

BUCHTRAILER ODER: MARKETING FÜRS LESEN

Was der Klappentext für das Buch, ist der Trailer für den Film: Er soll Appetit machen auf das ganze Produkt. In Zeiten der Medienkonvergenz wird Literatur, u.a. Jugendliteratur, auch mit filmischen Mitteln vermarktet, über Buchtrailer. DANIEL AMMANN, STEFAN BRÜLHART und BEAT KÜNG nutzen die Herstellung eines Buchtrailers zur Leseförderung und zur Förderung von Kreativität und Medienkompetenz: Drei Männer, drei Erfahrungen.

LESEFÖRDERUNG MIT VIEL GETÖSE

Bombastische Musik, kaleidoskopische Szenen, unheimliche Geräusche, animierte Schrift und eine beschwörende Stimme aus dem Off ... Was wie ein Trailer für einen Hollywood-Blockbuster daherkommt, kann auch Marketing für ein Buch sein. Mit originell gestalteten Videoclips von einer halben bis zwei Minuten Länge werben Verlage für ihre Bücher. Dabei kann nicht auf bestehendes Filmmaterial zurückgegriffen werden: Buchtrailer inszenieren, was erst als gedruckter Text vorliegt.

Bei szenischen Buchtrailern wird zwar mit eigens gedrehtem Material, mit Collagen aus «Found Footage» oder zusammengeschnipselten Versatzstücken aus Spielfilmen gearbeitet, aber in der Regel sind die MacherInnen bei der Visualisierung der Buchgeschichte eher zurückhaltend. Im Vordergrund stehen Stimmung und Emotion, denn ein Buchtrailer für einen Jugendthriller oder ein Zukunftsabenteuer regt nicht nur zum Kauf des Produkts an, sondern stellt ein fesselndes Lese-Erlebnis in Aussicht. Die «audiovisuellen Klappentexte» vermitteln einen Vorgeschmack auf Setting und Atmosphäre der Geschichte. Zu den bevorzugten Gestaltungsmitteln zählen schnell geschnittene Einstellungen, verfremdete Bilder und Computeranimation. Verspricht die Lektüre vor allem Action, kommen rasante Fahrten, Zooms und Reisschwensks zum Einsatz. Aber auch ruhige und weniger aufwendige Umsetzungen können ihre Wirkung entfalten. Nicht selten arbeiten Buchtrailer mit symbolischen Motiven, einfachen Grafik- und Audioelementen oder erwecken auf effektvolle Weise das bestehende Buchcover zum Leben.

Ob in der Schule, in der Jugendarbeit oder auf Hochschulebene: Anliegen der Leseförderung lassen sich in der Arbeit mit Buchspots auf attraktive Weise mit Zielen der Medienbildung verknüpfen. Da zu einem bestimmten Titel oder einer Buchreihe oft mehrere Trailer vorliegen, können unterschiedliche Produktionen analysiert, verglichen und bewertet werden. Falls einzelne Romane bereits als Filmadaption oder

Computerspiel greifbar sind, eröffnen sich für die Beschäftigung mit Texten, Medien und Genres weitere Möglichkeiten.

Mit der Produktion eigener Beiträge können SchülerInnen nicht nur persönliche Empfehlungen und Buchkritiken formulieren, sondern bestimmte thematische Aspekte eines Romans als kreative Medienarbeit in der Klasse oder im Internet präsentieren. Warum nicht einmal den «Räuber Hotzenplotz» oder «Die wilden Hühner» für einen Buchtrailer mit Handpuppen oder als Legetrick inszenieren? Oder «Twilight», «Krabat» oder «Die Tribute von Panem» anhand eigener Zeichnungen, Fotos oder Standbildern aus der Verfilmung erzählen? Textpassagen können von den SchülerInnen selbst eingelesen und am Bildschirm illustriert oder als comicartiges Storyboard gestaltet und mit passendem Erzählkommentar abgefilmt werden. Vielleicht wollen die jugendlichen LeserInnen Interviews mit fiktiven Figuren führen oder realisieren den Buchtrailer sogar als witzige Parodie. Auf spielerisch-kreative Weise lässt sich so der Umgang mit Literatur im Unterricht erweitern und Medienkompetenz aktiv fördern.

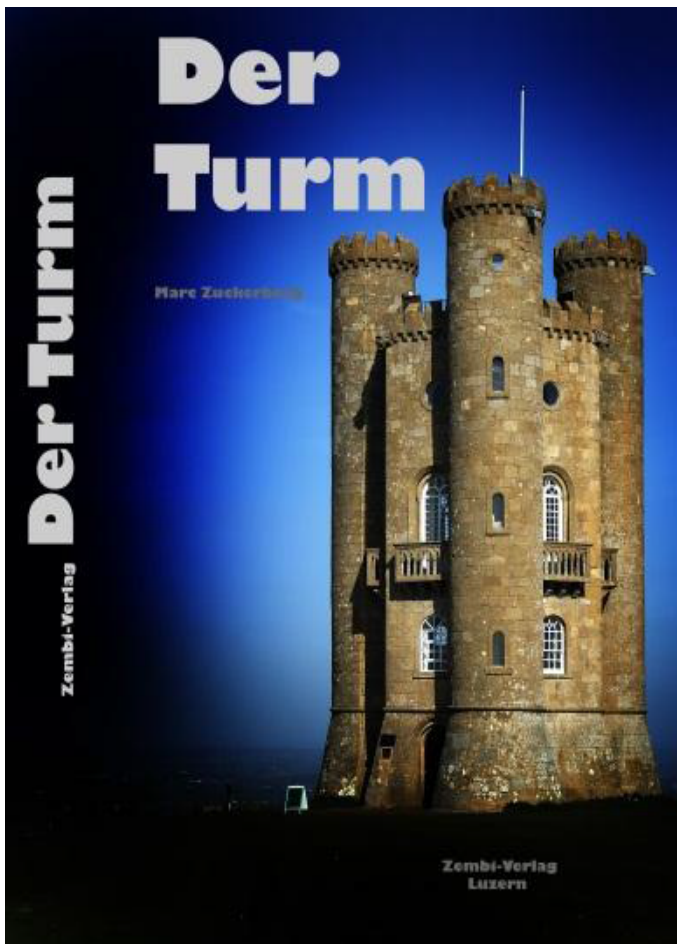
DANIEL AMMANN*

BUCHTRAILER ALS KLASSENPROJEKT

Im Kanton Luzern hat das Zentrum Medienbildung der Pädagogischen Hochschule Luzern 20 Schulklassen der 3. bis 9. Klassen zum Projekt «Buchtrailer» eingeladen. Die Klassen lasen zunächst je drei stufengerechte Neuerscheinungen. Nach dem Lesen produzieren die Lernenden in Gruppen verschiedene Buchtrailer. Unterstützt wurden sie dabei von den beteiligten Lehrpersonen, die sich das technische und didaktische Know-how in einem Workshop angeeignet hatten. Wie muss man sich nun aber die Arbeit mit der Klasse vorstellen?

Der Zeitaufwand für vollständige Eigenproduktionen ist gross, umso wichtiger ist es, auf ein kompaktes, spannend geschnittenes Endprodukt hinzuzielen. Lernende tendieren dazu, selber hergestelltes Material eher unkritisch und mit Überlänge zu übernehmen. Auch die Verwendung von Fremdmaterial ist möglich. Dabei spielt neben dem Einverständnis abgebildeter Personen auch die Lizenzierung von

* DANIEL AMMANN ist Dozent für Medienbildung und Mitarbeiter des Schreibzentrums der PH Zürich.



Trailer kann man auch zu einem nicht existierenden Buch produzieren: zwei Beispiele fiktiver Buchcover, die zum Ausgangspunkt für einen Buchtrailer wurden. Besonders spannend wird es, wenn am Ende zu Cover und Trailer auch wirklich die noch fehlende Geschichte geschrieben wird.

Fotos und Videos eine wichtige Rolle. Man kann bei dieser Gelegenheit Lizenzierungsmodelle wie Creative Commons sowie die Gratis-Download-Unkultur in der Schweiz thematisieren. Die Luzerner Projekte wurden mit einem Schlussanlass im Kino Bourbaki in Luzern mit einer Präsentation der Trailer auf grosser Leinwand abgeschlossen. Alle Videos sind zusätzlich auf der Website des Zentrums Medienbildung zu finden. Einen Trailer kann man aber auch zu einem nicht existierenden Buch oder einem noch zu schreibenden Text produzieren. In einem solchen Fall bietet der Trailer kreative Möglichkeiten in der Welt des Schreibens und der digitalen Medien. Man beginnt ein solches Projekt mit der Gestaltung eines fiktiven Buchcovers mit frei erfundenem Titel, Autor und Verlag sowie einem Klappentext, der die noch nicht geschriebene Geschichte skizziert, aber vieles offen lässt. In einem zweiten Schritt folgt die Produktion des Buchtrailers, der Stimmungen und Eckpunkte der Story zeigen soll. Allerdings sollte man sich bewusst sein, dass man dabei Vorgaben für die noch zu schreibende Geschichte konstruiert. Diese sollte übrigens unbedingt auch wirklich geschrieben werden, schliesslich sind derart motivierende Schreibangebote in der Schule Mangelware.

BEAT KÜNG*

Links und Materialien:

www.phlu.ch/dienstleistung/zentrum-medienbildung

www.digitalpro.ch

* BEAT KÜNG ist Dozent und Mitarbeiter des Zentrums Medienbildung der PHZ Luzern.

* STEPHAN BRÜLHART ist Dozent für Medienpädagogik an der Fachhochschule Nordwestschweiz.

BUCHTRAILER AUF EINEM TABLET ODER SMARTPHONE

Das Smartphone oder das Tablet ist für die meisten Jugendlichen ein ständiger Begleiter. Das folgende Miniprojekt soll zeigen, wie die digitalen Leichtgewichte im Unterricht zur Herstellung eines eigenen Medienproduktes genutzt werden können. Die multimediale Lernaufgabe bietet sich als Modell für die Fächer Deutsch, Bildnerisches Gestalten und Musik an.

Gearbeitet wird mit Fotografie, Grafik, Video und Audio. Das hört sich nach aufwendiger Infrastruktur an. Der BYOD-Ansatz (Bring Your Own Device) soll jedoch zeigen, dass sich sehr gut mit den Geräten arbeiten lässt, die Schülerinnen und Schüler bereits auf sich tragen. Tablets und Smartphones erlauben dank einfach zu bedienender Apps (Applikationen) ein intuitives Arbeiten. Jugendliche kennen die meisten Funktionen dieser Apps, und die eigenen Geräte sind ihnen vertraut. Dies entlastet die Lehrperson. Ein Smartphone oder Tablet wie das iPad und das iPhone ist gleichzeitig Notizbuch, Skizzenblock, Videokamera, Audioaufnahmegerät, Videoschnittplatz, Kino, E-Book und ermöglicht den Zugang zum Internet.

Das Tablet lässt sich so in der Rolle als Drehbuchautor, Regisseur, Kameramann, Musiker und Cutter nutzen. Der erstellte Trailer lässt sich – mit Einverständnis aller Beteiligten (Datenschutz) – direkt aus dem Schnittprogramm im Internet publizieren (YouTube, Vimeo) oder auf den PC-Stationen der lokalen Bibliothek verwenden.

STEPHAN BRÜLHART*

«BUCHTRAILER FÜR EINE BIBLIOTHEK»

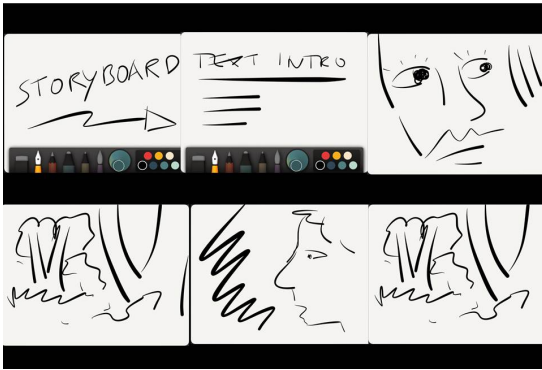
Ein Buchtrailer auf einem Tablet oder Smartphone in 90 Minuten von STEPHAN BRÜHLHART*.

Ein Projekt für vier Personen und zwei iPads.

KATEGORIE: Medienintegrierter Unterricht (Deutsch, Bildnerisches Gestalten, Musik)

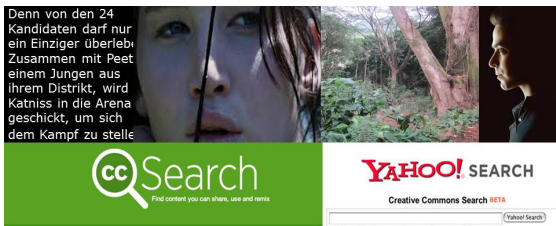
ZUTATEN: Internetzugang, 2 Tabletcomputer oder Smartphones

ZUBEREITUNGSZEIT: 2 x 45 Minuten



1. Storyboard erstellen.

Im Team Ideen entwickeln und schriftlich und zeichnerisch auf dem iPad festgehalten. Filmarbeit bedeutet Teamwork.



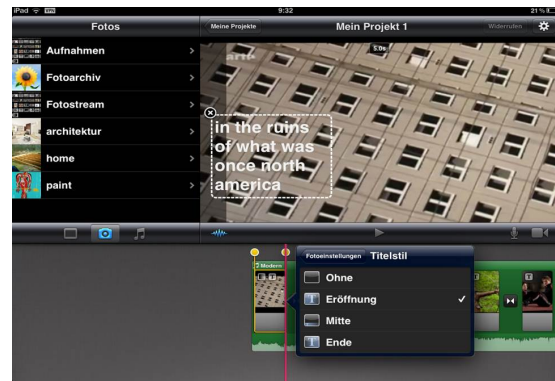
2. Bilder herstellen oder aus den Internet laden.

Clips mit Handy oder Tablet drehen oder fotografieren und/oder Bilder aus dem Internet nutzen (Creative-Commons-Lizenz beachten: <http://search.creativecommons.org>).



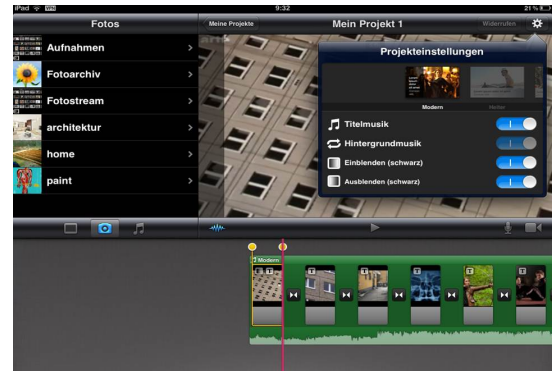
3. Bilder in iMovie einfügen.

Clips und Bilder mit einem Schnittprogramm (z.B. der App iMovie) zu einem Trailer (inkl. Vor- und Abspann sowie Übergänge) schneiden. Profis experimentieren mit Tricksequenzen oder mit der Funktion Green Screen.



4. Untertitel in iMovie einfügen (Montage).

Textzitate aus dem Buch und Untertiteln einfügen.



5. Audio in iMovie einfügen..

Neben dem Schnitt (Cut) Geräusche und Musik suchen (Urheberrechte/Creative-Commons-Lizenz beachten).



6. Stimme (Kommentar) in iMovie einfügen.

Möglichst würzigen Kommentar dazugeben.



7. Buchtrailer publizieren.

Trailer mit Einverständnis aller Beteiligten (Datenschutz) aus iMovie exportieren und veröffentlichen, z. B. als Video-datei für die lokale Bibliothek oder auf dem Netz.