

Medienpädagogik und Jugendforschung

Symbolbildung und Symbolverstehen bei Eigenproduktionen

von Horst Niesyto

Die Wahrnehmung und Erfahrung der Wirklichkeit ist heute bei Jugendlichen sehr stark durch visuelle und audiovisuelle Eindrücke beeinflusst. In der Jugendforschung dominieren jedoch nach wie vor Methoden, die den sich ändernden Formen der Wirklichkeitsaneignung nicht Rechnung tragen. H.N.

Jugendforschung hat es bislang weitgehend versäumt, visuelle und audiovisuelle Eigenproduktionen Jugendlicher zum Gegenstand von Forschung zu machen. So gibt es noch immer Vorbehalte gegenüber bildsprachlichen Ausdrucksformen. Da werden Klagen über den „Verfall der Schriftsprache“ angestimmt und Schreckensbilder von Jugendlichen gemalt, die nur noch als audiovisuell reagierende Zellenbündel vor dem Bildschirm sitzen.

Demgegenüber verfolgt die medienpädagogische Jugendforschung einen anderen Ansatz. Es reicht nicht aus, sich auf schriftsprachliche und klassische visuelle Ausdrucksformen wie etwa Malen und Zeichnen zu beschränken. Gerade in einer Zeit des Wandels bei den Kulturtechniken ist es notwendig, moderne Medien wie Video und damit verbundene Ausdrucksmöglichkeiten zu berücksichtigen. Wer etwas über die Wahrnehmung der Wirklichkeit bei Jugendlichen im „Medienzeitalter“ erfahren will, sollte Jugendlichen die Chance geben, sich ihre eigenen Bilder machen und sich mit Medien ausdrücken.

Medienpädagogische Landjugendforschung

Von 1986 bis 1988 fand im Odenwaldkreis (Südhessen) ein medienpädagogisches Landjugendprojekt statt.* Unter

der Leitidee „Wir machen uns unsere eigenen Bilder!“ entstanden ca. 30 Eigenproduktionen, die sich mit der Freizeitsituation in Dörfern, mit dem Vereinsleben, mit der Medienwelt Jugendlicher und der regionalen Jugendkulturszene auseinandersetzten. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entwickelten im Rahmen der örtlichen Jugend-, Jugendverbands- und Jugendbildungsarbeit medienpädagogische Aktivitäten mit Jugendlichen aus verschiedenen Orten und soziokulturellen Zusammenhängen (Altersbereich 15 bis 25 Jahre).

Das Projekt ging von der Überlegung aus, daß Jugendliche und junge Erwachsene auf dem Lande in dem Spannungsfeld von Anpassung (an eher traditionelle Rollen- und Lebensbilder) und Anderssein (oft in Anlehnung an großstädtisch geprägte jugendkulturelle Stile) leben. Dabei, so die Annahme, ist es für Jugendliche in ländlichen Sozial- und Kommunikationsräumen nicht einfach, sich angesichts einer dörflichen Sozialkontrolle und mangelnder Jugendöffentlichkeiten zu artikulieren und eigene Wege der Lebensbewältigung und -gestaltung zu entwickeln.

Im Vordergrund des Projekts stand die Fragestellung, wie durch eine Medienarbeit Jugendliche und junge Erwachsene darin unterstützt werden können, sich eigene Bilder von Alltag und Leben in Dorf und Region zu machen. Die meisten Jugendlichen und Gruppen setzten sich zum ersten Mal mit den Medien Video und Ton-Dia auseinander. Bei der Mehrzahl der Produktionen handelte es sich um Videofilme. Die Darstellungsformen reichten von mehr dokumentari-

schen Aufnahmen über clip- und collageartige Produktionen bis hin zu Kurzspielfilmen. Für die Beratung und Unterstützung der Gruppenproduktionen qualifizierten sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in mehreren Seminaren und tauschten ihre Erfahrungen im Rahmen einer Projektgruppe sowie von Fachtreffen aus. Der praxisbezogene Abschlußbericht faßte vor allem Erfahrungswerte und Ergebnisse im Hinblick auf Arbeitsformen und infrastrukturelle Voraussetzungen einer ländlichen Jugendmedienarbeit zusammen (Niesyto 1989).

Zu den Grundelementen des medienpädagogischen Konzepts gehören:

— **Erfahrungsproduktion als symbolische Umweltaneignung:** Lebensweltorientierte Medienarbeit ist für Landjugendliche eine Möglichkeit zur symbolischen Verarbeitung des „Lebens in zwei Welten“ (Böhnisch/Funk 1989) — einerseits der über Bildung, Ausbildung, Medien und Konsum vermittelten (urbanen) Erfahrungen und andererseits der traditionell geprägten ländlichen Alltagserfahrungen. Der mediale Gestaltungsraum Eigenproduktion kann so zu einem symbolischen Handlungsraum werden, der — so die medienpädagogische Intention — „Grenzüberschreitungen“ (z.B. gegenüber dörflicher Sozialkontrolle) und neue Blickwinkel für die (Wieder-)Aneignung des sozialen Nahraums ermöglicht.

— **Förderung jugendkultureller Stil- und Symbolbildung:** Die Wirklichkeitswahrnehmung und -verarbeitung, die Stil- und Symbolbildung Jugendlicher sind heute sehr stark durch visuelle und audiovisuelle Aneignungsformen beeinflusst. Lebensweltorientierte Medienarbeit macht den Schritt von der Medienrezeption zur Medienproduktion und regt Jugendliche an, Erfahrungen aus dem „Leben in zwei Welten“ in Eigenproduk-

Dr. Horst Niesyto, Dipl.-Päd., ist Dozent beim Arbeitskreis deutscher Bildungsstätten sowie Lehrbeauftragter an den Universitäten Karlsruhe und Tübingen. Er lebt in Karlsruhe.



Foto: dpa

tionen zu verarbeiten und darzustellen. Ausgangspunkt medien-ästhetischer Lernprozesse sind die selbst aufgenommenen Bilder und Töne. Auf dieser Grundlage werden handwerkliche und gestalterische Kenntnisse über Hör- und Bildmedien vermittelt. Die Erfolgserlebnisse und die Erkenntnisse bei der eigenen Produktion sind die entscheidende Triebfeder, das subjektive Ausdrucksvermögen zu erweitern. Hierzu gehört auch die Möglichkeit, sich Medien spielerisch-experimentell aneignen zu können, d.h. Medienarbeit nicht thematisch zu „verzwecken“ oder auf ein „methodisches Instrument“ zu reduzieren.

— **Erfahrungsproduktion mit Medien und Gruppenprozesse:** Lebensweltorientierte Medienarbeit bezieht sich auf existierende soziale Zusammenhänge Jugendlicher, auf Cliquen und auf Formen ortsbezogener Jugendarbeit. Gerade in Jugendcliquen finden Prozesse der Selbstfindung, der Abgrenzung zu anderen (jugend)kulturellen Orientierungen, des Kennenlernens neuer Orte, Personen und Lebensstile statt. Lebensweltorientierte Medienarbeit qualifiziert soziale Räume für jugendkulturelle Stil- und Symbolbildung. Der Prozeß der The-

menfindung, des „Aushandelns“ von Aufgaben und Rollen, der Auswahl und der Montage des Materials — es handelt sich um Interaktionssituationen, bei denen es um die Definition von Beziehungen, um Selbstdarstellungsbedürfnisse, eigene Betroffenheit und thematische Relevanzen, um Anerkennung und Prestige, um Abgrenzung und Gruppenbildung geht. Der „inhaltliche“, der thematische und gestalterisch-ästhetische Aspekt ist in Zusammenhang mit der Bedürfniskonstellation der Gruppe, ihrer Zusammensetzung und Entwicklung zu sehen.

— **Öffentlichmachen der Eigenproduktionen:** „Öffentlichmachen“ betont den Prozeßcharakter der Erfahrungsproduktion mit Medien und umfaßt verschiedene Dimensionen. So beginnt die Aneignung vorhandener Öffentlichkeiten bereits mit dem Erstellen der Produktion im sozialen Nahraum. Wie sich Jugendliche die vorhandenen, eher traditionellen Dorföffentlichkeiten aneignen bzw. teilaneignen und ob es gelingt, diese Öffentlichkeiten jugendkulturell zu „beleben“ bzw. neue Öffentlichkeiten in Dorf und Region zu schaffen, ist wesentlicher Bestandteil einer Erfahrungsproduktion mit Medien. Jugendliche können die

Form und die Orte der Präsentation ihrer Produktionen selbst bestimmen. Das „Öffentlichmachen“ orientiert sich vor allem an vorhandenen sozialen und jugendkulturellen Zusammenhängen.

Praxisbeispiel

Bei dem folgenden Beispiel handelt es sich um die Beschreibung und die Interpretation eines Videofilms, der von einer Jugendinitiativgruppe erstellt wurde. Die Gruppe setzte sich aus ca. zehn Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren zusammen (fünf Haupt- und Realschüler, zwei Gymnasiasten, drei Auszubildende; insgesamt vier Mädchen und sechs Jungen). Die Jugendlichen kannten sich teilweise von Kindheit an und kamen aus unterschiedlichen sozialen Verhältnissen, wobei jedoch ein Mittelschichtmilieu dominierte. Die meisten wohnten in einem Dorf, das etwa zehn Kilometer vom Kreiszentrum entfernt liegt. Die Jugendinitiative, die sich „Erstes Bromisches Fernsehen“ (EBF) nannte und aus einem Konfirmandenkreis heraus entstand, engagierte sich für einen Jugendraum im Dorf und nutzte hierfür intensiv die Ressourcen des Medienprojekts.

Das folgende Beispiel stammt aus einer Entwicklungsphase, in der für die Gruppe die Abgrenzung von der vorgefundenen dörflichen „Mehrheitskultur“ und der Protest gegen Öde und Langeweile im Vordergrund stand. (Vgl. die Kästen auf Seite 58 und 59.)

Symbolbildung in Eigenproduktionen

Im Hinblick auf eine Weiterentwicklung des Forschungsansatzes sind vor allem zwei Aspekte wichtig:

- die medienpädagogische Intention, durch eine lebensorientierte Medienarbeit jugendkulturelle Stil- und Symbolbildungen zu fördern;
- das Verstehen und die Interpretation symbolischer, insbesondere bildsprachlicher Ausdrucksformen.

Hierzu sollen im folgenden einige Erfahrungswerte und Überlegungen skizziert werden.

Originäre Ausdrucksformen entstanden vor allem bei einem assoziativ-anschaulichen Vorgehen und in Situationen, in denen Jugendliche genügend Zeit hatten, geeignete Darstellungsformen zu finden. Hier konnten sie in einem Wechsel von assoziativ-intuitivem und zielgerichtetem Vorgehen unterschiedliche Kameraperspektiven ausprobieren, Personen und Gegenstände aufnehmen, die Bild- und Tonsammlungen um eine gestaltende Idee herum gruppieren. Diese Auseinandersetzung mit einem thematischen Leitmotiv ermöglichte ein Annähern, das eigene Erfahrungen und Phantasien — auch in ihrer Widersprüchlichkeit — zunächst einmal darstellte und nicht auf konsistente Aussagen abzielte. Dieses „Annähern“ an ein Thema entsprach einer anschaulichen Wahrnehmung von Alltag und Wirklichkeit.

Besonders die Verwendung medialer „Fremdbilder“ förderte bei einzelnen Produktionen collageartige Auswahl- und Aneignungsprozesse. Bilder aus TV-Mitschnitten wurden zusammen mit eigenen Aufnahmen zu einer neuen Produktion montiert. Obwohl es bei der Erstlingsproduktion *Szene Bromisch* Schwierigkeiten mit der gestaltenden Grundidee gab, drückte der Videostreifen nicht eine zufällige und beliebige Anhäufung von Filmpartikeln, sondern „Dorf-Ansichten“ Jugendlicher auf der Grundlage eigener Erfahrungen aus. „Fremdmaterial“ half, Aussageabsichten zu verdeutlichen, indem es mit eigenen Aufnahmen verbunden und in einen neuen Sinn-Zusammenhang gebracht wurde.

„Szene Bromisch“

Grundidee des Videofilms

Auf einer Filmwerkstatt entsteht der collageartige Videofilm *Szene Bromisch*. Er spiegelt das Dorfbild der Jugendlichen in einer Montage aus Traumsequenzen, symbolischen Anspielungen, Alltagsszenen und fiktiven Spielszenen wider und versteht sich als Anklage gegen Langeweile, Leere, Eingeschlossen-Sein.

Christian: „Wir wollten einen Film drehen, der bewußt übertrieben sagt: ‚In B. ist nix los!‘ Wir wollten provozieren, die Öde und Langeweile anklagen, die Flucht in den Alkohol zeigen.“

Inhalt in Stichworten

Ein Jugendlicher fliegt vom Frankfurter Flughafen aus mit einem „Jumbo“ ins idyllische Dorf B. Dort trifft er nur auf Häuser: mondän und zu kleinen „Festungen“ ausgebaut. Eine Schnitt-Sequenz kontrastiert Bilder aus einer Großstadt (viel Verkehr) mit der empfundenen Leere und Öde in B. (z.B. leere Dorfstraße) sowie symbolischen Anspielungen zu sozialer Kontrolle.

Alles nur ein Traum? Ein Jugendlicher wacht im Bett auf, fährt zur Schule, „funktioniert“ dort, ärgert sich mit dem Busfahrer herum, kommt nach Hause, schaltet die Glotze ein — „Dallas“! Immer dasselbe, Frust, raus aus dem Ort. Die Flucht in den Alkohol scheint zwangsläufig: Der Jugendliche greift zur Flasche, klagt seine Umwelt an, endet in der Psychiatrie — Schlußstellung: ein Schild mit dem Psalm-Text: „Von allen Seiten umgibst du mich und hältst deine Hand über mich“. Schnitt. Ende.

Interpretation

Die collageartige Verarbeitung von Erfahrungs- und Phantasiebruchstücken in *Szene Bromisch* war eine situationsadäquate Produktionsform, die es erlaubt, widersprüchliche Gefühle, (unbewußte) Ängste und Phantasien zu assoziieren und zu einer subjektiven Aussage zu montieren, insbesondere in der Traumsequenz im ersten Teil:

Der Anflug auf B.: auffallen wollen, endlich mal im Mittelpunkt stehen, Bromisch als „Weltstadt“; aber auch: der vom Städter belächelte „kleine Dumme vom Land“ (stotternd am Abfertigungsschalter).

Dann der Alptraum: die Öde im Dorf (jaulende Musik, nur Steine und Autos), die mit Mauern und Zäunen gesicherten Betonklötze der Neubürger im „Dallas-Viertel“, Blick auf das Häßli-

che (die neue Geld-Elite, die protzt; der leblose Dorfmittelpunkt).

Schließlich die Stadt-Bilder: Wolkenkratzer, Highways, viele Autos (aber auch keine Menschen), dazu Musik von AC/DC: Action, Hektik, die „große, weite Welt“.

Ein kurzes Wüstenbild: „Das ist Bromisch“ bzw. „Selbst die Wüste ist bunter“ (Selbstinterpretation Jugendlicher).

Die Blicke auf den eigenen Ort sind teils aus der alltäglich erlebten Perspektive (wenige Gleichaltrige auf der Straße), teils medienvermittelt (das „pulsierende“ Leben der Großstadt). Die verwendeten Stilmittel (Fülle symbolischer Anspielungen auf der Ton- und Bildebene, assoziative Montage) springen zwischen Wirklichkeitsebenen hin und her und sind für einen Außenstehenden schwer nachvollziehbar.

Nach der Traum- bzw. Alptraumsequenz der triste Alltag: die Schule als „Lernfabrik“ (Schüler schreiben Merksätze), die Rangeleien mit dem Busfahrer, zu Hause die Langeweile im Fernsehprogramm: „Dallas“ als Symbol für Monotonie und Langeweile, die immer wiederkehren.

Dann der Ausbruchversuch: „Ich will hier raus! Ich muß hier raus!“ Alkohol und innere Emigration erscheinen als einziger Ausweg. Aber es gibt kein „Rauskommen“: Bromisch hält die „schützende Hand“ (Metapher für die soziale Kontrolle im Ort) über seine Kinder und entläßt sie nicht. Statt Freiheit — psychisches Gefangensein hinter einem Gitter der organisierten „Geborgenheit“ (die Psychiatrie als Symbol für die Macht der lokalen Mehrheitskultur und die eigene Ohnmacht).

Die Stadt bleibt klischeehafte Moderne, überhöht zu „pulsierendem Leben“, relativ weit weg; das Fernsehen eröffnet nicht den „bunten Blick nach draußen“, sondern verstärkt durch seine Redundanzen eher das Gefühl von Langeweile und Monotonie im Alltag.

Ergebnis

Die Darstellung des eigenen Dorf-Erlebens im Videofilm *Szene Bromisch* führte aber nicht zur Flucht, sondern zu einer intensiveren Auseinandersetzung mit dem eigenen Dorfbild. So präsentierte die Initiativgruppe auf einer Bürgerversammlung eine Ton-Dia-Überblendschau und gestaltete auf dem Kirchweih-Umzug einen eigenen Wagen („Gott sieht alles außer Dallas!“). Die Gruppe nutzte die Ressourcen des Medienprojekts, um ihre Forderung nach einem selbstgestaltbaren Jugendraum auf verschiedenen „Bühnen“ der Dorfföfentlichkeit zu artikulieren.

Bild	Ton	Gruppendiskussion
Anzeigetafel auf dem Flughafen Frankfurt/Main; auf einer Zeile der Tafel ist eingeblendet: „EBF 001“.	Off: „Ihr Leut', ihr Leut'! Der Kerl, der nach Bromisch fliegen will, der muß jetzt einsteigen!“	„Wir wollten zeigen: Bromisch ist auch wichtig, da kann man sogar hinfliegen. Wir wollten auf Bromisch aufmerksam machen.“ (Rüdiger) „Der Ansa-ger, der verarscht den, der nach Bromisch will — das ist ja echt nur ein einzi-ger, der da hinfliegt ... und der junge Mann, der sich dann die Karte am Schalter holt, stottert auch, weil er sich fast schämt, daß er eine Karte nach Bromisch will.“ (Michael).
Jugendlicher steht vor dem Ab-fertigungsschalter der Lufthansa.	On: „Einmal Bromisch, bitte.“ (stotternd)	
Anzeigetafel mit Abflugzeiten nach London, Glasgow, Hannover, Berlin; in einer Zeile ist mit Titelgenerator eingeblendet „Bromisch“.	Off: „Ich sage es jetzt das letzte Mal: Steigt ein!“	„Da merkt man doch schon, daß die Leut' irgendwie meinen, man wär' blöd, nur weil man aus Bromisch kommt. — ‚Steigt ein!‘, das wirkt irgendwie so.“ (Uschi)
Startendes Flugzeug (aus einem Katastrophenfilm)	Off : Geräusch des starten- den Flugzeugs	„Jeder, der Bromisch kennt, der muß da lachen: fliegt einer mit 'nem Jumbo nach Bromisch und sitzt wahrscheinlich allein drin.“ (Michael)
Landschaftsaufnahmen von einem Mittelgebirge (Luftaufnahme aus einem Film)	Off: Gitarrenmusik	„Vorher ist die Musik noch in Ordnung ... aber dann in Bromisch, oh je, oh je, da stimmt schon irgendwas an der Musik nicht. Man merkt das schon: erst die Landschaftsidylle und die komische Musik im Hintergrund, die dann eiert und jault, langsamer und wieder schneller wird — das soll die Zuschauer erschrecken.“ (Michael) „Die jaulende Musik, das soll ausdrücken, daß Bro-misch lahm ist, daß da nichts los ist.“ (Eva).
Schwenk über Bromisch (Totale)	Off: Gitarrenmusik beginnt zu jaulen.	
Zwischentitel „Szene Bromisch“ wird eingeblendet.	Die Musik wird wieder „normal“ und hört dann auf.	
Mehrere Aufnahmen von einzelnen Häusern in einer Neubausiedlung von Bromisch (jeweils Totalauf-nahme)	Off: „Dallas“-Melodie	„Die Szene ist zu lang. Wir wollten zeigen, daß es in Bromisch auch Klein-Dallas gibt.“ (Michael) „Das ist das Nobel-Viertel von Bromisch, da ist auch nichts los.“ (Jörg) „Das sind große Häuser, aber leer und verlassen ... auf der Straße spielt nie-mand, keine Kinder und keine Erwachsenen.“ (Christian)
Flugaufnahme von einer Wüsten-landschaft (kurz)	Off: abrupt einsetzende Klassik-Musik	„Die Wüste, das ist für mich die absolute Öde, das ist Bromisch.“ (Christian) „Ja, eigentlich ist in der Wüste mehr los — im Film ist die ja bunt!“ (Uschi).
Kirche von Bromisch	Abbruch der Musik	
Luftaufnahme einer großen Brücke in New York, auf der viele Autos fahren; Schwenk auf die Skyline von Man-hattan	Off: Hardrock-Musik	„Und dann der Gegensatz zu Bromisch: die Großstadt, die Autos, die Wolkenkrat-zer. Da ist echt was los.“ (Michael) „Dann fährt das Bild nach Bromisch rein, die Musik bleibt, aber irgendwie ist die Power weg — also man kann noch mit der Musik mitgehen, aber irgendetwas stirbt auf dem Bildschirm, da ist nichts mehr los. Nur ein Auto und sonst tote Hose.“ (Michael) „Ja, das war Power, die Musik. Viel-leicht hätte man von der Großstadt auch Menschen zeigen sollen ... bei der Musik konnt' ich mir vorstellen, wie jemand so auf dem Dorfbrunnen steht und tanzt — aber, in Bromisch ist ja nix los. Man sieht mal ein Auto oder eine alte Dame über die Straße gehen, aber sonst?“ (Uschi)
Schwenk in die Hauptstraße von Bro-misch, Eingangstüren von Häusern, Dorfbrunnen, Schwenk in die Dorf-straße hinein, man sieht ein Auto.	Off: Hardrock-Musik läuft weiter.	

Tabelle zur Anfangssequenz von *Szene Bromisch*

Bei der Beratung und Begleitung der Eigenproduktionen erwies es sich als richtig, daß die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sich nicht von vornherein auf bestimmte Darstellungsformen hin orientierten, sondern sich zunächst auf die Vermittlung der wichtigsten Bedienungs- und Gestaltungsmöglichkeiten konzentrierten (z.B. bei Videoaufnahmen nicht dauernd zu zoomen; Bewegung der Bilder über den Schnitt zu erreichen, statt über Schwenks; mehr Detail- und Nahaufnahmen zu machen; mit dem Stativ zu arbeiten).

Allerdings zeigten die Projekterfahrungen, daß für die Weiterentwicklung des medienpädagogischen Ansatzes eine Vertiefung der medien-ästhetischen Kenntnisse wichtig ist. Das kreative Potential einer Erfahrungsproduktion mit Medien kann erst dann freigesetzt werden, wenn

Mitarbeiter in der Lage sind, Jugendlichen gezielte Gestaltungshilfen zur Darstellung ihrer Symbolisierungsabsichten zu geben. Hier lassen sich neue Möglichkeiten auch durch interdisziplinäre Arbeitsformen erschließen, z.B. durch die Zusammenarbeit von Jugendforscherinnen und Jugendforschern, Medienpädagoginnen und Medienpädagogen, Künstlerinnen und Künstlern.

Die vertiefte Aneignung medien-ästhetischer Kenntnisse trägt auch zur Überwindung einer Auffassung bei, die mediale Darstellungen vor allem als Abbilder kognitiver Realitätsdeutungen auffaßt. Eine starke Orientierung auf ein verbalisierendes, antizipierend-begriffliches Vorgehen (z.B. vor den Aufnahmen lange Drehpläne schreiben) kann die besondere Qualität einer Erfahrungsproduktion mit Hör- und Bildmedien konter-

karierten, also das Entstehen von media-len Selbstbildaussagen im Prozeß des Findens der Form mit medienästhetischen Ausdrucksmitteln. Hierin liegt aber gerade die Chance, soziale, lebensweltliche Erfahrungen nicht einfach zu reproduzieren, abzubilden, sondern diese Erfahrungen mit ästhetischen Mitteln zu verarbeiten und dabei neue Zugänge und Sichtweisen zur erlebten Wirklichkeit zu entdecken.

Symbolverstehen von Eigenproduktionen

Während die Förderung bildhaft-symbolischer Ausdrucksformen gerade die Stärke und spezifische Qualität des Forschungsansatzes „Medienpädagogische Jugendforschung“ ausmacht, ist es für die Forscherinnen und Forscher nicht

immer einfach, die Symbolbildungen in den Eigenproduktionen zu beschreiben und zu verstehen.

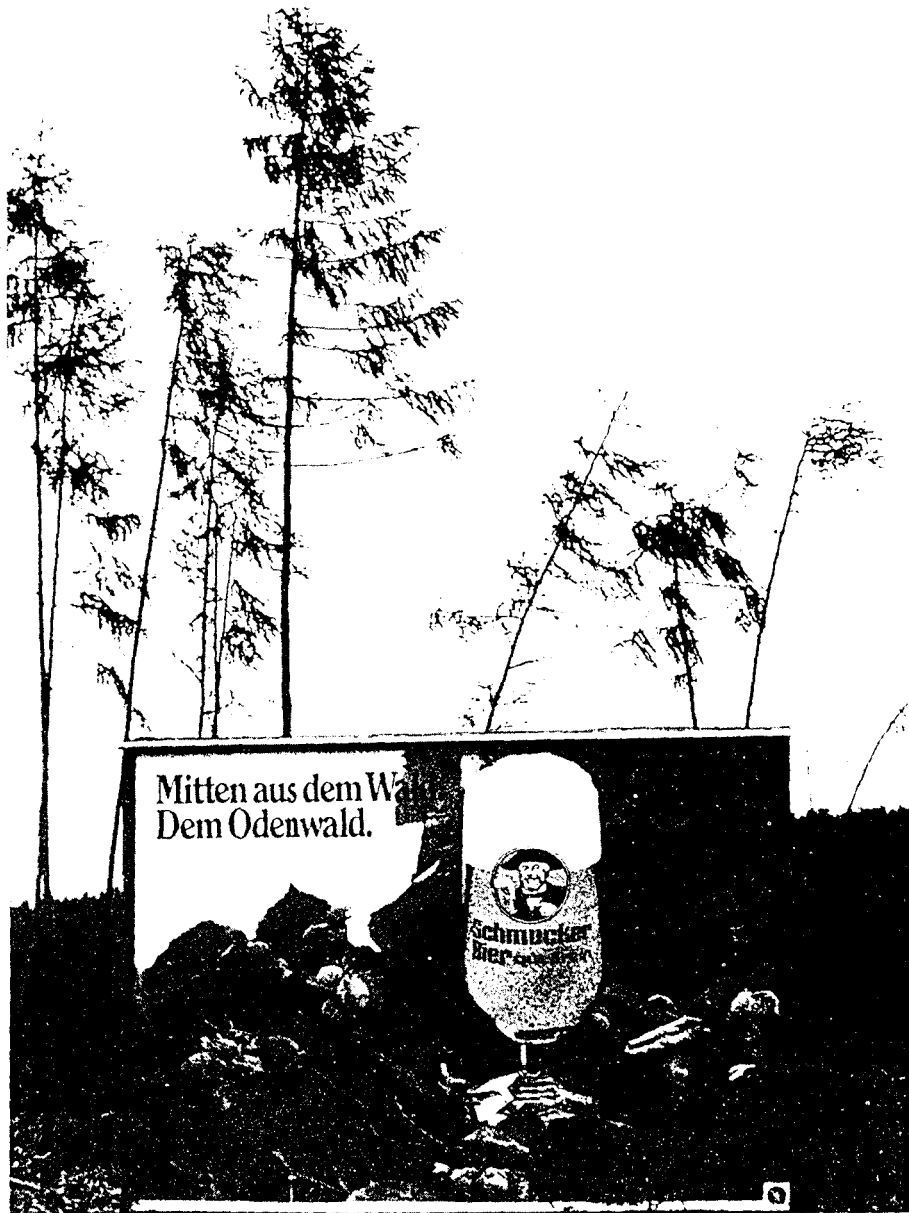
Theunert/Schorb weisen zurecht darauf hin, daß die Erfassung von Bildern und Tönen nicht mit den Methoden der Textinterpretationen erfolgen kann und daß es unerlässlich ist, das „Methodenrepertoire zur Erfassung und Interpretation sinnlicher Expressionen weiterzuentwickeln“ (Theunert/Schorb 1989).

Die Erfahrungen mit den eigenen Forschungsmethoden bestätigten die Annahme, daß die Beobachtung und Beschreibung des Kontextes sehr wichtig ist, um Symbolisierungen bzw. Symbolisierungsabsichten zu verstehen (Beobachtung des Produktionsprozesses, Gruppendiskussionen und Video-Portraits mit Jugendlichen). Dies ist auch deshalb wichtig, weil die medialen Darstellungen Jugendlicher nicht an Kriterien professioneller filmsprachlicher Gestaltungsmittel gemessen werden können und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter — schon aufgrund unterschiedlicher gestalterischer Kenntnisse — ihre Beratungsaufgaben nicht einheitlich wahrnehmen.

Da aber nun ästhetische Erfahrung nicht in sozialer Erfahrung aufgeht, sondern eine eigenständige Dimension und Qualität besitzt, können nicht nur jene medialen Selbstbildaussagen als „gültig“ betrachtet werden, für die es im sozialen Gruppenkontext und in lebensweltlichen Bezügen der Jugendlichen eindeutige Belege gibt. Besonders die collageartigen, experimentellen Produktionen enthielten immer wieder symbolische Darstellungen, die sich auch nicht über die Auswertung von Gruppendiskussionen und Videoprotraits, dem Sammeln und Vergleichen verschiedener Materialien auslegen ließen.

Ästhetische Produktion lebt von der Assoziation und der Intuition, von ihrem Ereignischarakter und ihrer Augenblicklichkeit (Mollenhauer 1990). Das Verstehen und die Interpretation von Eigenproduktionen Jugendlicher kann vor allem dann verbessert werden, wenn Forscherinnen und Forscher nicht nur „dichtere“ Bildbeschreibungen machen, sondern sich auf diese Produktions-Qualitäten und (scheinbaren) Ungereimtheiten einlassen und selbst assoziativer und intuitiver vorgehen.

Selbstverständlich bedarf es der Kombination von anschaulichem und begrifflichem Denken, der Synthese verschiedener Erkenntnisweisen — wir benötigen auch die Rationalität begrifflichen Denkens, um uns über bildhaft-symbolische



Fotomontage eines Jugendlichen zum Fottowettbewerb „Odenwald – heile Welt?“

Darstellungen zu verständigen. Aber der Weg geht von der Beschreibung sinnlicher Wahrnehmungen aus. Sinnliche Wahrnehmung und Denken lassen sich dabei nicht voneinander trennen: Wahrnehmen ist ein aktiver Prozeß, ist ein „Durchblicken“, ein „Hindurchsehen“ („perspicere“), mehr als ein (flüchtiges) Sehen („videre“). Es geht um das Aufspüren von Beziehungen zwischen den Bild- und Tonelementen und ihrer Montage, um das Aufspüren des intendierten Sinns sowie latenter Bedeutungsgehalte.

Im Sinne eines kommunikativ angelegten Forschungsprozesses ist — neben ergänzenden Interpretationen durch externe Experten (vgl. Theunert/Schorb 1989) — auch das Einbeziehen der Produzentinnen und Produzenten in der Auswertungsphase wichtig: Jugendliche kommentieren einzelne Sequenzen und

Symbolisierungen, erinnern sich dabei an Produktionsprozesse, interpretieren ihr eigenes Produkt. Denkbar ist auch, Eigenproduktionen unter Jugendgruppen gegenseitig auszutauschen und „decodieren“ zu lassen — eine Methode, die auch für interkulturelle Studien ertragreich sein kann. Je mehr sich Jugendliche mit symbolischen Darstellungen befassen, um so größer wird die Fähigkeit zur eigenen Symbolbildung. Ästhetisch aussagekräftige Eigenproduktionen — und damit schließt sich der Kreis — sind auch für die Forschung besser zu verstehen und zu interpretieren.

Anmerkung

* Das Projekt wurde von der Stiftung Deutsche Jugendmarke e.V. finanziell gefördert, vom Kreis-ausschuß Odenwaldkreis getragen und vom Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik (Frank-