

Peter Holzwarth

# Symbolkompetenz im Kontext interkultureller Kommunikation mit Video

*Im folgenden Beitrag werden am Beispiel von zwei internationalen Forschungsprojekten die Möglichkeiten interkultureller Kommunikation mit visuellen und audio-visuellen Symbolen skizziert. Weiter wird gezeigt, dass sich eine theoretisch-konzeptionelle Reflexion und die praktische Vermittlung spezieller Medienkompetenzen in diesem Kontext als wichtig erweisen.*

In einer Zeit, in der die Bedeutung audio-visueller Medien für Kommunikations- und Identitätskonstruktionsprozesse tendenziell zunimmt, stellt sich die Frage, welchen Stellenwert audio-visuelle Kompetenzen (vgl. «Visual literacy», «Image education», Bildpädagogik) neben kulturellen Kompetenzen wie Lesen und Schreiben einnehmen.<sup>1</sup> Die Orientierungs- und Aneignungsanforderungen, die unsere heutige globalisierte und individualisierte Mediengesellschaft an das Subjekt richtet, differenzieren sich aus und werden komplexer.<sup>2</sup> Insbesondere im Kontext interkultureller Kommunikation, bei der sich die verbalen Symbolsysteme der Kommunikationspartner oft nur zu einem geringen Teil oder gar nicht überschneiden, erscheint die Frage nach den Möglichkeiten visueller und audio-visueller Verständigung brisant. Medienpädagogische Forschung und Praxis haben sich diesen veränderten Konstellationen zu stellen.

## **Empirische Kontexte: die internationalen Forschungsprojekte «VideoCulture» und «CHICAM»**

Das medienethnographische interkulturelle Praxisforschungsprojekt VideoCulture<sup>3</sup>, das von 1997 bis 2001 an der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg durchgeführt wurde, erforschte die Möglichkeiten interkultureller Kommunikation und Verständigung zwischen Jugendlichen aus verschiedenen Ländern und Sprachgemeinschaften. Projektmitarbeiter aus fünf Ländern (Großbritannien, Ungarn, Tschechien, USA und Deutschland) untersuchten die Entstehung und Interpretation von Video-Eigenproduktionen Jugendlicher. Kurze, nonverbale Videos aus den fünf Ländern wurden (unter medienpädagogischer Begleitung) 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.

Die Projekterfahrungen haben gezeigt, dass das Konzept «Interkulturelle Kommunikation mit Video» Jugendlichen ermöglicht, Gefühle, Erfahrungen und zum Teil auch kurze Geschichten mitzuteilen (vgl. Holzwarth & Maurer 2003; Niesyto 2003b). Bei den interkulturellen Aneignungsprozessen spielte die Mehrdeutigkeit audio-visueller Kom-

munikation eine große Rolle. Offenerer Produkte ließen im Vergleich zu eher geschlossenen ein breiteres Spektrum an Lesarten zu. Vor allem bei offenen und mehrdeutigen Produktionen waren der emotionale Zugang, der spielerische Umgang mit Bedeutungen und der Anschluss des Produkts an die Subjektivität des «Lesers» von besonderer Bedeutung. Des Weiteren spielten unterschiedliche Arten von Symbolen eine Rolle. Zentral waren diejenigen Symbole, für die sich aufgrund gemeinsamer Medienerfahrungen in den verschiedenen Ländern eine ähnliche Bedeutung etabliert hat (kulturelle Globalisierung). Auch bestimmte Medienformen, die länderübergreifend bekannt sind, spielten im Prozess der Aneignung eine Rolle (Videoclip, Spielfilm, Kunstfilm).

Das Konzept «Interkulturelle Kommunikation mit Video» wird im Rahmen des internationalen EU-Forschungsprojekts «CHICAM – Children in Communication about Migration»<sup>4</sup> mit der Zielgruppe Kinder mit Migrationskontext in London, Stockholm, Utrecht, Athen, Rom und Ludwigsburg weiterentwickelt (vgl. Holzwarth/Maurer/Niesyto 2002). CHICAM (Laufzeit 2001 bis 2004) möchte 10- bis 14-jährigen Kindern, die im Kontext von Migration oder Flucht in verschiedenen Ländern Europas leben, die Möglichkeit geben, sich mittels Fotografie, Video und Internet mit der eigenen Lebenssituation auseinander zu setzen (Peergroup-Beziehungen, Familienbeziehungen, Schule) und Erfahrungen über Ländergrenzen hinweg auszutauschen. Das Projekt verfolgt das Ziel, das Potenzial 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. In den beteiligten Ländern (Großbritannien/London, Italien/Rom, Niederlande/Utrecht, Schweden/Stockholm, Griechenland/Athen und Deutschland/Ludwigsburg) haben sich Gruppen von Kindern, die sogenannten «CHICAM Clubs» gebildet. Diese

