

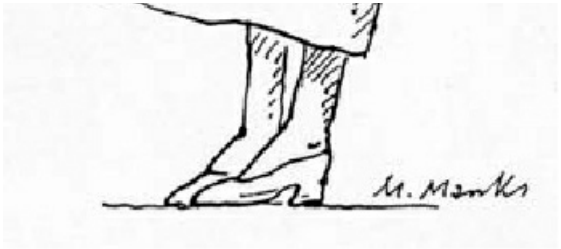
Paula Bleckmann

Medien- mündig

Wie unsere Kinder
selbstbestimmt
mit dem Bildschirm
umgehen lernen



Klett-Cotta



Früh krümmt sich ...

Im *zweiten Teil* geht es dann um Medienmündigkeit für Erwachsene. Was muss ich als Erwachsener, ganz besonders aber als Vater oder Mutter, Lehrerin oder Erzieher über Medien wissen? Wichtig sind zunächst aktuelle Daten und Fakten zu Mediennutzung und Medienausstattung, sowohl im internationalen Vergleich als auch in Deutschland (*Kapitel 6*). Dazu gehört auch die Beschreibung einer Untersuchung zur bildschirmfreien Kindheit in Deutschland. Dass es diese gar nicht gebe, hört man heute mit einer gewissen gebetsmühlenartigen Regelmäßigkeit, obwohl das Gegenteil sehr wohl zu belegen ist. Wer behauptet, elektronische Medien seien heute ganz automatisch Bestandteil der Kindheit, unterschätzt und verletzt (versehentlich oder absichtsvoll) den Handlungsspielraum von Eltern,

Erziehern und Lehrern. Und genau deshalb sind Untersuchungen zum Gelingen bildschirmfreier Räume und Zeiten so wichtig. Legt man Daten zur Mediennutzung für kleine Kinder zugrunde, gibt es in Deutschland mehr als eine Million Kinder, die im Elternhaus überhaupt keine Bildschirmmedien nutzen. Bei weiteren Millionen kommen in der täglichen Routine Bildschirmmedien ebenfalls nicht vor, sondern nur als gelegentliche Ausnahme. Mit mehreren Dutzend solcher Eltern wurden im Rahmen der Untersuchung Interviews geführt. Die Eltern der »bildschirmfreien« Kinder waren selbst zum Teil Nichtfernseher, zum Teil Seltenfernseher, meist Buch- und Zeitungsfans und praktisch alle gemäßigte Computer- und Internetnutzer.

In *Kapitel 7* leitet meine Einladung an Sie, sich einmal selbst ganz genau zu beobachten, zur Frage über: Wie wirken Medien auf Menschen? In der Debatte um Medienwirkungen stehen Medieneuphoriker und Medienkritiker im Rampenlicht der Öffentlichkeit. Die Euphoriker loben die digitale, vernetzte Gesellschaft über den grünen Klee und blenden ihre Gefährdungen oft völlig aus. [19](#) Bezeichnenderweise ziehen sie nicht selten direkt oder indirekt finanziellen Nutzen aus der Entwicklung, die sie anpreisen. Gefragt ist stattdessen ein genauer Blick

darauf, wie Medien in unserer Gesellschaft wirken, unter Einbeziehung der Chancen und Risiken.

Dabei steht ein beeindruckender Mensch Pate für die Vorgehensweise: Joseph Weizenbaum, der als Professor für Informationstechnologie zu den Pionieren der digitalen und vernetzten Gesellschaft gehörte und gleichzeitig zu den schärfsten Kritikern ihrer menschenunwürdigen Auswüchse. Wenige kennen sich so gut mit der Computer-Software aus wie Weizenbaum. Er verteufelt weder Computer noch TV, sondern kritisiert die Art, wie die Gesellschaft, wie wir mit den Geräten umgehen, und hat dies sehr treffend ausgedrückt: »Ich bin kein Computer-Kritiker. Computer können mit Kritik nichts anfangen. Ich bin Gesellschaftskritiker.«

In einer Diskussion nach einem Vortrag wurde ich gefragt, welche Auswirkung des ausufernden Medienkonsums ich selbst für die schlimmste hielte. Ist Übergewicht schlimmer als schlechte Noten? Ist Gewalt schlimmer als Sucht? Ich kann es nicht sagen. Der große »Erfolg« von TV und PC liegt ja gerade in ihrer Eigenschaft, verschiedene Menschen an ihren sehr verschiedenen Schwachstellen zu »packen«. Wer von sich aus zu Unmäßigkeit neigt, für den werden Übergewicht und Sucht die schlimmsten Folgen sein. Wer ohnehin auf Gewaltbotschaften anspricht, für den ist der Verlust des Mitgeföhls besonders

problematisch, denn er kann mit einem Mal zu Gewalt neigen. Zwei Auswirkungen der Medien, die noch weniger schlagzeilenträchtig sind, ziehen aus meiner Sicht die schlimmsten Folgen nach sich: die Erosion des kreativen Spiels und den schleichenden Wandel im Selbst- und Weltbild.

Immer mehr Kinder verlieren die Fähigkeit zum innigen und schöpferischen Spiel. Immer mehr Menschen betrachten sich selbst im Grunde als unzulängliche Maschine und nicht als lebendiges, beseeltes menschliches Wesen. Ein Trend, der tiefe Besorgnis auslöst.

Mehr als zehn Seiten lang sind Sie in *Kapitel 8* unter dem Motto »Eltern manipulieren – leicht gemacht« als Leser aufgefordert, »Theater zu spielen«. Begeben Sie sich ganz in die Rolle einer Werbefachfrau oder eines Marketingstrategen hinein! Längst ist unsere Ökonomie von der Bedarfsdeckung zur Bedarfsweckung übergegangen. Dies mag gerechtfertigt sein (nicht nur im Sinne der Gewinnsteigerung), aber es birgt die Gefahr, dass Marketingstrategen Sucht als die wirkungsvollste Strategie zur Weckung und Aufrechterhaltung von Bedarf entdecken und nutzen. Ich beschreibe verschiedene mögliche Strategien der Bedarfsweckung und gebe Beispiele, inwieweit diese in der

Medienwirtschaft bereits umgesetzt werden. Passen Sie jedoch auf, den Rollenwechsel zurück nicht zu verpassen! Sonst glauben Sie bald selbst, Neugeborene brauchen dringend Computer und DVDs und Sie als Erziehende gehörten in die Generation der unwissenden digitalen Immigranten und manchen anderen Unsinn mehr.

Im *dritten Teil* finden Sie praktische Tipps für die Erziehung zur Medienmündigkeit. Wie können Sie als Eltern mitten in der digitalen Gesellschaft Spielräume für kreative Entfaltung schaffen? Wie wird aus Langeweile Muße? Wie widerstehen Sie dem Druck («Mama, kaufst du mir das? Alle anderen haben das auch!«). Welche Alternativen zum Bildschirm-Babysitter bieten sich an? Wie schafft man sich in der eigenen Familie und im weiteren sozialen Umfeld Verbündete und Freunde statt Feinde? Was müssen Sie tun, worauf achten, damit andere Ihr herausforderndes Projekt »Medienerziehung« unterstützen und nicht ablehnen oder gar sabotieren? Am Schluss des Buches habe ich Ihnen praktische Medienreife-Tests zum Ankreuzen vorbereitet, gesondert nach Hörmedien, Fernsehen/DVD und PC. Diese Tests sollten Sie sich auf keinen Fall entgehen lassen, auch auf die Gefahr hin, dass Sie selbst als Erwachsener in den für Kinder konzipierten Tests nicht