

Lebenswelt Hochschule. Medienästhetische Erkundungen

* **Zum Seminarplan**

Ausgabe 8 / 2006

Ludwigsburger Beiträge zur Medienpädagogik

LUB@M 2006

Jugend, Medien und symbolischer Selbstaussdruck

HORST NIESYTO

Jugendliche und Mediensymboliken

Die große Bedeutung audiovisueller Medien für die heutige Jugendgeneration konnte in verschiedenen Jugendmediestudien belegt werden (für den deutschsprachigen Raum vgl. u. a. Baacke 1990, Charlton/Neumann 1992). Audiovisuelle Medienangebote bieten Jugendlichen Möglichkeiten für Formen symbolischer Kreativität, für einen eigensinnigen Umgang mit dem gesellschaftlichen Symbolvorrat. Es ist davon auszugehen, dass sich diese medienvermittelten Formen des Welterlebens stets im Spannungsfeld von vorfabrizierten Mediensymboliken und subjektiven Aneignungsleistungen entwickeln. Diese Annahme bezieht sich auf subjekt- und kulturbezogene Forschungen in der allgemeinen Sozialisationsforschung sowie in der Kinder- und Jugendmedienforschung, die die zentrale Rolle *handlungsleitender Themen* für die Verarbeitung von Mediensymboliken herausarbeiten konnten (u. a. Paus-Haase/Schorb 2000). Die neuen, digital erzeugten Ästhetiken verstärken die medienvermittelte Symbolsozialisation durch fließende Übergänge zwischen realen und fiktiv-virtuellen Darstellungen. Multimediale und interaktive Formen medialer Kommunikation führen zu komplexen Symbolgebilden. Jugendliche erfahren, dass Aussagen über soziale Wirklichkeiten eng mit medialen Konstruktionen und Inszenierungen zusammenhängen und entwickeln selbst medienbezogene Sprach- und Ausdrucksformen. Diese medienbezogenen Sprach- und Ausdrucksformen werden durch medienästhetische Formen wie Musikclips, Lifestyle-Werbung und Internet-Präsentationen internationalisiert. Solche Medienangebote ermöglichen für Jugendliche symbolische Grenzüberschreitungen und jugendkulturelle Stilbildung – jenseits lokaler, sozialraumbezogener Einbindungen. Dabei sprechen der präsentative Charakter der Bildsprache und der Musik, die synästhetischen Dimensionen (Zusammenspiel von Bild, Musik, Körperbewegung) in besonderer Weise sozial-emotionale Bedürf-

nisse von Jugendlichen an (Belgrad/Niesyto 2001; Niesyto 2003).

Förderung des symbolischen Selbstaussdrucks mit Medien als wesentliche Aufgabe moderner Medienpädagogik

Lange Zeit konzentrierten sich medienerzieherische Bemühungen auf die Bewahrung von Kindern und Jugendlichen vor negativen Medieneinflüssen. Im Mittelpunkt stand die Frage: „Was machen Medien mit Kindern und Jugendlichen? Wie wirken sie auf ihr Denken und Verhalten ein?“ Diese Frage ist auch heute wichtig - Medienangebote haben einen Einfluss auf die Sozialisation. Ein kritischer und reflexiver Umgang mit Medien bedarf pädagogischer Begleitung, ästhetischer Anregung und ethischer Diskussion - allerdings nicht in bevormundender Form.

Die Art und Weise, wie Jugendliche Medien nutzen, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Wichtig sind besonders das Alter, soziale und bildungsmäßige Voraussetzungen, auch Geschlechtsunterschiede. Unter Kindern und Jugendlichen gibt es verschiedene Stile des Umgangs und der Nutzung von Medien, unterschiedliche Medienwelten. Wer medienpädagogische Angebote entwickeln möchte, benötigt Kenntnisse über diese verschiedenen Medienwelten. Aktive Medienarbeit, die den symbolischen Selbstaussdruck fördern möchte, knüpft an den Lebens- und Medienerfahrungen von Kindern und Jugendlichen an und macht den Schritt von der Mediennutzung zur Medienproduktion.

- *Bedürfnis- und Lebensweltorientierung*

Die mit der Mediennutzung verbundenen Bedürfnisse Teil der lebensweltlichen Erfahrungen von Kindern und Jugendlichen verstanden werden. Medienwelten sind keine „Sonderwelten“, sondern integraler Bestandteil alltäglichen Handelns. Medien enthalten ästhetisch-symbolische Angebote, die Kinder und Jugendliche für ihre Orientierungs- und Sinnsuche aufgreifen und auf dem Hintergrund ihrer jeweils handlungsleitenden Themen verarbeiten. Kinder und verfügen in der Regel über ein hohes Maß an Medienrezeptionserfahrungen, an denen medienpädagogisch angeknüpft werden kann.

- *Erfahrungsorientierung*
Kinder und Jugendliche sollen die Chance haben, ihre lebensweltlichen Erfahrungen zu verarbeiten. Hierfür nutzen Kinder und Jugendliche unterschiedliche Gelegenheiten und Orte. Sie können heute viel selbständiger als früher unabhängig von Erwachsenen Erfahrungen machen. Dies ersetzt jedoch nicht pädagogische Angebote und Prozesse, die im Arrangement verschiedener Personen, Materialien und Perspektiven Möglichkeiten zur Erfahrungserweiterung bieten. Im medienpädagogischen Bereich gehören hierzu vor allem die Auseinandersetzung mit Medienbotschaften und ihren ästhetisch-symbolischen Dimensionen (insbesondere der Konstruktivität medialer Wirklichkeiten), das Erkennen von Medieneinflüssen auf die eigene Orientierung und Identitätsbildung sowie die Reflexion von gesellschaftlichen Aspekten moderner Medienkommunikation. Erfahrungserweiterung auf den beschriebenen Ebenen muss zielgruppenspezifisch begleitet werden. Mediale Lernprozesse und Lernsettings für die gymnasiale Oberstufe müssen anders konzipiert werden als für die Arbeit mit Kindern und Jugendlichen aus Hauptschulumlieus.
- *Produktionsorientierung*
Kinder und Jugendliche sollen die Chance erhalten, mit Medien selbst zu produzieren, um an selbst erzeugten Texten, Bildern und Tönen zu lernen, welche Ausdrucks- und Kommunikationsmöglichkeiten es mit Medien gibt. Auf diese praktische, anschauliche Weise können sie sich die Umwelt symbolisch neu aneignen und eigene Erfahrungen, Phantasien und Gefühle ausdrücken. Zugleich bietet diese Produktionsorientierung Gelegenheiten, um sich medienspezifisches Wissen anzueignen, in kleinen Gruppen zusammenzuarbeiten und über das Öffentlichmachen von Eigenproduktionen ein Feedback zu erhalten und neue Kommunikationsräume zu erschließen.

Die Produktionsorientierung hat sich als *handlungsorientierte, aktive Medienarbeit* vor allem in der außerschulischen Bildungsarbeit zu einer Art „Königsweg“ der Medienpädagogik entwickelt: Die Verarbeitung eigener Themen in medienästhetischen Formen basiert auf Gestaltungsprozessen, die zugleich sozial-kommunikative und reflexive Dimensionen integrieren. Dabei hat sich gezeigt, dass diese handlungsorientierte Medienarbeit für Kinder und Jugendliche aus *bildungsmäßig und sozial benachteiligten* Verhältnissen besonders wichtig ist. Sie können ihre lebens- und medienweltlichen Erfahrungen sowie vorhandene Stärken im visuellen, audio-visuellen und körper-sprachlichen Ausdruck gut einbringen. Insbesondere der Ansatz der wahrnehmungs- und symbolorientierten Medienpädagogik (Röll 1998), der ein

großes Gewicht auf bildhafte Formen des Selbstausdrucks legt, kann neue Dimensionen jenseits „verkopfter“ Gestaltungs- und Lernkonzepte eröffnen. Es geht um die Förderung sozial-ästhetischer Lernprozesse, die konsequent an den subjektiv vorhandenen Bedürfnissen, Themen und Ausdrucksformen ansetzen und zugleich ästhetische Möglichkeiten für Differenzenerfahrungen bieten. Differenzenerfahrungen beziehen sich auf Prozesse der Erfahrungsbildung, die sich für Anderes und Neues öffnen und vorhandene Sichtweisen und Deutungsmuster von Welt hinterfragen und weiterentwickeln. So können z. B. bekannte, alltägliche Gegenstände und Situationen durch das Objektiv der Kamera in einem neuen Licht und mit neuer Bedeutung wahrgenommen werden - insbesondere dann, wenn die Objekte in ungewöhnlichen und extremen Perspektiven oder Einstellungsgrößen aufgenommen werden.



Öffnung der Schule durch handlungsorientierte Medienarbeit und Selbstausdruck mit Medien

Schule im 21. Jahrhundert kommt nicht umhin, sich ganz anders als bislang für die „Welt der Medien“ zu öffnen. Die Veralltäglichung medienvermittelter Kommunikationsformen hat Auswirkungen auf alle Fächer, auf die gesamte Art und Weise des Wissenserwerbs und der Erfahrungsbildung. „Crashkurse“ in Multimedia und medienpädagogische Broschüren reichen nicht aus. Notwendig ist ein grundlegendes Umdenken und Umgestalten - beginnend mit der Ausbildung an Hochschulen, über praxis- und schulortnahe Fort- und Weiterbildungen bis hin zu erheblich intensiveren Formen der Kooperation von Schule und außerschulischen Einrichtungen. „Öffnung von Schule“ umfasst im Bereich handlungsorientierter Medienarbeit und des Selbstausdrucks mit Medien vor allem folgende Dimensionen:

- Öffnung für die lebens- und medienweltlichen Erfahrungen der Schüler/innen; Thematisierung der Medienerfahrungen von Schüler/innen in verschiedenen Fächern, insbesondere

in Verbindung mit medienästhetischen Reflexionen. Welche Medienangebote nutzen Schüler/innen? Welche Bedürfnisse verbinden sie damit? Welche Lebensthemen werden durch Mediendarstellungen angesprochen? Welche Themen würden Schüler/innen selbst gerne mit Medien darstellen?

- Öffnung für Medieneinsatz im „Normalunterricht“: Praktische Übungen im Umgang mit verschiedenen Medien können auch in den regulären Unterricht integriert werden. Hierzu gehören z. B. Foto- und Videodokumentationen in verschiedenen Fächern, die Visualisierung von Gedichten („Video-Poetry“), Übungen zum musikalischen und visuellen Ausdruck von Gefühlen und Stimmungen (Kooperation von Musik, Bildende Kunst), das Einscannen und Nachbearbeiten von Bildern (verschiedene fachliche/thematische Kontexte), die Integration von Bildern und Grafiken in E-Mails. Voraussetzung hierfür sind bestimmte Rahmenbedingungen. Hierzu gehören die Benutzung eines multimedia-tauglichen Computerraums (Blockstunden), eine technische Basisausstattung im Klassenzimmer (neben Overhead-Projektor, Kassettenrecorder auch zwei bis drei Computerarbeitsplätze mit der Möglichkeit, Bilder einzuscannen sowie Töne und Bilder digital nachzubearbeiten), ästhetisches und medienpraktisches Grundwissen bei den Lehrkräften (vor allem über schulinterne bzw. schulnahe Fortbildungen) sowie die Bereitschaft und Fähigkeit zu einem schülerorientierten Unterricht, der offene Unterrichtsformen und freie Arbeit integriert.
- Öffnung für Projektunterricht, vor allem in Kooperation mit außerschulischen Einrichtungen: Erstellen von Eigenproduktionen mit Medien nicht als einmalige „Zugabe“ im Schuljahr, sondern als zu verankernde Grundform von Unterricht. Hierfür sind von Anfang an außerschulische Ressourcen zu nutzen (erprobte Konzepte, Personal, Geräte, Studios), um in Verbindung von Unterrichtseinheiten, AGs und Workshops (tageweise) intensivere Produktionsprozesse zu ermöglichen. Voraussetzung hierfür sind vor allem: Eine Bereitschaft zur Kooperation mit Kolleg/innen in außerschulischen Einrichtungen, mit Medienpädagog/innen, Medienkünstler/innen; flexiblere Öffnungszeiten von Bildstellen; Förderung von Formen mobiler Medienarbeit durch Kommunen und regionale Verbände („Medienbusse“, die von Schulen angefragt werden können); medienpädagogische Profilbildungen an verschiedenen Schulen.

Öffnung für die Kommunikation mit anderen Schulen sowie Jugendlichen aus anderen Kulturräumen: Lernen, eigene Themen auszudrücken

und sich selbst zu präsentieren; andere Produktionen mit Respekt betrachten, Lob und auch Kritik formulieren, Anregungen für die eigene Arbeit aufnehmen; die Sprache neuer, interaktiver Medien kennen und anwenden lernen; neue Kommunikationsformen erproben, die nicht auf Schriftsprache begrenzt sind (vor allem Integration von Bildern und Tönen/Musik zur Kommunikation von Bedürfnissen und Gefühlen; vgl. Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg 2001).

Grundsätze der Medienbildung mit Jugendlichen aus bildungsmäßig und sozial benachteiligten Verhältnissen

Dezentrale Zugangsformen

Aufsuchende Medienarbeit, mobile Angebote, lokale Vernetzung sind zu fördern, Schnupperangebote machen, dorthin gehen, wo die Jugendlichen sind. Schlecht sind: allgemeine Ausschreibungen; Ausschreibungen, die thematisch zu anspruchsvoll sind; Ausschreibungen, die über die Eltern die Jugendlichen erreichen möchten. Das funktioniert vielleicht noch bei Gymnasiasten, deren Eltern ihre Kinder für einen Kurs – z. B. bei einer Jugendkunstschule – anmelden. Bei Kindern und Jugendlichen aus sozial und bildungsmäßig benachteiligten Verhältnissen ist dies erfahrungsgemäß kein praktikabler, erfolgreicher Weg.

Präsentative Ausdrucksformen stärker integrieren

Der Begriff ‚präsentativ‘ geht auf eine Arbeit der Philosophin Susanne Langer (1987/1942) zurück. Sie grenzte „Präsentatives“ von „Diskursivem“ ab. Das *Diskursive*, das ist die Schrift und Wortsprache, die nacheinander, sequentiell, linear zu sprechen und zu erschließen ist. Wir müssen eines nach dem anderen lesen, damit wir den Sinn verstehen. „*Präsentativ*“ bedeutet „gegenwärtig machen“, betont ganzheitliche Ausdrucks- und Verstehensformen; wir können etwas auf einen Blick wahrnehmen und ihm Bedeutung zuschreiben. Bilder, Musik, Körperausdruck sind wesentliche präsentativ-symbolische Ausdrucksformen. Präsentative Ausdrucksformen sind gerade für Jugendliche wichtig, die Schwierigkeiten mit der Wort- und Schriftsprache haben. Unsere Überzeugung ist es, dass Bildungsarbeit auf allen Ebenen sehr viel stärker diese präsentativen Ausdrucks- und Kommunikationsmöglichkeiten einsetzen sollte – Bilder, Musik, Tanz usw. Unsere These ist, dass ein *integriertes Konzept einer umfassenden „literacy“* notwendig ist, das diskursive und präsentative Ausdrucks- und Kommunikationsformen in eine Balance bringt, das ein Navigieren mit diskursiven und präsentativen Codes ermöglicht. Wenn sich in der Bildungslandschaft in Deutschland Entscheidendes verändern soll, gerade in dem Bereich der Benachteiligtenförderung, dann müssen präsentative

Ausdrucksformen in einer ganz anderen Weise integriert werden! Und zwar nicht auf der Grundlage „mal ein Projekt oder eine Projektwoche machen“, sondern auf der Grundlage der *Nachhaltigkeit* – es geht um die systematische Verankerung von „visual literacy“, von präsentativ-symbolischen Ausdrucksformen in ein kommunikationskulturelles „Basis-Curriculum“.

Ästhetisch-kulturelle und arbeitsweltbezogene Kompetenzen miteinander verbinden

Jugendliche haben erst einmal das Bedürfnis, sich auszudrücken, Themen aufzugreifen, die sie in ihrer Freizeit beschäftigen; da bekommen sie auch Zugänge zum Selbstaussdruck mit Medien in unterschiedlichster Form. Zugleich erwerben sie im Umgang mit Medien Kompetenzen, die auch für arbeitsweltbezogene Bereiche wichtig sind: ästhetische, technische, soziale, kommunikative, methodische. Diese Verknüpfungsmöglichkeiten von „ästhetisch-kulturell“ und „arbeitsweltbezogen“ sollte man konzeptionell viel stärker im Auge haben – anstatt im Hinblick auf arbeitsweltbezogene Bereiche einseitig auf technisch-instrumentelle „Medienkurse“ zu setzen, die für die meisten Jugendlichen einfach zu langweilig sind und keine Motivation schaffen, um in die Tiefe zu gehen.

Spielerische und non-lineare Arbeitsweisen fördern

Heute leben wir in einer Zeit, in der wir mit einer enormen Fülle verschiedenartigster Informationen konfrontiert sind. Es geht nicht immer eindeutig und geradlinig voran, wir entdecken unterschiedliche Wege, um weiterzukommen, wir müssen unsere Horizonte erweitern, über den Zaun blicken. Dafür ist es notwendig, mehr *spielerisch* vorzugehen. Gleichzeitig braucht es aber auch einen Rahmen sowie gezielter Anregungen – das ist ein weiterer Erfahrungswert aus der Bildungsarbeit mit Jugendlichen aus sozial und bildungsmäßig benachteiligenden Verhältnissen. „Rahmen“ meint, eine gewisse Struktur bieten, aber auch genügend Zeit und Flexibilität, die eine Beweglichkeit ermöglicht. Beweglichkeit im Sinne von Experimentieren, von Ausprobieren. Das setzt ein relativ breites Spektrum von Kompetenzen voraus, gehört aber zu einer erfolgreichen, teilnehmerorientierten Medienbildung. Es ist zu hoffen, dass sich aus der verstärkenden Kooperation von Medienpädagogik mit der Kunst-, Musik- und Theaterpädagogik hierfür neue Impulse ergeben.

Präsentation und Kommunikation lernen

Selbstaussdruck mit Medien führt in der Regel zu Produkten. Produkte sind gegenständlich und können verschiedenen Publika zugänglich gemacht werden. Somit ist Selbstaussdruck mit

Medien potentiell in ein breites kommunikatives Setting eingewoben, in welchem die Produzent/innen Kommunikationsangebote machen, sich darstellen, inszenieren, auf sich aufmerksam machen, von dritten Personen Feedback und Anerkennung bekommen. Das Präsentieren, das Zeigen und Öffentlichmachen befähigt, zu dem eigenen Produkt zu stehen, Kritik auszuhalten, auf Kritik einzugehen. Das sind Schlüsselkompetenzen, die immer wichtiger werden. Wir wissen es aus vielen Projekten: das Präsentieren ist sehr wichtig für das Selbstbewusstsein und für die Ermutigung, die eigene Arbeit fortzusetzen. Um den eigenen Ansprüchen und den Rezeptionserwartungen eines potentiellen Publikums zu genügen, müssen die Produzenten auf die spezifischen kulturell und gesellschaftlich vernetzten Gestaltungs- und Darstellungsformen des jeweiligen Mediums zurückgreifen. Je mehr die Medienproduzent/innen über die spezifischen Darstellungsformen, d. h. über die Art und Weise, wie mit dem Medium gezielt Bedeutung generiert werden kann, wissen, um so größer wird die Übereinstimmung zwischen gewünschter Aussageabsicht und der medialen Umsetzung sein. Das gilt im Übrigen für diskursive Symbolsysteme (Verbalsprache) ebenso wie für audiovisuelle Kommunikation. Es ist demnach die Aufgabe der medienpädagogischen bzw. medienkünstlerischen Begleitung, die jungen Medienproduzent/innen auf sensible Weise dazu zu befähigen, die Lücke zwischen eigenen Ausdrucksbedürfnissen und Ausdruckskompetenzen zu schließen.

Die Mittelschicht-Lastigkeit in der (Medien-)Pädagogik überwinden

Viele Pädagogen sind noch zu sehr in einer Symbolsozialisation befangen, die auf dem Diskursiven, auf dem Wort- und Schriftsprachlichen beruht. Sie haben oft Angst, sich auf bestimmte Gesten, Ausdrücke, körperliche Ausdrucksformen einzulassen. Sie gehen oft immer noch zu thematisch und pädagogisch-funktional vor, anstatt erst einmal einen persönlichen Bezug herzustellen. Hierzu gehören z. B. Punkte wie gegenseitiges Verstehen, gegenseitigen Respekt zu praktizieren, kommunikative Atmosphären zu schaffen. Es gilt, gleichzeitig Spaß zu haben und ernst genommen zu werden. Das ist ein Punkt, der für Jugendliche, gerade aus benachteiligenden Verhältnissen, sehr wichtig ist. Ihnen das Gefühl zu geben: sie werden akzeptiert, mit all dem, wie sie sind, einen Raum zu haben, dies auszuleben – aber ihnen zugleich Möglichkeiten geben, neue Kompetenzen zu erwerben, neue Erfahrungen zu machen. Es geht um „Spaß“ als Gefühl von „Stimmigkeit“: lustvolles Sich-Veräußern, Neues zu lernen, Neues an sich zu entdecken, Freude am Gelingen, Befriedigung beim Erstellen eines Produkts.