

### 3\_ Medienwirkung

PRAXIS BEISPIEL

#### **Lesen, wischen, tippen**

*Die knapp elfjährige Alexa ist eine wahre Leseratte. Alles, was sie an Büchern in die Hand bekommt, beginnt sie zu lesen. Der Computer, den sie von den Eltern zu Weihnachten geschenkt bekommen hat, wird eigentlich mehr vom kleinen Bruder Max benutzt – es ist kaum zu glauben, wie souverän der Neunjährige das Gerät beherrscht, Videos anschaut, spielt, surft. Der große Bruder Ben ist viel mit Freunden unterwegs, das Smartphone ist natürlich immer dabei, und auch wenn er zu Hause ist, wischt und tippt er ständig, meistens auf seinem Bett liegend, aber auch auf der Toilette sitzend. Nur beim Essen, das haben die Eltern durchgesetzt, wird das Gerät ausgeschaltet.*

**Inhalt und Form** Welchen Einfluss hat das Medienverhalten von Kindern und Jugendlichen auf deren Entwicklung? Diese Frage hat zwei grundlegende Dimensionen. Zum einen geht es darum, ob bestimmte Inhalte eher gut oder eher schlecht sind. Wenn Max z.B. am Computer ein Spiel ausprobiert, bei dem mit viel Blutvergießen so viele feindliche Krieger wie möglich eliminiert werden müssen, dann gilt es weitgehend als Konsens, dass dies nicht gut ist. Wenn Max aber bei einem Musikspiel auf kika.de punktet, dann gibt es zwar inhaltlich weniger Bedenken, es bleibt aber die andere Dimension: Ist es überhaupt gut, mal abgesehen vom Inhalt, dass ein Neunjähriger häufig am Computer sitzt? Und Alexa? Die Bezeichnung ›Leseratte‹ ist zumindest aus Erwachsenenperspektive als Eigenschaft eines Kindes fast durchweg positiv besetzt. Das Medium Buch ist gut. Was aber, wenn sich Alex in die Lektüre des Romans ›Fifty Shades of Grey‹ vertieft, den sie sich von Mamas Nachttisch geschnappt hat?

**Folgen des Mediengebrauchs** Hinter den äußerst kontrovers diskutierten Überlegungen, ob ein Mediengebrauch eher gut oder eher schlecht ist, steht die Annahme, Medien könnten bestimmte Wirkungen haben, die das Verhalten der Nutzer direkt oder indirekt beeinflussen. Kinder und Jugendliche werden in diesem Zusammenhang besonders beachtet, weil man davon ausgeht, dass ihre Persönlichkeit noch nicht ausreichend gefestigt ist für einen selbstbewussten und kritischen Umgang mit medialen Angeboten.

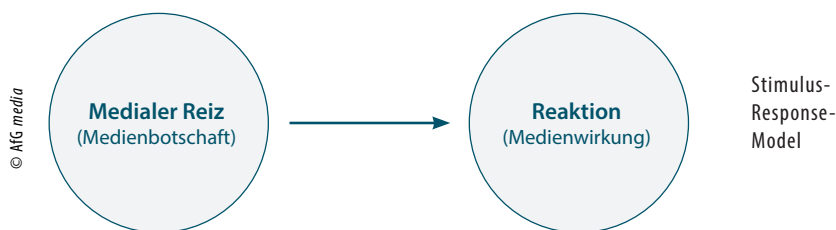
*Dieses Kapitel befasst sich mit einigen Modellen der Medienwirkung und gibt Beispiele für die Diskussion um positive und negative Wirkungen.*

### 3.1\_Wirkungsmodelle

Dass Mediengebrauch Wirkungen hat, ist unbestritten. Die Frage ist nur, *inwiefern* z.B. eine Fernsehserie das Verhalten von Kindern beeinflusst, die sich diese regelmäßig anschauen.

#### (A) Unmittelbare Wirkung

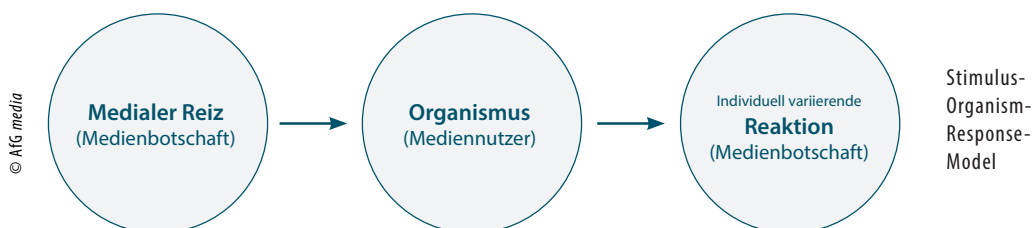
Der amerikanische Verhaltensforscher Frederic Skinner entwarf Mitte des 20. Jahrhunderts ein Modell, das von einer relativ geradlinigen Wirkung ausgeht.



Wenn Menschen, so die Überlegung bei diesem Modell, in einer vergleichbaren Lebenssituation (z.B. also die Kinder einer Schulklasse) dieselben Medien konsumieren, dann lösen diese medialen Reize nahezu identische Reaktionen aus. Dies könnte, bezogen auf das Beispiel der Fernsehserie, bedeuten, dass diejenigen in der Schulklasse, die diese Serie regelmäßig anschauen, Gesten und Kleidung der Hauptdarsteller in gleicher Weise nachahmen. Andere Kinder, die eine Serie anschauen, in der Konflikte ausschließlich mit Gewalt gelöst werden, werden dies auf dem Schulhof ihrerseits tun.

#### (B) Differenzierte Wirkung

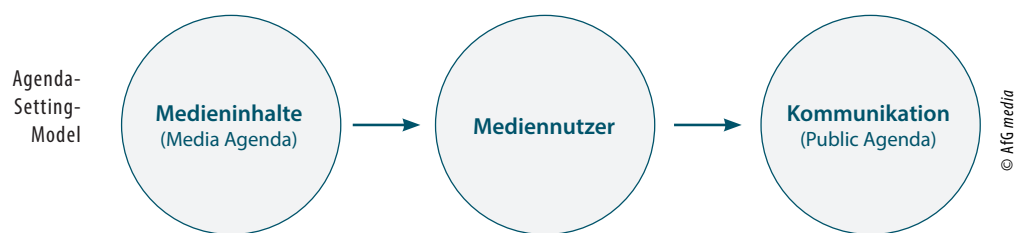
Ein ähnliches, jedoch hinsichtlich der Reaktionen differenziertes Modell schlug der amerikanische Psychologe Robert S. Woodworth, ebenfalls Mitte des 20. Jahrhunderts, vor.



Auch Woodworth glaubt, dass Medien direkten Einfluss auf das Verhalten ihrer Konsumenten haben. Allerdings hängt nach diesem Modell die Art des Verhaltens maßgeblich von der psychischen Verfassung des jeweiligen Mediennutzers ab. Introvertierte Kinder werden demnach auch nach dem Anschauen der Fernsehserie nicht die extravagante Kleidung der Filmhelden tragen, und ein ohnehin schon cholerischer Schüler wird eher aggressive Verhaltensweisen aus dem Fernsehen übernehmen als ein schüchterner.

### **C** Kommunikative Wirkung

Ein scheinbar zurückhaltendes Medienwirkungsmodell stammt von dem amerikanischen Politikwissenschaftler Bernard C. Cohen. Seiner Meinung nach vermögen es Medien nicht, das Verhalten der Nutzer zu beeinflussen, sie beeinflussen aber sehr wohl, worüber gesprochen wird.



Zwar sind nach diesem Modell keine Verhaltensweisen zu erwarten, die z.B. das in den Fernsehserien Vorkommende nachahmen, aber Themen, Haltungen und Argumente daraus können zunehmend in die Kommunikation der Zuschauer Eingang finden und diese eventuell dominieren. Man spricht immer mehr über die Dinge, die man in den Medien gesehen hat, und weniger über Dinge der unmittelbaren Umgebung.

### **D** Kompetente Wirkung

Elihu Katz, Soziologe an der Universität Jerusalem, wechselt die Perspektive. Auch er bezweifelt zwar nicht, dass Medien Wirkungen haben, aber er billigt den Rezipienten eine weitaus aktivere Rolle zu.

Kernpunkt dieses Modells ist die Überlegung, dass die Auswahl und der Gebrauch eines Mediums selektiv je nach erwartetem Nutzen erfolgen. Dieser Nutzen kann z.B. darin bestehen, eine bestimmte Information zu erhalten, damit man eine (selbst oder von anderen) gestellte Aufgabe lösen oder in der Gruppe mitreden kann. Der

Nutzen kann aber auch einfach Ablenkung sein, Unterhaltung, Spaß. Der Mediengebrauch erfolgt also mit dem Ziel der Belohnung durch Bedürfnisbefriedigung. Dieses Modell ist ein optimistisches insofern, als es Medienkompetenz voraussetzt. Hier ergibt sich ein zentraler Ansatzpunkt für Medienerziehung.



*Medienerziehung kann dann erfolgreich sein, wenn es gelingt, Kinder und Jugendliche so zu stärken, dass sie Medien aktiv nutzen, statt sie unreflektiert zu konsumieren.*

#### AUFGABE

*Diskutieren Sie anhand der hier vorgestellten Modelle in Ihrem Familien- oder Bekanntenkreis, inwiefern Medien das Verhalten von Menschen beeinflussen!*



### 3.2\_ Positive Medienwirkungen

Medien bilden eine der Grundlagen unserer Zeit, und natürlich haben Medien sowohl für den Einzelnen als auch für die Gemeinschaft positive Wirkungen. Diese zuversichtliche und bejahende Perspektive sollte auch die Basis der Medienerziehung sein. Nicht die pauschale Verweigerung oder Ablehnung, sondern die Suche nach den Potenzialen von Medien für die unterschiedlichen Lebensbereiche unterstützt die kompetente Teilhabe von Kindern und Jugendlichen an der Gesellschaft, in die sie hineinwachsen.

Für eine Bewertung von Medienwirkungen eignet sich die bereits erwähnte Unterscheidung von Inhalt und Form. Man kann diskutieren, inwiefern bestimmte Inhalte nützlich oder schädlich sind, man kann diese Frage aber auch auf den Medientyp beziehen.



© tunedin

## ANWENDUNGS BEISPIEL

## ›Hat das Essen geschmeckt?‹

Sowohl für die Bewertung eines Medieninhalts als auch der medialen Form lohnt es sich, das im Wirkungsmodell D (Kompetente Wirkung) erwähnte Uses-and-Gratifications-Model zu bemühen.

Hat die *bewusste* Nutzung eines Mediums dazu beigetragen, dass ein Bedürfnis befriedigt wurde?

Dieses Bedürfnis kann durchaus der Wunsch nach Spaß und Unterhaltung sein. Habe ich mich amüsiert? Oder doch eher gelangweilt?

Man wird Kinder und Jugendliche kaum nach jeder Mediennutzung in ein solches Reflexionsgespräch verwickeln können. Dennoch kann Medienerziehung schon hier ansetzen: Die Überlegung: ›Hat das Essen geschmeckt?‹ ist für das Wohlbefinden nicht unerheblich, und diesbezügliche Schlussfolgerungen werden sicherlich Auswirkungen darauf haben, ob eine Speise auch künftig ausgewählt wird.

Die Analogie Speisen – Medien lässt sich weiterführen. Nicht nur der Geschmack einer Speise bestimmt deren Güte, mehr noch ist es deren Nährwert, Vitamingehalt etc.

Die Frage ist also: Wozu können Medien über die Beschaffung von Spaß hinaus genutzt werden? Informationsaspekte, vor allem im Kontext von Bildung, und Kommunikationsaspekte, insbesondere hinsichtlich sozialer Kontakte und Demokratisierung, stehen hierbei im Mittelpunkt.



www.keine-bildung-ohne-medien.de

*Medien im Bildungskontext*

»Keine Bildung ohne Medien« wurde eine bundesweite Initiative unter Leitung der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft betitelt. Im Blick stehen hier sowohl strukturelle Verbesserungen beim Einsatz verschiedener Medien im Unterricht als auch die Stärkung der Medienkompetenz bei Schülerinnen und Schülern. Die Botschaft ist klar: In der Schule können Medien die Lernprozesse unterstützen – in allen Fächern. Dies gilt auch für den Ganzttag und insbesondere für die Nutzung von digitalen Medien.

Bildung als positive Medienwirkung ist jedoch keineswegs auf schulische Zusammenhänge begrenzt. Je nach Interessenlage der Nutzer werden Informationen zu bestimmten Themen medial vermittelt, wodurch Neigungen und Fähigkeiten ausgebaut werden können.

Der etwas aus der Mode gekommene Begriff ›Hobby‹ kennzeichnet sehr gut das Umfeld für außerschulische Bildungsimpulse. Insbesondere digitale Medien bieten darüber hinaus die Chance, soziale Kontakte aufzubauen oder zu intensivieren, und dies über räumliche Distanzen hinweg. Der fünfzehnjährige Ben z.B. interessiert sich seit Jahren für Flugzeuge, vielleicht entwickelt sich daraus eine Berufsperspektive. Auf YouTube, in Foren und Blogs informiert er sich über aktuelle Trends und tauscht sich mit Gleichgesinnten aus.

Außerschulische  
Bildungsimpulse

### *Aufklärung*

Positive Medienwirkungen werden auch bei Aufklärungs- und Imagekampagnen angenommen.



Ein prominentes Beispiel hierfür ist die vom europäischen Fußballverband UEFA betriebene Initiative »Respect«, bei der internationale Fußball-Idole gegen Rassismus Stellung beziehen. »Gib Aids keine Chance«, organisiert von der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, ist ein weiteres Beispiel dafür, wie mit verschiedenen Medientypen gezielt auf das Verhalten von Menschen Einfluss ausgeübt werden soll.

### *Medienspezifische Wirkungen*

Differenziert man den Mediengebrauch hinsichtlich der genutzten Medienformen, so werden unterschiedliche positive Medienwirkungen sichtbar.

*Printmedien*, und hier insbesondere Bücher, erfordern Zeit und Konzentration. Dies, in Verbindung mit der Entwicklung etwa einer Romanhandlung, bringt Entschleunigung und fokussierte Beschäftigung nicht nur mit einem Thema, sondern auch mit Prozessen und Argumentationen. *Digitale Online-Medien* hingegen können die Orientierungskompetenz fördern und die Fähigkeit, mit unterschiedlichen Medientypen zu agieren und in sozialen Netzwerken zu kommunizieren.

Printmedien

## EXPERTISE

VERA HALDENWANG

Referatsleiterin Medienbildung am Staatsinstitut für  
Schulqualität und Bildungsforschung (ISB), München

Lernstrategien

## DIGITALE MEDIEN IN DER GANZTAGSSCHULE

*Für Schüler wird es in der Informations- und Wissensgesellschaft immer wichtiger, über Computerfertigkeiten und geeignete Lernstrategien zu verfügen, wie z. B. das selbstständige Aneignen von Wissen sowie das Arbeiten im Team. Digitale Medien bieten sich im Besonderen an, um eine neue Lern- und Unterrichtskultur in Ganztagschulen zu etablieren!*

Positive und negative  
Zuschreibungen



© Spiegel-Verlag



© Wilhelm Fink Verlag

### 3.3\_ Negative Medienwirkungen

Drei Gefahrengruppen

Mediennutzung birgt das Potenzial für vielfältige Gefahren. Hierbei lassen sich drei Gefahrengruppen unterscheiden, deren Übergänge fließend sind und die miteinander im Zusammenhang stehen können. Für alle drei Gefahrengruppen gelten Kinder und Jugendliche als besonders anfällig.

**a** Gefahren können dann entstehen, wenn Medien mit dem Ziel der *Verübung von strafbaren Handlungen* benutzt werden. Zum einen können Medien zur »strafatinternen« Kommunikation verwendet werden, wie dies etwa bei der Verabredung zwischen Täterinnen und Tätern per Brief, Telefon oder E-Mail geschieht.

Man erkennt, dass der Einsatz von Medien bei der Verübung von Straftaten nicht an bestimmte Medien gebunden war und ist. Im schulischen Kontext könnte man diesem Bereich auch Betrugsversuche durch Spickzettel oder Handys während einer Ex oder Schulaufgabe zuordnen.

Für das Anliegen der Medienerziehung brisanter ist es jedoch, wenn Medien eingesetzt werden, um deren Nutzer zu schädigen.

Bei digitalen Online-Medien ist das diesbezügliche Gefahrenpotenzial besonders hoch, da hier die Verschleierung böser Absichten von den Usern noch schwerer zu erkennen ist.

### **Alexas Vorsicht**

*Die zehnjährige Alexa steigt zu keinem Unbekannten ins Auto, auch wenn der Autofahrer sehr freundlich ist. Sie kommt auch nicht auf die Idee, mit einem unbekanntem Mann ein längeres Gespräch zu führen und dabei womöglich über ihre Gewohnheiten und Wünsche zu reden. Natürlich überträgt sie diese Grundsätze auf ihr Verhalten im Internet. Sie beantwortet keine E-Mails von Leuten, die sie nicht kennt, und wenn sie auf Seiten gerät, die ihr seltsam vorkommen, klickt sie sofort weg. Über die Online-Community tauscht sie sich mit Mädchen aus, die alle etwa in ihrem Alter sind. Darunter ist auch Sophie, die ihre Leidenschaft für lustige Gedichte teilt.*

Das im Praxisbeispiel dargestellte Verhalten im Internet scheint vorbildlich. Doch was weiß Alexa wirklich von Sophie? Eigentlich nur, was in ihrem Profil steht und was Sophie ihr geschrieben hat. In Wirklichkeit könnte Sophie aber ein erwachsener Mann sein, der versucht, das Vertrauen von Mädchen wie Alexa zu gewinnen.

Besondere Vorsicht ist auch bei kostenpflichtigen Angeboten wichtig, die im Internet nicht immer leicht als solche zu erkennen sind, sowie für das Up- und Downloaden von Texten, Bildern und Filmen, die urheberrechtlich geschützt sein können oder die die Privatsphäre von anderen Menschen (oder die eigene) betreffen, eventuell sogar verletzen können (vgl. auch Kapitel 5).

*Ziel von Medienerziehung ist es nicht, Kindern und Jugendlichen den Umgang mit sozialen Netzwerken zu verleiden oder gar zu verbieten. Wichtig ist es aber, für die Gefahren zu sensibilisieren, die sich insbesondere aus dem Kontakt zu nicht persönlich bekannten Usern ergeben können.*