Symbolischer Selbstausdruck mit Medien und globale Jugendkulturen

Peter Holzwarth & Horst Niesyto

Pädagogische Hochschule Ludwigsburg

Abteilung Medienpädagogik

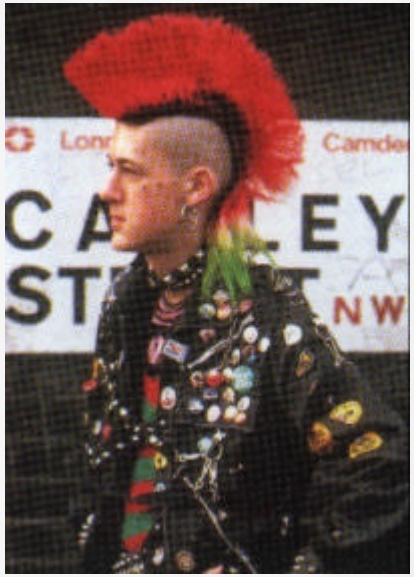
Ausgangspunkt

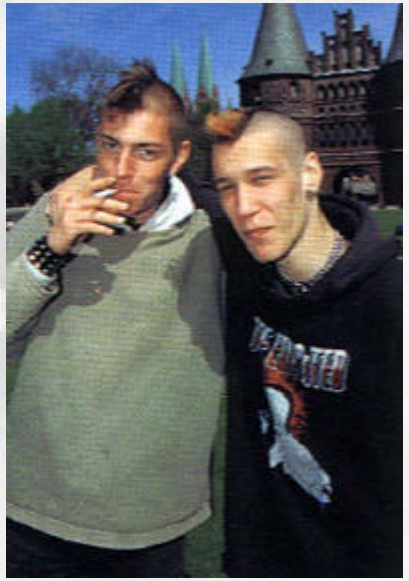
- Globalisierung der Kommunikation

- Präsentative Symbolisierung
  und interkulturelle Kommunikation

- Relevanz audiovisueller Medien für Jugendliche
  (Clips, Spielfilme, Musik, Mode, Ikons und Symbole)

Globale Jugendkulturen





London, Tokio und Lübeck

Globale Jugendkulturen

Tschechien, Deutschland und Österreich

Globale Jugendkulturen

Berlin, Athen und Yokohama

Forschungsansatz

- Kluft zwischen dem symbolischen Ausdruck Jugendlicher und traditionellen Forschungsmethoden

- Grundlage: keine Filme ÜBER Jugendliche, sondern Eigenproduktionen VON Jugendlichen

- Besondere Relevanz für Jugendliche, die nicht so sprachgewandt sind, sowie für den Ausdruck von Gefühlen

“VideoCulture”: Forschungsfragen

- Erforschen von Elementen und Formen einer transkulturellen, audiovisuellen Symbolsprache (Produktion und Interpretation von Video-Eigenproduktionen)
- Analyse unterschiedlicher Stile der Symbolproduktion, des Symbolausdrucks und des Symbolverstehens
- Frage nach medienpädagogischen Konsequenzen für eine gezieltere Förderung interkultureller Kommunikation

Medienpädagogischer Kontext

- **Gruppen:** verschiedene Länder und soziale Milieus; 14-19 J.
- **Themen:** „being young“, „opposites attract“, eigenes Thema
- **Form:** Bilder, Musik, Körpersprache – möglichst ohne Worte
- **Länge:** max. 3 min
- **Workshops:** max. 5 Tage
- **Einführung:** medien-ästhetische Grundlagen
- **Geräte:** S-VHS, digitale Nachproduktion
- Ausdrucksintentionen aufschreiben – Videofilme austauschen und die anderen Filme interpretieren

Wissenschaftliche Begleitung

Video-Workshops

- Teilnehmende Beobachtung (Produktionsprozesse)
- Gespräche mit MedienpädagogInnen
- Gruppendiskussionen

Interpretation der Videofilme

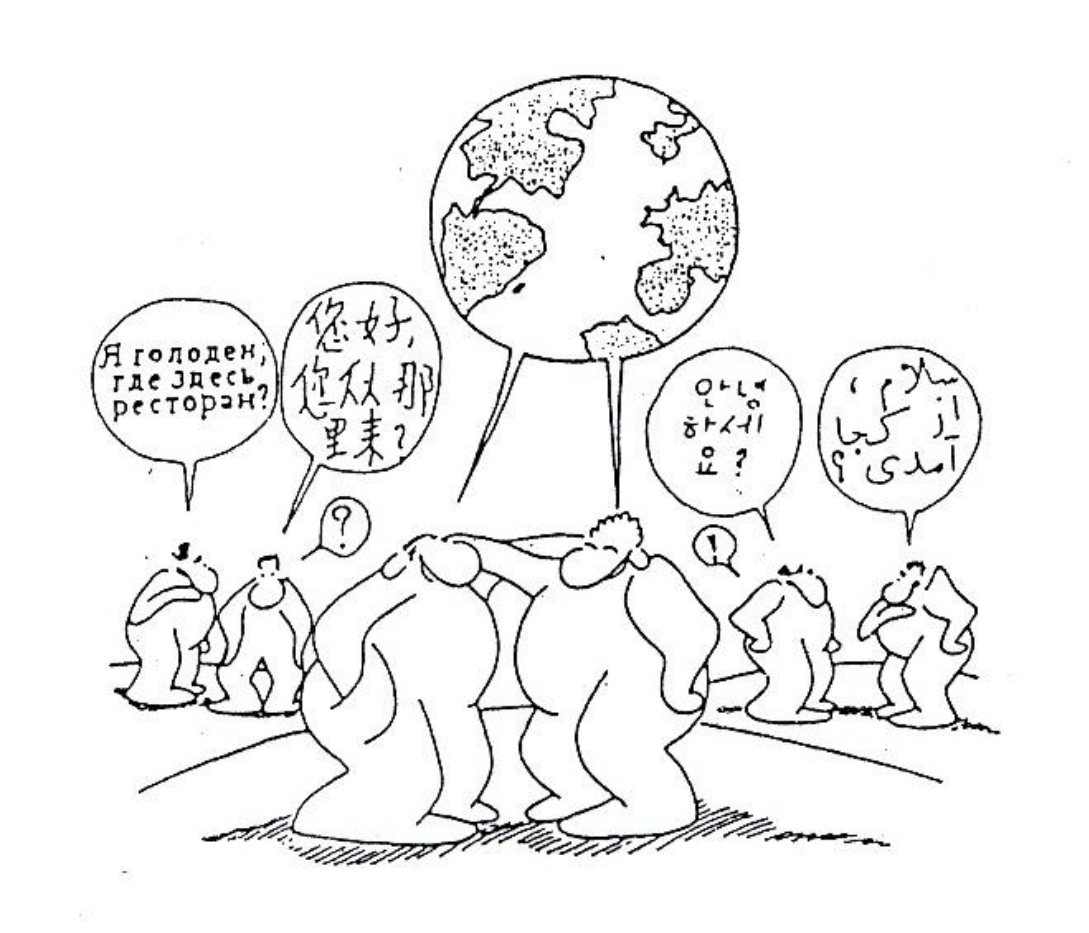
- Gruppendiskussionen und offene Fragebogen
- Multimedia-Fragebogen

Ausgewählte Fallstudien

Globale Jugendkulturen und interkulturelle Kommunikation mit Video

„Ganxtamovie“ aus Budapest und „Pulp Fiction“

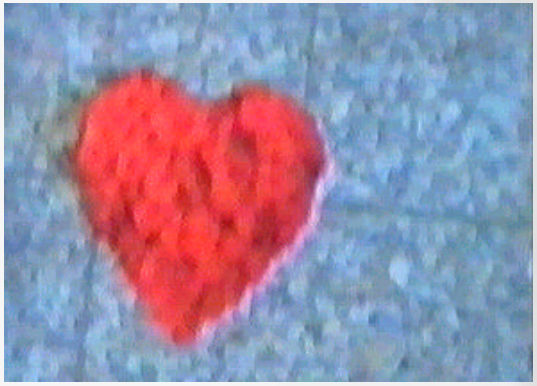
Zentrale Ergebnisse aus dem Projekt VideoCulture



Zentrale Ergebnisse aus dem Projekt VideoCulture

Aneignung von Videoproduktionen ➔ verschiedene Zugänge auf verschiedenen Ebenen möglich: Inhaltsebene (eher kognitiv), ästhetische Ebene (eher emotional), Ebene der Musik.

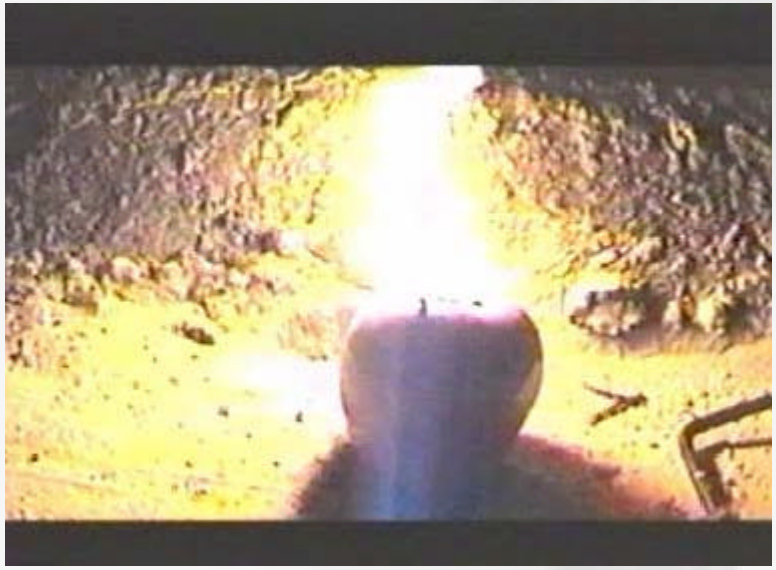
kulturelle Globalisierung ➔ interkulturell geteilte Elemente ermöglichen Zugang und Sinnzuschreibungsprozesse (einzelne mediale Symbole (z.B. Herz, Dornen), Filmgenres (z.B. Gangsterfilm, Videoclip) oder Musikstücke (z.B. Titanic-Motiv von Celine Dion).



Zentrale Ergebnisse aus dem Projekt VideoCulture

kulturspezifische Symbole und offene Texte ➔ alternative Lesarten.

Reflexionsimpuls für die Produzenten und Produzentinnen



Zentrale Ergebnisse aus dem Projekt VideoCulture

Jugendkulturen als
internationale Symbolsprache

Mehr Informationen …

Horst Niesyto (Hg.), 2003: VideoCulture. Video und interkulturelle Kommunikation. München: kopaed-Verlag (incl. CD-Rom 19.80 Euro)

Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden Württemberg (Hg.): VideoCulture. Interkulturelle Kommunikation, Schule, Videoarbeit. Auer-Verlag 2001

http://www.ph-ludwigsburg.de/medien1/forsch.htm

Kontakt:

niesyto_horst@ph-ludwigsburg.de

holzwarth_peter@ph-ludwigsburg.de

Aktuelles EU-Forschungsprojekt:

CHICAM - Children in Communication about Migration

- www.chicam.net
- www.ph-ludwigsburg.de/medien1/forsch.htm

  gefördert von der EU, 5. Rahmenforschungsprogramm