

Fernsehkonsument bei Kindern: Plädoyer wider die Bequemlichkeit

VON STEPHANIE HÖLZLE

Baden-Baden – Sabine Schiffer ist besorgt. Sehr besorgt sogar, wie die promovierte Medienpädagogin angesichts des steigenden Medienkonsums von Kindern erklärt. Sie findet: „Kinder und Jugendliche sind extrem gefährdet.“

Ein hartes Urteil – das zudem Gewicht hat. Denn Schiffer ist zum einen selbst Mutter zweier Kinder. Zum anderen leitet sie das Institut für Medienverantwortung in Erlangen und beschäftigt sich seit Jahren von Berufs wegen wissenschaftlich mit dem Thema, das stetig an Bedeutung gewinnt.

◆ IM BLICK

Denn immer mehr Kinder schauen immer häufiger sowie länger fern und fangen immer früher damit an. Dazu kommt die Nutzung von Computern, Spielekonsolen und Handys. Das bleibt nicht ohne Folgen für die Entwicklung der Kinder.

Schiffer warnt vor allem vor dem frühen Fernsehkonsum. Die Medienpädagogin rät Eltern in ihren Seminaren, den Nachwuchs so lange wie möglich ganz vom Fernseher fern zu halten. Jedes Jahr, das Kinder später fernsehen, „ist ein gutes Jahr“. Kinder müssten zunächst eine eigene Erfahrungswelt aufbauen. Erst dann könnten sie die TV-Eindrücke in diese einsortieren, bewerten und verarbeiten. Anderenfalls seien sie nicht in der Lage, Zusammenhänge zu erkennen. Dies führe

zu einer negativen Gewöhnung – für die Kinder werde es sozusagen normal, dass sie vieles nicht verstehen, ergo bemühten sie sich nicht mehr darum. Langfristig werde so die „Erfahrung von Kausalketten abgebaut“: „Die Kinder gebrauchen ihren Kopf nicht mehr, die aktive Auseinandersetzung geht verloren“, bilanziert Schiffer. Das sei für eine normale Entwicklung kontraproduktiv. Die Folgen sind leicht auszumalen: Fehlender Lernwille, Konzentrationsschwächen, Leistungsdefizite. Schiffer meint daher: „Kinder brauchen bis zum siebten Lebensjahr überhaupt keinen Fernseher.“ Das hört sich realitätsfern an. Ist es aber nicht, kontert Schiffer: „Es ist nur nicht bequem!“ Eltern müssten sich dann mehr mit ihren Kindern auseinandersetzen. „Das ist nicht einfach“, gibt Schiffer zu, „aber wichtig.“ Zudem müssten die Eltern andere Anreize setzen: „Auch das ist

nicht bequem.“ Da Schiffer das – auch aus eigener Erfahrung – weiß, will sie Eltern helfen. Denn diese legen den Grundstein für das Medienkonsumverhalten ihrer Kinder durch Erziehung und Vorbild. Schiffer rät:

- Den Fernseher nur gezielt für einzelne Sendungen an- und anschließend gleich wieder ausschalten, „auch wenn anschließend eine noch so interessante Reportage kommt“.

- Den Fernseher nicht zentral mitten im Familiengeschehen aufstellen.

- Bestimmte Sendungen für Kinder pro Woche – ab einem gewissen Alter gemeinsam mit diesen – festlegen. Schiffer rät: „Lange reicht eine Sendung pro Woche. Da haben die Kinder genug zu verarbeiten.“

- Am besten gemeinsam mit den Kindern fernsehen und Ansprechpartner sein. Dies sollte aber nur der Fall sein, wenn es auch sonst gemeinsame Aktivi-

täten gibt. Andernfalls könne das gemeinsame Schauen das Fernsehen gar aufwerten.

- Alle Sendungen der Kinder zumindest ein Mal anschauen
- Keinen Fernseher/PC ins Kinderzimmer („Das steigert den Konsum dramatisch“).

Als „entwicklungspsychologische Katastrophe“ bewertet Schiffer Ansätze für ein Medienangebot in Kindergärten, das in Schulen sieht sie kritisch. Schulkinder erhielten mittlerweile flächendeckend Computerunterricht, der alle technische Fertigkeiten vermittele, um Medien wie das Internet ausgiebig nutzen zu können. „Sie erhalten aber keine Anleitung dafür, wie sie die gesammelten Informationen verarbeiten sollen oder können“, kritisiert Schiffer. Sie fordert darum medienpädagogischen Unterricht. Dieser fruchte aber erst ab einer gewissen Entwicklungsreife (zehn bis zwölf Jahre). Zielgruppe des Unterrichts müssten daher gerade auch Eltern sein.

Im Elternhaus hießen die Stichworte beim Computer ebenfalls Kontrolle und Reglementierung. Auch das sei nicht bequem. Aber Fakt sei, so Schiffer, dass Kinder am PC meist nur spielten. Lerneffekte blieben in der Regel ebenso aus wie die längerfristige Beschäftigung mit einer Sache – wie es zum Beispiel das Lesen fördere: „Es wächst eine nervöse Schicht heran.“ Nüchtern fasst Schiffer das Medienverhalten von Kindern zusammen: „Sie vertun ihre Zeit.“ Diese fehle für anderes, wichtiges. Das ist für die Kinder schlecht und für die Gesellschaft.

◆ ZUR PERSON



Sabine Schiffer (40), Medienpädagogin, leitet seit 2005 das Institut für Medienverantwortung in Erlangen. Die Mutter zweier Jugendlicher (15, zwölf) arbeitet vor allem interdisziplinär zu Themen wie Medien und Krieg, diskriminierende Diskurse, Einstellungsvermittlung im Kleinkindalter und Islambeurteilung. Sie promovierte über „Die Darstellung des Islams in der deutschen Presse“. Schiffer ist allein erziehend und lebt in Erlangen. (red)

◆ ZUM THEMA: MEDIENVERANTWORTUNG

Im Medienbereich liegt vieles im Argen

Baden-Baden (hös) – Trugen Indianer wirklich Stirnbänder? Schafft ein gelockerter Kündigungsschutz tatsächlich mehr Jobs? Viele denken das, die Medien berichten es – aber: Beides ist nicht bewiesen.

„Es handelt sich dabei um die unreflektierte Übernahme von Darstellungstraditionen“, erklärt Sabine Schiffer, Leiterin des Instituts für Medienverantwortung in Erlangen. Sie untersucht seit Jahren, warum Medien wie berichten und was davon in welcher Form beim Nutzer hängen bleibt. Dabei hat sie festgestellt: Vieles liegt im Argen. Schuld daran sei, so Schiffer, vor allem die wirtschaftliche Organisation der Medien. Diese laufe in wirtschaftlich schwierigen Zeiten deren öffentlichem

Auftrag zur Information und Kontrolle entgegen. Je schlechter Medienschaffende ihre Arbeit verkaufen könnten, desto größer werde der Druck: Es müsse schnell produziert werden, was sich gut verkaufe. „Das wirkt sich auf Arbeit und Qualität aus“, hat Schiffer festgestellt. Sichtbar sei beispielsweise eine Verflachung der Berichterstattung: „Viele rühren nur noch in der gleichen Soße.“ Geld und Zeit für Geschichten jenseits des „Mainstreams“ schrumpften ebenso wie Recherchemöglichkeiten.

Schiffer sieht hier große Gefahren für den Mediennutzer, denn viele billigten den Medien eine große Glaubwürdigkeit zu. Das gelte gerade für Nachrichtensendungen oder Tageszeitungen – die laut Schiffer diesem An-

spruch auch noch am ehesten entsprechen. Die Wissenschaftlerin warnt dennoch: „Wir müssen mit dem Mythos der Objektivität Schluss machen. Sie ist unmöglich.“ Die vermeintliche Wahrheit in den Medien sei stets nur Teil der Wahrheit. Medien müssten immer Aspekte der Realität auswählen.

Zudem erlügen Mediennutzer wie -schaffende oft unbewusst Fehlern: Ein Artikel über den Anti-Terror-Kampf werde mit einer Moschee bebildert. „Markierung“ nennt Schiffer das fachsprachlich. Gruppen oder Sachverhalte würden – oft unbewusst oder auch gedankenlos – mit tradierten Vorstellungen oder Vorurteilen verknüpft. Das gelte auch in Bezug auf Nationalitätennennung bei Kriminaldelikten. Keiner raube aufgrund

einer Nationalität, sondern wegen des Geldes. „Hier werden Zusammenhänge suggeriert, die es nicht gibt“, ärgert sich Schiffer über diesen Verstoß gegen ein „Grundaxiom der Kommunikation“: „Allein dass es erwähnt wird, suggeriert, dass es relevant ist.“ Ganze Gruppen würden so permanent „markiert“: Moslems als Gewalttäter, Ausländer als Kriminelle oder Frauen als Exoten in Spitzenpositionen.

Schiffer mahnt die Mediennutzer, zunächst einmal alles, was sie hören oder sehen, in Frage zu stellen. Sie wünscht sich den mündigen Bürger, der sich über mehrere Informationsquellen selbst dem Abbild der Realität annähert und dabei Qualität fordert: „Wir bekommen das, was wir nachfragen.“