CUT MIX

Wie kann das Medium Video im Unterricht künstlerisch zum Einsatz kommen? Welche technischen und kreativen Möglichkeiten bietet die Filmkunst - als Ausdrucksmittel, zur Dokumentation oder Wissensvermittlung? Wie kann Film an Schüler*innen vermittelt und praktisch im Unterricht eingesetzt werden?

Der in Zusammenarbeit mit den Kulturklassen des Robert Blum Gymnasiums entwickelte FILM_BAUKASTEN bietet ein Film-Tutorial in fünf Bausteinen: Storytelling, Darstellung, Kamera & Ton, Schnitt und Veröffentlichung. Jeder Baustein umfasst künstlerisches Hintergrundwissen, praktische Übungen und technische Tipps. Lehrer*innen und Schüler*innen sind eingeladen, mit den Bausteinen zu experimentieren und für eigene filmische Projekte - ob Doku oder Fiktion, für Social Media oder die große Leinwand - zu adaptieren.

FILM VERMITTELN - EIN METHODENBAUKASTEN

CUT & MIX – FILM VERMITTELN
EIN METHODENBAUKASTEN

1. STORY-TELLING

Jeder Film hat eine, ob gewollt oder nicht. Im besten Fall bleibt sie unsichtbar und erscheint wie ein großer, zusammenhängender Zufall. Dabei könnt ihr die Uhr danach stellen, was wann passiert: Die Dramaturgie. Die Grundlage jeder Geschichte. Die Struktur aller Erzählungen. Kein Drehbuch, kein Film!

Das stimmt natürlich nicht ganz. Einfach drauf los zu drehen und zu schauen, was sich ergibt, ist ein tolles Mittel, um sich auszuprobieren. Wenn ihr aber etwas ganz Bestimmtes erreichen wollt, dann bringt eure Gedanken auf Papier und ordnet sie dort. Im Skript oder Drehbuch könnt ihr einen Film bis in seine kleinsten Bausteine planen.

DRAMATURGIE

Drama ist ein Wort aus dem Griechischen und bedeutet Handlung. Dramaturgie ist die Lehre von der äußeren Form der inneren Struktur einer Geschichte. Sie ist das Baugerüst, welches einem Film, einem Theaterstück oder einem Buch zugrunde liegt. In den meisten Fällen haben dramatische Geschichten eine sogenannte **3-Akt-Struktur**:

1. In der **Exposition** (= Einführung) wird beschrieben, wer die*der Held*in ist, wo sie*er lebt und was ihr*sein Auftrag ist.

2. Im **Hauptteil** stellt sich die Figur ihrer größten Herausforderung und überwindet diese (oder auch nicht = Fail).

3. In der **Katastrophe** kehrt die*der Held*in von ihrer*seiner Mission zurück, aber die Figur hat etwas erfahren, was sie verändert hat. Das Leben hat sich verändert. (Katastrophe heißt nicht, dass hier alles katastrophal verläuft. Katastrophe kommt aus dem Griechischen und heißt einfach „letzte Strophe").

Innerhalb dieser 3-Akt-Struktur gibt es bestimmte Schlüsselmomente und -Figuren. Die **Hauptfigur** wird Protagonist*in oder auch Held*in genannt. Oft wird Dramaturgie als Reise beschrieben, weil es in allen Geschichten um Aufbruch geht, heraus aus dem Gewohnten, hinein in ein Abenteuer und nach dessen Bewältigung die Heimkehr. In fast allen Filmen gibt es auch eine*n Gegenspieler*in (Antagonist*in), der*die versucht, den*die Held*in zu Fall zu bringen.

GENRE

Ein Genre ist die Art Film, die ihr machen wollt. Jedes Genre folgt eigenen Regeln. Die wichtigsten Genres sind: Klassisches Drama, Liebesfilm, Action, Thriller, Krimi, Horrorfilm, Science Fiction, Western, Abenteuer, Fantasy, Historienfilm, Biopic, Coming of Age, Episodenfilm, Dokumentarfilm, Reportage, Musikvideo und Komödie.

Es ist wichtig, sich zu entscheiden und konsequent nach den Regeln des Genres zu erzählen. Ein Krimi verlangt etwa ein Verbrechen und Komissar*innen, die es auflösen. Ohne Leiche kein Mord.

Parallel mit der rasanten Entwicklung des **Internets** und der sozialen Medien sind neue **Filmformate** entstanden. Z.B.: Vlog, Gaming, Influencing, Follow Me Around, Unboxing, Tutorial, Haul und Comedy. Auch sie haben eigene Vorgaben an Länge, Erzählform und Spannungsbogen. Und auch sie folgen dem uralten Prinzip des Spannungsaufbaus und der Lösung (Ausnahmen gibt es immer). Auch im Tutorial wird erst klargemacht, um was es geht. Auch im Gaming gibt es eine*n Protagonist*in, der*die ihre ganz eigene Art mitbringt, eine Aufgabe zu lösen. Die „Challenge" wird gelöst oder ‚gefailt'. Am Ende sehen wir das Produkt der Anstrengungen.

SZENE

Alle Filme sind unterteilt in Einheiten. Die wichtigste Einheit ist die **Szene**, also die Einheit von Raum und Zeit. Wechselt von einer Einstellung auf die andere die Tageszeit oder der Raum durch einen Schnitt, entsteht eine neue Szene. Eine Szene ist immer an der Gesamtgeschichte orientiert und **bringt die Geschichte voran**.

FIGUR

Ein guter Film besteht aus glaubwürdigen Figuren, aus Dialogen, die wir den Schauspieler*innen „abnehmen" und einer Handlung, die für uns unerwartete, aber glaubwürdige Wendungen enthält und die Figuren in interessante Prüfungen schickt.

Figuren bestehen aus Attributen. Attribute sind Zuschreibungen, die wir ihnen geben, wie zum Beispiel: *Paul ist ein 14-jähriger Junge aus der 8. Klasse einer Gemeinschaftsschule und kommt fast jeden Tag zu spät. Er kann sich schlecht konzentrieren und hängt seinen Gedanken nach. Auf seine Mitschüler*innen wirkt er abweisend. Er hat immer einen Kapuzenpulli an, in dem er sich versteckt. Er hasst Sport und Mathe, aber er liebt Kunst. Im Zeichnen kann er sich ausdrücken.*

So könnte der Beginn einer Figurenentwicklung aussehen. Dazu können wir einen ganzen Lebenslauf schreiben und herausfinden, warum es Paul so geht. Wir überlegen uns, wer seine Eltern sind, wer seine Freund*innen, was er gerne zum Frühstück isst, welche Kleidung er trägt und welche Hobbys er hat. All das beeinflusst die Figur in ihren Handlungen.

Auch in Social Media Clips gibt es Figuren. Sie wirken oft so, als wären sie die Darsteller*innen selbst und sind häufig nicht weit entfernt von der Persönlichkeit der Sprecher:innen. Dennoch dürfen wir Privatperson und Figur nicht verwechseln! Jede*r, die*der vor die Kamera tritt, wird automatisch zu einer Figur. Dafür können wir ein Bewusstsein entwickeln und uns vorher überlegen, wer wir sein wollen.

GUT ZU WISSEN

SKRIPT

Um die Geschichte festzuhalten, könnt ihr verschiedene Formen nutzen. Die einfachste ist, euch für jede Szene eine Überschrift zu notieren. Zum Beispiel:

- *Paula liegt im Bett und starrt an die Decke. Aus dem Off ruft ihre Mutter sie zum Frühstück. Paula bleibt liegen.*
- *Paula sitzt im Unterricht. Anstatt der Lehrerin zuzuhören, hört sie heimlich Musik über ihre kleinen Kopfhörer.*

Diesen Überschriften könnt ihr auch Zeichnungen zuordnen, damit ihr schon klar macht, wie ihr euch die Kameraeinstellung vorstellt. Dazu reicht es, Strichfiguren zu zeichnen.

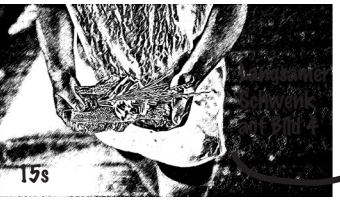
Für Fortgeschrittene gibt es auch die Möglichkeit, ein richtiges Drehbuch zu schreiben. Das besteht aus einem Fließtext, Dialogüberschriften, evtl. Regieanweisungen und Dialogtext. Ein Beispiel:

Szene 1 Straße **Außen/Tag**
Paula geht die Straße entlang. Ihr Blick ist nach unten gerichtet, ihre Kapuze verdeckt ihr Gesicht.

PAULA (zu sich)
Ich werde mich nicht mehr unterkriegen lassen

Fabian redet über die Erinnerung an einen Freund, Ton: langsames Fade in Wasserplätschern

Halbnahe Karla. Erinnert sich Wasserplätschern zarte Musik setzt ein



Nahe Blumen auf Holz
Musik läuft weiter
Offstimme Fabian spricht über Freundschaft

Karla ist Konzentriert auf die Blumen
Windrauschen setzt ein.

Im Hintergrund kommen immer weitere Menschen ins Bild. Prozession
Offstimme Fabian endet

Stillstand. Alle schauen auf das Wasser. Musik stoppt. Wasserplätschern und Windrauschen im Vordergrund

Nahe Hand,

Stille. Offstimme setzt ein. Karla spricht darüber Abschnied zu nehmen
Musik setzt ein. Blende zu schwarz

STORYTELLING-TIPPS FÜR SOCIAL MEDIA VIDEOS

1 Bevor ihr beginnt, überlegt euch:

- Wer ist eure **Zielgruppe**, wer soll den Film sehen und verstehen? (Alter, Gender, Plattformen, bestimmte soziale Gruppenzugehörigkeiten, usw.)
- Legt ein **Kommunikationsziel** fest: „Der Film hat funktioniert, wenn…"

2 Zur Dramaturgie eurer Videos allgemein:

- Das **Intro** bei Social Media- oder YouTube-Clips ist sehr wichtig! Die ersten 7 Sekunden müssen „knallen".
- Setzt also gleich zu Beginn einen starken Moment: den sogenannten "**Thumbstopper**", also einen „Daumenstopper", der verhindert, dass die Zuschauer*innen weiter wischen.
- Varianten können sein: emotional, lustig, gute Aktion, u.v.m. – also ein Gefühl bei den Zuschauer*innen zu erzeugen, das sie kennen oder das sie berührt.
- Baut „**Cliffhanger**" ein (auch gleich zu Beginn und dann in regelmäßigen Abständen), damit die Zuschauer*innen möglichst lange dranbleiben, weil sie die Auflösung sehen wollen. Cliffhanger sind spannungsgeladene Bilder, die in späteren Folgen oder später im Clip aufgelöst werden.

3 Wenn du schon ein paar Clips gemacht hast:

- Schaut euch Profile von Personen an, die eure Inhalte kommentieren oder teilen – vielleicht gibt es euch neue Erkenntnisse, was bei euren Follower*innen gut ankommt.
- Ihr könnt überlegen, eure Community über kommende Themen mitbestimmen zu lassen (z.B. über Umfragen auf Instagram).

PROBIERT ES AUS

THEMA FINDEN

Zunächst braucht ihr ein Thema. Nehmt ein Blatt Papier und schreibt ohne viel nachzudenken 3 Minuten lang alle Worte auf, die euch durch den Kopf gehen. Dann macht eine Auswahl der interessantesten 5 Begriffe. Steht da zum Beispiel: Fußball, Schminken, Tanzen, Natur und Sonne, könnt ihr entweder versuchen, aus all den Begriffen zusammen eine Geschichte zu entwerfen, oder ihr sucht nochmal einen der Begriffe aus, der euch am wichtigsten erscheint.

STILLE SCHREIBPOST

In der Gruppe: Schreibt den ersten Satz einer Geschichte und gebt ihn an eure*n Nachbar*in weiter. Diese*r schreibt die Geschichte weiter, dann klappt er*sie euren Satz nach hinten weg. Dann schreibt die nächste Person wiederum einen Satz, bis alle durch sind und ihr die Geschichte entfaltet und euch vorlest.

FIGUREN BESCHREIBEN

Schreibt 15 Minuten über eine Figur aus eurem Umfeld und beschreibt sie dabei so genau wie möglich (Kleidung, Freund*innen, Eltern, Angewohnheiten, Lieblingsessen), bis ein ganzer Steckbrief entsteht.

FIGUREN-INTERVIEW

Wählt eine Figur und stellt euch als dieser Charakter der Gruppe für ein Interview zur Verfügung. Die Fragen müssen schnell kommen, damit die Figur nicht anfängt über richtig oder falsch nachzudenken. Denn das gibt es hier nicht.

SZENENENTWICKLUNG

Bildet eine 4er-Gruppe und stellt euch jeweils als Figur in der Runde vor. Entwickelt aus diesen Figuren eine gemeinsame Geschichte aus drei Szenen: Anfang, Mitte, Ende. Erzählt diese drei Szenen aus der Sicht eurer Figuren.

TUTORIAL

Sucht euch ein Thema, das mit euch zu tun hat. Notiert auf Karteikarten die folgenden Begriffe: 3 × Sprecher*in, 2 × Musik, 3 × Handlung, 1 × Cliffhanger, 1 × Intro, 1 × Special. Auf drei andere Karten: Spielen, Schreiben, Drehen. Mischt die Karten und legt sie auf den Tisch. Jede*r zieht zwei Karten und beginnt augenblicklich und ohne nachzudenken, das zu tun, was auf den Karten steht. Also: Sprecher*in + Drehen: Nimm dein Smartphone, richte es auf dich und beginne wie eine Sprecherin auf Youtube über das Thema zu reden. Oder: Musik + Schreiben: Schreibe auf, welche Musik am besten passt, wo sie eingesetzt wird und ob sie live im Bild oder aus dem OFF kommt. Zeigt einander eure Aufnahmen, Notizen, Zeichnungen etc. und formt daraus einen Ablaufplan für euer Video. Was braucht ihr noch?

STORYBOARD

Nutze die Vorlage „Storyboard“. Jedes Kästchen steht für eine Szene. Skizziere dort den Ablauf und notiere neben jedem Bild, was in der Szene passiert. Wenn ihr die Reihenfolge ändern wollt, nehmt einfach die Schere und schneidet die Szenen aus und klebt sie auf ein anderes Blatt.

PRODUKTION **SEITENVERHÄLTNIS** **DATUM** **SEITE**

Szene Aufnahme

Ton

WERKZEUG-KASTEN

→ **PRAXISTIPPS**
https://www.medienpaedagogik-praxis.de/tag/drehbuch/

→ **DREHBÜCHER ONLINE**
https://issuu.com/deutschefilmakademiee.v./stacks/cbe1a02ec16e4718ba34c86146d92ae7

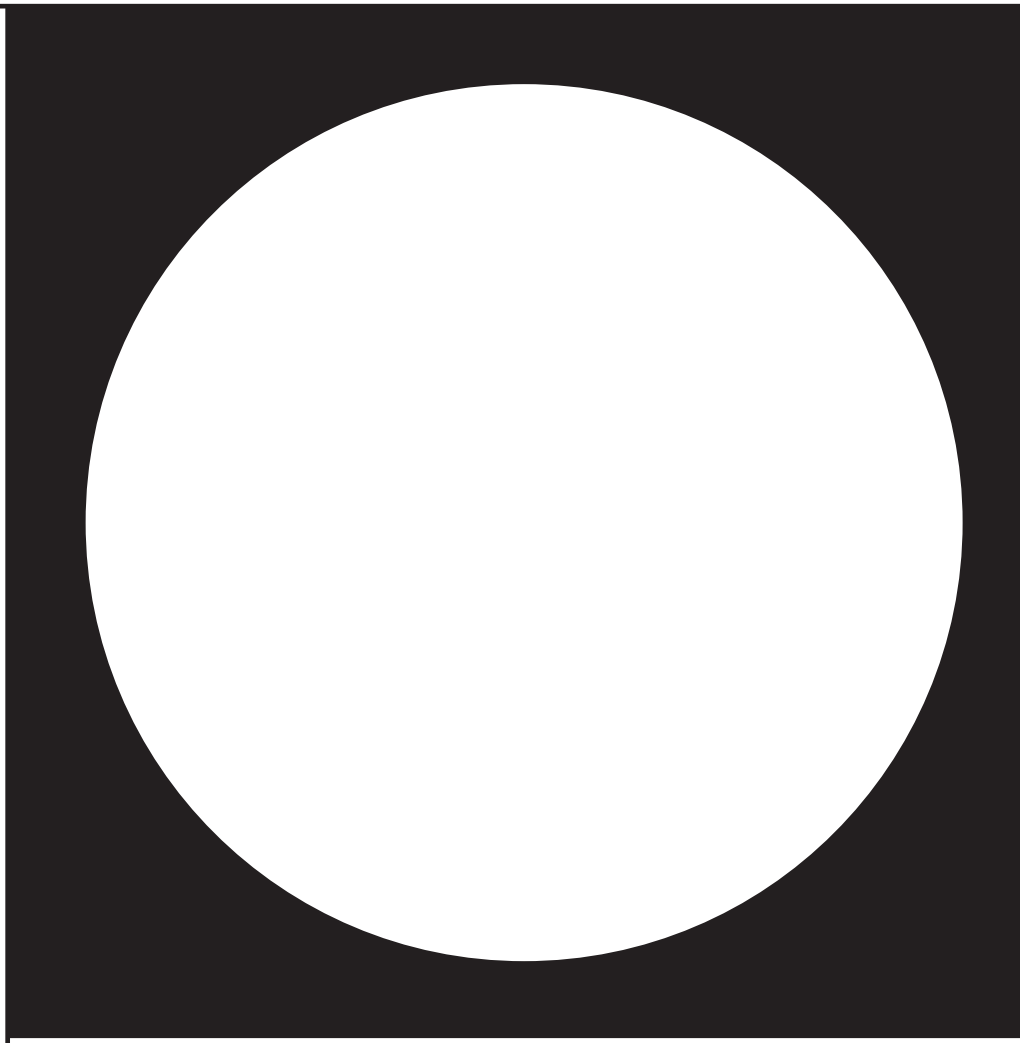
→ **FÜR LEHRER*INNEN**
https://www.theaterwerkstatt-heidelberg.de/wp-content/uploads/2016/09/Kreatives_Schreiben_M_Falkenberg.pdf

STORYTELLING

CUT & MIX — FILM VERMITTELN
EIN METHODENBAUKASTEN

2. ACTING

DARSTELLUNG VOR DER KAMERA
DARSTELLUNG VOR DER KAMERA
DARSTELLUNG VOR DER KAMERA



Darstellung, Auftreten, Schauspiel, Darbietung. Viele Worte für eine Sache: Handeln in ausgedachten Zusammenhängen. Das tut ihr auf der Bühne und viele von euch auch schon vor der Kamera. In TikTok-Clips verwandelt ihr euch in Superstars, dreht Youtube-Clips oder seid selbst begeisterte Follower*innen und Konsument*innen.

ACTING

GUT ZU WISSEN

Im Theater kann ein*e Schauspieler*in jede Rolle einnehmen. Er*Sie kann ein Baum sein, ein Tier, ein*e Greis*in, ein Kind. Es wird von dem*der Zuschauer*in akzeptiert, weil der Bühnenraum ein abstrakter Raum ist. Das ist im Film schwieriger und wird schnell als Notlösung oder Fehler betrachtet. Im Film ist es einfacher, sich an der Realität zu orientieren. Das heißt: Je weiter ihr euch von eigenen Erfahrungen wegbewegt, desto mehr müsst ihr dafür leisten. Es empfiehlt sich, am Anfang erst mal nicht darzustellen, was ihr nicht kennt und nicht „seid", aber mit aller Phantasie hinein ins Ungewisse und Spielen zu springen. Um bewusst vor eine Kamera zu treten, braucht ihr Mut. Wenn ihr folgende Punkte beachtet, wird es euch ein wenig leichter fallen.

AUTHENTIZITÄT

Authentizität ist ein wichtiges Thema für Social Media Clips. Die Authentizität einer Figur, also die Glaubwürdigkeit in dem, was ein*e Darsteller*in sagt, tut und wo sie sich dabei befindet, ist die Grundvoraussetzung dafür, dass wir als Zuschauer*innen verstehen, um was es geht. Denn was ihr selbst nicht über eure Figur wisst, können wir auch nicht erfahren.

Authentizität oder ‚Realness' ist nicht mit Privatheit zu verwechseln. Immer wenn ihr vor eine Kamera tretet, spielt ihr eine Rolle und nehmt Kontakt mit imaginären Zuschauer*innen auf. Authentizität entsteht, wenn die Figur in ihrer Haltung zum Thema, in ihrer Art zu sprechen oder der Art ihrer Kleidung dem entspricht, was sie sagt und wofür sie steht. Ein*e Influencer*in, der*die bekannt ist für die Vermarktung von Lifestyle- und Luxusprodukten, wird es etwa schwer haben, Einfluss auf Themen wie Nachhaltigkeit und Konsumverzicht zu nehmen.

NAHAUFNAHME

Die Kamera ist beweglich und bringt den*die Zuschauer*in bis auf wenige Zentimeter an eine Figur heran. Wir sehen ihr in die Augen, nehmen jede kleine Regung und somit auch jede minimale Veränderung emotionaler Zustände wahr. Die Kamera ist sehr gut darin, alles festzuhalten, auch wenn wir gerne einiges verstecken möchten. Nehmt das als Vorteil. Niemand verurteilt euch dafür, Zweifel oder Unsicherheit zu zeigen. Im Gegenteil, wenn ihr keine Schwäche und Eigenart habt, werdet ihr vielleicht mit einem Roboter verwechselt. Ehrlichkeit und Offenheit erhöhen die Authentizität des Auftritts. Seid unmittelbar, im Hier und Jetzt.

DIE FIGUR

Bevor ihr vor die Kamera tretet, ist es wichtig, weitere Fragen zu klären. Wer bin ich? Wer will ich sein? Als welche Person trete ich vor die Kamera? Auch wenn die Figur ganz nah an euch dran ist, ist es wichtig, dabei in den „Spiegel" zu schauen und genau festzustellen, welche Eigenschaften ihr habt und welche Eigenschaften das Video braucht. Ist es ein ernstes Thema, solltet ihr z.B. nicht die ganze Zeit Witze machen oder ironisch sein. Wollt ihr euren Zuschauer*innen etwas vermitteln, ist es nicht so gut, euch zu verstecken.

Weitere wichtige Frage sind: An wen möchte ich mich wenden, für wen mache ich diese Aufnahme? Wenn ihr direkt in eine Kamera sprecht, stellt euch vor, die Kamera wäre eine Person. Das hilft dabei, euer Spiel persönlich werden zu lassen. Wichtig ist auch, vor der Aufnahme den Text mit jemandem zu üben und ein Feedback einzuholen: Kommt das Gesagte an? Glaube ich dir deine Haltung? Verstehe ich alle Wörter und Sätze? Was wünsche ich mir von dem*der Spieler*in?

Weitere Fragen, die zu klären sind, bevor die Kamera angeht:

Woher kommt die Figur? Nicht nur gerade eben, sondern auch, aus welchem Elternhaus, welcher sozialen Umgebung kommt sie?

Wie geht es der Figur im Moment? Ist sie froh, gestresst, ruhig, hektisch?

Wohin geht sie? Was ist ihr Plan, ihr Ziel? Fünfzigtausend Klicks oder Aufmerksamkeit für den ökologischen Wandel?

All das verändert das Verhalten und Auftreten.

TIPP: Macht euch Notizen.

BEZIEHUNG

Es ist essenziell für eine*n Schauspieler*in, sich in ihr*sein Gegenüber hineinzuversetzen. Niemand kann sehen, was ein*e andere*r denkt, aber ihr könnt Zeichen lesen. Schauen mich da zwei aufgeschlossene, wissbegierige Augen an, oder steht da jemand vor mir, der/die geknickt ist und sich abwendet? Was macht das mit mir? Macht mich die Offenheit der/des anderen zugänglich oder verlegen, die Verschlossenheit traurig oder wütend? Es ist wichtig, das nicht zu überspielen, sondern darauf zu reagieren. Wenn das Gegenüber „nur" eine Kamera ist, stellt euch den*die Ansprechpartner*in einfach vor.

Um eine Figur glaubhaft und gut zu gestalten, gibt es weitere wichtige Kriterien: Welche Kleidung trägt sie, in welchem Raum befindet sie sich? Wovor hat sie Angst? Worauf freut sie sich? Schauspieler*innen beschäftigen sich oft monatelang mit solchen Fragen, bis sie sich einer Figur aus dem Drehbuch angenähert haben.

SPRECHER*INNENTEXTE

Oft bestehen Social Media-Clips aus gesprochenem, vorgetragenem Text. Hier ist es wichtig, den Text wirklich gut zu kennen. Es ist nicht unbedingt notwendig, ihn Wort für Wort wiederzugeben, sondern es reicht, sich die einzelnen Abschnitte und Sinnzusammenhänge einzuprägen. Nichts ist langweiliger und ermüdender, als jemandem dabei zuzusehen, wie er*sie den Kopf hinter Papier versteckt, um einen Text betonungslos herunterzurattern.

SPRACHDUKTUS

Über die Sprache transportieren wir viele Informationen. Es ist gut, wenn ihr diese auch bewusst einsetzt. Jemand, der nervös ist, verhaspelt sich auch mal. Wenn ihr glücklich seid, hören wir das schon an eurer Art zu sprechen. Wenn ihr etwas lest, tut es langsam und betont und nicht eintönig (außer die Figur ist eintönig).

PROBIERT ES AUS

ERSTE REGEL: ES GIBT KEIN FALSCH UND KEIN RICHTIG. VERSUCHE ES EINFACH!

STATUS

Jede*r erhält verdeckt eine Nummer von 1-10. Nun bewegt euch durch den Raum gemäß eurer Nummer: „1“ Ist ganz klein, traurig, abwesend, „10“ ist triumphierend, überglücklich und megaselbstbewusst. Wie fühlt sich das an?

SELBSTVORSTELLUNG

Nehmt euer Handy und macht eine Aufnahme, in der ihr euch vorstellt. Darin sollte enthalten sein, wer ihr seid, was ihr wichtig findet und was ihr gerne macht. Eine Verbindung zum Thema wäre auch gut. (Wenn das Thema heißt „Was ist Glück?“, dann sagt einen Satz, was das für euch bedeutet.) Schaut euch die Ergebnisse an und sprecht darüber. Habt ihr in die Kamera geschaut oder auf den Boden? Findet ihr euch offen oder verschlossen? Sympathisch oder frech? Wichtig: Nicht bewerten, sondern beschreiben.

SELBSTVORSTELLUNG 2

Wiederholt das Ganze und verändert dabei eure Haltung und euer Outfit. Nehmt die Hinweise aus dem ersten Durchgang und versucht, genau das zu verändern. Versucht Kontakt zu der „imaginären“ Person aufzunehmen, der ihr euch vorstellt. Schaut euch das Ergebnis gemeinsam an und beschreibt.

COLD READING

Grundlage ist ein Dialogausschnitt. Setzt euch zu zweit einander gegenüber. Die anderen sind die Zuschauer*innen. Nun einigt euch auf eine Rolle und lest den ersten Satz leise für euch. Dann schaut zu eurem Gegenüber und wartet, bis es euch ebenfalls ansieht und ihr das Gefühl habt, dass ihr miteinander in „Verbindung“ seid. Dann sagt den Satz. Macht so weiter, bis der Ausschnitt durchgelesen ist. Die Zuschauer*innen beschreiben: Wo wart ihr besonders authentisch in dem, was ihr gesagt habt? Wo klang es abgelesen? Wichtig ist hier, nicht etwas zu spielen, sondern dem Gegenüber wirklich etwas mitteilen zu wollen.

GEFÜHLE UND SZENE

Sucht euch zwei Gefühle aus (z.B. fröhlich, zweifelnd, hartnäckig). Erfindet paarweise eine Geschichte, die mit dem einen Gefühl beginnt und mit dem anderen endet und in der Mitte einen Wechsel vollzieht. Beispiel: Beginnt eine Geschichte fröhlich und endet zweifelnd; dann erfindet eine Situation, die fröhlich stimmt, z.B. einen sonnigen Sonntagmorgen und eine Figur, der es richtig gut geht. Am Ende steht die Figur zweifelnd da. Warum? Welche Ereignisse haben sie*ihn dazu gebracht?

THEMA UND SPIEL

Nehmt euch ein Thema vor und setzt es als Figur in verschiedenen Genres und Darstellungsformen um. Insta Story, Kurzfilm, Influencer*innen Clip.

WERKZEUG-KASTEN

→ **COLD READING**
www.youtube.com/watch?v=mSEC2orjryg

→ **STATUS BEISPIELE**
https://www.youtube.com/watch?v=W8pCWez-ZL4

→ **ZITATE**
https://actinginlondon.co.uk/acting-lessons-from-well-known-acting-teachers/

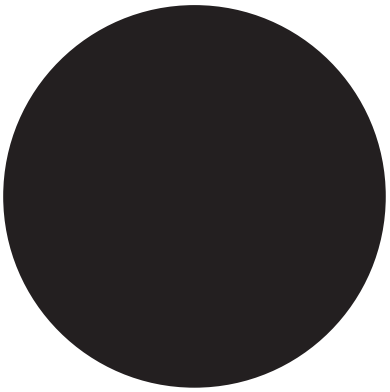
→ **FIGURENÜBUNG**
https://www.youtube.com/watch?v=qwdf0PVZtCA

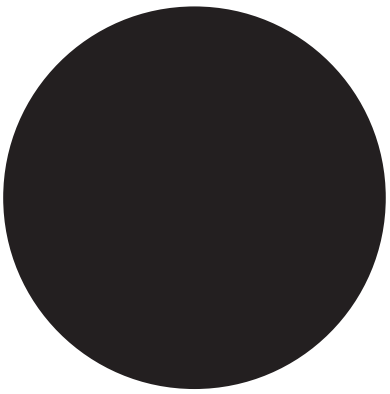
→ **FÜR ALLE ENGLISCHSPRACHIGEN**
Schauspielübung: www.youtube.com/watch?v=LcmG49--mDM

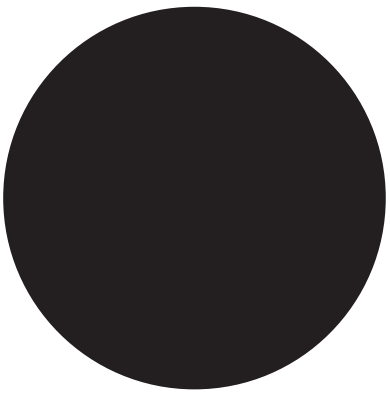
ACTING

3. KAMERA & TON

BILD- UND TONGESTALTUNG
BILD- UND TONGESTALTUNG
BILD- UND TONGESTALTUNG







Kameraarbeit ist Bildkomposition. Die Kamera nimmt nicht „die Wahrheit" auf, sondern immer nur einen von unendlich vielen möglichen Ausschnitten der Welt. Die Kameraperson fertigt einen Rahmen um diesen Ausschnitt (deshalb auch der häufig benutzte englische Begriff „Framing").

Ein guter Kameramensch „hält nicht einfach drauf", sondern fällt bewusste Entscheidungen: Was zeige ich? Wie zeige ich es? Und was zeige ich nicht? Wie nah oder wie weit entfernt sollen die Zuschauer*innen vom Geschehen sein? Betrachten wir eine Filmhandlung in Ruhe oder in Bewegung? Welche Perspektive nehmen wir ein?

All diese Entscheidungen haben großen Einfluss auf den Inhalt und die Wirkung des Gezeigten. Die Kameraeinstellungen sind also Ergebnisse der inneren Einstellung.

KAMERABEWEGUNGEN

UNBEWEGTE KAMERA VOM STATIV

Ein ruhiges Bild, die Zuschauer*innen können alle Bildinhalte gut erfassen; die Kameraperson kann das Bild gut einrichten und kontrollieren; kann ‚seriös' oder entspannt, aber auch langweilig und unoriginell wirken.

HANDKAMERA / SCHULTERKAMERA

Das Bild ‚atmet', vermittelt den Zuschauer*innen unbewusst das Gefühl, dabei zu sein. Die Kameraperson kann spontan auf Bewegungen reagieren bzw. sich selbst aktiv Bewegungen und spontane Blickwechsel ausdenken. Um die Gefahr des Verwackelns zu vermeiden, bewege dich mit der Kamera zunächst deutlich langsamer als ohne.

SCHWENK

Ein Schwenk zeigt Zusammenhänge in der Landschaft, ohne dass ein Schnitt nötig ist. Er kann eine Bewegung im Bild gut verfolgen oder vorwegnehmen, z.B. wenn eine Person von A nach B läuft.

ZOOM

Mit einem Kamerazoom kann man sich Personen oder Gegenständen im Bild nähern, ohne sich selbst als Kameraperson näher an das Geschehen zu bewegen. Die Tiefenschärfe im Bild verändert sich gleichzeitig: in der Realität weit entfernte Gegenstände rücken näher zusammen; einige Bildteile werden unscharf. Das kann man bewusst einsetzen, um die anderen Bildteile stärker hervorzuheben. Die Gefahr des Verwackelns nimmt beim Zoomen deutlich zu.

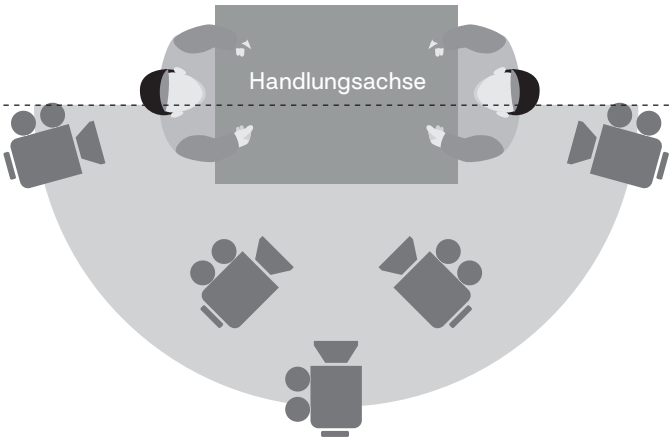
KAMERAFAHRT

Mit einer Kamerafahrt nähert man sich weiter entfernten Bildteilen, indem man sich selbst mit der Kamera in die Richtung bewegt, also tatsächlich den Abstand zwischen der Kamera und dem dargestellten Objekt verkleinert. Eine Kamerafahrt wird oft mit Schienen unter der Kamera gemacht, damit die Aufnahme nicht ruckelt oder wackelt. Durch Technik wie Steadycams oder Gimbals kann man ebenfalls sehr elegante Kamerafahrten herstellen.

GUT ZU WISSEN

HANDLUNGSACHSEN

Bei einem Dialog zwischen mehreren Personen wird das Geschehen oft aus verschiedenen Kamerapositionen gefilmt und im Schnitt zusammengesetzt. Wichtig ist dabei, dass die Positionen nicht über 180 Grad auseinander liegen, sonst kommt es zu einem sogenannten Achsensprung. Dieser verwirrt die Zuschauer*innen, weil die Orientierung im Raum verloren geht.



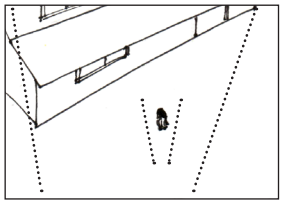
Normale / Augenhöhe

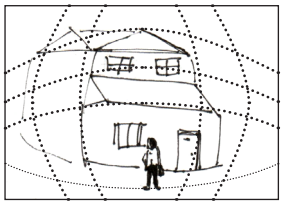
Schrägsicht

Untersicht

Froschperspektive

Aufsicht


Vogelperspektive


Fischauge

PERSPEKTIVEN

NORMALSICHT

Die Kamera ist horizontal in der Waage, die Kameralinse ist auf Kopfhöhe der abgebildeten Person. Als Zuschauer*innen befinden wir uns „auf Augenhöhe“ mit der abgebildeten Person. Die Kamera ahmt den „natürlichen“ Blick nach, den wir einnehmen würden, wenn wir nicht durch die Kamera schauten, sondern Teil der Situation wären; wird oft in Dialogen oder Interviews eingesetzt

SCHRÄGSICHT

Der Horizont ist schief; dies kann das Gefühl vermitteln, dass etwas nicht im Lot ist.

UNTERSICHT / FROSCHPERSPEKTIVE

Eine Person wird von unten gefilmt; sie wirkt dadurch größer, mächtiger.

AUFSICHT / VOGELPERSPEKTIVE

Eine Person wird von oben gefilmt; sie wirkt dadurch kleiner, unbedeutender.

FISCHAUGE / WEITWINKEL

Die Proportionen sind verzerrt, gerade Linien krümmen sich; was nah an der Kamera ist, wirkt extrem groß, was weiter weg ist, wirkt noch weiter entfernt. Es bedarf einer speziellen Linse. Die Perspektive wird nicht sehr häufig eingesetzt (z.B. in HipHop-Videos der 1990er- und 2000er-Jahre).

EINSTELLUNGSGRÖSSEN

TOTALE / PANORAMA

Die Einstellung zeigt die ganze Umgebung einer Person; ein Mensch als kleiner Punkt oder Strich in der Landschaft. Wirkung: Weite einer Umgebung; Verlorenheit oder verhältnismäßig geringe Bedeutung einer Person in ihrer Umwelt

HALBTOTALE

Die Einstellung zeigt einen Menschen von Kopf bis Fuß. Wirkung: die Person im Kontext ihrer Umgebung, Verortung des Geschehens

HALBNAH

Die Einstellung zeigt den Menschen ungefähr vom Kopf bis zur Hüfte. Wirkung: Gestik einer Person wird betont

NAH

Die Einstellung zeigt den Menschen vom Kopf bis zur Schulter oder Brust (typische Interview-Einstellung). Wirkung: Mimik (=Gesichtsausdruck) wird betont

GROSS / CLOSE-UP

Die Einstellung zeigt nur den Kopf. Wirkung: Details und kleinste Bewegungen werden sichtbar. Die Umgebung spielt fast keine Rolle mehr.

DETAIL / EXTREME CLOSE-UP

Die Einstellung zeigt nur ein Detail (z.B. die Augen). Wirkung: dramatisch, spektakulär

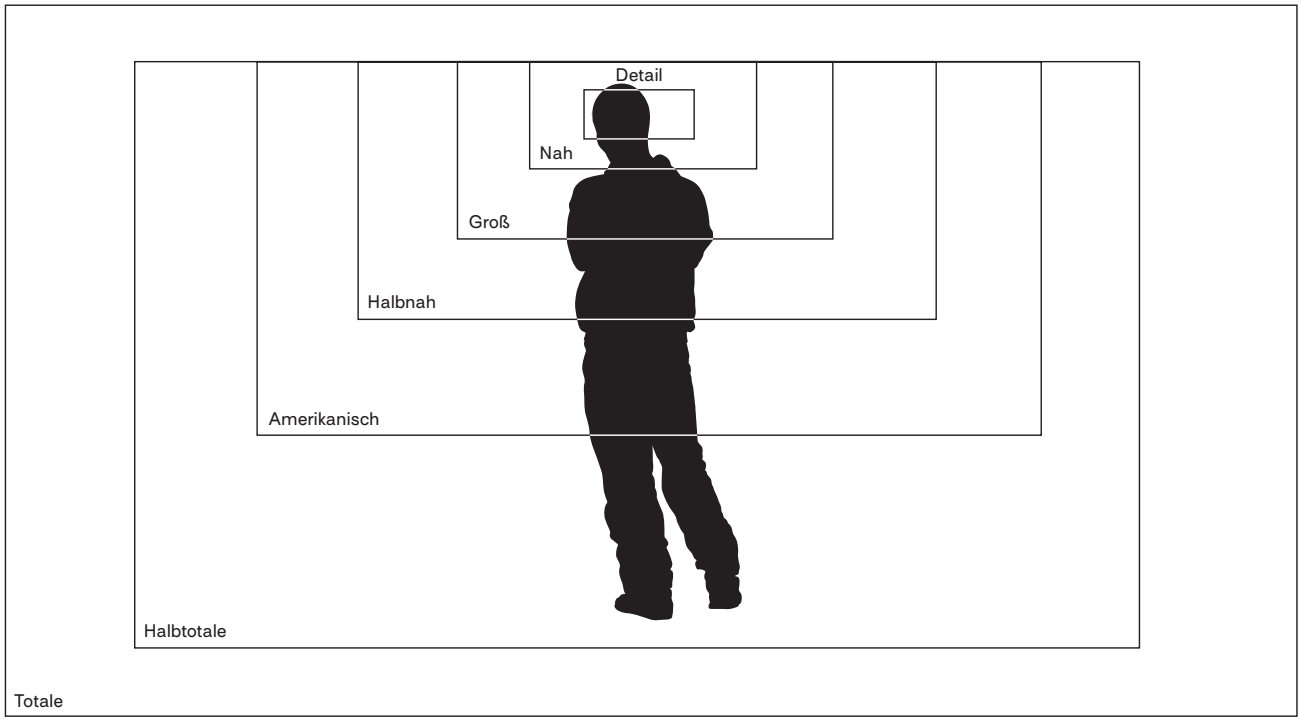
SMARTPHONE - KAMERA - TIPPS

VOR DEM FILMEN

1. Stellt die Aufnahmequalität auf Full HD (1920 x 1080)
2. Achtet darauf, dass ihr genügend freien Speicherplatz habt. Videodaten sind groß. Auf Android-Geräten könnt ihr meist eine externe SD-Speicherkarte benutzen. Speichert eure Videoaufnahmen dort: Ihr könnt sie leichter auf einen Computer, Laptop oder USB-Stick übertragen und dort sichern. Nehmt gerne auch zwei SD-Karten mit zum Dreh.
3. Achtet auf genügend Akku-Ladung. Filmen ist energieintensiv. Eine Powerbank zur Reserve ist auch gut.
4. Schaltet das Handy in den Flugmodus, bevor ihr filmt. Eingehende Anrufe können die schönste Aufnahme im falschen Moment unterbrechen.

BEIM FILMEN

1. Bei der Ankunft am Set: Gewinnt einen Überblick, macht euch einen Plan und schaltet erst dann die Kamera ein.
2. Bevor ihr die Aufnahme startet: Überlegt euch genau den Bildausschnitt, den ihr machen wollt, entscheidet über die Einstellungsgröße und die Perspektive.
3. Entscheidet, ob ihr im Querformat (z.B. für Youtube oder Kinoleinwand) oder im Hochformat (z.B. für Instagram) drehen wollt.
4. Vermeidet Gegenlicht
5. Für einen verständlichen Ton: Achtet immer auf eine ruhige Umgebung. Geht nah ran! Noch näher! Benutzt Hilfsmittel (Richtmikrofon, Lavaliermikrofon, Windschutz, zweites Audioaufnahmegerät), wenn es möglich ist.
6. Nutzt den Vorteil der kleinen Kamera: Ihr seid frei beweglich.
7. Bei der Aufnahme: Haltet die Kamera ruhig und schaut immer auf den Bildschirm!
8. Werdet nicht nervös, wenn ihr Fehler macht oder etwas verpasst.
9. Beendet die Aufnahme erst, wenn die Regie „Cut" sagt.



5 - SHOT - REGEL

Um abwechslungsreiche Aufnahmen für den Schnitt zu haben, könnt ihr euch entlang der sogenannten 5-Shot-Regel orientieren:

Ihr müsst eure Aufnahmen nicht zwingend in dieser Reihenfolge machen. Aber hakt innerlich ab, welche ihr schon gemacht habt bzw. noch machen solltet.

1 WAS passiert da gerade? Nah- oder Detailaufnahme der Hände oder der Aktion, die gerade passiert.

2 WER macht da gerade etwas? Nahaufnahme des Gesichts der Hauptperson.

3 WO und wann passiert das Ganze? Totale oder Halbtotale zur Verortung der Szene.

4 WIE: Wer macht was in Aktion? Perspektivwechsel, z.B. Over-Shoulder, der Blick aus der Perspektive der*des Protagonist*in. Wir schauen der Hauptperson über die Schulter, sehen mit ihren Augen.

5 „WOW"-Einstellung/Beauty Shot: Ungewöhnliche, überraschende Perspektive (auf das Ganze oder ein Detail)

WAS
WER
WO
WIE
WOW
???

EIN WORT ZUM GUTEN TON

Der Ton ist wichtig für den Gesamteindruck eines Films. Ihr könnt aktiv viele Dinge tun, um einen guten Ton aufzunehmen.

Erst einmal natürlich, was den Inhalt betrifft: Angefangen vom Schreiben guter Texte für ein Spielfilmdrehbuch bis hin zu gut formulierten Interviewfragen bei einem Dokumentarfilm.

Genauso wichtig ist die technische Ebene: Gerade beim Filmen mit Smartphones sind die eingebauten Mikrofone leider nicht besonders gut, da sie meist den Klang aus allen Richtungen gleich intensiv aufnehmen.

Folgendes Szenario: Ihr habt es geschafft, die berühmteste Person des Planeten für ein Interview zu treffen. Sie sitzt 5 Meter von eurer Smartphone-Kamera entfernt und beginnt gerade zu erzählen, wie die Welt noch zu retten ist. Leider habt ihr beim Dreh übersehen, dass neben euch die Wasserspiele eines antiken Brunnens sprudeln... Ihr geht nach dem Interview glücklich nach Hause, seht vor eurem inneren Auge schon die Millionen Klicks. Ihr schaut eure Aufnahme im Schnittprogramm an, und alles was ihr hört ist: plätscher plätscher plätscher... Die Aufnahme ist unbrauchbar.

Für einen guten Ton am Set: Achtet auf eine ruhige Umgebung! Gibt es Störgeräusche in der Nähe? Eine laute Straße, Musiklautsprecher, redende Menschen, Naturgeräusche, u.v.m.? Ist es windig? Wind kann einen großen Einfluss auf die Tonaufnahme haben!

Die Tonaufnahme wird umso klarer, je näher das Aufnahmegerät an der Sound-Quelle ist.

Ihr könnt für die Tonaufnahme auch ein eigenes Gerät benutzen. Das kann z.B. ein zweites Smartphone sein (das z.B. nur 50 cm vom Mund der sprechenden Person entfernt ist), oder ein Audioaufnahmegerät mit eigenem Mikrofon.

Es gibt auch zusätzliche Mikrofone, die man am Smartphone anbringen kann. Diese verbessern die Tonaufnahmen in der Regel enorm. Das kann ein Richtmikrofon sein, das den Ton vor allem aus der Richtung der Quelle aufnimmt. Für menschliche Sprache empfiehlt sich ein Ansteckmikro, das klein und unauffällig ist und in der Nähe des Mundes (meist am Hemdkragen o.ä.) angebracht wird.

Außerdem helfen Windschutz-Aufsätze auf dem Mikrofon bei starkem Wind.

Mit Kopfhörern habt ihr mehr Kontrolle und einen besseren Eindruck, wie verständlich die Töne tatsächlich auf eurem Gerät ankommen.

KURZE BEGRIFFS-ERKLÄRUNGEN ZUM TON

ORIGINAL-TON

(Auch On-Ton genannt): Das ist der Ton, der während der Filmaufnahme aufgenommen wird, z.B. ein gesprochenes Interview oder die Sirene eines vorbeifahrenden Krankenwagens.

Off-Ton: Der Ton, der erst im Nachhinein aufgenommen und im Schnitt zu den Bildern dazu gesetzt wird. Wenn es sich um Sprache handelt, nennt man das auch Voice Over.

SOUNDDESIGN

Das ist die Kunst, im Schnitt aus vielen verschiedenen Tönen eine Klanglandschaft zu komponieren. Eine Klangcollage entsteht und wird bearbeitet: Lautstärken werden angepasst, Töne mit Filtern verändert (z.B. wenn eine Stimme so klingen soll, als ob man sie durchs Telefon hört), künstliche Toneffekte werden erzeugt (z.B. ein Knallgeräusch, um die schnelle Aufmerksamkeit der Zuschauer*innen zu gewinnen).

PROBIERT ES AUS

VERSCHIEDENE EINSTELLUNGSGRÖSSEN

Bildet verschiedene Gruppen von ca. vier Personen. Jede Gruppe macht aus einer gemeinsamen, vorgegeben Geschichte ein kurzes Video mit sechs Aufnahmen und verwendet dabei alle sechs Einstellungsgrößen. Fertigt ein Storyboard an und dreht die Bilder in dieser Reihenfolge. Setzt sie in einem Schnittprogramm fix zusammen (oder zeigt sie einfach hintereinander).

Vergleicht die Ergebnisse der Gruppen. Sind die Szenen in den gleichen Einstellungsgrößen aufgelöst, wo gibt es Unterschiede? Benennt diese und beschreibt die unterschiedlichen Wirkungen, entweder als Diskussion oder schriftlich alleine oder zu zweit.

Beispiel
Person A sitzt an einem Tisch und schreibt einen Brief. Sie hört kurz auf, kaut auf dem Stift und denkt nach. Dann schreibt sie: „Ich würde dich gerne treffen!“ Plötzlich nähert sich Person B. Person A schaut erschreckt auf und deckt den Brief mit den Händen ab, weil er geheim ist.

5 SHOTS

Bildet Gruppen von 3–6 Personen. Entwickelt ein kurzes Storyboard zu einer abgeschlossenen Handlung ohne Dialoge (Thema frei). Löst die Handlung in die Einstellungen der 5-Shot-Regel auf und nehmt diese auf.

Team: 1× Regie, 1× Kamera, 1× Ton, 1–3 Personen als Darsteller*innen vor der Kamera.

Sichtet und schneidet das Material zu einem kurzen Video (eventuell mit Filmtitel und mit Musik auf der Tonspur).

INTERVIEW-TEAM

Bildet Gruppen von vier Personen. Denkt euch ein Thema aus. Formuliert vier Interviewfragen dazu. Interviewt euch dann gegenseitig vor der Kamera (jede*r beantwortet alle Fragen). Beim Dreh nehmen alle abwechselnd folgende Rollen ein:

- **Regisseur*in (= Interviewer*in)**
- **Protagonist*in vor der Kamera (=Interviewte*r)**
- **Kameraperson**
- **Tonperson**

Es empfiehlt sich, eine Schnitt-Übung mit dem gedrehten Material anzuschließen.

Weitere Möglichkeiten:

- Einsatz von weiteren Bildern, die zum Thema/dem Gesagten passen, z.B. selbst gedrehte Mood-Bilder (das sind Stimmungsbilder, die zu euren Aufnahmen passen, aber nicht zwangsläufig im gleichen Kontext aufgenommen wurden) oder Bilder aus freien Datenbanken
- Einsatz von geschriebenem Text im Bild, z.B. Titel, Abspann, Fragen, Bauchbinden (das sind Benennungen der Sprecher*innen als Texteinblendung wie z.B. „Gesundheitsexpert*in“)
- Einsatz von Off-Tönen (z.B. Off-Stimme, Musik)

Hinweis A
Ungeübte sollten die Interview-Situation an einem Ort drehen (d.h. Interviewer*in und Interviewte*r sitzen oder stehen). Es können aber gerne vier verschiedene Orte sein, falls Abwechslung für den Schnitt gewünscht ist und um die unterschiedlichen Entscheidungen (Einstellungsgrößen, Lichtverhältnisse, Geräuschumgebung, etc.) miteinander vergleichen und Schlüsse daraus ziehen zu können.

Hinweis B
Erfahrene können die Interviews auch in Bewegung ausprobieren, z.B. beim Spaziergang.

ZUSÄTZLICHE TECHNIKAUSSTATTUNG

FÜR KAMERA

- Gimbal: Hilfsgerät zur Bild-Stabilisierung; sehr effektiv, kostet aber auch ca. 100 €
- Stativ: Für ein Smartphone könnt ihr euch für ein paar Cent eine multifunktionale Befestigung selbst basteln. Besorgt euch einen Gefrierbeutel und einen Klumpen Kinderknete. Füllt die Knete in den Beutel und verschließt ihn gut. Anschließend das Smartphone einfach hineinsetzen und die Form so anpassen, dass es festhält.
- Powerbank: Der Videomodus des Smartphones verbraucht viel Energie. Ärgerlich, wenn man gerade ein tolles Interview führt und der Akku sich an der spannendsten Stelle verabschiedet. Abhilfe schafft eine Powerbank, die oft dreimal soviel „Saft" hat wie ein interner Akku.
- Kamera-Apps (IOS & Android): z.B. FiLMIC Pro (15€), ProCamera (10€); beide Apps haben im Vergleich zu den meisten internen Kameraeinstellungen des Smartphones tolle Zusatzfunktionen, die euch mehr Kontrolle bei der Bildgestaltung ermöglichen.

FÜR TON

- Externes Mikrofon: Hier gibt es verschiedene Varianten, die sich in ihrer Funktionsweise, Qualität und ihrem Preis sehr unterscheiden können, von 10 bis 300 €. Es gibt Mikros zum Anstecken (sog. Lavaliermikrofone) mit oder ohne Kabel, kleine Richtmikrofone zum Aufschrauben auf das Smartphone, größere zum Hinstellen (Tischmikrofone/ Studiomikrofone).
- Für die verschiedenen Mikrofonarten gibt es jeweils verschiedene Arten des Windschutzes (für Innenaufnahmen meist aus Schaumstoff, für Außenaufnahmen meist ein wuscheliges Fell aus Kunststoff).
- Externes Aufnahmegerät: z.B. von Zoom (80-300 €); ein zweites Smartphone nur für die Tonaufnahme tut es meist auch. Gute Schnittprogramme (z.B. DaVinci Resolve, Freeware) synchronisieren die Aufnahmen aus zwei Geräten weitestgehend automatisch.

WERKZEUG-KASTEN

→ **EINSTELLUNGSGRÖSSEN UND PERSPEKTIVEN**
https://www.youtube.com/watch?v=-eicCwHkxAo

→ **5-SHOT-REGEL**
https://www.youtube.com/watch?v=bwpcx-mscSM

→ **HANDLUNGSACHSE/ ACHSENSPRUNG**
https://www.youtube.com/watch?v=CqnlwCpwz7k

→ **TIPPS FÜR TON**
https://www.br.de/sogehtmedien/selber-machen/video-tutorial/selber-machen-video-tutorial-ton100.html

SCHNITT

CUT & MIX – FILM VERMITTELN
EIN METHODENBAUKASTEN

4. SCHNITT SCHNITT

Schnitt ist Magie! Schnitt, auch Montage oder Editing genannt, bezeichnet die Verbindung der einzelnen Einstellungen. Schnitt hat die Kraft, Inhalte zu erschaffen und miteinander zu verbinden. Hier entstehen der Rhythmus und die Erzählung des Films, das Ganze wird mehr als die Summe seiner einzelnen Teile. Unterschiedliche Anordnungen der Bildfolgen produzieren unterschiedliche Bedeutungen und Sinnzusammenhänge.

Das deutsche Wort Schnitt stammt aus der Zeit, als Filme noch auf Filmrollen hergestellt wurden. Am Schneidetisch hat man die Filmaufnahmen auf der Rolle tatsächlich auseinandergeschnitten und neu zusammengeklebt.[1]

DIE SPRACHE DES SCHNITTS

Analog zum Aufbau eines Buchs, kann man auch den Aufbau eines Films (der ja im Schnittprozess entsteht) in einzelne Teile gliedern:

- Ein Wort – eine Einstellung/„Shot" (= eine einzelne Filmaufnahme)
- Ein Satz – eine Szene (= eine Aneinanderreihung von mehreren Aufnahmen, bei denen Raum und Zeit identisch sind)
- Ein Kapitel – eine Sequenz (= eine Aneinanderreihung von Szenen)

Eine oft benutzte Standard-Sequenz ist wie folgt aufgebaut:

1. Totale: sogenannter „Establishing Shot", sorgt für Orientierung in Zeit und Raum
2. Halbnah: Bestätigung und Übergang
3. Nah: Kerninhalt der Szene
4. Halbtotal: Rückorientierung

GUT ZU WISSEN

1 Es existiert das Missverständnis, dass "Schneiden" in erster Linie eine handwerkliche Tätigkeit sei und darin bestehe, etwas wegzuschneiden. Die Begriffe „Montage" (Französisch) und „Editing" (Englisch) heben eher den kreativen Aspekt hervor, dass etwas ausgewählt und neu zusammengefügt und dadurch Inhalt hergestellt wird. Die Mitglieder des Bundesverband Filmschnitt e.V. nennen ihren Beruf deshalb auch „Editor*in" und eben nicht „Cutter*in".

SCHNITT-FORMEN

UNAUFFÄLLIGER SCHNITT / ACTION CUT

Fortsetzung bestimmter Merkmale von einem Bild ins nächste. Beispiele:

- Bewegung (z.B. beim Laufen: rechtes Bein – Schnitt – linkes Bein)
- Kamerabewegung (z.B. Schwenk nach links – Schnitt – Schwenk nach links)
- Lichtverhältnisse, Farben, Formen, etc. (z.B. helle Farben – Schnitt – helle Farben)

SCHNITT ÜBER MUSIK UND SOUND

- Der Ton wird im nächsten Bild fortgeführt oder beginnt schon im vorherigen.
- Ein lauter Toneffekt macht einen holprigen Schnitt fürs Auge sanfter.
- Schnitte werden genau auf oder gegen Musik-Beats gesetzt.

HARTER SCHNITT

Eine Szene geht plötzlich und unvermittelt in eine andere Szene über.

WEICHER SCHNITT

Überblendungen, Ab- und Aufblenden

JUMP CUT

Bei einer durchgängigen Handlung und Kameraposition werden Teile herausgeschnitten.

VERSTECKTER SCHNITT

Kamerabewegungen mit komplett dunklen Bildstellen, z.B. eine Wand oder eine Person, die nah an der Kamera vorbeigeht (siehe Link: „1917")

MATCH CUT

Verbindung von zwei räumlich oder zeitlich getrennten Bildern über eine Bewegung (siehe Link: „Space Odyssey 2001")

SCHNITTKONZEPTE

1

Koheränz-Montage: Räume und Handlungen werden auf Anschluss montiert. Fließende Zusammenhänge werden hergestellt. In der Regel werden ein bis zwei Einstellungsgrößen ausgelassen (z.B. wird von der Totalen in eine Nahaufnahme geschnitten).

2

Assoziative Montage: Bilder ergeben erst im Zusammenhang eine bestimmte Aussage. (z.B. Gesicht + Pistole = Gefahr)

3

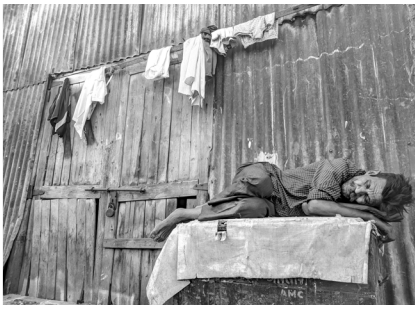
Metaphorische Montage: Die Symbolkraft der Bilder soll bei den Zuschauer*innen eine Wirkung oder Erkenntnis erzeugen. (z.B. Auge + Wasser = Weinen)

4

Analogie-Montage: Aufeinanderfolgende Bilder weisen eine inhaltliche oder formale Ähnlichkeit auf.

5

Kontrast-Montage: Aufeinanderfolgende Bilder weisen einen inhaltlichen oder formalen Kontrast auf.



GUT ZU WISSEN

SCHNITT-RHYTHMUS

Die Länge der Einstellung im Film entscheidet über den Rhythmus und beeinflusst die Aussage und die Stimmung des Films. Das Tempo entscheidet auch über die Bedeutung: Was sollen die Zuschauer*innen wahrnehmen?

WEITERE BEGRIFFE

ROHSCHNITT

Erste Auswahl und Anordnung des gedrehten Filmmaterials, die Grundstruktur der Geschichte wird festgelegt.

FEINSCHNITT

Tempo, Rhythmus, Übergänge, Effekte werden Schnitt für Schnitt bis zur Fertigstellung des Films bearbeitet.

PARALLELMONTAGE

Zwei Handlungslinien an verschiedenen Orten werden abwechselnd gezeigt.

TIPPS

- Kennt euer Material! Um das bestmögliche Ergebnis zu erzeugen, empfiehlt es sich, alle Filmaufnahmen „auswendig“ zu kennen.
- Bei einer großen Menge an Filmmaterial hilft es, beim Sichten Ordnungssysteme anzulegen (z.B. nach Personen, Orten, Themen, Chronologie, Wichtigkeit, etc.)
- Vergesst die Umstände der Dreharbeiten. Lasst die Bilder frisch auf euch wirken. Die Zuschauer*innen sehen die Umstände der Dreharbeiten auch nicht.
- Beginnt mit der Rohstruktur („Strecke machen“).
- Ausprobieren (aber auch wieder verwerfen)! Überrascht euch dabei selbst.
- Verliert euch nicht in Details!
- Findet die wichtigsten Aufnahmen für die Story: Aufnahmen, die Orientierung bieten; Aufnahmen, die Szenen bewusst verbinden oder trennen; starke Aufnahmen für den Beginn, den Höhepunkt und das Ende.
- „Kill your darlings“: Wenn eine wunderschöne, fantastische Aufnahme nicht in die Filmerzählung passt, dann weg damit.
- Fügt mit jedem Schnitt etwas Neues hinzu. Jedes Bild soll die Erzählung voranbringen.
- Vertraut eurem eigenen Urteil: Mögt ihr euren Film?

Ein Film funktioniert,
wenn man als Zuschauer*in:

- glaubt, was man sieht,
- nicht (ungewollt) desorientiert ist,
- den Inhalt nacherzählen kann.

PROBIERT ES AUS

FOTOSTORY

Kleingruppen (je 3–5 Personen) entwickeln eine Geschichte zu einem Thema und setzen diese in 5–20 Fotos um. Wählt ein Genre (z.B. fiktive Geschichte, Doku, abstrakte Poesie) und entscheidet euch, ob ihr mit oder ohne Textzusatz/Sprechblasen arbeiten möchtet.

Jede Gruppe fertigt zwei verschiedene "Schnitte" aus ihrem Material an, z.B.:

- ein negatives – ein positives Ende
- ein abgeschlossenes – ein offenes Ende
- Eine Figur erfährt erst im letzten Bild die Auflösung der Geschichte oder eines Geheimnisses.
- Das Publikum erfährt die Auflösung der Geschichte erst im letzten Bild.

WAS SIEHST DU?

Macht 7 Aufnahmen von verschiedenen Dingen oder Personen in 7 verschiedenen Einstellungsgrößen. Erstellt anschließend zwei Schnittversionen:

1. Schnittversion: alle Aufnahmen nur in 1 Sekunde Länge aneinanderschneiden
2. Schnittversion: alle Aufnahmen jeweils 5-10 Sekunden Länge aneinander

Führt die erste Version vor. Befragt die Zuschauer*innen, was sie gesehen haben.
Führt die zweite Version vor. Was beschreiben die Zuschauer*innen jetzt?

Beispielswiese sagt jemand nach der ersten Version: „Ich habe zwei Menschen, ein Haus, eine Katze, einen Bahnhof und eine Blume gesehen". Nach der zweiten Version sagt die Person vielleicht: „Ich habe zwei Menschen gesehen. Einer hatte wunderschöne braune Augen und so lustige Fältchen…" Hier gab also viel mehr Möglichkeiten, aufmerksam auf Details zu achten.

RHYTHMUS-CLIP

Alle machen 10 Filmaufnahmen von Gegenständen, die Geräusche machen, möglichst abwechslungsreich (z.B.: Hände klatschen, Pfeifen, Klopfen, Lachen, Schnipsen, Rascheln, mit der Schere ein Blatt schneiden, eine Tüte zerplatzen lassen, ein Ball die Treppen herunterhüpfen lassen, eine Tasse auf den Boden fallen lassen, …).

Die Aufnahmen nun mit einer Schnitt-App oder Schnittprogramm zu einem Rhythmus-Clip zusammenschneiden (Länge ca. 30-60 Sek.) Tipp: die Geräusche extrem kurz schneiden (z.B. nur das Geräusch des Fingerschnipsens, ohne Vor- und Nachlauf). Wie bei einem Schlagzeug kann man aus wenigen Geräuschquellen und mit Wiederholungen einen Rhythmus arrangieren.

WERKZEUG-KASTEN

SCHNITT-APPS FÜR SMARTPHONES & TABLETS

Es gibt viele Schnitt-Apps für das Smartphone oder das Tablet. Die meisten funktionieren nach dem gleichen Prinzip: Es gibt eine kostenlose Version mit gut ausgestatteten Basic-Funktionen. Zusätzlich gibt es In-App-Käufe oder Pro-Versionen, in der Regel zwischen ca. 5–20 €, mit sehr vielfältigen Funktionen, Effekten und Export-Optionen.

Einfach zu bedienende Apps mit relativ vielen frei zugänglichen Funktionen sind beispielsweise:

→ **VLLO**
(Tutorial: https://www.youtube.com/watch?v=3IFUxPKxpRM)

→ **CapCut**
(Tutorial: https://m.youtube.com/watch?v=hwsx0sMX8eo)

→ **InShot**
(Tutorial: https://m.youtube.com/watch?v=Nb77UsFf5yc)

→ **KineMaster** sehr umfassend, mit Wasserzeichen in Freeversion, 5€ Monats- bzw. 25€ Jahresabo (Tutorial)

→ **Cute Cut**
(Tutorial: https://www.youtube.com/watch?v=VuMMEOMoHHU)

→ **Quik**
(Tutorial: https://www.youtube.com/watch?v=O-O5n64hW0Q)

→ **iMovie**
(nur für iPhone bzw. iPad)

SCHNITT-SOFTWARE FÜR PC

- **DaVinci Resolve**
(Windows, Apple, Linux): Die Basisversion mit allen nötigen Features ist kostenlos. Es gibt auch eine Profiversion (ca. 300 €) mit vielen Extras zur Bildnachbearbeitung. Für Social Media Videos ist die Free-Version mehr als ausreichend.

- **iMovie**
(nur Apple): auch Freeware und einfach zu erlernen, aber nur Mac-kompatibel.

→ **Tutorial DaVinci Resolve**
(Tutorial: https://www.youtube.com/watch?v=fft3pRfDViA)

→ **Tutorial iMovie**
(Tutorial: https://www.youtube.com/watch?v=HZuMuo6mIjY)

DATENBANKEN FÜR LIZENZFREIE TÖNE

Lizenzfreie Sounddesigns
- https://freesound.org/
- https://sound-effects.bbcrewind.co.uk/

Lizenzfreie Musik
- https://freemusicarchive.org/
- https://cchound.com/
- http://dig.ccmixter.org/

→ **BEISPIEL JUMP CUTS („AUSSER ATEM")**
https://www.youtube.com/watch?v=_fcRj0SXYh8

→ **BEISPIEL HIDDEN CUT („1917")**
https://www.youtube.com/watch?v=ZAQoY3ioci0

→ **BEISPIEL MATCH CUT („SPACE ODYSSEY 2001")**
https://www.youtube.com/watch?v=bvTKAVRMh7w

CUT & MIX — FILM VERMITTELN
EIN METHODENBAUKASTEN

5. ICH ZEIG ES DIR

DIE VERÖFFENTLICHUNG

VERÖFFENTLICHUNG
VERÖFFENTLICHUNG
VERÖFFENTLICHUNG
VERÖFFENTLICHUNG
VERÖFFENTLICHUNG
VERÖFFENTLICHUNG
VERÖFFENTLICHUNG
VERÖFFENTLICHUNG
VERÖFFENTLICHUNG
VERÖFFENTLICHUNG
VERÖFFENTLICHUNG
VERÖFFENTLICHUNG
VERÖFFENTLICHUNG
VERÖFFENTLICHUNG
VERÖFFENTLICHUNG

Euer Video ist fertig! Ihr habt sehr viel Zeit und Mühe hineingegeben. Idee, Recherche, Storyboard, Planung, Technik, Dreharbeiten, Schnitt, Tonbearbeitung, Titelgestaltung, Musik, Design, das alles liegt hinter euch. Jetzt muss das Video in die Welt und gesehen werden!

EINIGE INFOS UND TIPPS ZU VERSCHIEDENEN PLATTFORMEN:

YOUTUBE

- YouTube ist die mit Abstand größte Video-Plattform im world wide web. YouTube ist aber auch die zweitgrößte Suchmaschine der Welt (nach Google; beide gehören übrigens dem gleichen Megakonzern Alphabet).
- Wenn ihr ein YouTube-Video anschaut, werden euch weitere Videos vorgeschlagen. Das geschieht nach einem mathematischen, programmierten Verfahren – dem sogenannten Algorithmus. Der Algorithmus ist das große Firmengeheimnis von YouTube.
- Der Algorithmus ist so programmiert, dass die User*innen möglichst viel Zeit auf YouTube verbringen.
- Viele Leute bewegen sich deshalb in sogenannten „Bubbles/Filterblasen". Die Gefahr dabei ist, dass man kaum noch die Vielfalt von Meinungen und Sichtweisen erfährt und ein einseitiges Weltbild aufbaut. Im schlimmsten Fall führt das zu Intoleranz gegenüber allem, was man „fremd" findet. Das ist Gift für eine Gesellschaft, in der gleichberechtigt Platz für alle Menschen sein sollte. Das Phänomen „Filterblase" trifft auch auf viele andere Plattformen zu (z.B. Facebook).
- Jede Minute werden 500 Stunden neue Videos auf YouTube hochgeladen.
- Auf YouTube gibt es alle Filmformate und -längen. Standardformat ist Full HD 1920 x 1080 Querformat.
- Die sogenannte „Engagement-Rate" (also die Anzahl der Personen, die aktiv auf Videos reagieren, etwa durch Liken, Teilen oder Kommentieren) liegt gerade mal bei 4 Prozent (zum Vergleich: bei TikTok liegt sie bei 29 Prozent).

INSTAGRAM

- Instagram galt lange Zeit als die „Wohlfühlinsel" unter den Social Media Plattformen, weil sich eher Personen miteinander verbinden, die sich „liken".
- Instagram gehört (genauso wie Whatsapp) zum Konzern Facebook, der für seine Datensammelwut bekannt ist.
- Videolängen bis zu 15 Sekunden im Feed oder der Story, 1 Minute bis 1 Stunde in "IGTV" oder Live-Formaten

TIKTOK

- TikTok darf offiziell ab 13 Jahren genutzt werden (mit dem Einverständnis der Eltern).
- Für Nutzer*innen bis 16 Jahre ist das Konto auf „privat" gestellt. Das soll Kinder und Jugendliche vor Cybergrooming, Cyber-Mobbing, Urheberrechtsverletzungen, jugendgefährdenden Inhalten und Kostenfallen schützen.
- Achtet auch bei einem privaten Account darauf: Alle Profilinformationen (Profilfoto, Nutzername, Biografie) sind für die ganze Welt sichtbar!
- Deshalb: keine persönlichen Informationen wie Name, Alter, Anschrift oder Telefonnummer im Profil veröffentlichen!

GUT ZU WISSEN

VORGEHENSWEISE IM NOTFALL

- Werdet ihr belästigt, beleidigt oder wird etwas über euch ohne eure Zustimmung verbreitet, macht Screenshots davon (als Beweis).
- Speichert alle Infos, die helfen können, Täter*innen zu enttarnen.
- Wendet euch an erwachsene Vertrauenspersonen (z.B. Sozialarbeiter*innen im Jugendclub, Notfallnummern: Jugendnotdienst (Tel 610062)/ Mädchennotdienst (610063), Eltern, Lehrer*innen. Diese können euch bei den nächsten Schritten unterstützen.

GUT ZU WISSEN

TIPPS FÜR DIE VERÖFFENTLICHUNG

YOUTUBE

Titel

- Keywords (das sind Schlüsselwörter, die klarmachen, um was es geht) an den Anfang stellen
- weniger als 50 Zeichen nutzen
- Stichwort “Clickbait”: Durch einen reißerischen Titel wird manchmal versucht, Klicks zu generieren; das ist nicht besonders gut angesehen.

Beschreibung

- Textlänge nicht mehr als 50-150 Wörter
- Keywords/Schlüsselwörter auch mehrmals im Fließtext wiederverwenden

Tags

- Tags (Englisch: Schildchen) werden verwendet, um Inhalten eine Zuordnung oder weitere Erklärung zu geben. Dabei nutzt zuerst die Tags und Keywords, die für den Beitrag am wichtigsten sind, sogenannte Ziel-Keywords, danach andere in der Reihenfolge der Wichtigkeit.

Thumbnail

- Thumbnails sind Bilder aus euren Videos oder Bilder, die für euer Projekt stehen.
- Ein Thumbnail ist die „Visitenkarte” des Projekts
- Tipp: Nehmt nicht nur ein Standbild („Still”) aus dem Film, sondern erstellt ein „Filmplakat” (Bildmontage und Text, z.B. mit Canva)

Interaktion

- je mehr Kommentare, umso höher das Ranking
- „Call to action”: Fragen an die Zuschauer*innen stellen, die zur aktiven Beteiligung aufrufen („Was denkt ihr über XY? Schreibt es mir in die Kommentare”)

INSTAGRAM

- Wählt einen kurzen und einfachen Profilnamen; ein kurzer Text „About” und ein www-Link, also eine Webadresse.
- Folgt Personen, die am gleichen Thema interessiert sind.
- Kommentiert regelmäßig und hochwertig bei anderen Leuten, denen ihr folgt.
- Sucht gute Hashtags. Hashtags bei Instagram haben die gleiche Funktion wie Tags bei YouTube. Es sind mögliche Suchbegriffe, die andere Leute eingeben, und dann euren Beitrag zu sehen bekommen. Es sind also Verbindungen aller Beiträge verschiedener Accounts. Wenn ihr z.B. einen Beitrag über Rassismus macht und ihr wollt, dass Leute diesen finden, auch wenn sie euren Kanal nicht kennen, dann können sie eure Bilder mit Hashtags wie z.B. #rassismus #racism #noracism #antirassismus o.ä. finden, wenn ihr in eurem Beitrag diesen Hashtag genutzt habt.
- Ladet zu Beginn eine Handvoll Bilder hoch und verfasst einen guten Text dazu. In der Folge kann der Rhythmus seltener werden.
- Für Fortgeschrittene: Geht Kooperationen mit anderen ein. Verabredet euch z.B., zu einem Thema gleichzeitig Beiträge zu veröffentlichen und denkt euch gemeinsame Hashtags dazu aus. Im Format „Story“ könnt ihr auf die anderen Kanäle verweisen und euren Nutzer*innen vorschlagen, auch diese Beiträge anzuschauen.

PROBIERT ES AUS

ÜBUNG 1

#windowswap auf Instagram
Jede*r macht ein Foto oder eine Videoaufnahme aus einem Fenster der eigenen Wohnung. Schreibt einen kurzen Text dazu und sucht passende Hashtags. Jede*r veröffentlicht den Beitrag auf dem eigenen oder einem gemeinsamen Account. Schreibt dann einen Kommentar zu mindestens einem anderen Beitrag.

ÜBUNG 2

YouTube-Video-Beschreibung zum eigenen Film erstellen
Ihr habt ein Video fertiggestellt, das auf YouTube veröffentlicht werden könnte. Vielleicht gibt es einen gemeinsamen YouTube-Kanal der Klasse oder Schule, auf dem ihr die Videos hochladen dürft?

Geht alle Schritte der Veröffentlichung in Ruhe durch: Findet einen guten Titel. Formuliert eine Beschreibung des Videos mit allen wichtigen Infos in 5 Sätzen. Überlegt euch gute Tags, also Worte, mit denen euer Video gefunden werden kann. Und die Königsdisziplin: Erstellt ein gutes Thumbnail, also Mini-Filmplakat im Querformat. Darauf sollte ein Bildausschnitt aus dem Film oder ein eigens hergestelltes Foto zu sehen sein, außerdem ein Text, der zum Klicken animiert (in den meisten Fällen ist das der Filmtitel). Gestaltet den Thumbnail z.B. mit der kostenfreien Bildgestaltungsapp Canva.

WERKZEUG-KASTEN

→ **WAS IST EINE FILTERBLASE**
https://mads.de/was-ist-eine-filterblase/

→ **SO GEHT YOUTUBE-VERÖFFENTLICHUNG**
https://www.br.de/sogehtmedien/youtube-tutorial-teil-fuenf-titling-100.html

→ **DIE 10 BELIEBTESTEN YOUTUBE-GENRES**
https://www.youtube.com/watch?v=mdkc3hNBS0k

→ **THUMBNAILS FÜR INSTAGRAM-FEED**
https://www.youtube.com/watch?v=AxFruwDOtWM

→ **BILDGESTALTUNG MIT CANVA**
https://www.canva.com/de_de/

CUT MIX

BAUSTEINE FILMVERMITTLUNG
Thomas Knapp, Daniel Kunle
(SEELAND Medienkooperative e.V.)

BEGLEITUNG
Annika Niemann (Kulturagentin),
Dr. Dorothea Ruthemeier (Kulturbeauftragte) und das Kultur-Kollegium des Robert Blum Gymnasiums.

HERAUSGEBER
Robert Blum Gymnasium
Kolonnenstraße 21, 10829 Berlin
www.robert-blum-schule.de

BILDNACHWEISE
Thomas Knapp
Robert Müller
Annika Niemann
Pexels.com

GESTALTUNG
mueller-mueller.net
© Berlin, 2021

Die Materialsammlung entstand im Rahmen des Programms „Wissen teilen! im Rahmen von Kreativpotentiale Berlin“

Kreativpotentiale Berlin ist ein Projekt der kulturellen Schulentwicklung der Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Familie des Landes Berlin, gefördert durch die Stiftung Mercator. Praxispartner sind das Landesinstitut für Schule und Medien Berlin-Brandenburg und die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung.

Kulturagenten für kreative Schulen Berlin ist ein Programm der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung, gefördert durch die Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Familie des Landes Berlin. *Kreativpotentiale Berlin* ist ein Projekt der kulturellen Schulentwicklung der Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Familie des Landes Berlin, gefördert durch die Stiftung Mercator. Praxispartner sind das Landesinstitut für Schule und Medien Berlin-Brandenburg und die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung.