

Video als länderübergreifende Symbolsprache?

Möglichkeiten und Grenzen interkultureller Kommunikation mit Video¹

Peter Holzwarth

Die Arbeit entstand im Zusammenhang mit dem internationalen Forschungsprojekt *VideoCulture*, das von 1997 – 2001 unter der Leitung und Koordination von Prof. Dr. Horst Niesyto an der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg durchgeführt wurde (vgl. <http://www.ph-ludwigsburg.de/medien1/forsch.htm>). Projektmitarbeiter aus fünf Ländern (Großbritannien, Ungarn, Tschechien, USA und Deutschland) untersuchten die Entstehung und Interpretation von Video-Eigenproduktionen Jugendlicher. Kurze, nonverbale Filme aus den fünf Ländern wurden produziert, ausgetauscht und von den Partnerjugendgruppen interpretiert. Es wurde untersucht, inwieweit durch das Zusammenspiel von Bildern und Musik Kommunikation über Länder- und Sprachgrenzen hinweg ermöglicht werden kann.

Ziel der Arbeit ist es, anhand von vier Fall- bzw. Filmbeispielen (aus Budapest, Prag, Ludwigsburg und London) Interpretationen von Jugendlichen mit geäußerten Ausdrucksabsichten zu vergleichen und auf diese Weise die Potentiale des Mediums Video für interkulturelle Kommunikation zu untersuchen.² Die Ergebnisse des Gesamtprojekts wurden in einer praxisorientierten und einer wissenschaftlichen Publikation veröffentlicht (Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden Württemberg 2001; Niesyto 2003).

Interkulturelle Symbolproduktion und interkulturelles Symbolverstehen Jugendlicher vollziehen sich im Kontext kultureller Globalisierung. Dieser ambivalente Prozess lässt sich durch Vernetzungs-, Vereinheitlichungs- und Differenzierungstendenzen kennzeichnen und kann für Menschen – je nach sozialem, ökonomischem und kulturellem Hintergrund – Chancen, aber auch Gefahren bedeuten. Featherstones Konzept „third cultures“ (1995) stellt in diesem Zusammenhang ein interessantes Deutungsmuster dar: Durch Prozesse kultureller Globalisierung werden Menschen an verschiedenen Orten der Welt in gemeinsam geteilte Bedeutungsnetze verwoben. Zusätzlich zu lokalen Bedeutungswelten gewinnen diese gemeinsamen dritten Kulturen an Gewicht und stellen ein Potential für interkulturelle Kommunikation und Verständigung dar.

Vier Videobeispiele aus London, Budapest, Ludwigsburg und Prag wurden ausgewählt, um verschiedene Länder zu repräsentieren und um ein Spektrum an verschiedenen Ausdrucksformen analysieren und vergleichen zu können.³



1

Das in London produzierte Video *Equilibrium* steht für eine assoziativ-clipartige Kommunikationsform, die den Zuschauern großen interpretatorischen Spielraum lässt. Assoziativ-clipartige Kommunikationsformen enthalten Aspekte, die keine klaren zeitlichen, räumlichen und kausalen Verknüpfungen aufweisen.



2

Der von Jugendlichen aus Budapest gemachte Film *Ganxtamovie* repräsentiert eine genrebezogene narrative Ausdrucksform, die eine klare Geschichte erzählt. Narrative Kommunikationsformen enthalten eine Zeit- und Kausalitätsstruktur.



3

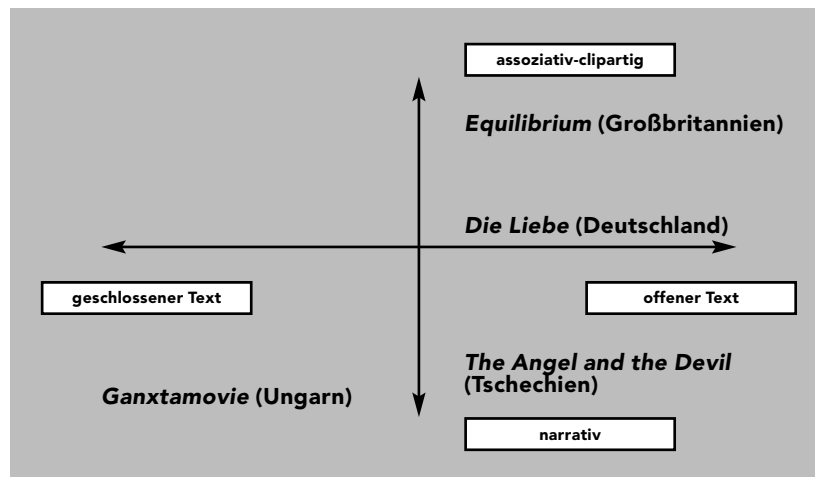
Das von jungen Migrantinnen in Deutschland produzierte Video *Die Liebe* enthält sowohl narrative als auch assoziative Elemente und gibt einen semantischen Rahmen vor, der gleichzeitig viel interpretatorische Bewegungsfreiheit enthält. Damit nimmt dieser Film eine mittlere Position zwischen den beiden erstgenannten ein.⁴



4

Auch der in Prag entstandene, vor allem narrativ angelegte Film *The Angel and the Devil* nimmt eine Mittelposition ein. Durch narrative Inkonsistenzen entsteht nicht intendierte interpretatorische Offenheit.

Das nachfolgende Schaubild verortet die vier Fallbeispiele auf dem Kontinuum „Offenheit“ und „Geschlossenheit“ (Horizontale) sowie zwischen den Polen „narrative Ästhetik“ und „assoziativ-clipartige Ästhetik“.



Der Ansatz „Interkulturelle Kommunikation mit Video“ ermöglicht Jugendlichen, Gefühle, Erfahrungen und z. T. auch kurze Geschichten mitzuteilen. Je nachdem, ob es sich um eher offene oder eher geschlossene Videos handelt (bzw. ob ein Video als eher offen oder geschlossen wahrgenommen wird), entstehen eher alternative oder eher übereinstimmende Lesarten. Offenerer Produkte lassen im Vergleich zu eher geschlossenen ein breiteres Spektrum an Lesarten zu. Vor allem bei offenen und mehrdeutigen Produktionen sind der emotionale Zugang, der spielerische Umgang mit Bedeutungen und der Anschluss des Produkts an die Subjektivität des ‚Lesers‘ von großer Wichtigkeit.

Bei den Produktionen spielen unterschiedliche Arten von Symbolen eine Rolle. Von besonderer Bedeutung sind diejenigen Symbole, für die sich aufgrund gemeinsamer (Medien-) Erfahrungen in den verschiedenen Ländern eine ähnliche Bedeutung etabliert hat, z. B. Herz, Rose, Dornen, *Titanic*-Szenen (vgl. *Die Liebe*) oder Szenen, die sich an *Pulp Fiction* oder *Men in Black* anlehnen (vgl. *Ganxtamovie*). Auch bestimmte Medienformen, die länderübergreifend bekannt sind, spielen im Prozess der Aneignung eine Rolle (Videoclip, Spielfilm, Kunstfilm), ebenfalls bestimmte Genres (z. B. das Gangstergenre bei *Ganxtamovie*). Jugendliche aus verschiedenen Ländern können im Rahmen medienvermittelter Kommunikationsprozesse auf gemeinsam geteilte Bedeutungswelten und Symbolvorräte zurückgreifen, im Sinne Featherstones könnte man sagen, dass sie bis zu einem gewissen Grad an „third cultures“ teilhaben. Alternative Lesarten (Abweichungen zwischen Ausdrucksabsicht und Interpretation) kommen vor allem durch den Gebrauch von Symbolen zustande,

die nur innerhalb spezieller kultureller Gruppen eine bestimmte Bedeutung haben (kulturspezifische Symbole).

Das Konzept „Interkulturelle Kommunikation mit Video“ hat sich bewährt. In bestimmten Bereichen erscheinen Weiterentwicklungen interessant. Das internationale EU-Praxisforschungsprojekt *CHICAM – Children in Communication about Migration* stellt eine erste Weiterführung dar.⁵ Kinder mit Migrations- bzw. Fluchthintergrund zwischen zehn und vierzehn Jahren aus Großbritannien, Schweden, Griechenland, Italien, den Niederlanden und Deutschland arbeiten mit Fotografie und Video, tauschen ihre Produktionen über das Internet aus und kommunizieren über ihre Erfahrungen. Das Projekt verfolgt das Ziel, das Potential neuer Medien für interkulturelle Kommunikation, Reflexion und Integration zu untersuchen. Mit der Vermittlung von Medienkompetenz und Ausdrucks- und Reflexionsfähigkeit sollen die Kinder zudem zu gesellschaftlicher Teilhabe befähigt werden. Es ist geplant, die Produktionen der Kinder unterschiedlichen Öffentlichkeiten zugänglich zu machen, um im sozialen Umfeld der Kinder, in lokalen Institutionen (z. B. Schulen) und in politischen Institutionen ein stärkeres Bewusstsein für die Lage von Kindern aus Migrations- und Fluchtkontexten zu schaffen.

Dipl.-Päd. Peter Holzwarth hat an der Universität Tübingen Erziehungswissenschaft studiert. Er war Mitarbeiter im internationalen Forschungsprojekt VideoCulture an der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg und ist dort zurzeit tätig im internationalen EU-Forschungsprojekt CHICAM. Seine Magisterarbeit wurde beim Wettbewerb um den Medienpädagogischen Nachwuchspreis (WAL) der GMK und FSF lobend erwähnt.

Anmerkungen:

1 Die Diplomarbeit *Möglichkeiten und Grenzen interkultureller Kommunikation mit Video* (Universität Tübingen/Pädagogische Hochschule Ludwigsburg) ist als CD-ROM-Version (ohne Bilder) in der wissenschaftlichen Dokumentation des Projekts *VideoCulture* veröffentlicht (Niesyto 2003).

2 Die Aussageabsichten (Intentionen) der Produzenten wurden anhand von drei offenen Fragen erhoben. Die Deutungen und Assoziationen der interpretierenden Partnergruppen wurden mit einem offenen Fragebogen und mit Gruppeninterviews gewonnen.

3 Die vier Videobeispiele sind auf der Begleit-CD-ROM von Niesyto (2003) enthalten.

4 Zu dieser Produktion ist eine Fallstudie entstanden (Holzwarth/Maurer 2001, Holzwarth/Maurer 2003).

5 Vgl. <http://www.chicam.net>, <http://www.ph-ludwigsburg.de/medien1/chicam.htm> und Holzwarth/Maurer/Niesyto 2002.

Literatur:

Featherstone, M.: *Undoing Culture. Globalization, Postmodernism and Identity*. London 1995.

Holzwarth, P./Maurer, B.: *Aesthetic Creativity, Reflexivity and the Play with Meaning: A VideoCulture Case Study*. In: Buckingham, D. (Hrsg.): *Journal of Educational Media*, Vol. 26, No. 3/2001. Special Issue on *VideoCulture*, S. 185 – 202.

Holzwarth, P./Maurer, B.: *Kreative Bedeutungskonstruktion und ästhetische Reflexivität im Spannungsfeld von Symbolproduktion und Symbolverstehen. Eine fallbezogene Analyse*. In: Niesyto, H. (Hrsg.): *VideoCulture. Video und interkulturelle Kommunikation*. München 2003.

Holzwarth, P./Maurer, B./Niesyto, H.: *CHICAM – Children in Communication about Migration*. In: Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V.: *.nexum das Netzwerk*. Heft 8/2002, S. 19 – 21.

Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (Hrsg.): *VideoCulture. Interkulturelle Kommunikation, Schule, Videoarbeit*. Donauwörth 2001.

Niesyto, H. (Hrsg.): *VideoCulture. Video und interkulturelle Kommunikation*. München 2003.

Kontakt:

<http://www.chicam.net>
<http://www.ph-ludwigsburg.de/medien1/PeterHolzwarth5.html>