

EIN STORYBOARD-WETTBEWERB FÜR SCHULKLASSEN DER 9. UND 10. KLASSE, FÜR GYMNASIEN UND BERUFSSCHULEN SOWIE FÜR WEITERE INTERESSIERTE JUGENDLICHE.

Übersicht



Aufgabe und Ziel



Gefragt sind Storyboards für 10-Sekunden-Film-Clips, die das Thema Risikoverhalten aufgreifen und typische Geschlechterrollen hinterfragen. Es sind zeichnerisch-illustrative wie auch fotografische Darstellungen der Szenenabfolge erlaubt. Die besten Arbeiten werden von den Gewinnerteams unter Anleitung einer Animationsfilmerin oder eines Animationsfilmers als «Traffic-Clip» realisiert.



Lernvoraussetzungen und Zeitbedarf

Je nach Lernvoraussetzungen und Zeitbudget stehen zwei Arbeitsdossiers zur Auswahl:



-  **L1** > für eher niedrige Lernvoraussetzungen oder wenig Zeitbudget (ca. 4 bis 6 Lektionen)
-  **L2** > für eher mittlere und höhere Lernvoraussetzungen und genügend Zeitbudget (ca. 6 bis 8 Lektionen)

Eine inhaltlichen Auseinandersetzung mit der Thematik sowie die Förderung von Reflexionskompetenzen im Bezug auf die Gestaltung einer Botschaft ist bei «L2» etwas mehr gegeben, bedingt aber neben der Lernbereitschaft auch Ausdauer.

Der Vorbereitungsaufwand für die Lehrperson beträgt ca. 1 bis 1,5 Stunden.



- ### Kompetenzen
- > Reflexionskompetenz zum Thema Risikoverhalten vertiefen
 - > Geschlechterrolle in Bezug auf Auto und Tempo überdenken
 - > Entwickeln von Gestaltungskompetenz in der Erarbeitung und Umsetzung einer Botschaft bzw. einer Kommunikationsidee
 - > Sozialkompetenz im teamorientierten Lernprozess fördern



- ### Methoden
- > Kleingruppenarbeit mit punktuellen Einzelaufgaben
 - > Diskussions- und Reflexionsmomente als Lernzielsicherung
 - > Lernschritte gliedern bzw. Vorgehen strukturiert erkennbar machen



- ### Ablauf
1. Einführung durch vorbereitete Powerpoint-Präsentation (Folien-Kommentartext beachten) sowie Thema und Lernziele transparent machen
 2. Teams bilden und Arbeitsdossiers abgeben
 3. Arbeitsdossier erläutern
 4. Storyboards nach Arbeitsdossier entwickeln
 5. Selbstbewertung der Arbeit (Selbstbewertungsformular als PDF-Download)
 6. Einreichung der Wettbewerbsbeiträge bis am **20. 5. 2018** gemäss den letzten Seiten des Arbeitsdossiers.
 7. Die Umsetzung mit den Siegerteams erfolgt nach Absprache im Mai/Juni 2013.

Info für Lehrpersonen



Material

- › Powerpoint-Präsentation für die Einführung*
- › Team-Arbeitsdossier für 2 Niveaus* (pro Team ein Dossier kopieren bzw. ausdrucken)
- › kurzer Storyboard-Tutorial:
<http://tex-block.de/zeichnen/storyboard-erstellen-kleines-tutorial/2110/>
- › Papier, Farbe, Gestaltungswerkzeuge (Pinsel, Stifte usw.)
- › evtl. digitaler Fotoapparat (für Fotografische Umsetzung)
- › Selbstbewertung der Arbeit *
- › Otional: Smartphone oder Tablet für Umsetzung als Handy-Clip

* Als Download auf der Website www.ist-rasen-maennlich.ch, Rubrik Wettbewerbe



Anmerkungen

Der Wettbewerb soll Jugendliche anregen, über ihr eigenes Risikoverhalten nachzudenken. Dabei soll ein Bezug zum Strassenverkehr (Rasen) hergestellt werden können sowie die Auseinandersetzung mit der Geschlechterrolle nachvollziehbar sein. Was betrifft Frauen, was Männer speziell? Welche Geschlechterbilder werden in der Werbung sowie in der PC-Game-, Musik- und Filmbranche vermittelt?

Den besten Arbeiten winken attraktive Preise sowie die Realisierung ihres Storyboards als Traffic-Clip. Diese sollen im Herbst 2018 auf den TV-Screens der öffentlichen Verkehrsmittel ausgestrahlt werden.

Ideen gesucht

Es werden primär Ideen von guten Text- und Bildkombinationen gesucht. Die Entwürfe können zeichnerisch oder fotografisch umgesetzt werden.

Umsetzung in Schulklassen mit dem Arbeitsdossier

Die Storyboards werden von kleinen Teams à zwei bis max. 5 Schülerinnen und Schüler erarbeitet. Erfahrungsgemäss arbeiten kleine Teams effizienter. So sind alle Teammitglieder aufgefordert, sich aktiv an der Entwicklung zu beteiligen. Das Arbeitsdossier hilft ihnen, selbstständig die Ideen inhaltlich und formal aufzubereiten, so dass sie gezielt und effizient vorgehen können. Dieses Dossier besteht als separates PDF-Download auf www.ist-rasen-maennlich.ch, Rubrik «Wettbewerbe».

Im Arbeitsdossier ist das Vorgehen für die Erarbeitung der Storyboards genau beschrieben. Es entspricht in seinen Arbeitsschritten dem Vorgehen einer professionellen Kommunikationsgestaltung. Mit dieser Arbeitsweise werden die Teams befähigt, ihre Ideen zu kanalisieren, sie in eine wirkungsvolle Form zu bringen und sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Alleine die Einhaltung dieser Vorgehensweise ist fast schon Garantie für gute Storyboards. Es braucht allerdings etwas Durchhaltewillen und unterstützende Motivation der Lehrperson: Es ist ein rechtes Stück Arbeit und darf auch als solches wahrgenommen werden. Hinter einer wirkungsvoll aufgearbeiteten und gestalteten Botschaft steckt viel mehr als zunächst angenommen. Diese Erkenntnis gehört zum Lernprozess.

Optional und zusätzlich kann das Team anhand des Storyboard selbst einen Handy-Clip von maximal 60 Sekunden drehen. Das Zusatzblatt «Tipps und Tricks für Handy-Clips» gibt nützlich Hinweise zur Erstellung eines Handy-Clip. Juriert wird allerdings das Storyboard, unabhängig vom Handy-Clip.

**Anmerkungen (Fortsetzung)****Sinn und Nutzen des Wettbewerbs**

Das Erarbeiten von gestalteten Botschaften ist ein Mittel zur Lernzielsicherung sowie zur Förderung der Nachhaltigkeit: Die Jugendlichen beschäftigen sich intensiver mit den gegebenen Themen und entwickeln Botschaften oft für Gleichaltrige. So findet eine aktive Auseinandersetzung dort statt, wo sie ihre Wirkung haben soll. Mehr als dass sich Jugendliche etwas sagen lassen wollen, möchten sie sich selbst ausdrücken und ihre Meinung kundtun. Die Meinung eines Gleichaltrigen findet in diesem Alter mehr Beachtung als wohlwollende Tipps von Erwachsenen. Bei diesem «Traffic-Clip-Contest» werden Jugendliche selbst zu Botschafterinnen und Botschafter.

Mit der Erfahrung wie Kommunikation gestaltet bzw. wie Werbung gemacht wird, lernen die Schülerinnen und Schüler ihren Blick zu schärfen, um Werbung besser zu dechiffrieren. Dies ist ein Zusatznutzen des «Traffic-Clip-Contests» und ein wesentlicher Präventionsfaktor, da die kommerziell ausgerichtete Werbewirtschaft als Bedürfnismanipulatorin, Kulturvermittlerin und Geschmackserzieherin in der kulturellen Bildung von Jugendlichen einen grossen Platz einnimmt und mit ihren Konsumaufforderungen durchaus den Boden für Risikoverhalten vorbereitet. Vor allem in der Werbung für statussteigernde Produkte wie z.B. Autos werden besonders bei männlichen Jugendlichen Bedürfnisdefizite vor Augen geführt die, gepaart mit Identifikationsanreizen, vermitteln, dass durch den Besitz bestimmter Produkte Anerkennung gewonnen werden kann, Bedürfnis gestillt oder ein bestimmtes Image und die Zugehörigkeit zu einer auserwählten Gruppe erreicht werden kann. Diese Aspekte werden oft im Zusammenhang mit dem Thema «Risikobereitschaft gleich Männlichkeit» vermittelt.

«Thematischer Boden»

Die Erarbeitung sowie die gestalterische Umsetzung einer präventiven Botschaft stellen thematisch einige Anforderungen an die Schülerinnen und Schüler. Deshalb ist es empfehlenswert, die eine oder andere Unterrichtseinheit aus dem SPEED-Lehrmittel (siehe www.speed-lehrmittel.ch) zu behandeln. Diese schaffen das nötige Verständnis für verschiedene Zusammenhänge zum Thema Risikobereitschaft und Rasen. Je mehr Ihre Schülerinnen und Schüler zum Thema in Erfahrung bringen konnten, desto fundierter und differenzierter wird ihre Kommunikationsidee bzw. ihre Botschaft ausfallen.



Anmerkungen (Fortsetzung)

Herausforderung

Jugendliche neigen in der Entwicklung von Ideen oft zum Dramatisieren in dem die Problematik auf möglichst emotionalisierende Art und Weise dargestellt wird: Grab- und Sargszene, trauernde Angehörige von Unfallopfern, Halbtote auf der Strasse liegend oder blutverschmiert mit dem Kopf an der Frontscheibe klebend. Selbst von den meisten Raserpräventionskampagnen war man bis anhin gewohnt, dass die Problematik bzw. die Auswirkungen von Risikoverhalten im Vordergrund standen und durch schon oft gesehene, schockierende Bilder dargestellt wurden.

Lösungs- und nutzenorientierte Botschaften wirken nachhaltiger als problembe-tonte Darstellungen. Ein Problem ist relativ schnell erkannt – und jetzt? Diese Frage gilt es zu beantworten. So können beispielsweise Aspekte wie Risikoerlebnisse ohne Selbst- und Fremdgefährdung oder Vorteile des raserfreien und risikoarmen Verhaltens bei der Entwicklung von Plakatideen thematisiert werden.

Dies bedeutet jedoch eine wesentlich grössere Herausforderung als das Aufzeigen von Problemsituationen. Motivieren Sie Ihre Schülerinnen und Schüler auch zu versuchen, lösungs- und nutzenorientierte Ideen zu entwickeln.

Herzlichen Dank für Ihre wertvolle Arbeit und für Ihre Unterstützung unserer Präventionsaktivitäten!



JUNGEN- UND MÄDCHENPÄDAGOGIK PROJEKTE FÜR SCHULEN

ehemals Netzwerk Schulische Bubenarbeit NWSB

Zentralstrasse 156 | 8003 Zürich | T 044 825 62 92
fachstelle@jumpps.ch | www.jumpps.ch

Projektleiter SPEED und
Mitglied der Geschäftsleitung JUMPPS:
Urs Urech
u.urech@jumpps.ch

Entwicklung der Unterlagen
und methodisches Konzept:
Fausto Tisato
www.tisato-sulzer.com