

Workshop 7: Bildungsmarkt Film

Leitfragen:

- Wie sieht Ihr Produktangebot aus, nach welchen Kriterien wird es erstellt und an welche Zielgruppen richten Sie sich?

bpb:

- *Produktangebot: siehe Text „Materialien und Formate“*
 - *Kriterien: Themenauswahl gemäß bpb-Schwerpunkten (z. B. Afrika) sowie aktuelle gesellschaftspolitische Themen*
 - *Zielgruppen: alle Jahrgangsstufen, alle Schultypen (Filmhefte insbesondere zu Filmen mit Altersempfehlung ab 14 Jahren; Kinoseminare auch für diese Altersgruppe, aber im Rahmen der Schulfilmwochen/Schulkinowochen auch für Grundschulen; zuletzt: Filmfestival Lucas)*
- Welche Kooperationen gehen Sie in der Erstellung Ihrer Begleitmaterialien mit anderen Institutionen/Unternehmen ein und welche Unternehmensstrategie liegt dem zugrunde?

bpb:

- *public-private-partnerships mit Filmverleihern bei Filmheften und DVDs*
 - *Strategie: Filmverleiher sollen medienpädagogische Begleitmaterialien von Beginn an als Budget einplanen; professionell erstellte, unabhängige Materialien zu Filmen können die Kinoauswertung deutlich unterstützen*
 - *Unabhängigkeit muss gegeben sein*
 - *freierer Zugriff für Medienpädagogen/innen auf Film- und Bildmaterial wäre für eine angemessene Bearbeitung aktueller Filme sehr wünschenswert*
- Welche filmpädagogischen Produkte und Formate existieren und in welche Richtung entwickelt sich Ihrer Einschätzung nach der Markt für filmpädagogische Begleitmaterialien?

bpb:

- *siehe Text „Materialien und Formate“*
- *Weiterentwicklung: Ergänzung der Filmhefte um oder Einbettung in multimediale Formate (DVD, CD-ROM, Online-Dossiers)*

- Warum ist Filmbildung wichtig, und wo liegen die Chancen und Herausforderungen von Filmbildung in Deutschland?

bpb:

- *Filmkompetenz ist Bestandteil allgemeiner Medienkompetenz*
- *Bildkommunikation hat in unserer Gesellschaft einen bedeutenden Stellenwert*
- *audiovisuelle Kommunikationsformen bedürfen nur scheinbar keiner Vermittlung – aber auch für die Gestaltung und Art und Weise, wie Bilder Informationen und Meinungen „in Szene setzen“, muss sensibilisiert werden*
- *politisches Ziel: selbständige, aktiver und kritischer Umgang mit Bildmedien*
- *kulturelles Ziel: Film als Kulturgut, das aufgrund des Stellenwerts von visuellen Medien in Jugendkulturen einen leichteren Zugang ermöglicht*
- *die filmpädagogische Begleitung ist auch für die Filmbranche von Interesse; zur Erstellung der Materialien – die unabhängig sein müssen und keine Presstexte sein dürfen – sollte vorab ein entsprechendes Budget eingeplant werden*
- *Vermittlungskompetenz der Lehrer/innen muss schon in deren Ausbildung gefördert werden, damit das Vergnügen am Kinobesuch nicht durch die Besprechung im Unterricht zunichte gemacht wird*
- *eine große Herausforderung liegt in der Implementierung von Filmbildung in schulische Curricula*