A4-Blätter aus Papier

● **Anpassungen an spezifische Zielgruppen:**

Es sind keine wirklichen Anpassungen erforderlich. Die Themen, die der/die Moderator:in vorstellt, können sich von Teilnehmer:in zu Teilnehmer:in und von Altersgruppe zu Altersgruppe unterscheiden. Es ist die Aufgabe des/der Moderators/in, Vorschläge zu machen, was für eine bestimmte Gruppe relevant ist.

● **Empfehlungen für Moderator:innen:**

- Seien Sie aufgeschlossen und akzeptieren Sie, was die Teilnehmer:innen schaffen/vorschlagen,
- Bleiben Sie geduldig, denn die Entwicklung der schriftstellerischen Kreativität braucht Zeit und Übung,
- Bieten Sie Feedback an, das inspiriert, aber auch zur Verbesserung der praktischen Fähigkeiten beiträgt,
- Wenn Sie ein schüchterner Teilnehmer sind, kann es sein, dass Sie sich nicht trauen, sich selbst zu outen, und dass das Vorlesen Ihrer Geschichte Sie mit Angst erfüllt (oder mit der Angst, für Ihre Bemühungen verurteilt zu werden), also können Sie es entweder tun oder es dem/der einzelnen Teilnehmer:in überlassen, ob er/sie möchte, dass seine/ihre Geschichte gehört wird,
- Erstellen Sie einen Notfallplan für den Fall, dass die Teilnehmer:innen emotional werden,
- Akzeptieren Sie, was auch immer auf dem Papier steht, denn einige dieser Übungen können unerwartete Ergebnisse bringen,
- Beratung über Möglichkeiten zur weiteren Verbesserung ihrer Fähigkeiten, z. B. Schreibgruppen oder Gruppen im Internet bzw. in ihrer Nachbarschaft.

Bibliographie

Bibliographie und empfohlene Materialien, die vor dem Workshop zu lesen sind

Automatisches Schreiben

<https://www.meldstudios.com.au/thoughts/automatic-writing-exercise-help-efficient-writer#:~:text=Automatic%20writing%20is%20a%2010,for%20the%20report%2C%20presentation%20etc>

Über Ihre Gefühle schreiben

<https://psychcentral.com/health/what-is-it-really-like-to-stay-at-a-psychiatric-hospital#re-cap>

Schritte zum Schreiben einer Geschichte

<https://prowritingaid.com/elements-of-fiction#:~:text=There%20are%20seven%20elements%20of,to%20create%20a%20coherent%20story>

Anhang

Berühmte Geschichten, die einem Schritt-für-Schritt-Prozess folgen, wie er in den Karten dargestellt ist, sind zum Beispiel,

- Harry Potter
- Rocky
- Shrek
- Der Herr der Ringe

(jede Geschichte, die die Entwicklung eines/r unwissenden oder unwahrscheinlichen Helden:in zeigt, der/die gegen alle Widrigkeiten kämpft und am Ende siegreich ist).

Dies ist ein Blick auf die Storytelling Cards in ihrer Grundform. Andere, vollständigere Elemente können auf Wunsch hinzugefügt werden. Die Tabelle zeigt auch, wie Sie die Geschichte aufbauen können, aber aus einem anderen Blickwinkel.

SCHEDA STORYBOARD - COSTRUZIONE DELLA STORIA

IMPOSTAZIONE 4	CONFLITTO 3	PUNTO DI SVOLTA 1	RISOLUZIONE 1	MORALE 5
INCONTRO CON IL DRAMMA DELL'EROE	I PROBLEMI DELL'EROE	L'EROE AGISCE IN MODO DIVE	L'EROE RAGGIUNGE L'OBIETTIVO	LEZIONI IMPARATE

Schritte

(jeder dieser Schritte kann weiterentwickelt oder weiter untergliedert werden)

1. Setting

Wann und wo beginnt/geschieht die Geschichte? Wer ist der/die Protagonist:in und wer sind die anderen Charaktere in der Geschichte?

2. Konflikt

Was bedroht die Ordnung in der Welt? Ist es ein Bösewicht oder eine äußere Störung (Naturkatastrophe, Krankheit usw.)? Wie sieht ein Bösewicht aus? Welche zerstörerischen Kräfte setzt der Bösewicht ein?

3. Wendepunkt

Wer hilft dem/r Helden/in, seine/ihre Aufgaben zu erfüllen, oder was gibt ihm/ihr Kraft und Mut? Trifft er/sie eine/n Weise/n oder entdeckt er/sie eine geheime Kraft? Was entdeckt der/die Held:in über sich selbst und die Welt? Welches Ereignis führt den/die Helden/in zu einer Lösung?

4. Auflösung

Wie sieht das Ende der Reise aus? Erhält der/die Held:in einen Preis (Prinz/Prinzessin, Juwel, Sieg usw.)? Wie sieht die Welt jetzt aus und wie hat sich der/die Held:in verändert?

5. Die Moral

Was ist die universelle Lektion in der Geschichte... was lehrt sie uns?

Workshops
zur Filmproduktion

Einführung in die Filmproduktion

● Allgemeines Ziel & Zielsetzungen

Das Hauptziel dieser Workshops ist es, jungen Menschen die notwendigen Fähigkeiten und Ressourcen zu vermitteln, um eine Reihe von Videos mit den dazugehörigen Phasen (Vorproduktion, Produktion und Postproduktion) zu erstellen, während sie gleichzeitig transversale Fähigkeiten erlernen und in ihrer Handlungskompetenz gestärkt werden, die in direktem Zusammenhang mit den Schlüsselkompetenzen von SALTO stehen:

- Persönliche, soziale und lernbezogene Kompetenzen.
- Kulturelles Bewusstsein und Ausdruckskompetenz.
- Digitale Kompetenz.

● Teilnehmer: Von 5 bis 25

● Dauer: 4 Stunden

● Setting:

Von Angesicht zu Angesicht, in einem Raum mit einem Projektor und ausreichend Platz für die Anzahl der Teilnehmer:innen.

● Intro & Kennenlernen

Titel: Plot Twist

Einführung in das Thema: Heutzutage sind wir es gewohnt, Filme mit flachen Drehbüchern zu sehen. Wir sind daran gewöhnt, das Ende eines Films vorherzusehen, die Rollen der Figuren im Voraus zu kennen... Das alles wird sich jetzt ändern.

Beschreibung der Übung:

Der/die Moderator:in stellt die Tische und Stühle in einem nach innen gerichteten Kreis auf. Die Teilnehmer:innen sitzen in diesem Kreis.

Zunächst wird den Teilnehmer:innen erklärt, was ein Plot Twist ist:

„Ein Plot Twist ist eine Änderung in der Kette der Ereignisse in einer Handlung, sei es in der Literatur, im Theater oder im Film. Sie tritt am häufigsten gegen Ende eines Stücks auf, kann aber auch in der Mitte vorkommen. Diese Wendungen verändern das Ziel der Figuren auf dramatische Weise“.

Nach dieser Einführung wird jede:r Teilnehmer:in gebeten, auf einem Blatt Papier einen Film aufzuschreiben, den er/sie mag und den alle oder die meisten von ihnen schon einmal gesehen haben (einen berühmten Film).

Sobald sie den Namen ihres Films in die Mitte geschrieben haben, geben sie ihr Blatt an den/die Teilnehmer:in auf der rechten Seite weiter. Jede:r Teilnehmer:in schreibt einen möglichen Plot Twist für diesen Film auf (je verrückter, desto besser), bis es zu seinem/r Besitzer:in zurückkehrt und den Kreis geschlossen hat.

Die Teilnehmer:innen lesen dann jeden dieser Plot Twists aus ihrem Film vor und sagen dabei, welchen Plot Twist sie geschrieben haben, sowie ihren Namen und eine kurze Einleitung.

Es ist wichtig, die Teilnehmer:innen im Vorfeld darüber zu informieren, dass die Übung umso lustiger wird, je verrückter oder witziger der Plot ist, den sie schreiben werden.

Beschreibung der Übungen

Nachdem das Eis gebrochen ist, werden die Teilnehmer:innen gebeten, an ihren Tischen mit Blick auf die Leinwand Platz zu nehmen, auf die die Präsentation projiziert wird.

Diese Präsentation enthält verschiedene Konzepte, Techniken usw. im Zusammenhang mit dem Erstellen von Filmen, so dass jede:r Benutzer:in ein grundlegendes Verständnis für dieses Thema haben kann.

Die Präsentation wird projiziert und der/die Moderator:in, der/die zuvor eine Studie durchgeführt hat, erklärt den Inhalt der Präsentation und führt die darin vorgeschlagenen Aktivitäten durch.

Übung 1

Vorstellung der grundlegenden Konzepte für die Verwendung von Kameras und Videorekordern sowie der Konzepte im Zusammenhang mit Aufnahmen.

In dieser ersten Übung achten die Teilnehmer:innen auf den/die Moderator:in, der/die die grundlegendsten Konzepte im Zusammenhang mit Fotografie und Video ausführlich erläutert.

Die Moderator:innen konzentrieren sich auf das Verständnis der einzelnen Folien, vergewissern sich durch Fragen, dass die Teilnehmer:innen den Inhalt verstanden haben, und betonen, dass dieses Wissen für die Erstellung ihrer Kurzfilme von Nutzen sein wird (Das wird ihnen die auf ihrer neuen Beherrschung basierende Motivation geben.).

Wenn die Lektion über den Inhalt der Folien abgeschlossen ist, fragt der/die Moderator:in, ob es noch Fragen gibt (obwohl dies auch querschnittlich auf mehreren Folien geschehen ist).

Gleichzeitig hat der/die Moderator:in von Anfang an erklärt, dass es normal ist, dass Zweifel aufkommen und dass die Neugierde und Originalität von allen Teilnehmer:innen geschätzt wird.

Übung 2

Freies Video

Nach Beendigung von Übung 1 erklärt der/die Moderator:in den Teilnehmer:innen, dass sie nun eine halbe Stunde Zeit haben, um ein Video ihrer Wahl unter Verwendung der verschiedenen gelernten Parameter (ISO, Geschwindigkeit und Blende sowie Beleuchtung) aufzunehmen. Die Teilnehmer:innen werden vorher darüber informiert, dass sie, soweit möglich, einige der in der vorher-

rigen Präsentation verwendeten Techniken wiederholen sollten.

Es ist wichtig, dass den Teilnehmer:innen während dieser Übung erklärt wird, dass sie durch diese und die folgenden Übungen die Fähigkeit erlangen, sich in den sozialen Bereich einzubringen, in diesem Fall durch die Erstellung von Filmen.

Sie werden auch darüber informiert, dass Kreativität und Originalität sowie die Erstellung einer kurzen Geschichte oder eines Wortwechsels im Video bewertet werden.

Der/die Moderator:in ermutigt die übrigen Teilnehmer:innen, diese Übung durchzuführen, und hilft ihnen so gut wie möglich, das Beste aus jedem/r Teilnehmer:in herauszuholen.

Am Ende der halben Stunde wird die notwendige Zeit (wahrscheinlich weniger als 10 Minuten) zur Verfügung stehen, um im Konsens die drei besten Videos auszuwählen. Gleichzeitig werden aus den anderen Videos, die nicht auf dem Podium stehen, positive und kreative Aspekte ausgewählt.

Die Teilnehmer:innen müssen außerdem 3 Fotos auf möglichst kreative Weise aufnehmen und dabei die zuvor erlernten Variablen verwenden.

Danach werden das beste Foto und das beste Video per Konsens ausgewählt.

Übung 3

Vorstellung grundlegender Konzepte im Zusammenhang mit der Beleuchtung und verschiedenen Lichtquellen.

In diesem Teil der Präsentation werden Kenntnisse darüber vermittelt, was Beleuchtung ist, welche verschiedenen Arten von Licht verwendet werden, welche Wirkung sie haben und wie man sie beim Fotografieren richtig einsetzt.

Es wird empfohlen, dass der/die Moderator:in während der Erläuterung der verschiedenen Beleuchtungsarten versucht, diese Beleuchtungsbedingungen mit den Teilnehmer:innen im verfügbaren Raum zu simulieren.

Da diese Konzepte recht einfach sind, ist es wichtig, dass der/die Moderator:in sicherstellt, dass sie verstanden werden.

Danach folgt die Übung 4.

Übung 4

Licht und Schatten

Bei dieser Übung wenden die Teilnehmer:innen das Gelernte an, indem sie Videos von nicht mehr als einer Minute Länge drehen, in denen sie zeigen, dass sie die verschiedenen Konzepte verstanden haben. Falls nicht genug Material für alle vorhanden ist, wechseln sie sich ab, um die Teamarbeit und die entstandenen Ideen zu würdigen und zu verstärken. Es wird im Voraus klargestellt, dass minde-

stens zwei der oben genannten Beleuchtungsarten verwendet werden müssen.

Schließlich wird das Video mit der besten Lichtanwendung per Konsens ausgewählt.

Der Einsatz von Beleuchtung und Kreativität wird geschätzt, wobei die Möglichkeit besteht, Sprach- und Soundeffekte zu verwenden, und auch die Bedeutung der Teilnahme an der Gesellschaft als Hauptthema hervorgehoben wird.

Übung 5

Arten von Rahmen

Presentazione dei diversi tipi di inquadratura e delle loro diverse applicazioni nella registrazione video. Si raccomanda al facilitatore di leggere, nella sezione "materiali", la breve teoria su di esse per poterle spiegare correttamente.

Si raccomanda inoltre ai partecipanti di provare a nominare i film che compaiono negli esempi delle diverse inquadrature, in quanto ciò rafforzerà l'apprendimento e la memorizzazione visiva.

Übung 6

Uns selbst einrahmen

Nachdem wir die verschiedenen Arten von Grundaufnahmen kennengelernt haben, werden wir ein gemeinsames Video drehen, in dem wir alle gelernten Arten von Aufnahmen mindestens einmal verwenden und sie mit dem Hauptthema aktive Bürgerschaft und Partizipation verbinden.

Zu diesem Zweck werden wir eine kleine Geschichte zum Thema Inklusion und Förderung der Beteiligung aller jungen Menschen an der Gesellschaft entwerfen und ein Video von höchstens zwei Minuten Länge drehen.

Dabei werden wir alles anwenden, was wir bisher gelernt haben, und Teamarbeit und Konsens für das Thema des Videos und die damit verbundenen Aspekte schätzen.

Übung 7

Winkel und Gefühle

Im letzten Teil der Präsentation werden die verschiedenen Blickwinkel gezeigt, um den Teilnehmer:innen zu verdeutlichen, dass diese, ebenso wie die Aufnahmen, genutzt werden können, um dem Publikum Emotionen zu vermitteln.

Übung 8

Unsere erste Skizze

Nachdem wir die verschiedenen Arten von Grundeinstellungen gelernt haben, werden wir ein gemeinsames Video drehen, in dem wir mindestens drei der zuvor gelernten Einstellungen und drei Blickwinkel verwenden, die eine Emotion in Bezug auf das gewählte Thema vermitteln.

Sie wird gemeinsam durchgeführt, und alle zuvor erworbenen Kenntnisse müssen genutzt werden

● Debriefing

Zeit zum Reflektieren und Schlussfolgerungen

Nach jeder der Aktivitäten fragt der/die Moderator:in die Teilnehmer:innen in einer einfühlsamen Art und Weise nach ihrer Meinung zu jeder der Aktivitäten.

Es ist wichtig, dass der/die Moderator:in an dieser Stelle seine/ihre Rede damit beginnt, dass er/sie davon ausgeht, dass diese Schulung ein gewisses Maß an Schwierigkeiten mit sich gebracht hat, dass er sich aber bewusst ist, dass jede:r der Teilnehmer:innen sein/ihr Bestes gegeben hat.

Wenn es Verbesserungsvorschläge gibt, ist es wichtig, sie anzuhören und zur Kenntnis zu nehmen, um die Dynamisierung des Workshops bei künftigen Gelegenheiten zu verbessern. Wenn es destruktive Kritik oder destruktive Selbstkritik von Teilnehmer:innen gibt, sollte der/die Moderator:in versuchen, sich auf die positiven Aspekte ihrer Kritik oder auf die positiven Dinge, die getan oder gelernt wurden, zu konzentrieren.

Nach der Reflexion bittet der/die Moderator:in die Teilnehmer:innen, sich selbst für etwas zu beglückwünschen, das sie während des Workshops getan oder erlernt haben, und macht eine "Gefühlsrunde".

Es ist wichtig zu beachten, dass die Kritik, die der Workshop erhalten kann, oder die Dinge, die Verbesserungsvorschläge haben, sehr wichtig für die zukünftige Verbesserung dieses Workshops sind, so dass der/die Moderator:in sie alle zur Kenntnis nehmen wird, um ihn in Zukunft zu verbessern.

Fragen Sie immer:

Was ist passiert?
Wie fühle ich mich?
Was würde ich gerne für das nächste Mal ändern?

● **Materialien:**

Erforderliche Materialien:

- Mobiltelefone, wenn möglich mit manuellen Kameraeinstellungen (ein Mobiltelefon kann von zwei Personen gemeinsam benutzt werden).
- Präsentation von Canva, einschließlich der notwendigen Fähigkeiten, die vom/von der Moderator:in vermittelt werden.
- Papierblätter und Stifte für das „Plot Twist“-Kennenlernspiel.
- Wenn möglich, Scheinwerfer und Stative, um die Kamera zu stabilisieren und den Beleuchtungsanteil einhalten zu können.
- Canva-Präsentation (Spanisch) https://www.canva.com/design/DAFeeDsACRo/tyyGtIsWHjvEGePZgmLPnQ/edit?utm_content=DAFeeDsACRo&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton
- Canva-Präsentation (Englisch) https://www.canva.com/design/DAFhABVE5Ag/oqf0gou5TWKandeWVp1V7g/edit?utm_content=DAFhABVE5Ag&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

● **Anpassungen an spezifische Zielgruppen**

- Sehbehinderung: Ein:e Blinde:r kann in diesem Bereich als Regisseur:in, Schauspieler:in und in anderen wichtigen Rollen auftreten.
- Geistige Behinderung: Ihren Fähigkeiten wird besondere Aufmerksamkeit gewidmet, und es wird versucht, den Unterricht und die Inhalte so weit wie möglich an sie anzupassen.

● **Empfehlungen für Moderator:innen:**

Alle oben genannten Personen.

Wenn an dem Workshop Menschen mit Behinderungen teilnehmen, werden die Moderator:innen aufgefordert, alle Aktivitäten so weit wie möglich an deren Niveau und Fähigkeiten anzupassen.

Bibliographie:

- Bibliographie und empfohlene Materialien, die vor dem Workshop zu lesen sind

Canva-Präsentation:

https://www.canva.com/design/DAFeeDsACRo/tyyGtIsWHjvEGePZgmLPnQ/edit?utm_content=DAFeeDsACRo&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

<https://www.studiobinder.com/blog/ultimate-guide-to-camera-shots/>

Anhang

Canva-Präsentation (Spanisch) https://www.canva.com/design/DAFeeDsACRo/tyyGtIsWHjvEGePZgmLPnQ/edit?utm_content=DAFeeDsACRo&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Canva-Präsentation (Englisch) https://www.canva.com/design/DAFhABVE5Ag/oqf0gou5TWKandeWVp1V7g/edit?utm_content=DAFhABVE5Ag&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Beide Präsentationen sind im Drive-Ordner als PDF hochgeladen

Filmproduktion - Schnitt

● Allgemeines Ziel & Zielsetzungen

- Die Teilnehmer:innen erwerben die Kompetenzen für die Aufnahme und Bearbeitung von Motivationsvideos
- Die Teilnehmer:innen lernen, wie sie ihren Film schneiden können.
- Die Teilnehmer:innen beginnen mit dem Schnitt ihres Films.

● Teilnehmer:innen: 15

● Dauer: 4 Stunden

● Setting:

Von Angesicht zu Angesicht, in einem Raum mit einem Projektor und ausreichend Platz für die Anzahl der Teilnehmer:innen.

● Intro & Kennenlernen

Titel: Das Interview

Der/die Moderator:in macht einen Rundgang, damit jede:r Teilnehmer:in erzählen kann, wie es ihm/ihr seit dem letzten Workshop ergangen ist und wie er/sie das bisher erworbene Wissen in das Filmmachen integriert hat.

Der/die Moderator:in schlägt ein lustiges Spiel vor, bei dem die Teilnehmer:innen in Paaren eine Geheimsprache erfinden müssen, indem sie Gruppen von Lauten verwenden (z. B. Bla-bi-ba, usw.). Runde für Runde spielt jedes Paar ein Interview in seiner neuen Sprache und die anderen müssen erraten, was das Thema des Gesprächs ist.

Beschreibung der Übungen

Übung 1

Botschaft an die Welt

Die Teilnehmer:innen werden gebeten, sich 10 Dinge zu überlegen, die sie gerne an der Welt ändern würden. Danach müssen sie 5 davon streichen, wobei die wichtigsten 5 übrig bleiben. Der nächste Schritt besteht darin, 3 aus diesen letzten 5 auszuwählen. Am Ende dieses Schrittes hat jeder:r Teilnehmer:in 3 Dinge ausgewählt.

Der/die Moderator:in teilt die Gruppe in 3 Arbeitsgruppen zu je 5 Personen auf (oder ein anderes Aufteilungsverfahren, je nach Anzahl der Teilnehmer:innen in der Gruppe). Jedes Team diskutiert und präsentiert die Dinge, die es in der Welt verändern will. Nach der Diskussion müssen sie ein Thema wählen, zu dem sie die Arbeit in der Arbeitsgruppe fortsetzen wollen. Sie wählen etwas aus, das sie gemeinsam haben.

Übung 2

Motivation für den Wandel

Nachdem sie das Thema ihrer Gruppe gewählt haben, machen sie ein 30-minütiges Brainstorming und zeichnen auf ein Flipchart-Papier die wichtigsten Ideen zum Thema und die Botschaft, die sie mit dem gewählten Thema vermitteln wollen. Der/die Moderator:in hilft ihnen dabei, die Botschaft zu verfeinern, damit sie für sie selbst und für die Zielgruppe, die sie ansprechen wollen, klar ist.

Nach der Präsentation schreiben sie das Drehbuch für das Video, das sie während des Workshops aufnehmen wollen.

Übung 3

Videoaufnahme

Die Teilnehmer:innen arbeiten in Gruppen oder alleine und haben die Aufgabe, die auf dem Papier gezeichnete Botschaft in ein kurzes Video zu verwandeln. Der/die Moderator:in gibt einige Tipps für die Videoaufnahme anhand einer Präsentation zu diesem Thema (angepasst an den Wissensstand und die Fähigkeiten der Teilnehmer:innen in Bezug auf den Filmschnitt).

Bevor mit der Videoproduktion begonnen wird, legt der/die Moderator:in mit den Gruppen einige grundlegende Regeln für die Zusammenarbeit fest:

- die Festlegung des Raums, der jeder Gruppe zur Verfügung steht
 - Definition der Ausrüstung und ihrer Verwendung
 - Festlegung der Zeit - sie haben 1 Stunde Zeit für die Aufgabe
 - Festlegung einiger Regeln für die Zusammenarbeit im Team, um die Interaktion während der Aufnahme zu erleichtern
- In den Kleingruppen werden einige Aufgaben und Rollen festgelegt. Der/die Moderator:in erklärt die Rollen innerhalb des Teams und überlässt es dann den Teammitgliedern, die Rollen entsprechend ihrer Fähigkeiten und Fertigkeiten aufzuteilen:
- Videoregisseur:in
 - Kameramann/frau
 - Figuren

Während der Videoaufzeichnung hilft der/die Moderator:in den Teilnehmer:innen bei der Aufgabe, indem er/sie sie mit einigen motivierenden Fähigkeiten dazu ermutigt, zu sprechen, zu diskutieren, kreativ zu sein, in den Fluss zu kommen und sich emotional mit ihrer Botschaft zu verbinden.

Übung 4

Bearbeitung eines Motivationsvideos

Sie haben eine Stunde Zeit, um das Video, das sie erstellt haben, in Arbeitsgruppen zu bearbeiten. Der/die Moderator:in hilft den Teilnehmer:innen, die Aufgaben nach ihren Fähigkeiten aufzuteilen – eine:r ist für den Videoschnitt verantwortlich, ein:e andere:r für die Tonbearbeitung, ein:e andere:r für den Text, ein:e andere:r für die Sektionen des Videos.

Am Ende stellt jede Gruppe den anderen Gruppen ihre Arbeit vor und die anderen Gruppen geben konstruktives Feedback darüber, was gut funktioniert und was verbessert werden kann.

Debriefing ●

Zeit zum Reflektieren und Schlussfolgerungen
Die Nachbesprechung mit den Teilnehmer:innen erfolgt entsprechend den Schritten, die sie während des Workshops befolgt haben:

Für Übung 1

Botschaft an die Welt

- Wie war es für dich über etwas nachzudenken, das du in die Welt hinaus tragen willst?
- Wie war es, einige Nachrichten loszulassen und die wichtigsten auszuwählen?
- Wie klar ist dir jetzt, was eine Veränderung der Welt für dich selbst bedeuten würde und wie siehst du dich selbst in dieser Veränderung?
- Wie wurde in der Gruppe ein einziges Thema ausgewählt?
- Wie hast du dich entschieden? Was waren die Kriterien?
- Wie geht es dir jetzt mit dem gewählten Thema?

Für Übung 2

Motivation für die Veränderung

- Wie verlief der Brainstorming-Prozess in eurer Gruppe? Wie hast du dich gefühlt?
- Hast du das Gefühl, dass dein Eindruck in der Gruppenpräsentation präsent ist? Wenn ja, was hast du getan, um deine Vision in der Gruppe zu verankern? Wenn nicht, was war die Schwierigkeit, deine Vision in die Gruppenarbeit einzubringen?
- Bist du mit der endgültigen Nachricht zufrieden?

Für Übung 3

Videoaufnahme

- Wie habt ihr die Rollen innerhalb der Gruppe ausgewählt?
- Wie habt ihr euch in diesen Rollen gefühlt?
- Was habt ihr aus der Rolle, die ihr gespielt habt, gelernt?
- Wie wirkt das Video jetzt auf euch? Denkt und fühlt ihr, dass das Video die Botschaft vermittelt, die ihr vermitteln wolltet?
- Was hast du in das Video, das du mit deiner Gruppe aufgenommen hast, von dir selbst eingebracht? Was ist dein einzigartiger Abdruck darin?

Für Übung 4

Videobearbeitung

- Wie nimmst du die Videobearbeitung jetzt wahr? Was hat sich im Vergleich zu dem, was du vor diesem Workshop wusstest, verändert?

Letzte Frage:

Wie zufrieden bist du jetzt mit der Arbeit, die du mit deiner Gruppe geleistet hast?

Welche (externen und internen) Ressourcen hast du während dieses Prozesses über dich selbst entdeckt?

Wie willst du diese Ressourcen und alles, was du gelernt hast, von nun an in deinem täglichen Leben nutzen?

● **Materialien:**

A4-Papiere
Flipchart-Papiere
Bleistifte und Farben/Marker
Videoaufnahmegerät: Videokamera oder Smartphone mit guter Kamera/Auflösung - 1 pro Gruppe
Laptop mit Videobearbeitungssoftware - 1 pro Gruppe

● **Anpassungen an spezifische Zielgruppen**

Die Aktivitäten aus diesem Workshop können leicht mit allen jungen Menschen durchgeführt werden. Einige der Übungen oder Aufgaben sollten für Menschen mit Behinderungen angepasst werden und es ist wichtig, dass bei der Bildung der Gruppen die Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen berücksichtigt werden und ein Gleichgewicht unter den Gruppenmitgliedern sichergestellt wird, damit sie sich gegenseitig bei der Erfüllung der Aufgaben helfen können.

● **Empfehlungen für Moderator:innen**

Der/die Moderator:in für diesen Workshop sollte über verschiedene Fähigkeiten verfügen, sowohl im zwischenmenschlichen als auch im technischen Bereich (im Zusammenhang mit der Videoproduktion). Einige der Tipps:

- Die Reihenfolge der Übungen einhalten und die Erklärungen zu den Aufgaben immer an das Verständnisniveau der Teilnehmer:innen anpassen (das Verständnisniveau sollte das niedrigste sein, das die Teilnehmer:innen in der Gruppe benötigen)
- Zeitliche Flexibilität - der durchschnittliche Zeitbedarf für diesen Workshop beträgt 4 Stunden, aber da es sich um einen kreativen Prozess und einen praktischen Workshop handelt, können einige der Übungen länger

dauern als erwartet. Es ist wichtig, flexibel zu sein und die Teilnehmer:innen ihre Aufgabe/ihren kreativen Prozess beenden zu lassen.

- Führen Sie nach jeder Übung eine Nachbesprechung durch - entsprechend den Nachbesprechungsfragen, aber passen Sie die Fragen (Anzahl und Inhalt) immer an den Fluss der Gruppe an
- Zusammenfassung der Schlussfolgerungen auf einem Flipchart-Papier, um die Erfahrung in der Erinnerung der Teilnehmer:innen zu verankern
- Vergewissern Sie sich, dass die Ausrüstung für alle Teilnehmer:innen funktioniert und dass Sie als Moderator:in wissen, wie man sie benutzt, um es den Teilnehmer:innen auf einfache Weise zu erklären
- Nehmen Sie eine:n Freiwillige:n mit, der/die bei der Gruppendynamik hilft, und eine:n Freiwillige:n für den technischen Teil - für den Fall, dass Fragen oder technische Probleme auftreten.

● **Bibliographie**

Bibliographie und empfohlene Materialien, die vor dem Workshop zu lesen sind

Rollen in der Videoproduktion: <https://www.spinningclock.com/services/video/roles-in-video-production>

Aufgaben von Videoeditor:innen - <https://resources.workable.com/video-editor-job-description>

Software für die Videoaufzeichnung: <https://www.movavi.com/learning-portal/best-free-video-captures.html>

Canva Video Editor: <https://www.canva.com/video-editor/>

Erstellen von Motivationsvideos: <https://offeo.com/learn/comprehensive-guide-on-motivational-videos-and-how-to-make-it>

Fertigstellung eines Films

Allgemeines Ziel & Zielsetzungen

- Entwicklung von praktischen Fähigkeiten: Die Teilnehmer:innen sammeln praktische Erfahrungen mit Filmfinalisierungstechniken und fördern so ihre Fähigkeit, sich aktiv am kreativen Prozess zu beteiligen.
- Verständnis für die Wirksamkeit des Storytellings: Die Teilnehmer:innen vertiefen ihr Verständnis dafür, wie Finalisierung zu wirkungsvollem Storytelling beiträgt und sie in die Lage versetzt, sinnvolle Botschaften zu vermitteln.
- Ermutigung zur Zusammenarbeit und Entscheidungsfindung: Durch die Zusammenarbeit in der Gruppe und die Beurteilung durch Gleichaltrige lernen die Teilnehmer:innen, effektiv zu kommunizieren und fundierte Entscheidungen zu treffen, wodurch eine aktive Bürgerschaft gefördert wird.
- Förderung der Aufmerksamkeit für Details: Die Teilnehmer:innen entwickeln ein Auge für Details, erkennen verbesserungswürdige Bereiche und steigern die Wirkung ihrer Filme.
- Förderung von Reflexion und konstruktivem Feedback: Die Teilnehmer:innen reflektieren ihre Arbeit und geben konstruktives Feedback, um ein Umfeld zu schaffen, das Wachstum und aktive Beteiligung fördert.
- Ermutigung zur künstlerischen Erkundung: Die Teilnehmer:innen experimentieren mit verschiedenen Finalisierungstechniken, um die Kreativität und innovative Ansätze beim Filmemachen zu fördern.
- Sicherstellung der Kontinuität der Arbeit: Die Teilnehmer:innen können an der Fertigstellung ihrer eigenen Filme arbeiten, die sie in den vorangegangenen Workshops entwickelt haben, und ihrem Werk den letzten Schliff geben.

Dieser Workshop vermittelt den Teilnehmer:innen Fähigkeiten, Kenntnisse und eine Einstellung zur Fertigstellung von Filmen, die eine maximale Wirkung haben, das Publikum effektiv ansprechen und die aktive Bürgerschaft unter jungen Menschen anregen.

Schlüsselkompetenzen:

- Mehrsprachige Kompetenz

- Persönliche, soziale und lernbezogene Kompetenz
- Bürgerschaftliche Kompetenz
- Digitale Kompetenz

Teilnehmer:innen: 15 junge Menschen

Dauer: 4 Stunden

Setting:

Der ideale Arbeitsbereich/Raum für diese Workshops wäre ein gut ausgestatteter und geräumiger Raum mit den folgenden Merkmalen:

1. Ausreichend Sitzgelegenheiten und Arbeitsfläche: Stellen Sie sicher, dass genügend Stühle, Tische und Arbeitsplätze vorhanden sind, damit jede:r Teilnehmer:in bequem Filme ansehen, Aufgaben erledigen und mit anderen zusammenarbeiten kann.
2. Audiovisuelle Ausrüstung: Stellen Sie eine große Leinwand oder einen Projektor und Lautsprecher zur Verfügung, um Filmvorführungen und Präsentationen zu ermöglichen. So können die Teilnehmer:innen die Filme effektiv betrachten und analysieren.
3. Bereiche für Gruppenarbeit: Richten Sie den Raum so ein, dass es separate Bereiche oder Tische gibt, an denen sich die Teilnehmer:innen in kleinen Gruppen auf der Grundlage der ihnen zugewiesenen Filme zu Diskussionen und zur Entscheidungsfindung treffen können.
4. Station für technische Unterstützung: Stellen Sie einen Raum zur Verfügung, in dem die Moderator:innen den Teilnehmer:innen während des Abschlussprozesses technische Unterstützung bieten können. Dieser Bereich sollte Zugang zu Bearbeitungssoftware, Computern und anderen notwendigen Geräten haben.
5. Bequeme und förderliche Umgebung: Sorgen Sie dafür, dass der Raum gut beleuchtet, gut belüftet und bequem ist, um eine förderliche Lern- und Kreativatmosphäre zu schaffen.
6. Ausstellungsbereich: Richten Sie einen Ausstellungsbereich ein, in dem die Teilnehmer:innen ihre fertiggestellten Filme am Ende der Workshops präsentieren können. Dies ermöglicht eine gemeinsame Betrachtung und Würdigung der Arbeit der Teilnehmer:innen. Denken Sie daran, die Möbel und Geräte so anzuordnen, dass Interaktion, Zusammenarbeit und einfache Bewegung im Raum gefördert werden.

Intro & Kennenlernen

Titel: Filmfertigstellung meistern: Von der Zusammenarbeit zur Perfektion

Einführung in das Thema:(~5 min)

In diesem Workshop werden wir uns mit der entscheidenden Phase der Fertigstellung von Filmen befassen und untersuchen, wie sie nicht nur die Wirkung und Effektivität des Storytellings verbessert, sondern auch die aktive Bürgerschaft junger Menschen fördert. Die Filmfinalisierung ist der Prozess der Verfeinerung und Perfektionierung eines Filmprojekts, der verschiedene Aspekte wie Farbkorrektur, Sounddesign, visuelle Effekte und Kontinuität umfasst. Erst in dieser Phase erwacht ein Film wirklich zum Leben, fesselt das Publikum und vermittelt überzeugende Botschaften.

Indem wir uns in die Kunst der Filmfinalisierung vertiefen, wollen wir die Teilnehmer:innen mit praktischen Fähigkeiten und Kenntnissen ausstatten, die sie befähigen, sich aktiv am kreativen Prozess zu beteiligen. Durch praktische Erfahrungen und gemeinschaftliche Übungen werden die Teilnehmer:innen ein Auge für Details entwickeln, effektive Kommunikation und Entscheidungsfindung lernen und eine unterstützende Umgebung für Wachstum und konstruktives Feedback kultivieren.

Darüber hinaus bietet die Fertigstellung der Filme jungen Menschen eine Plattform, um ihre Stimmen, Ideen und Perspektiven zu Themen, die ihnen wichtig sind, zum Ausdruck zu bringen. Durch die Verfeinerung ihrer Filme mit maximaler Wirkung können die Teilnehmer:innen das Publikum effektiv ansprechen, Diskussionen anregen und positive Veränderungen in ihren Gemeinden bewirken.

Kennenlernspiel: "Reflexion und Diskussion über Filme" (~10-15min)

Bevor der Workshop beginnt, schlägt der/die Moderator:in vor, sich einen Moment Zeit zu nehmen, um sich gegenseitig kennenzulernen und über die Erfahrungen der Teilnehmer:innen mit Filmen nachzudenken. Sie ermutigen die Teilnehmer:innen, sich vorzustellen und einen denkwürdigen Film zu nennen, der sie besonders beeindruckt hat.

Film-Diskussionsgruppen:

Nun werden kleine Gruppen von 3-4 Teilnehmer:innen gebildet. In ihren Gruppen diskutie-

ren die Teilnehmer:innen die Filme, die sie ausgetauscht haben, und gehen den folgenden Fragen nach:

- Was hat den Film für sie unvergesslich oder beeindruckend gemacht?
- Wie hat sie der Film emotional oder intellektuell angesprochen?
- Welche Elemente der Fertigstellung und Produktion des Films haben ihrer Meinung nach zu seiner Wirksamkeit beigetragen?

Jede Gruppe wird die Möglichkeit haben, eine Zusammenfassung ihrer Diskussionen mit der größeren Gruppe zu teilen. Bitte heben Sie die wichtigsten Erkenntnisse oder Aspekte der Filme hervor, die Ihnen während Ihres Gesprächs besonders aufgefallen sind.

Zusammenfassung des/der Moderators/in: "Ich danke euch allen für den Austausch eurer Gedanken und Erfahrungen. Es ist klar, dass Filme die Macht haben, uns auf mehreren Ebenen zu berühren und Emotionen hervorzurufen. Wenn wir in diesem Workshop weitermachen, denkt bitte daran, dass der Abschlussprozess eine entscheidende Rolle spielt, wenn es darum geht, die Wirkung eines Films und die Bindung zum Publikum zu verstärken. Lasst uns diese Leidenschaft und dieses Verständnis in unsere Erkundung der Finalisierung von Filmen einbringen."

*Weitere Ideen für Aktivitäten zum Kennenlernen finden Sie in Anhang 1

Beschreibung der Übungen

Übung 1

Jenseits des Schnitts: Erforschen der Kunst der Filmfinalisierung für maximale Wirkung (~1,5 Stunden)

Einleitung: Der/die Moderator:in begrüßt die Teilnehmer:innen zum Workshop und erklärt, dass diese Übung die wesentlichen Schritte zur Fertigstellung eines Filmprojekts beleuchtet und die Bedeutung der Liebe zum Detail und der Zusammenarbeit in der Abschlussphase hervorhebt. Am Ende des Workshops werden die Teilnehmer:innen praktische Fertigkeiten in der Fertigstellung von Filmen erworben und

ein umfassendes Verständnis dafür entwickelt haben, wie dieser Prozess die Effektivität des Storytellings verbessert und das bürgerschaftliche Engagement fördert.

Mittlerer Teil:

Schritt 1: Erläuterung der Aufgaben und Filmkritik

Moderation: Jede:r Teilnehmer:in erhält einen teilweise bearbeiteten Film und eine Checkliste. Sie müssen sich einige Minuten Zeit nehmen, um den Film durchzusehen und sich mit der bereitgestellten Checkliste vertraut zu machen (siehe Anhang 2), die die wichtigsten Bereiche hervorhebt, auf die man sich bei der Endbearbeitung konzentrieren sollte.

Schritt 2: Individuelle Überprüfung und Feedback

Die Teilnehmer:innen sehen sich einzeln den ihnen zugewiesenen Film an und füllen die Checkliste aus, wobei sie sich Notizen zu Aspekten machen, die verbessert oder erweitert werden müssen. Die Moderator:innen gehen umher, geben Anleitung, beantworten Fragen und stellen sicher, dass die Teilnehmer:innen die Anforderungen der Checkliste verstehen.

Schritt 3: Gruppenzusammenarbeit und Entscheidungsfindung

Die Teilnehmer:innen versammeln sich in kleinen Gruppen auf der Grundlage der ihnen zugewiesenen Filme. Sie diskutieren ihre individuellen Beobachtungen, tauschen Feedback aus und entscheiden gemeinsam über die notwendigen Änderungen und Verbesserungen. Die Moderator:innen fördern eine offene Kommunikation und leiten die Gruppen an, verschiedene Perspektiven zu berücksichtigen.

Schritt 4: Abschluss des Verfahrens

Anhand der Checkliste und der Entscheidungen der Gruppe nehmen die Teilnehmer:innen die notwendigen Anpassungen am Film vor. Sie arbeiten zusammen, um Änderungen in Bereichen wie Farbkorrektur, Tonmischung, visuelle Effekte und Gesamttempo vorzunehmen. Die Moderator:innen bieten technische Unterstützung, ermutigen zum Experimentieren und sorgen dafür, dass die Teilnehmer:innen konzentriert bleiben.

Schritt 5: Peer Review

Nach der Fertigstellung tauschen die Teilnehmer:innen ihre Filme innerhalb ihrer Gruppen aus, um sie gemeinsam zu bewerten. Jedes Gruppenmitglied sieht sich den Film der anderen Gruppe an und gibt konstruktives Feedback auf der Grundlage der Checkliste und seiner eigenen Beobachtungen. Die Moderator:innen betonen die Bedeutung von konstruktiver Kritik und respektvoller Kommunikation.

Übung 2

Perfektionierung eures Films: Die Kunst der Fertigstellung (~2 Stunden)

Der/die Moderator:in begrüßt die Teilnehmer:innen zu diesem Workshop und erklärt, dass diese Übung darauf abzielt, die entscheidende Phase der Endbearbeitung eines Films und ihre Be-

deutung für die Erstellung wirkungsvoller und raffinierter filmischer Kreationen zu erkunden. Am Ende des Workshops werden die Teilnehmer:innen praktische Fertigkeiten in der Endbearbeitung von Filmen erwerben, ein tieferes Verständnis für die Rolle der Endbearbeitung beim Storytelling entwickeln und über die Bedeutung der Sorgfalt bei der effektiven Vermittlung einer überzeugenden Botschaft nachdenken.

Mittlerer Teil:

Schritt 1: Verständnis für die Bedeutung der Finalisierung

Der/die Moderator:in leitet den Workshop ein, indem er/sie die Bedeutung der Filmfinalisierung für die Verwirklichung der beabsichtigten künstlerischen Vision und die Fesselung des Publikums hervorhebt. Sie präsentieren Beispiele für gut fertiggestellte Filme, die den tiefgreifenden Einfluss von Akribie und Raffinesse auf das Geschichtenerzählen veranschaulichen. Die Teilnehmer:innen werden ermutigt, Einblicke in die vielfältigen Elemente der Endbearbeitung zu gewinnen, die zusammen die Gesamtqualität eines Films verbessern.

Schritt 2: Bewertung der Schlüsselemente der Finalisierung

Die Teilnehmer:innen sehen sich ausgewählte Filmclips einzeln an und analysieren spezifische Elemente der Endbearbeitung, wie Farbkorrektur, Sounddesign, visuelle Effekte und Kontinuität. Sie machen sich Notizen zu herausragenden und verbesserungswürdigen Aspekten und konzentrieren sich dabei auf die feinen Details, die die Wirkung des Films verstärken. Die Moderator:innen werden sie anleiten und Diskussionen führen, um das Verständnis der Teilnehmer:innen zu vertiefen.

Schritt 3: Anwendung von Finalisierungstechniken

Die Teilnehmer:innen arbeiten an ihren eigenen Filmprojekten, die sie zuvor entwickelt haben, und verwenden Bearbeitungssoftware oder -tools zur Anwendung von Finalisierungstechniken. Sie experimentieren mit Farbkorrektur, Tonmischung, Titeln und anderen relevanten Aspekten, um die visuellen und auditiven Elemente ihrer Filme zu verfeinern. Die Moderator:innen werden technische Unterstützung anbieten, bewährte Verfahren weitergeben und zu kreativen Experimenten anregen.

Schritt 4: Peer Review und Feedback

Sobald die Teilnehmer:innen ihre Filme fertiggestellt haben, tauschen sie sie mit ihren Kollegen/Kolleginnen aus, um sie gründlich zu prüfen. Jede:r Teilnehmer:in gibt konstruktives Feedback zu den Filmen der anderen Teilnehmer:innen, hebt die Stärken hervor und macht Verbesserungsvorschläge. Die Moderator:innen leiten den Feedback-Prozess und betonen, wie wichtig aufmerksame Kritik ist und wie wichtig es ist, ein Umfeld zu schaffen, in dem man sich weiterentwickeln kann.

● Debriefing

Übung 1

Jenseits des Schnitts: Erforschung der Kunst der Filmfinalisierung für maximale Wirkung

Schritt 1: Der/die Moderator:in kann den Teilnehmer:innen die folgenden Fragen zum Nachdenken und zur Beantwortung vorlegen:

- Was waren die größten Herausforderungen bei der Fertigstellung des Films?
- Wie hat die Zusammenarbeit innerhalb eurer Gruppe zu dem Endergebnis beigetragen?
- Welche spezifischen Fähigkeiten hast du während dieses Workshops entwickelt oder verbessert?
- Wie hat der Finalisierungsprozess zur Gesamtwirkung und Wirksamkeit des Films beigetragen?
- Welche Lektionen hast du gelernt, die du bei zukünftigen Filmprojekten oder kreativen Unternehmungen anwenden kannst?

Schritt 2 - Gruppendiskussion: Die Teilnehmer:innen teilen ihre Überlegungen und Erkenntnisse mit der Gruppe. Der/die Moderator:in ermutigt die Teilnehmer:innen, ihre Gedanken zu äußern, aktiv zuzuhören und sich an einem konstruktiven Dialog zu beteiligen. Die Teilnehmer:innen können auch zusätzliche Fragen stellen oder um Klärung bestimmter Aspekte des Workshops bitten.

Schritt 3 - Abschlussmoderation: In diesem Workshop haben wir gesehen, wie wichtig die Liebe zum Detail und die Zusammenarbeit bei der Fertigstellung eines Films sind, um seine Wirkung zu verstärken. Durch die gemeinsame Arbeit haben sie gelernt, wie wichtig konstruktives Feedback und Entscheidungsfindung für die Erstellung eines stimmigen und ansprechenden Films sind. Diese Fähigkeiten sind nicht nur beim Filmemachen wertvoll, sondern auch bei verschiedenen Aspekten des bürgerschaftlichen Engagements und des kreativen Ausdrucks.

Übung 2

Ihren Film perfektionieren: Die Kunst der Fertigstellung

Schritt 1: Der/die Moderator:in kann die folgenden Reflexionsfragen zur Bedeutung der Fertigstellung von Filmen für die Verwirklichung der künstlerischen Vision und die Einbeziehung des Publikums stellen und die

Teilnehmer:innen auffordern, darüber nachzudenken:

- Wie hat der Prozess der Fertigstellung eines Films dazu beigetragen, euer Verständnis für das Erzählen von Geschichten und die Erfahrung des Publikums zu verbessern?
- Was waren die größten Herausforderungen, auf die ihr während der Fertigstellung des Films gestoßen seid, und wie habt ihr sie gemeistert?
- Wie hat das Feedback eurer Kolleg:innen dazu beigetragen, das Endergebnis eures Films zu verbessern?
- Welche spezifischen Fähigkeiten habt ihr während dieses Workshops entwickelt oder verbessert, und wie könnt ihr diese bei zukünftigen Filmprojekten anwenden?
- Wie hat der Abschlussprozess zur Gesamtwirkung und Effektivität eures Films beigetragen, um die beabsichtigte Botschaft zu vermitteln?

Schritt 2 - Gruppendiskussion: Die Teilnehmer:innen teilen ihre Überlegungen und Erkenntnisse mit der Gruppe. Der/die Moderator:in ermutigt die Teilnehmer:innen, ihre Gedanken zu äußern, sich die Sichtweisen der anderen aktiv anzuhören und sich an einem konstruktiven Dialog zu beteiligen. Die Teilnehmer:innen können zusätzliche Fragen stellen oder um Klärung bestimmter Aspekte des Workshops bitten.

Schritt 3 - Abschlussmoderation: "In diesem Workshop haben wir die Kunst der Filmfinalisierung als wichtigen Schritt zur Verwirklichung der künstlerischen Vision und einer wirkungsvollen Erzählung erkundet. Indem ihr auf die Details achtet und euren Filmen den letzten Schliff gebt, habt ihr die Qualität eurer Arbeit erhöht und ihr Potenzial, das Publikum zu fesseln, gesteigert. Die Fähigkeiten, die ihr bei der Filmfinalisierung erworben habt, könnt ihr auf zukünftige Projekte anwenden und so fesselnde Filmerlebnisse schaffen, die euer Publikum ansprechen und eure Botschaft effektiv vermitteln."

Materialien

Übung 1 - **Jenseits des Schnitts: Die Kunst des Filmfinales für maximale Wirkung erforschen:**

- Teilweise bearbeitete Filme für jede:n Teilnehmer:in
- Checklisten zur Hervorhebung von Schlüsselbereichen für den Abschluss des Prozesses (Anhang 2)
- Audiovisuelle Ausrüstung für Filmvorführungen und Präsentationen
- Tische, Stühle und Arbeitsstationen für die Teilnehmer:innen
- Bearbeitungssoftware und Computer zum Anpassen (z. B. PowerDirector, OpenShot, VideoPad, Adobe Premiere Elements, Clipchamp, EaseUS Video Editor, MiniTool Movie Maker, Windows Video Editor)
- Ausrüstung für die technische Unterstützung

Übung 2 - **Perfektionierung eures Films: Die Kunst der Fertigstellung:**

- Ausgewählte Filmausschnitte für die Analyse (Vorschläge in Anhang 3)
- Materialien für die Teilnehmer:innen zum Mitschreiben
- Audiovisuelle Ausstattung für Präsentationen und Filmvorführungen
- Tische, Stühle und Arbeitsstationen für die Teilnehmer:innen
- Bearbeitungssoftware und Computer für Finalisierungstechniken
- Ausrüstung für die technische Unterstützung

Außerdem wäre ein gut ausgestatteter und geräumiger Raum mit ausreichend Sitzgelegenheiten, angemessener Beleuchtung und Belüftung von Vorteil, um ein förderliches Lern- und Kreativumfeld zu schaffen.

Empfehlungen für Moderator:innen

- Schaffen Sie ein einladendes und integratives Umfeld, um das Engagement der Teilnehmer:innen zu fördern.
- Regen Sie Teilnehmer:innen zum Nachdenken über die Themen aktive Bürgerschaft, Jugendbeteiligung und Engagement in wichtigen staatsbürgerlichen und sozialen Fragen an.
- Erläutern Sie klar und deutlich die Ziele und betonen Sie dabei die Liebe zum Detail, die Zusammenarbeit und die Auswirkungen der Fertigstellung des Films auf das Storytelling und das bürgerschaftliche Engagement.
- Legen Sie während der Peer-Review-Phase Wert auf konstruktives Feedback und leiten Sie die Teilnehmer:innen an, durchdachte Kritik zu üben, um sich weiterzuentwickeln und zu verbessern.

- Geben Sie einen positiven und ermutigenden Ton an und betonen Sie, wie wichtig die Fertigstellung eines Films ist, um ein beeindruckendes Filmwerk zu schaffen.

- Präsentation von Beispielen gut gemachter Filme, um die Teilnehmer:innen zu inspirieren und Elemente zu diskutieren, die die Filmqualität verbessern.

- Fassen Sie die wichtigsten Erkenntnisse zusammen und betonen Sie die Rolle der Finalisierung bei der Umsetzung der künstlerischen Vision, der Vermittlung überzeugender Botschaften und der Einbindung des Publikums.

Anhang

ANHANG 1 - Weitere Ideen für Aktivitäten zum Kennenlernen

Titel: Filmtitel-Mashup

Anweisungen:

1. Teilen Sie die Teilnehmer:innen in Paare oder kleine Gruppen ein.
2. Erklären Sie, dass jede Gruppe die Titel von zwei Filmen kombinieren wird, um ein neues Filmkonzept zu erstellen.
3. Geben Sie Beispiele an, um die Aufgabe zu verdeutlichen. Zum Beispiel: "Jurassic Park" + "Frozen" = "Jurassic Frozen Adventure".
4. Setzen Sie den Gruppen ein Zeitlimit (z. B. 5-7 Minuten) für das Brainstorming und die Erarbeitung ihres Filmtitel-Mashups.
5. Wenn die Zeit abgelaufen ist, bitten Sie jede Gruppe, ihr Filmtitel-Mashup den anderen Teilnehmer:innen vorzustellen.
6. Ermuntern Sie die Gruppen nach dem Austausch, ihr Filmkonzept kurz zu beschreiben, indem sie eine kurze Zusammenfassung geben oder Schlüsselemente hervorheben.
7. Leiten Sie eine lockere Diskussion ein, indem Sie Folgefragen stellen, z. B. "Welches Genre würde dieser Film haben?", "Wer wäre die Zielgruppe?" oder "Welche Themen oder Botschaften könnte dieser Film vermitteln?"

Nachbesprechung:

1. Wie hat die Kennenlern-Aktivität dazu beigetragen, eine positive und engagierte Atmosphäre zu schaffen?
 2. Habt ihr während der Aktivität Elemente von Zusammenarbeit oder Teamwork bemerkt?
 3. Wie hat das Kombinieren von Filmtiteln euer kreatives Denken herausgefordert?
 4. Inwiefern können Kreativität und Fantasie bei der Fertigstellung eines Films eine Rolle spielen?
 5. Wie könnte diese Kennenlern-Aktivität mit der Bedeutung von innovativem Denken und Storytelling in unserem Projekt zusammenhängen?
- Ermuntern Sie die Teilnehmer:innen, ihre Gedanken mitzuteilen und die Kennenlern -Aktivität mit den Zielen des Workshops zu verbinden, indem Sie die Bedeutung von Kreativität und Zusammenarbeit bei der Fertigstellung des Films betonen.

Titel: Zwei Wahrheiten und eine Lüge

Moderation: Bevor wir in den Workshop einsteigen, sollten wir uns erst einmal besser kennen lernen. Wir beginnen mit einer Aktivität zum Kennenlernen, die "Zwei Wahrheiten und eine Lüge" heißt. Bei dieser Aktivität teilt jede:r Teilnehmer:in zwei wahre und eine falsche Aussage über sich selbst mit. Der Rest der Gruppe wird dann versuchen zu erraten, welche Aussage die Lüge ist. Diese Aktivität wird uns helfen, Kontakte zu knüpfen und eine freundliche Atmosphäre zu schaffen. Wer möchte beginnen?

Teilnehmer:in 1: Ich fange an. Hier sind meine Aussagen:

1. Ich bin in fünf verschiedene Länder gereist.
2. Ich kann Gitarre spielen.
3. Ich habe den Mount Everest bestiegen.

Moderation: Danke, dass ihr euch ausgetauscht habt! Jetzt gehen wir in der Gruppe herum, und jede:r kann abwechselnd seine zwei Wahrheiten und eine Lüge erzählen. Nachdem ihr euch ausgetauscht habt, nehmen wir uns einen Moment Zeit, um zu raten, welche Aussage die Lüge ist. Denkt daran: Seid kreativ und habt Spaß an euren Aussagen!

Sobald alle Teilnehmer:innen ihre Aussagen mitgeteilt haben und die Gruppe ihre Vermutungen angestellt hat, kann der/die Moderator:in eine kurze Diskussion führen, indem er/sie Fragen wie diese stellt:

- Was habt ihr durch diese Aktivität über eure Kolleg:innen gelernt?
- Findet ihr es schwierig, die Lügen zu erraten? Warum oder warum nicht?
- Wie kann diese Aktivität mit dem Prozess der Fertigstellung eines Films und der Zusammenarbeit mit anderen zusammenhängen?
- Welche Gemeinsamkeiten oder gemeinsamen Erfahrungen habt ihr bei den Gruppenmitgliedern entdeckt?

Diese Kennenlern-Aktivität trägt dazu bei, ein angenehmes und integratives Umfeld für die Teilnehmer:innen zu schaffen, damit sie sich auf die nachfolgenden Workshop-Aktivitäten einlassen können.

ANHANG 2 - Checkliste für die Fertigstellung eines Films

1. Visuelle Elemente:
 - o Farbkorrektur: Ist die Farbbalance konsistent und angemessen für die Stimmung und den Ton des Films?
 - o Bildqualität: Ist das Bildmaterial klar, scharf und gut komponiert?
 - o Visuelle Effekte: Sind die visuellen Effekte nahtlos integriert und verstärken sie die Erzählung?
 - o Übergänge: Sind die Übergänge zwischen den Aufnahmen oder Szenen fließend und unterstützen sie die Erzählung?
2. Audio-Elemente:
 - o Tonpegel: Sind die Dialoge, die Musik und die Soundeffekte ausgewogen und ange-

messen abgemischt?

o Hintergrundgeräusche: Ist der Ton frei von unerwünschten Hintergrundgeräuschen oder Störungen?

o Sounddesign: Sind die Soundeffekte gut mit dem Bildmaterial synchronisiert und unterstützen sie die Erzählung?

3. Erzählung und Erzähltempo:

o Kohärenz der Geschichte: Ist die Handlung des Films logisch aufgebaut und ergibt sie Sinn?

o Tempo: Ist das Timing und der Rhythmus des Films ansprechend und dem Inhalt angemessen?

o Kontinuität: Gibt es Kontinuitätsfehler oder Ungereimtheiten in der Erzählung oder im Bildmaterial?

4. Technische Überlegungen:

o Auflösung und Format: Wird der Film in der gewünschten Auflösung und dem geeigneten Dateiformat exportiert?

o Untertitel und Bildunterschriften: Sind Untertitel enthalten, falls erforderlich?

o Abspann: Gibt es einen Vor- und Nachspann, in dem das Team und die Mitwirkenden angemessen gewürdigt werden?

5. Emotionale Wirkung und Engagement:

o Publikumsbindung: Weckt der Film effektiv Emotionen oder schafft er eine Verbindung zum Zielpublikum?

o Vermittlung der Botschaft: Wird die beabsichtigte Botschaft oder der Aufruf zum Handeln klar und effektiv vermittelt?

o Allgemeines Engagement: Fesselt der Film die Aufmerksamkeit des Publikums und hält sie über die gesamte Dauer aufrecht?

Die Teilnehmer:innen sollten diese Checkliste als Leitfaden bei der Überprüfung der ihnen zugewiesenen Filme verwenden und auf der Grundlage dieser Kriterien konstruktives Feedback geben. Diese Checkliste trägt dazu bei, dass die Teilnehmer:innen verschiedene Aspekte des Finalisierungsprozesses berücksichtigen, damit ein zusammenhängender und wirkungsvoller Film entsteht.

ANHANG 3 - Perfektionierung eures Films: Die Kunst der Fertigstellung (Beispielclips)

Im Folgenden finden Sie einige Beispiele für Filmclips, die die Teilnehmer:innen auf die spezifischen Techniken hin analysieren können, die bei ihrer Fertigstellung verwendet wurden:

1. Ausschnitt: Eine dialoglastige Szene aus einem charakterbetonten Drama

Zu analysierende Techniken: Bildkomposition und Bildausschnitt für die Dynamik der Charaktere, subtile Farbabstufung, um die Stimmung widerzuspiegeln, Dialogschnitt für Klarheit und emotionale Nuancen, Hintergrundsounddesign zur Verstärkung der Atmosphäre.

2. Ausschnitt: Eine spannende Thrillerszene
Zu analysierende Techniken: Effektiver Einsatz von Beleuchtung, Farbabstufung zur Erzeugung von Spannung, Sounddesign zur Steigerung der

Spannung, Tempo und Schnittentscheidungen zum Aufbau spannender Sequenzen.

3. Ausschnitt: Eine gefühlsbetonte Szene
Zu analysierende Techniken: Farbabstufung und Kameraführung, um bestimmte Emotionen hervorzurufen, Sounddesign, um die Stimmung zu verstärken, Schnittentscheidungen für Tempo und Rhythmus, effektiver Einsatz von Nahaufnahmen und Mimik, um Emotionen zu vermitteln.

4. Ausschnitt: Eine actiongeladene Sequenz
Zu analysierende Techniken: Dynamische Kamerabewegungen und Wahl des Bildausschnitts, rasanter Schnitt zur Steigerung der Intensität, Sounddesign und -abmischung zur Verstärkung der Action, Integration von visuellen Effekten und CGI, Farbkorrektur zur Verbesserung der Gesamtwirkung.

5. Ausschnitt: Eine visuell beeindruckende Landschaftsaufnahme
Zu analysierende Techniken: Komposition und Bildgestaltung zur Verbesserung der visuellen Attraktivität, Farbabstufung zur Verstärkung der Atmosphäre, effektiver Einsatz von Kamerabewegungen, Sounddesign zur Ergänzung des Bildmaterials und allgemeine ästhetische Entscheidungen.

6. Ausschnitt: Eine dialoggesteuerte Szene
Zu analysierende Techniken: Effektive Schuss-Gegenschuss-Technik, Schnittentscheidungen, um Rhythmus und Flow aufrechtzuerhalten, Verwendung von Nahaufnahmen und Reaktionsaufnahmen, um Emotionen zu vermitteln, Sounddesign und -abmischung für Klarheit und Tempo, um die Dialogdynamik zu unterstützen. Diese Beispiele decken eine Reihe von Genres und Stilen ab und ermöglichen es den Teilnehmer:innen, verschiedene Abschlusstechniken und ihre Auswirkungen auf das Erzählen von Geschichten zu erkunden. Die Moderator:innen können die ausgewählten Filmclips zur Verfügung stellen oder beliebte Filmszenen empfehlen, die zu den Zielen des Workshops passen.

1. Ausschnitt: Eröffnungssequenz aus „Die Verurteilten“ (Original: „The Shawshank Redemption“)
Zu analysierende Techniken: Farbabstufung, Bildgestaltung, Kamerabewegung, Tempo, Sounddesign (Hintergrundmusik, Umgebungsgeräusche), Schnittübergänge.

2. Ausschnitt: Action-Sequenz aus „Mad Max: Fury Road“
Zu analysierende Techniken: Visuelle Effekte, Farbabstufung, Sounddesign (Soundeffekte, Abmischung), Schnittentscheidungen (schnelle Schnitte, Montage), Kamerabewegung, Einsatz praktischer Effekte; dynamische Kamerabewegung und Wahl des Bildausschnitts, rasanter Schnitt, Sounddesign und Abmischung, Integration von visuellen Effekten und CGI sowie wirkungsvolle Farbabstufung.

3. Ausschnitt: Emotionale Szene aus „Vergiss mein nicht!“ (Original: „Eternal Sunshine of

the Spotless Mind“)

Zu analysierende Techniken: Farbabstufung (um eine bestimmte Stimmung zu erzeugen), Kinematographie (Komposition, Beleuchtung), Schnitt (Rückblenden, nicht-lineare Erzählung), Sounddesign (Dialoge, Hintergrundmusik, Stille).

4. Clip: Climax-Moment aus „Inception“
Zu analysierende Techniken: Visuelle Effekte, Farbabstufung (zur Unterscheidung der Traumebenen), Sounddesign (Überlagerung von Soundeffekten, Musik), Tempo, Schnittentscheidungen (Überschneidungen zwischen verschiedenen Traumebenen).

5. Ausschnitt: Dialoggesteuerte Szene aus „The Social Network“
Zu analysierende Techniken: Schnittentscheidungen (Schusswechsel, Tempo), Sounddesign (Klarheit der Dialoge, Umgebungsgeräusche), Farbabstufung, Verwendung von Nahaufnahmen und Bildausschnitten zur Vermittlung von Emotionen.

6. Ausschnitt: Eine spannende Thriller-Szene Film: „Gone Girl“ (2014)
Zu analysierende Techniken: Einsatz von Beleuchtung, Farbabstufung, Sounddesign, Tempo und Schnitt zur Erzeugung von Spannung und Suspense.

7. Ausschnitt: Eine visuell beeindruckende Landschaftsaufnahme Film: „The Revenant“ (2015)
Zu analysierende Techniken: Komposition und Bildgestaltung zur Verbesserung der visuellen Attraktivität, Farbabstufung zur Verstärkung der Atmosphäre, effektiver Einsatz von Kamerabewegungen, Sounddesign zur Ergänzung des Bildmaterials und allgemeine ästhetische Entscheidungen.

8. Ausschnitt: Eine dialoggesteuerte Szene Film: „Before Sunrise“ (1995)
Zu analysierende Techniken: Effektive Schuss-Gegenschuss-Technik, Schnittentscheidungen für Rhythmus und Flow, Verwendung von Nahaufnahmen und Reaktionsaufnahmen, um Emotionen zu vermitteln, Sounddesign und Abmischung für Klarheit und Tempo zur Unterstützung der Dialogdynamik.

Diese Clips bieten verschiedene Beispiele aus unterschiedlichen Genres und Stilen des Filmemachens, die es den Teilnehmer:innen ermöglichen, verschiedene Finalisierungstechniken zu erkunden. Die Moderator:innen können den Zugang zu diesen Filmclips ermöglichen oder die Teilnehmer:innen anleiten, sie online zu finden und zu analysieren. Denken Sie daran, dass der Zweck der Analyse dieser Filmclips darin besteht, zu verstehen, wie bestimmte Techniken zum Storytelling und zur Einbeziehung des Publikums beitragen. Die Teilnehmer:innen sollten auf die Verwendung von visuellen und auditiven Elementen achten und darauf achten, wie sie die Gesamtwirkung und Effektivität der Filme verstärken.

Workshop für
Grafikdesign

Einführung in das Grafikdesign

● Allgemeines Ziel & Zielsetzungen

- Vermittlung von Grundlagen des Grafikdesigns
- Ermitteln Sie die Botschaft, die junge Menschen vermitteln möchten.
- Erste Schritte mit kostenlosen Online-Tools für Grafikdesign
- Erstellung eines ersten Entwurfs für das Logo jeder Arbeitsgruppe.
- Arbeit an der Erreichung von 7 der 8 Schlüsselkompetenzen (Persönliche Kompetenz, Sozialkompetenz und Lernkompetenz, Bürgerkompetenz, Unternehmerische Kompetenz, Kulturbewusstsein und kulturelle Ausdrucksfähigkeit, Digitale Kompetenz, Mathematische Kompetenz und Kompetenz in Naturwissenschaften, Technologie und Technik, Lesekompetenz).

● Teilnehmer:innen: 15 junge Menschen

● Dauer: 4 Stunden

● Setting

Multimediales Klassenzimmer

Bereiten Sie einen Raum mit Computern und Anschlüssen vor, um den Jugendlichen die Werkzeuge für die Erstellung ihres Endergebnisses zur Verfügung zu stellen.

Wenn die Organisation nicht über solche Geräte verfügt, kann der Workshop auch mit persönlichen Smartphones durchgeführt werden, wobei darauf zu achten ist, dass Steckdosen zum Aufladen der Telefone und ein stabiles WLAN vorhanden sind.

Stellen Sie sicher, dass ein Projektor vorhanden ist, mit dem der/die Jugendbetreuer:in den Teilnehmern die PPTs sowie die Verwendung der Software zeigen kann.

● Intro & Kennenlernen:

Titel: Grafikdesign als nützliches Instrument für die Bürgerbeteiligung

Einführung in das Thema[5 min]

Erklären Sie das Ziel des Workshops und wie Grafikdesign ein nützliches Instrument für die Bürgerbeteiligung sein kann.

Kennenlernen[10 min]

Bitten Sie jede:n Teilnehmer:in, iDroo <https://app.idroo.com/>

zu öffnen (oder geben Sie jedem/r Teilnehmer:in ein Post-it) und bitten Sie ihn/sie, ein einzelnes Wort, eine Eigenschaft oder eine Zeichnung darauf zu schreiben, die sein/ihr Gefühl über das bürgerliche Umfeld, in dem er/sie lebt, darstellt.

Danach stellt sich jede:r Teilnehmer:in vor, indem er/sie seinen/ihren Namen sagt und seine/ihre gewählte Eigenschaft erklärt.

Beschreibung der Übungen

Übung 1

Grundlagen des Grafikdesigns [Zeit: 1h]

Was ist Grafikdesign

- Elemente des Grafikdesigns (Farben, Schriftarten, Formen und Stile)

- Grafikdesign als Werkzeug für bürgerschaftliches Engagement und Partizipation.

PPT: https://docs.google.com/presentation/d/1IPa_1lV27VPMpuQqhSBlzpLituLFot8o/edit#slide=id.p1

BUZZ-QUIZ: Teilen Sie die Teilnehmer:innen in 2 Gruppen ein und geben Sie ihnen einen Buzzer pro Gruppe oder einen virtuellen (<https://www.myinstants.com/en/instant/buzzer-89244/>). Zeigen Sie einige Bilder, die mit Hilfe von Grafikdesign eine wichtige Botschaft vermitteln. Das erste Team, das den Buzz drückt, hat die Möglichkeit, zu antworten und zu entscheiden, ob das Bild eine gute Praxis effektiver Kommunikation ist oder ein klarer Fehlschlag.

Link: <https://view.genial.ly/6435b5ef4f52080019735f2a/interactive-content-shared-graphic-design-buzz-quiz>

Nachbesprechung: Erläutern Sie die Grundlagen für eine effektive Kommunikation im Zusammenhang mit den Themen aktive Bürgerschaft und Partizipation.

Übung 2 – Macht eure Stimme deutlich hörbar. (Zeit: 1h)

- Präsentiert einige Beispiele für innovative oder unkonventionelle Kommunikation.

- Psychologischer/emotionaler Aspekt einer effektiven Kommunikation

- Eure Botschaft: die Unersetzlichkeit dessen, was ihr fühlt und sagen wollt

Verbreitet eure Botschaft! Teilen Sie die Teilnehmer:innen in Arbeitsgruppen ein und bitten Sie sie, einen kreativen Weg zu finden, die Hauptbotschaft ihres Films zu vermitteln. Jede Gruppe präsentiert ihre Idee auf Prezi <https://prezi.com/> (oder auf einem Flipchart) im Plenarsaal. Dabei kann es sich um ein Akronym, ein Motto, eine Leitspruchbotschaft oder ein einzelnes Wort handeln, das für sie eine tiefe Bedeutung hat.

Übung 3 – Entwerft die Markenidentität eures Films. (Zeit: 2h)

- Schritte zum Design Thinking. (siehe Kapitel über Grafikdesign - youthREC-Handbuch)
 - Erste Einführung in kostenlose Online-Tools (Desygner, Canva, Vista Create, be-funky)
- PPT: https://docs.google.com/presentation/d/1IPa_1lV27VPMMPuQqhSBlzpLituLF0t8o/edit#slide=id.p1

Entwurf des Logos: Geben Sie den Teilnehmer:innen Zugang zu kostenlosen Online-Plattformen, damit sie mit der Arbeit an ihrem ersten Entwurf eines Logos beginnen können, das das Ziel ihres Films widerspiegelt. Nach der Erstellung können Sie sie ausdrucken, um das Endergebnis zu sehen (dies ist auch für den zweiten Workshop über Grafikdesign nützlich).

Nachbesprechung:

- Gefällt euch euer Logo?
- Glaubt ihr, dass es eure Botschaft widerspiegelt?
- Kann sie verbessert werden?

Debriefing ●

Zeit zum Reflektieren und Schlussfolgerungen

Fragen Sie immer

Was ist während des Workshops passiert?

- Wie habe ich mich gefühlt?
- Was würde ich gerne beim nächsten Mal ändern

Materialien ●

- Computer
- PPT
- Buzz-Quiz
- Post-it
- Flipchart
- kostenlose Online-Grafikdesign-Tools
- Steckdosen
- Projektor
- Drucker
- Papiere

Empfehlungen für Moderator:innen ●

- Lassen Sie genügend Zeit für Fragen.
- Regen Sie junge Menschen zum Nachdenken über staatsbürgerliche Themen an.
- Gönnen Sie den Teilnehmer:innen eine kleine Pause (eine 4-stündige Sitzung kann intensiv sein)
- Machen Sie den Raum gemütlich.
- Stellen Sie den Teilnehmer:innen alle notwendigen Hilfsmittel zur Verfügung.

● Bibliographie

- Brandtzæg, P. B., Følstad, A., & Mainsah, H. (2012, Juli). Designing for youth civic engagement in social media. In Proceedings of the IADIS International Conference of Web Based Communities and Social Media (pp. 65-73).
- Mouchrek N, (2020). Design for youth development and engagement in sustainability. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Cuaderno 80 (S. 139-151).
- Munari B. (2017). Da cosa nasce cosa. Laterza.
- Sadikin Akhyadi A., Indriyani W., (2020). Youth Empowerment Based on Participation Through Graphic Design Training. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Band 548. Atlantis Press.
- United Nations New York, (2016). World youth report on civic engagement. New York 10017.
- <https://www.creativerepute.com/graphic-design-education/>
- <https://seesawcreative.co.uk/work/youth-urban-games/>
- <https://newurbanmechanics.medium.com/civic-design-through-the-lense-of-a-youth-e5171f278b14>
- <https://www.omprakash.org/blog/graphic-design-as-a-form-of-civic-engagement>
- <https://www.libbyfalck.com/>
- <https://www.aiga.org/>
- <https://deanvipond.medium.com/explaining-graphic-design-to-four-year-olds-fe9257ffaf3d>
- <https://blog.creativemind.academy/progetti-di-grafica-come-realizzarli-in-8-step/>

● Anhang

- PPT
- Das Buzz-Quiz.

Grafikdesign - Einstieg in die Praxis

● Allgemeines Ziel & Zielsetzungen

- Einarbeitung in ein Grafikdesign-Programm (Canva?)
- Grafische Umsetzung von Ideen, die in Workshop V entwickelt wurden
- Das Logo wird fertiggestellt und
- Poster wird erstellt
- Entwicklung einer Verbreitungsstrategie

● Teilnehmer:innen: 15 junge Menschen

● Dauer: 4 Stunden

● Setting:

Zwei Möglichkeiten - je nach den verfügbaren Ressourcen:

Setting A (mit Computern)

- .) Ein Raum mit Computern (jede:r sollte einen haben)
- .) Ein Projektor, mit dem der/die Jugendbetreuer:in zeigen kann, wie Canva funktioniert
- .) Ein Drucker

Setting B (mit Mobiltelefonen)

- .) Jede:r sollte ein Mobiltelefon und eine Internetverbindung haben
- .) Das Telefon sollte vollständig aufgeladen sein
- .) Genügend Ladegeräte für Mobiltelefone
- .) Ein Projektor, mit dem der/die Jugendbetreuer:in zeigen kann, wie Canva funktioniert
- .) Ein Drucker

● Intro & Kennenlernen

Einführung

1. Durchgehen der Tagesordnung und Erläuterung des Ziels/der Ziele des Workshops

2. Beginnen Sie mit Fragen... (via Slido)

Nach der letzten Schulung zum Thema Grafikdesign:

- a. Was bedeutet Grafikdesign für euch? Sammeln von Antworten über Slido
- b. Was gehört zu einem schlechten Grafikdesign? Sammeln von Antworten über Slido
- c. Was gehört zu einem guten Grafikdesign? Sammeln von Antworten über Slido

Alternativ dazu:

Schreiben Sie die Frage auf drei Flipcharts und sammeln Sie die Antworten auf jedem Flipchart - dann können Sie es zur Erinnerung aufhängen

3. Beantwortung von Fragen, wenn es Fragen gab

Beschreibung von Übungen

Übung 1

Best Practice Gallery-Walk

- Der/die Moderator:in hängt verschiedene grafische Designbeispiele auf ("Out-of-the-Box-Kommunikation")
- Die Teilnehmer:innen gehen umher und bleiben bei dem Beispiel stehen, das ihnen am besten gefällt
- Gespräch darüber, was ihnen daran gefällt (und was vielleicht nicht)

Grafikdesign "Out Of The Box" Beispiele: PPP (Folien 7-9)

Übung 2

Logo-Galerie-Spaziergang

- Jede:r Teilnehmer:in druckt den ersten Entwurf seines/ihres Logos auf Papier aus
- Jede:r Teilnehmer:in hängt seinen/ihren ersten Logo-Entwurf an die Wand und präsentiert ihn den anderen in 2,3 Sätzen (wenn er/sie ihn präsentieren möchte)
- Jede:r geht herum und klebt POST-ITS auf die Logos/Plakate mit KONSTRUKTIVEM Feedback (was ihnen gefällt, was geändert werden könnte, offene Fragen, Erraten der Hauptaussage des Logos)
- Wenn sie fertig sind, gehen die Teilnehmer:innen an ihre Plätze zurück und lesen die Rückmeldungen und Kommentare, die sie erhalten haben.

Übung 3 - Entwicklung der Markenidentität des Films mit dem Online-Tool (Logo und Poster)

- Gemeinsame Wiederholung der Grundlagen des Online-Tools (über Beamer)
- Optional: Anzeige von Bildplattformen ohne Copyright (z.B. Pixabay)
- Fertigstellung des Logos, eventuell Einarbeitung von Feedback und Beginn der Arbeit am Poster für den Kurzfilm
- Offene Fragerunde, wenn etwas unklar ist.
- Der/die Moderator:in geht umher und unterstützt die Teilnehmer:innen bei Bedarf.

Übung 4

Verbreitung der Botschaft - Strategien

- Ergebnisse werden ausgedruckt
- Sitzkreis
- Wer möchte, präsentiert kurz die Mar-

kenidentität seines/ihres Films und die Botschaft, die er/sie verbreiten möchte

Entwicklung einer Verbreitungsstrategie:

- Wie und wo können die Poster und Logos verbreitet werden?
- Was sind die Ziele der Verbreitung?
- Welche Zielgruppe soll angesprochen werden?
- Wo finde ich die Zielgruppe (bestimmte Social-Media-Kanäle...)?
- Wie kann ich sie erreichen?
- Nächste Schritte

Nachbesprechung:

- Was habt ihr gelernt?
- Was sind eure nächsten Schritte?
- Was ist für euch noch unklar? mparato?

Debriefing

Zeit zum Reflektieren und Schlussfolgerungen

Fragen Sie immer:

Was ist während des Workshops passiert?

Wie habe ich mich gefühlt?

Was würde ich gerne beim nächsten Mal ändern

Materialien

- Computer
- Projektor
- Drucker
- Hinweise zum Mobiltelefon (mit ausreichender Batterie)
- Ladegerät für Mobiltelefone
- Flipcharts
- Bleistifte
- Schöne Lounge-Hintergrundmusik
- Haftnotizen
- Klebeband
- Kostenloses Online-Grafikdesign-Tool (welches?)

Anpassungen an spezifische Zielgruppen

Wahl zwischen Setting A oder Setting B, je nach vorhandener Ausrüstung

Empfehlungen für Moderator:innen

- Lassen Sie genügend Zeit für Fragen.
- Junge Menschen zum Nachdenken über staatsbürgerliche Themen anregen.
- Gönnen Sie den Teilnehmer:innen eine kleine Pause (eine 4-stündige Sitzung kann intensiv sein)
- Machen Sie den Raum gemütlich.
- Stellen Sie den Teilnehmer:innen alle notwendigen Hilfsmittel zur Verfügung.

Bibliographie oder empfohlene Materialien, die vor dem Workshop gelesen werden sollten

Machen Sie sich im Vorfeld mit den Online-Tools vertraut!

Literatur, je nachdem, welches Online-Tool

Anhang

PPT

Werbung und Kampagnen

● Allgemeines Ziel & Zielsetzung:

Das Hauptziel dieser Workshops besteht darin, junge Menschen in ihren Bemühungen zu unterstützen, ihre kreative Arbeit mit den dafür am besten geeigneten Mitteln und Methoden zu fördern. Die Teilnehmer:innen werden relevante Fähigkeiten und Kompetenzen durch praktische Übungen kultivieren.

Darüber hinaus werden die Teilnehmer:innen oder jede Gruppe von Teilnehmer:innen eine Werbekampagne für ihren Film erstellen.

Schlüsselkompetenzen: Bürgerschaftliche Kompetenz; Unternehmerische Kompetenz; Digitale Kompetenz; Alphabetisierungskompetenz.

● TeilnehmerInnen: 15 Personen - Jugendliche

● Dauer: 4 Stunden

● Rahmenbedingungen:

Persönlich, in geschlossenen Räumen, Tische und Stühle für die Teilnehmer, Stuhl (Schreibtisch optional) für den Kursleiter, Leinwand oder Projektor für Präsentationen usw.

● Intro & Icebreaker:

Einführung in das Thema: Der Kursleiter begrüßt, stellt sich vor und fordert die Teilnehmer auf, sich traditionell vorzustellen. Dann fährt er fort, die Kick-Start-Übung zu erklären.

Beschreibung der Übung: Alle Teilnehmer:innen wählen einen beliebigen Film aus, z. B. *Pretty Woman*, *Jaws*, *Baywatch*. Ohne den anderen Teilnehmer:innen den Film zu verraten, wird einer nach dem anderen aufgerufen, den Film zu mimen, ohne zu sprechen, während die anderen versuchen, ihn zu erraten. Die einzige Hilfe, die zur Verfügung steht, ist die Kategorie des Films, die zu Beginn genannt wird, z. B. *Rom Com*, *Horror* usw. Alle Teilnehmer:innen haben eine Minute Zeit. Danach verraten sie den Film, sofern er nicht bereits von der Gruppe erraten wurde, und erklären, warum sie ihn ausgewählt haben. Auf diese Weise werden sie einige Elemente über sich selbst und auch über ihre künstlerische Identität mitteilen. Die Aktivität lockert die Gruppe auf, hilft ihr, sich auf persönlicher und beruflicher Ebene besser kennenzulernen, und bringt alle dazu, ihre Meinung zu sagen, Brainstorming zu betreiben und Kontakte zu knüpfen - eine gute Vorbereitung auf den Workshop.

Beschreibung von Übungen

Übung 1 - Zielgruppen-Personas

Der Moderator stellt (unter Verwendung der Präsentation aus den Anhängen) das Konzept einer Zielgruppe und einer Persona vor, und dann sollen die Teilnehmer entweder in Gruppen aufgeteilt oder einzeln eine Persona erstellen. Sie können dies entweder mit der in den Anhängen enthaltenen Software oder mit Stift und Papier tun.

Personas enthalten wichtige Erkenntnisse über die Zielgruppe. Sie sind für die Segmentierung der Zielgruppe unerlässlich.

Im Wesentlichen ist eine Persona die Visualisierung und das Kurzprofil einer "Person", die unsere ideale Zielgruppe darstellt. Während es sich bei der Zielgruppe um eine breite Gruppe von Menschen handelt (z. B. Jugendliche), ist die Persona eine verfeinerte, spezifische, optimale Zielgruppe (z. B. junge Rockfans mit fundierten Kenntnissen der Rockmusikszene und einer Vorliebe für alles, was Vintage ist). Personas haben bestimmte Verhaltensweisen, Vorlieben, Ideen und demografische Merkmale.

Daher ist dies einer der ersten Schritte bei der Ausarbeitung eines Werbeplans/einer Werbestrategie.

Nachdem alle Personas vorgestellt wurden, folgt ein kurzes Feedback mit Hilfe des Mentimeters (wie im Abschnitt "Nachbesprechung" beschrieben).

Übung 2 - Impact Squared _ Unterstützung einer Sache

Die einzigartige Handlung eines jeden Films kann eine Sache oder ein Problem (rassistisch, politisch, sozial usw.) hervorheben oder auch nicht. Die Einbindung der Filmfaktoren (Schauspieler, Produzenten, Mitarbeiter) oder einfach der Ressourcen des Films (Geld, Netzwerk, Publikum) in Organisationen und Institutionen, die diesem Anliegen dienen, verdeutlicht nicht nur den Zweck Ihres Films im öffentlichen Bewusstsein, sondern erhöht auch das Bewusstsein für Ihren Film und den eigentlichen Zweck, dem Sie dienen.

Wenn sich der Film um ein Thema der sozialen Ungerechtigkeit dreht, hat die Zusammenarbeit mit Organisationen, die sich für die Verbesserung der Gesellschaft einsetzen, oder die Teilnahme an bereits bestehenden Kampagnen für soziale Gerechtigkeit mehrere Vorteile für Ihren Film, Ihr Publikum und die Gesellschaft im Allgemeinen.

Die Teilnehmer:innen, entweder einzeln oder in Teams aufgeteilt, erhalten internationale Filmtitel und sollen eine Strategie für diesen Film entwickeln und präsentieren, die sich mit einer Sache befasst und durch sie glänzt. Anschließend präsentieren

sie ihre Arbeit vor der Gruppe, die als Publikum fungiert. Das Publikum wird die Bemühungen und ihre Auswirkungen mit Hilfe eines Mentimeters bewerten und eine Rangliste erstellen. Die Bewertung wird anhand der folgenden Punkte auf einer Likert-Skala vorgenommen:

Fühlte sich die Aktion echt an oder war sie ein Werbegag?

Wurde der Sache eindeutig gedient?

Wurde das Ziel im Einklang mit dem Film verfolgt?

Hatten Sie das Gefühl, dass diese Strategie Auswirkungen auf das genannte Ziel hatte?

Wären Sie daran interessiert, sich an diesen Bemühungen zu beteiligen?

Nach jeder Einstufung folgt eine kurze freie Feedbackrunde.

Es folgt ein kurzes Feedback zur Gesamttätigkeit mit Hilfe des Mentimeters (wie im Abschnitt "Nachbesprechung" beschrieben).

Übung 3 - **Presse Presse Presse**

Zu wissen, wie man mit der Aufmerksamkeit der Presse umgeht und wie man Presseinstrumente zu seinem Vorteil nutzen kann, ist ein Schlüssel, wenn man versucht, einen Film zu promoten. In dieser Übung lernen die Teilnehmer, wie man eine effektive Pressemitteilung schreibt, welche Informationen man in einer Pressekonferenz präsentiert und wie man die Aufmerksamkeit der Presse auf sich zieht.

Schreiben einer Pressemitteilung:

Der Kursleiter wird Beispiele für gute Pressemitteilungen für Filme präsentieren und dabei die grundlegenden Elemente hervorheben, die alle diese Pressemitteilungen haben sollten. (Es wird die Präsentation in den Anhängen verwendet)

Anschließend werden den Teilnehmern ein populäres Filmbriefing und Informationen vorgelegt - jeder erhält dasselbe. Von den Teilnehmern wird erwartet, dass sie entweder einzeln oder in Teams eine Pressemitteilung zu ihrem Film verfassen, die alle notwendigen Informationen enthält, ins Auge sticht und einen starken Handlungsaufruf enthält. Die TeilnehmerInnen arbeiten mit Hilfe von Arbeitsblättern und Beispielen für gute Pressemitteilungen daran.

Nach Abschluss der Arbeit werden die Pressemitteilungen präsentiert, wobei das Team versucht, Stärken und Schwächen in jeder einzelnen zu finden, um konstruktive Anmerkungen zu machen.

Es folgt ein kurzes Feedback über die gesamte Aktivität mit Hilfe des Mentimeters (wie im Abschnitt Nachbesprechung beschrieben).

Übung 4 - **Digitale Kampagnenführung**

Die Moderation wird nützliche Werkzeuge, Plattformen, Techniken und Fallstudien für digita-

le Kampagnen anhand der Präsentation in den Anhängen vorstellen. Die Teilnehmer:innen lernen etwas über wirkungsvolle Postings, Hashtags, soziale Netzwerke, Werbetechniken für die digitale Ära und mehr.

Anschließend werden sie in Gruppen eingeteilt. Die Teilnehmer:innen erhalten die Aufgabe, die Posts, den digitalen Wettbewerb und den Zeitplan für ihren Film zu erstellen.

Nach Abschluss der Arbeiten werden die Ergebnisse präsentiert, wobei das Team versucht, Stärken und Schwächen in jedem einzelnen Beitrag zu finden, um konstruktive Anmerkungen zu machen.

Es folgt ein kurzes Feedback zur Gesamttätigkeit mit Hilfe des Mentimeters (wie im Abschnitt "Nachbesprechung" beschrieben).

Übung 5 - **Kreatives Brainstorming**

Nachdem die Teilnehmer:innen die wichtigsten Schritte eines guten Werbe- und Kampagnenplans für einen Film durchgearbeitet haben, sollen sie nun nach kreativen Impulsen suchen!

Entweder einzeln oder in Teams aufgeteilt, schreiben die Teilnehmer:innen kreative Werbeideen für ihre Filme, Techniken und Methoden auf, entweder im Original, oder indem sie im Internet recherchieren, indem sie nachahmen, was andere FilmproduzentInnen gemacht haben usw. Sobald sie alle Ideen gesammelt haben, diskutieren sie diese in entspannter Atmosphäre am runden Tisch und notieren die Vor- und Nachteile jeder Idee, die benötigten Ressourcen und welche Filmkategorie/Filmzielgruppe jede Idee am besten bedienen würde. Außerdem erstellen sie einen Zeitplan für die Veröffentlichung aller Werbematerialien, die sie produziert haben und weitergeben wollen, und geben an, welche Kanäle dafür genutzt werden sollen (Anhang 8, der Monatsplaner).

Auf diese Weise verlassen die Teilnehmer:innen die Veranstaltung mit konkreten Ergebnissen und Notizen sowie einem echten Bewusstsein für die Anforderungen, die Logistik, die Fähigkeiten und die Möglichkeiten, die es gibt, um ihren eigenen einzigartigen Film mit ihren verfügbaren Ressourcen bei der ausgewählten Zielgruppe bestmöglich zu bewerben.

Es folgt ein kurzes Feedback über die gesamte Aktivität mit Hilfe des Mentimeters (wie im Abschnitt Nachbesprechung beschrieben).

● Debriefing

Nach Abschluss jeder Übung öffnet die Workshop-Moderation ein Mentimeter oder ein Jambboard, auf dem die Teilnehmer:innen anonym auf die Feedback-Fragen (siehe unten) antworten können. Die Antworten werden auf einer großen Leinwand angezeigt und unter der Leitung des Moderators diskutiert.

Die Fragen sollten in etwa lauten:

Was ist passiert?
Was war ein
AHA-Moment?
Gab es eine
Schwierigkeit,
die ich nicht über-
erwunden habe?
Was werde ich in
Zukunft auf jeden
Fall anwenden?
Wie fühle ich
mich?

Was würde ich beim nächsten Mal gerne ändern?

Insgesamt sollten sich die Teilnehmer:innen darüber im Klaren sein, dass es sich um eine Lernkurve, eine Reise handelt, denn Kunst, ihr Ausdruck und ihre Förderung sind dynamische und kreative Prozesse. Es gibt keinen Unterricht und keine Methode, die für alle gleich ist. Der Dozent versucht lediglich, Anregungen, Methoden und grundlegende Fähigkeiten zu vermitteln, die die Teilnehmer dann auf ihre eigene Art und Weise nutzen sollen,

um ihre einzigartigen und persönlichen Kampagnen zu gestalten. Es handelt sich nicht um einen Meisterkurs mit konkreten Lernergebnissen und Ergebnissen - es ist eine Lernmöglichkeit, die die Teilnehmer:innen so nutzbringend und kreativ gestalten können, wie sie es wünschen.

● Materialien:

- Computer, damit die Teilnehmer:innen Personas erstellen können. Wenn dies nicht möglich ist, können sie Stift und Papier oder andere verfügbare Visualisierungsmittel wie z. B. Whiteboards verwenden.
- Großer Bildschirm oder Projektor und Computer für die Moderation
- Snacks und Wasser, damit sich die Teilnehmer wohl fühlen und sich untereinander austauschen können.
- Bequeme Sitzgelegenheiten für alle Teilnehmer:innen
- Lautsprecher für die Moderation

● Anpassungen an spezifische Zielgruppen:

Der Veranstaltungsort des Workshops sollte für alle zugänglich sein, mit besonderer Rücksicht auf Teilnehmer mit Mobilitätsproblemen.

Schwerhörige Teilnehmer:innen können teilnehmen, da es sich um einen hochgradig visuellen Workshop handelt, wobei der Moderator dazu angehalten ist, ihn noch visueller zu gestalten, wenn solche Teilnehmer anwesend sind, z. B. durch visuelle Kommunikation, Schrift usw.

● Empfehlungen für Moderatoren

Alle oben und in den Anhängen ausführlich beschrieben

● Anhang

- Anhang 1 - Personas Präsentation
- Anhang 2 - Impact Squared Leitfaden für Moderatoren
- Anhang 3 - Arbeitsblätter zu Fallstudien
- Anhang 4 - Leitfaden für das Schreiben einer guten Pressemitteilung - Arbeitsblatt
- Anhang 5 - Beispiele für Pressemitteilungen
- Anhang 6 - Präsentation von Pressemitteilungen
- Anhang 7 - Präsentation über digitale Kampagnenarbeit
- Anhang 8 - Monatlicher Planer

Literaturverzeichnis

Storytelling

<https://www.masterclass.com/articles/what-are-the-elements-of-a-narrative-arc-and-how-do-you-create-one-in-writing> (Masterclass, 2021)

<https://www.citizenlab.co/blog/civic-engagement/how-can-cities-tell-their-stories-for-higher-community-engagement/> (Aung, 2022)

<https://blog.hubspot.com/marketing/storytelling> (Hubspot, 2022).

<https://r4d.org/blog/using-storytelling-to-motivate-citizen-engagement/> (Adamolekun, Keen, Vissapragada, 2021)

<https://www.wired.com/insights/2014/01/power-community-storytelling/> (Bradley, Wired)

<https://civiclifeproject.org/why-use-digital-storytelling-to-teach-civics-and-foster-civic-engagement-and-what-does-that-have-to-do-with-clarence-earl-gideon/> (Civiclifeproject, 2018)

<https://openpsychologyjournal.com/VOLUME/14/PAGE/213/FULLTEXT/> (Taufik & Ernawati, 2021)

https://jed.ut.ac.ir/article_61547.html?lang=en (Arasti, Bagheri & Ghoddosi, 2017)

<https://independentsector.org/blog/empowering-youth-through-story-and-voice/> (Independentsector, 2021)

Grafikdesign

Brandtzæg, P. B., Følstad, A., & Mainsah, H. (2012, July). Designing for youth civic engagement in social media. In Proceedings of the IADIS International Conference of Web Based Communities and Social Media (pp. 65-73).

Mouchrek N, (2020). Design for youth development and engagement in sustainability. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Cuaderno 80 (pp 139-151).

Munari B. (2017). Da cosa nasce cosa. Laterza.

Sadikin Akhyadi A., Indriyani W., (2020). Youth Empowerment Based on Participation Through Graphic Design Training. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 548. Atlantis press.

United Nations New York, (2016). World youth report on civic engagement. New York 10017.

<https://www.creativerepute.com/graphic-design-education/>

<https://seesawcreative.co.uk/work/youth-urban-games/>

<https://newurbanmechanics.medium.com/civic-design-through-the-lense-of-a-youth-e5171f278b14>

<https://www.omprakash.org/blog/graphic-design-as-a-form-of-civic-engagement>

<https://www.libbyfalck.com/>

<https://www.aiga.org/>

<https://deanvipond.medium.com/explaining-graphic-design-to-four-year-olds-fe9257ffaf3d>

<https://blog.creativemind.academy/progetti-di-grafica-come-realizzarli-in-8-step/>

Filmproducción

El cine como herramienta para desarrollar una actitud crítica y personal. (s.f.). Educación 3.0. <https://www.educaciontrespunceros.com/experiencias/cine-herramienta-desarrollar-actitud-critica-personal/>

Etapas de la Producción Cinematográfica. (2021). Veigler Business School. <https://veigler.com/produccion-cinematografica/>

Etapas de la Producción Cinematográfica. (2021). Veigler Business School. <https://veigler.com/produccion-cinematografica/>

GestorGenios, P. (2019, enero 31). El uso del cine como recurso educativo. El Blog de Genios. <https://centrosgenios.com/blog-genios/el-uso-del-cine-como-recurso-educativo/>

Gil, V. P., & Martí, O. M. (s. f.). El cine como medio de aprendizaje del español para adolescentes: conocimiento de la historia y sus personajes. Unir.net. Recuperado 21 de diciembre de 2022, de <https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/4384/PALOMO%20GIL%2C%20VERONICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Jeffery C. Nyseth, M.S. (2019). Basic Filmmaking Concepts. Viterbo. https://www.viterbo.edu/sites/default/files/2019-02/Basic+Filmmaking+Concepts_0.pdf

Kevin (K.) (2021). Distintos tipos de encuadres. Kevin Beron. <https://kevinberon.com/distintos-tipos-de-encuadres/>

Mercader Martínez, Y., (2012). El cine como espacio de enseñanza, producción e investigación. Reencuentro. Análisis de Problemas Universitarios, (63), 47-52. (Gil & Martí, s. f.)

Mulder, D. (2012). ¿Qué habilidades desarrolla el cine en niños y jóvenes? Art Connection. <http://artconnectionworkshops.blogspot.com/2012/12/que-habilidades-desarrolla-el-cine-en.html>

Noguero, A. M. (2008). La influencia del cine en los jóvenes y en la familia. In La familia, paradigma de cambio social. Ponencia: Barcelona, 15-16-17 de mayo de 2008 (pp. 171-190). Universitat Internacional de Catalunya.

Pereira Domínguez, M. del C. (2021, 12 marzo). Cine y educación social. <https://www.monografias.com/trabajos105/cine-y-educacion-social/cine-y-educacion-social>

Universidad de Guanajuato. (2022, abril 1). Clase digital 6. Fases de la producción cinematográfica. Recursos Educativos Abiertos; Sistema Universitario de Multimodalidad Educativo (SUME) - Universidad de Guanajuato. <https://blogs.ugto.mx/rea/clase-digital-6-fases-de-la-produccion-cinematografica/>

What does filmmaking mean? (s. f.). Definitions.net. Recuperado 22 de diciembre de 2022, de <https://www.definitions.net/definition/filmmaking>

Andere

Pancer, M.S - The psychology of citizenship and civic engagement - <https://granicus.com/blog/psychology-of-citizenship-and-civic-engagement/>

Council of Europe - Youth participation - <https://www.coe.int/en/web/youth/youth-participation>

<https://yerp.yacvic.org.au/get-started/involve-young-people/youth-participation-and-engagement-explained>



PROJECT NUMBER: 2022-1-IT03-KA220-YOU-000085031

