



OTTO VON GUERICKE  
UNIVERSITÄT  
MAGDEBURG

HW

FAKULTÄT FÜR  
HUMANWISSENSCHAFTEN

## Projektsteckbrief

# „Wissen in Szene setzen – Erklärvideos selbst gemacht!“

Leistung im Rahmen des Seminars  
Medienpädagogisches Projektmanagement

Semester: WS 2024/25

Dozentin: Anna-Lena Brown (M.A.)

Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg

Fakultät für Humanwissenschaften

Eingereicht von:

<b>Vorname Name</b>	XXXXXXXXXX
<b>Studiengang</b>	Medienbildung AVKK (M.A.)

Datum: 13.1.2025

## **Projekt-Steckbrief**

**Titel des Projektes:** „Wissen in Szene setzen – Erklärvideos selbst gemacht!“

### **Idee:**

- Workshop zum Thema Erklärvideos
- Themen:
  - Informationen rund um das Thema Erklärvideos: Was macht ein Erklärvideo aus?, Welche Arten von Erklärvideos gibt es?, etc.
  - Informationen dazu, wie man im Netz gefundene Informationen verifizieren kann
  - Einführung in die Produktion eines eigenen, kurzen Erklärvideos (2-3 Minuten): Themenfindung, Recherche, Erstellung eines Skripts, technische Einführung, Dreh und Postproduktion

### **Bedarf:**

- „angebotsorientierte Angebotsentwicklung“ (vgl. Jäger 2017, S. 13) – d.h., das entwickelte Thema ist die Ausgangslage, und sucht sich nun die passende Zielgruppe
- *Weiterbildungsbedarf* (vgl. Jäger 2017, S. 11): Jugendliche über Erklärvideos informieren, Einblick in die Produktion von Videos geben, Medienkompetenz und Partizipation fördern
- *Weiterbildungsbedürfnis* (vgl. Jäger 2017, S. 11) schwieriger zu erfassen – als Methode vor allem die Persona-Methode sowie Internet- und Literaturrecherche (vgl. Jäger 2017, S. 16f)
- Bosch-Stiftung (2019) in Bezug auf Studie „Jugend/YouTube/Kulturelle Bildung. Horizont 2019“:
  - ca. Hälfte der Personen, die YouTube nutzen, schauen dort auch Erklärvideos -> würden dadurch motiviert, die Erstellung selbst zu versuchen
  - ca. 60% wünschen sich eine „kritische Auseinandersetzung mit YouTube-Videos und der Plattform“ im Schulkontext
  - ca. 52% wünschen sich mehr Unterstützung zur Erstellung der Videos
  - ca. 56% glauben, dass die Bedeutung von YouTube im Schulkontext zunehmen wird

=> Thema Erklärvideos schließt sich sehr gut an die lebensweltliche Realität der Jugendlichen an

=> Bedürfnis der Jugendlichen, sich intensiver mit der Erstellung von Videos sowie dem kritischen Hinterfragen / Auseinandersetzen zu befassen - ersteres ist eine immer häufiger benötigte Fähigkeit, auch auf dem Arbeitsmarkt, und bietet darüber hinaus eine Partizipationsmöglichkeit – letzteres ist ein gerade sowieso gesellschaftliches und auch politisch sehr aktuelles Thema, und eine Kompetenz die heute vermutlich stärker als je zuvor benötigt wird

### **Zielgruppe:**

- Schüler:innen des Gymnasiums der siebten und achten Klassen (Alter zwischen 12-15 Jahren, Gruppengröße ca. 20-30 Personen)
- Kennen sich und haben evtl. Vorgeschichten / Konflikte, bringen aber auch vertraute Lehrkräfte mit
- Unterschiedliche soziale und ethnische Hintergründe
- Soziales Umfeld / Freunde sind den Teilnehmenden vermutlich sehr wichtig (vgl. Nohl 2019, S. 36)
- Vermutung: alle haben gewisses Interesse an digitalen Medien sowie grundlegende Kenntnisse in ihrer Bedienung (Erwartung von eher positiven Reaktionen auf den Workshop)

### **Ziele:**

- Treber (2012): Ziel von medienpädagogischen Praxisprojekten meist die Erstellung eines Produktes, meist in einer zusammenhängenden Arbeitseinheit (vgl. Treber 2012, S. 39) -> auch in diesem Projekt der Fall
- Treber (2012), S. 40f: Ziele von medienpädagogischen Praxisprojekten:
  - Menschen & Medien: Förderung der Partizipation der Teilnehmenden, Kritikfähigkeit
  - Mensch & Mensch: Arbeit in Gruppen
  - Menschen & Themen: kritische Auseinandersetzung mit dem Thema Erklärvideos und ihren Inhalten
  - Technik & Ästhetik: notwendigerweise gelernt, um Ziel der Produktion eines Videos erfüllen zu können

## **Lernziele:**

- Website der GMK nennt für einen vergleichbaren Workshop folgende Ziele:
  - Sprachförderung: Förderung des sprachlichen Ausdrucks
  - Förderung der Medienkritikfähigkeit
  - Sensibilisierung für Werbung und Konsum
  - Kennenlernen von Aspekten der Film- und Videoarbeit
  - Schulung des visuellen und kreativen Selbstaudrucks
  - Stärkung der Teamfähigkeit
  - Steigerung des Selbstwertgefühls durch erfolgreiche Projektpräsentationen
  - Auseinandersetzung mit Urheberrechten und dem Recht am eigenen Bild

([https://medien-und-vielfalt.gmk-net.de/methoden/werbeclip\\_drehen/](https://medien-und-vielfalt.gmk-net.de/methoden/werbeclip_drehen/), am 17.11.2024)

- Diese Punkte können mit kleinen inhaltlichen Änderungen (Sensibilisierung für Fake News und dem Prüfen der Korrektheit von Informationen im Internet, statt für Werbung und Konsum) auf mein Projekt übertragen werden – Ergänzung um folgende Punkte:
  - kreativer, aber strukturierter Aufbau eines medialen Produkts
  - Förderung einer produktiven Feedbackkultur und Selbstreflexivität
  - (Selbstständige) Problemlösung
  - Selbstorganisation, Verantwortung und Aufgabenverteilung
- *Medienkompetenz nach Baacke (1996):* „Medienkompetenz‘ meint also grundlegend nichts anderes als die Fähigkeit, in die Welt aktiv aneignender Weise auch alle Arten von Medien für das Kommunikations- und Handlungsrepertoire von Menschen einzusetzen“ (Baacke 1996, S. 119 [Hervorhebungen im Original])
- *Modell von Medienkompetenz nach Baacke:* Gliederung in die Bereiche Vermittlung und Zielorientierung, diese wiederum in die Kategorien:
  - Medienkritik: kritische Auseinandersetzung mit dem Thema
  - Medienkunde: intensive Befassung mit dem medialen Phänomen von Erklärvideos
  - Mediennutzung: kreative Anwendung des Wissens in eigener Erstellung eines Erklärvideos
  - Mediengestaltung: s. Mediennutzung

- Schorb (2021), S. 10f: „Zielsetzungen einer reflexiv-praktischen Medienaneignung“
  - „Erweiterung der Handlungsfähigkeit“: die Jugendlichen beschäftigen sich aktiv mit dem Thema Videoproduktion und treten selbst in Aktion
  - „Bewusste Kommunikation zu erfahren und zu erlernen“: produktive Gruppendiskussion, -besprechung und -planung für Erfolg vonnöten
  - „Eigenen Interessen selbstkritisch zu erkennen [...] und umzusetzen“: gemeinsames, reflexives Finden eines Themas, welches sie interessiert, sowie Bearbeitung dieses in einem Erklärvideo
  - „Erwerb von Verhaltenssicherheit in unterschiedlichen sozialen Situationen“: Bereitschaft zur Arbeit in Gruppen (produktives Koordinieren mit Rücksicht auf andere Teilnehmende, aber auch in Vertretung des eigenen Interesses), Vortragen der Ergebnisse vor der Kamera sowie vor der gesammelten Gruppe als besondere soziale Situation, dessen Umgang hier geübt werden kann
  - „Eigenes Erleben und eigene Problemsichten [...] umzusetzen und zu distribuieren“: Erstellung eines Videos zu einem Thema aus dem eigenen Interessengebiet
  
- *Richt-, Grob-, Feinziele:*
  - Richtziel: Erwerb von Kompetenzen aus dem Bereich der Erklärvideoerstellung und Faktenchecks
  - Grobziele: Teilnehmende sollen mit der Technik soweit umgehen können, dass sie damit ein Video erstellen können, sowie Kenntnisse über Erklärvideos gesammelt haben und Kompetenzen im Bereich der Informationsbeschaffung und -organisation gesammelt haben
  - Feinziele:
    - Teilnehmende sollen in der Lage sein, Informationen zu recherchieren und kontrollieren, ihre Wichtigkeit festzustellen, sie in logische Reihenfolge zu bringen und sie sicher vorzustellen
    - mit der verfügbaren Technik ein kurzes Video planen, drehen und schneiden zu können und ihre Ergebnisse zu präsentieren und sich selbst und ihre Arbeit zu reflektieren
    - mit erhaltenem Feedback produktiv umgehen und selbst in der Lage sein, konstruktive Rückmeldungen zu geben

- **WAS/WOMIT/WOZU:**

- **WAS:** die Teilnehmenden sollen in der Lage sein, Informationen zu recherchieren und zu prüfen, sie in eine sinnvolle Struktur für ein Erklärvideo bringen können, welches sie selbstständig konzipieren und mit denen ihnen zur Verfügung stehenden technischen Mitteln produzieren
- **WOMIT:** durch Teamfähigkeit und gemeinsame, organisierte, produktive Arbeit sowie dem Input an Informationen zu Erklärvideos und dem Finden und Prüfen von Informationen, Übung des Umgangs mit den technischen Mitteln und Erfahren des Ablaufs des Prozesses
- **WOZU:** Kompetenzen sollen erworben werden, um die Teilnehmenden zur Partizipation in diesem Themengebiet zu befähigen, ebenso wie anderen Bereichen, die ihnen durch den Erwerb der Medienkompetenzen eröffnet werden

**Rahmenbedingungen:**

- **Team:** 2-3 Personen, je nach der Anzahl der Gruppen eventuell mehr
- **Räumlichkeiten:** im jeweiligen Schulgebäude – Projektraum sollte die benötigten technischen Gegebenheiten vorweisen, ruhig sein, Möglichkeit von Gruppenbildung an Tischen, Möglichkeit von Austausch der Klasse im Sitzkreis o.ä. (für den Dreh der Videos sollten weitere Räume zur Verfügung stehen, damit die Teams ungestört arbeiten können)
- **Technik:** Smartboard / Beamer & Laptop, Präsentation mit wichtigen Inhalten, Material als Hilfestellung zur Erstellung eines Videos, ein mobiles Endgerät pro Gruppe (Alternativen für den Notfall bereithalten), leitungstechnisch ausreichende Endgeräte für die Postproduktion mit Schnittsoftware (kostenfrei und beginnerfreundlich), Stative mit Handyhalterung, eventuell Mikrofone und Lichter
- **Gruppengröße:** Gruppen mit je ca. 3 Personen
- **Kostenkalkulation:** wenige Kosten – eventuell Verpflegung, kleine technische Ersatzteile (wie z.B. USB-Sticks, Kabel u.ä.), Material (max. 30 gedruckte Seiten) – je nach technischer Ausstattung der Schulen muss eventuell mit Geräten nachgeholfen werden, diese sollten jedoch in der Regel durch die Uni oder andere häufige Ansprechpartner wie Medientreff zone oder Offener Kanal verfügbar sein

### **Zeitlicher Ablauf:**

- zwei bis drei Tage
- möglicher Zeitplan (orientiert an den Stunden des Ökumenischen Domgymnasiums Magdeburg):
  - *Tag 1:*
    - 8 Uhr: Begrüßung, Einführung
    - 8:15 Uhr - 9:30 Uhr: Beschäftigung mit dem Thema Erklärvideos
    - Pause
    - 9:50 Uhr - 10:35 Uhr: Beschäftigung mit der Prüfung von Informationen
    - 10:35 Uhr -12:15 Uhr: Teams bilden, Thema finden, Recherche und Skript des Videos
    - Mittagspause bis 13:15 Uhr
    - 13:15 Uhr - 14:45 Uhr: Skripte fertigstellen
  - *Tag 2:*
    - 8 Uhr: Begrüßung, Klärung von offenen Fragen etc.
    - 8:15 Uhr - 9:30 Uhr: Beschäftigung mit der technischen Erstellung des Videos und Verteilung auf die Räume
    - Pause
    - 9:30 Uhr - 10:35 Uhr: Beginn der Drehs
    - 10:35 Uhr - 12:15 Uhr: Fertigstellung der Drehs
    - Mittagspause bis 13:15 Uhr
    - 13:15 Uhr - 14:45 Uhr: Beginn der Postproduktion
  - *Tag 3:*
    - 8 Uhr: Begrüßung, Klärung von offenen Fragen etc.
    - 8:15 Uhr - 9:30 Uhr: Postproduktion
    - Pause
    - 9:30 Uhr - 10:35 Uhr: Beenden der Postproduktion und Rendern
    - 10:35 Uhr - 12:15 Uhr: gemeinsames Schauen der Videos und Auswerten des Prozesses, Auswertung des Workshops und Feedback
    - Mittagspause bis 13:15 Uhr
    - 13:15 Uhr - 14:45 Uhr: (Pufferzeit, falls eine Phase länger dauert als erwartet)

### **Zusätzliche Erläuterungen/Hinweise/Reflexionen:**

- Teilnehmende, die nicht vor der Kamera zu sehen sein möchten, können die Arbeit hinter der Kamera übernehmen
- Ideen für sehr schnelle Teams: Konzipierung eines passenden YouTube-Kanals zu ihrem Video, Erstellung eines Plakates mit Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse und Erfahrungen, oder Einladungskarten für das gemeinsame Schauen der Videos basteln

- Wichtigste Erkenntnisse aus der Prototyperstellung:
  - Umgang mit KI-Inhalten im Workshop thematisieren, Strategie zum Umgang mit diesen überlegen (z.B. in Form von Gedankenanstößen oder kreativen Ideen, nicht jedoch in Form der Erstellung des gesamten Skriptes durch ChatGPT (Hinweis zur Prüfung der Informationen durch die Teilnehmenden)
  - Auswählen der besten Takes auch am Handy gut möglich – Schnitt sollte als Anknüpfung an die Lebenswelt der Zielgruppe und aus Ressourcengründen am Handy oder Tablet erfolgen
  - Pixabay als Bildquelle gut geeignet
  - Movie Maker für Windows nicht geeignet – Wahl sollte auf ein anderes Programm fallen, wie CapCut

### **Quellen:**

Baacke, Dieter (1996). Medienkompetenz – Begrifflichkeit und sozialer Wandel. In: Antje von Rein (Hrsg.), Medienkompetenz als Schlüsselbegriff. Verlag DIE, S. 112-124.

Jäger, Claudia (2017): Bildungsbedarfsanalyse. Methoden zur Ermittlung von Bildungsbedarfen.

Nohl (2019): AdressatInnen und Handlungsfelder der Pädagogik – Jugend.

Schorb, Bernd (2021). Handlungsorientierte Medienpädagogik. In: Uwe Sander et al. (Hrsg.), Handbuch Medienpädagogik. Wiesbaden: Springer, S. 1-15.

Treber, Albert (2012): Vordenken und Nachdenken. Über die Inszenierung medienpädagogischer Praxisprojekte. In: Rösch, E., Demmler, K., Jäcklein-Kreis, E., & Albers-Heinemann, T. (Hrsg.) (2012): Medienpädagogik Praxis: Handbuch: Grundlagen, Anregungen und Konzepte für aktive Medienarbeit. kopaed-Verl., S.38-43.

### *Online-Quellen:*

<https://www.bosch-stiftung.de/de/presse/2019/06/jugendliche-nutzen-youtube-alsbildungs-und-kulturort>, am 4.11.2024

[https://medien-und-vielfalt.gmk-net.de/methoden/werbeclip\\_drehen/](https://medien-und-vielfalt.gmk-net.de/methoden/werbeclip_drehen/), am 17.11.2024