



Anleitung für Lehrpersonen

Thema	«befreelance-contest»
Zeitbedarf	ca. 5 bis 10 Lektionen (je nach Vorgehensweise und Einsatz optionaler Mittel)
Fächer	Primär: > Bildnerisches Gestalten > Medien und Informatik > Deutsch > Ethik, Religionen, Gemeinschaft
Methoden	> Kleingruppen-Teamarbeit
Einsatz	> Fachspezifischen wie fächerübergreifenden Unterricht > Bestandteil von Projekttagen oder -wochen
Material und Hilfsmittel als Downloads auf www.befreelance.net	> PowerPoint zur Einführung (Download) > Ideenentwicklung (PDF-Download) > Umsetzung Fotografie (PDF-Download) > Umsetzung Illustration (PDF-Download) > Teilnahmetalon (PDF-Download) > Gestaltungsmaterial und Fotoapparate > evtl. PCs oder Laptops für Text-Bild-Bearbeitung optional > > Tipps für die Sprachgestaltung (PDF-Download) optional > > Aufbau und Wirkung eines Plakates, inhaltlich (PDF-Download) optional > > Aufbau und Wirkung eines Plakates, formal (PDF-Download) optional > > Qualitätskriterien eines Plakates (PDF-Download)



Einführung

> Jugendliche als Multiplikator:innen

Beim «befreelance-contest» kreieren kreieren Jugendliche Präventionsbotschaften für Gleichaltrige in Text und Bild. In einer ersten Phase entwickeln sie Ideenskizzen, die in einer zweiten Phase gemeinsam mit Grafiker:innen in Ausbildung weiterbearbeitet und umgesetzt werden.

> Inhaltsstarke Botschaften dank Themenkompetenz

Das Entwickeln von Botschaften bedarf einer Auseinandersetzung mit dem Thema. So bieten die «befreelance»-Aufgabensets zu den Themenpaketen Tabak/Alkohol/Cannabis sowie zu den digitalen Medien den Schüler:innen die Möglichkeit, sich mit verschiedenen Aspekten zu beschäftigen und eine aussagekräftige visuelle und verbale Botschaft zu entwickeln. Werden Botschaften in Text und Bild erarbeitet, ohne sich vorher vertieft mit dem entsprechenden Thema auseinanderzusetzen, sind die Ergebnisse in der Regel relativ «flach» und meist nur problemorientiert. Solche Ideen haben kaum eine Chance auf Weiterentwicklung und Realisation.

> Die Idee zählt

Wir suchen primär Ideen von guten Text- und Bildkombinationen. Die Entwürfe können von Hand erarbeitet werden, als Illustrationen, Collagen oder als Bild-Text-Gestaltungen am Computer. Nicht alle Schulen verfügen über die notwendige Software, um eine Idee gestalterisch am Computer zu realisieren. Die Jury beurteilt vor allem die Idee und weniger die Umsetzung. Die Realisation der prämierten Arbeiten erfolgt durch lernende Grafiker:innen.

Kompetenzen

- > Die Schüler:innen können Kommunikationsideen entwickeln und diese den technischen Möglichkeiten entsprechend umsetzen (Vermittlungskompetenz)
- > Sie wissen Ideen kritisch zu hinterfragen und weiterzuentwickeln (Reflexionskompetenz)
- > Sie kennen den Unterschied zwischen problemorientierter und lösungsorientierter Kommunikation (Vermittlungskompetenz)
- > Sie vertiefen ihr Wissen zu einem bestimmten Thema (Themenkompetenz)

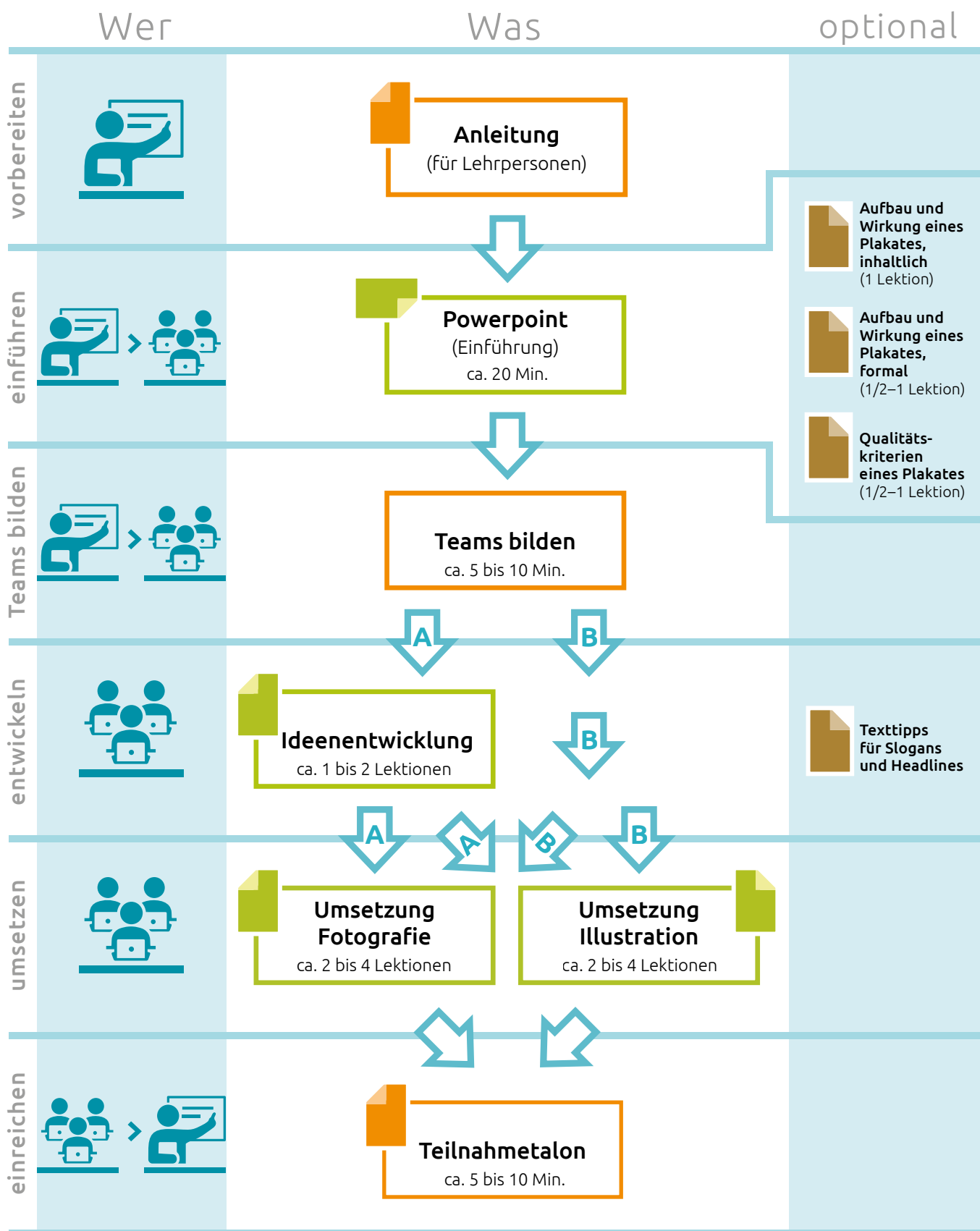
Fachliche Kompetenzen nach Lehrplan 21 ausgehend vom Einsatz aller Contest-Hilfsmittel:

- > Bildnerisches Gestalten: BG.1.A.1.c, BG.1.A.2.1c, BG.1.A.3.c–d, BG.1.B.1.1c, BG.1.B.1.2c, BG.2.A.1.c, BG.2.A.2.d–f, BG.3.B.1.1c, BG.3.B.1.2c
- > Medien und Informatik: MI.1.1.g, MI.1.2.f/h, MI.1.3.f
- > Deutsch: D.4.B.1.f, D.4.C.1.g, D.4.D.1.e, D.4.G.1.g
- > Ethik, Religionen, Gemeinschaft: ERG.1.1.d, ERG.2.2.e

Weitere fachliche Kompetenzen je nach Thema, das für die Entwicklung einer Text-Bild-Botschaft aufgenommen wird.

Vorbereitung

- > Diese Anleitung studieren und Einführungs-PowerPoint sichten
- > Je nach Vorgehen, Zeitressourcen und Lernvoraussetzungen entsprechende Hilfsmittel sichten und Arbeitsblätter kopieren
(siehe www.befreelance.net > Contest)



- verpflichtend für die Teilnahme
- als Leitfaden
- zur Vertiefung



Sinn und Nutzen des Wettbewerbs

- > Das Erarbeiten von Plakatideen dient der Sicherung der erworbenen Kompetenzen und der Förderung der Nachhaltigkeit: Die Jugendlichen setzen sich intensiver mit den Themen auseinander und entwickeln Botschaften für Gleichaltrige. So findet eine aktive Auseinandersetzung dort statt, wo sie ihre Wirkung entfalten soll. Jugendliche wollen sich nicht nur etwas sagen lassen, sondern sich selbst ausdrücken und ihre Meinung kundtun. Bei diesem Plakatwettbewerb werden sie selbst zu Botschafter:innen.
- > Die Schüler:innen lernen mit der Erfahrung, wie Werbung gemacht wird, ihren Blick zu schärfen, um Werbung zu entschlüsseln. Dies ist 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 Suchtverhalten bereitet. In der Suchtmittelwerbung (Tabak/Alkohol) sowie in der Werbung für Games und Online-Glücksspiele werden Bedürfnisdefizite vor Augen geführt. Diese werden mit Identifikationsanreizen gepaart und vermitteln, dass durch den Konsum bestimmter Produkte ein Bedürfnis gestillt oder ein bestimmtes Image sowie die Zugehörigkeit zu einer auserwählten Gruppe erreicht werden kann. Diese Aspekte stehen in direktem Zusammenhang mit dem Thema Abhängigkeit.

Die oben beschriebene Lernerfahrung wird vor allem durch die optionalen Unterrichtseinheiten «Aufbau und Wirkung eines Plakates aus inhaltlicher und formaler Sicht» sowie «Qualitätskriterien» vermittelt und gefördert.

Herausforderung

- > Jugendliche neigen bei der Entwicklung von Ideen manchmal dazu, die Problematik auf möglichst emotionalisierende Art und Weise darzustellen. Beispiele sind Cybermobbing-Opfer beim Suizid, Grab- und Sargszenen, trauernde Angehörige von Drogenopfern, halbtote Rauschtrinker, die auf dem Boden öffentlicher Toiletten liegen, oder eine Raucherlunge, die nach der Leichenobduktion am Fleischerhaken hängt. Lösungs- und nutzenorientierte Botschaften wirken nachhaltiger als problemorientierte Darstellungen. Ein Problem ist relativ schnell erkannt – und jetzt? Diese Frage gilt es zu beantworten, ebenso wie auch die Frage nach vorbeugenden Aspekten (reale Sinneserlebnisse, Zuwendung, Bestätigung, das Gefühl etwas wert und akzeptiert zu sein usw.). Was bringt den Jugendlichen ein verantwortungsbewusster Umgang mit digitalen Medien? Was haben Jugendliche und Erwachsene allgemein für einen Nutzen, wenn sie nicht vom Medienkonsum oder vom Tabak-, Alkohol- und Cannabiskonsum abhängig sind? Gelingt es auch «cool» zu sein, ohne Rauch und Rausch? Motivieren Sie Ihre Schüler:innen lösungs- und nutzenorientierte Botschaften zu entwickeln.