Dr. Lambros Kaikitis, RCI Limassol

Der Einfluss des Fernsehens auf die Jugendlichen

Gliederung

Einleitung
1 Die Zukunft des Fernsehens und der Fernsehwerbung
2 Fernsehen bleibt Medium Nr. 1
3 Fernsehen und Gewalt
4 Medienkompetenz wird zur Schlüsselkompetenz der Informations- und Mediengesellschaft

Einleitung

Bis zur Mitte des vorigen Jahrhunderts verbrachten die Kinder und die Jugendlichen ihre Freizeit zusammen mit Erwachsenen und beobachteten ihren Lebensgewohnheiten und –tätigkeiten. Somit erwarben sie die erforderlichen und notwendigen Fähigkeiten, die sie in der Gesellschaft brauchten, um angepasst werden zu können. Bis dahin waren die Eltern, die älteren Geschwister und die enge Verwandtschaft die wichtigsten Vorbilder für Kinder und Jugendliche.

Nach der industriellen Revolution und dem Technologiewachstum hat sich alles geändert. Die neuen produzierten Mittel haben nicht nur den Produktionsprozess, die –qualität und die –größe, sondern auch die Beziehungen, die Lebensqualität aber auch das professionelle und soziale Verhalten der Menschen geändert. Das Medium aber, was das Leben der Menschen gravierend beeinflusst hat und immer noch sehr beeinflusst, ist das Fernsehen.

Es ist bekannt, dass das Fernsehen in den Vereinigten Staaten von Amerika in den 40en Jahren geboren ist. Heute stellt Fernsehen für alle Menschen einen wichtigen Teil ihres Lebens dar, unabhängig von ihrem finanziellen, gesellschaftlichen und kulturellen Niveau.

Die revolutionären wechselseitigen Veränderungen in der „Fernsehwelt“ seit Ende der 80er Jahren führen zu gravierenden Veränderungen der Sozialisationsleistungen und –qualitäten der Medien selbst und damit einhergehend der Rezeptionsgewohnheiten und Handlungskompetenzen der jugendlichen Rezipienten. Zudem fasziniert das Fernsehen junge Menschen durch seine Mischung aus Kreativität und Technik. Für viele Jugendliche steht eine Tätigkeit in den Medien – und insbesondere im Fernsehen – an oberster Stelle ihrer Berufswünsche.

Das Fernsehen diente am Anfang psychologischen und pädagogischen Zwecken. So kann man die Meinung vertreten, dass „Fernsehen eine genauso große Erfindung ist wie das Schreiben“.

1 Die Zukunft des Fernsehens und der Fernsehwerbung

Das Fernsehen hat sich vom „Faktor der Kultur“ zum „Faktor der Wirtschaft“ gewandelt. Menschen und Gesellschaft können sich in Zukunft der Omnipräsenz von Medien und Werbung noch weniger als bislang entziehen. Sie werden immer mehr zum „Referenzmodel“ für Fortschritt und ein positives individuelles Leben. Viele Entwicklungen deuten darauf hin,

dass es in Zukunft nicht weniger, sondern mehr Werbung im Fernsehen und mehr Werbebotschaften in „Lebenswelt und Alltagskultur“ geben wird:

- Weitere neue werbefinanzierte Fernsehprogramme werden auf Sendung gehen.
- Immer mehr Werbespots werden gesendet.
- Durch die Zunahme neuer Werbeformen werden Werbebotschaften von den Zuschauern als unstörend empfunden.

Das Problem mit dem Fernsehen hat angefangen, als es seine psychologische und pädagogische Rolle verlassen und einen kommerziellen und propagandistischen Charakter bekommen hat. Heute überwiegen die negativen Aspekte.
Sehen wir uns aber kurz an, welche negativen Wirkungen das Fernsehen auf die Jugendlichen hat.

2 Fernsehen bleibt Medium Nr. 1

Obwohl junge Menschen mehr und unterschiedliche Medien nutzen (z.B. Internet, CD-ROM, Gameboy usw.), bleibt trotzdem das Fernsehen in der Mediennutzung die Nr. 1. Eine Umfrage, die 1998 in der Bundesrepublik vom Institut für Politische Wissenschaft der RWTH Aachen und der Firma Synergie 2 durchgeführt wurde, zeigte, dass Kinder in einem Jahr mehr Zeit vor dem Fernsehen verbringen, als in den Schulklassen. In Zahlen heißt es: 1000 Stunden vor dem Fernsehen und 900 in den Schulklassen.[1]
Die Jugendlichen verbringen ihre Freizeit hauptsächlich mit Fernsehen und haben somit kaum noch Zeit für andere Freizeitaktivitäten, wie z.B. Sport oder ein Treffen mit Freunden. Die folgende Statistik, die den bevorzugten Freizeitvertreib von 13-19-jährigen zypriotischen Jugendlichen aufzeigt, belegt den zuvor genannten Aspekt:[2]

Fernsehen	78%
Computer/Videospiele	56%
Lesen (Comics, Zeitungen usw.)	29%
Radio	29%
draußen spielen	28%
Sport	24%
Lesen (Buch)	21%

Folgende Tabelle zeigt die tägliche Fernsehdauer der unterschiedlichen Altersgruppen in Zypern[3].

	Sehdauer (in Min.)
Jugendliche Gesamt	122
Jugendliche 12 –13 J.	129
Jugendliche 14 –15 J.	145
Jugendliche 16 –17 J.	109
Jugendliche 18 –19 J.	103

Im Durchschnitt haben die zypriotische Jugendlichen umgerechnet zwei Jahre ihres Lebens Tag und Nacht vor dem Fernseher zugebracht und zwar mit einer Aufmerksamkeit, von denen Lehrer nur träumen können.

[1] Vgl. Schmitz, Manfred / Bovelet, Rainer, Fernsehen, Werbung und Schule, Aachen 1998
[2] *Research and Consultancy Institute (2001), Einfluss des Fernsehens auf Kinder und Jugendlichen, Lemesos*
[3] *Ebenda*

Der Einfluss des Fernsehens ist sehr groß und die Wirkungen können sehr gefährlich sein. Wenn Kinder für mehrere Stunden Fernsehen sehen, verpassen sie die Gelegenheit, sich mit anderen Tätigkeiten zu beschäftigen, die langfristig für ihre Persönlichkeitsentwicklung sehr wichtig sein können. Forschungen haben nachgewiesen, dass der Dauerkonsum von Fernsehen das Verhalten, die Werte und die Taten eines Kindes beeinflusst.
Die deutsche Kinder- und Jugend-Psychotherapeutin Ute Benz schreibt zu den Wirkungen des Fernsehens auf Kinder:

> „Viele Kinder sind längst angepasst, einfallslos und warten nur darauf, mit fremden Phantasien und Lustigkeiten bedient zu werden. Nach außen fallen stille Kinder nicht mehr auf, sie sind pflegeleicht, machen keinen Dreck, sie sind nicht laut, stören die Gesellschaft nicht. Dass sie krank und in ihrer Kreativität gebremst sind, wird in der Schule zuerst gemerkt.“[4]

3 Fernsehen und Gewalt

Viele Forschungen, die in den Vereinigten Staaten von Amerika in den 90er Jahre stattgefunden haben, kommen zu dem Ergebnis, dass Kinder, die zuviel Fernsehen sehen, aggressiv und gestört sind. Das alles ist gefährlich, es gibt aber etwas, was noch gefährlicher ist: Fernsehen lügt. Die Kinder betrachten das Fernsehen als eine gültige Informationsquelle. Dies aber gilt nicht immer. Das Fernsehen sendet öfters fehlerhafte, unwahre und ungültige Informationen, die mit der Realität nichts zu tun haben. Fernsehrealität wird zur eigentlichen Realität.
Ein großes Forschungsprojekt, das UNESCO und die Universität Utrecht im Jahre 1997 in den Ländern Angola, Argentinien, Armenien, Brasilien, Kanada, Costa Rica, Kroatien, Ägypten, Deutschland, Indien, Japan, Mauritanien, Niederlande, Peru, Philippinen, Katar, Süd Afrika, Spanien, Togo und Ukraine durchgeführt haben, zeigte, dass Fernsehen nicht nur Gewalt erzeugt, sondern auch[5]

- zu zunehmender Ängstlichkeit
- zu zunehmender Entsolidarisierung in der Gesellschaft
- zur Zunahme einer weltweiten Kultur der Aggression
- zur Sprachverarmung
- zum Rückgang der Lesekompetenz
- zur Zunahme des Analphabetismus
- zu Leseunlust
- zum Mangel an politischer Beteiligungsbereitschaft
- zur politischen Apathie

führt.
Die „American Academy of Paediatrics“ schreibt in einem Report im Jahre 2000:[6]

- ein amerikanischer Jugendlicher konsumiert – freiwillig oder unfreiwillig – bis zu seinem 12. Lebensjahr 8000 Morde und bis zu seinem 18. Lebensjahr 200.000 Gewaltsszenen,

---

[4] Vgl. Benz Ute (1998), Warum sehen Kinder Gewaltthemen, in: Schmitz, M./ Bovelet, R., S. 11
[5] UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen, World Organization of Scout Movements, University of Utrecht, International survey of young people's perceptions of violence on the screen, 1997
[6] Vgl. American Academy of Paediatrics (1998), Three-years Study Documents Nature of Television Violence, Washington 1998

- die Gewaltszsenen während der Cartoonzeit am Wochenende sind 10 mal mehr als während der Woche. Es gibt zwischen 3 und 5 Gewaltszenen jede Stunde an den normalen Tagen und 40 bis 50 Gewaltszenen pro Stunde am Samstag und Sonntag,
- Gewalt im Fernsehen ist besonders schädlich für Kinder unter 8 Jahren, denn sie sind nicht in der Lage, Phantasie und Wirklichkeit zu unterscheiden. Gewaltszenen können diese Kinder traumatisieren.

- Das Fernsehen zeigt häufig nicht die Resultate der Gewalttätigkeit. Dieses kann man besonders in Cartoonsendungen beobachten. Somit lernen die Kinder, dass Gewalttäter keine oder nur harmlose Konsequenzen befürchten müssen.

Gewalt im Fernsehen führt zur

- Zunahme der Aggressivität und des antisozialen Verhaltens
- Zunahme der Angst, selbst ein Gewaltopfer zu werden
- Entsensibilisierung für die Gewaltopfer
- Zunahme des Gewaltwunsches im realen Leben

Forschungen konnten nachweisen, dass der Dauerkonsum von Gewaltdarstellungen zu Verhaltensänderungen sowie zu Veränderungen auf kognitiver und effektiver Ebene bei Jugendlichen führt. Der exzessive Gewaltkonsum geht mit erhöhter spontaner Aggressivität, Steigerung der Gewaltbereitschaft und aggressiver Ich-Durchsetzung einher. Weiter konnte in der Forschung nachgewiesen werden, dass exzessiver Gewaltkonsum zu antisozialer Einstellung und verminderter Empathie, dem Regredieren auf einem niedrigen moralischen Entwicklungsniveau und politische Radikalisierung, insbesondere Rechtsradikalismus, führt.

Das Fernsehen übt einen so großen Einfluss auf die Kinder und Jugendlichen aus, weil die Institutionen, die sich mit den Kinder beschäftigen, nicht so funktionieren, wie sie funktionieren sollen.
Die Familie und die Schule sind Faktoren, die diesen Einfluß kontrollieren können. Da sie aber oft kein Interesse zeigen, oder nicht in der Lage sind, einzugreifen, bleibt den Kinder nichts anders übrig, als von alleine zu versuchen, dieses Medium zu verstehen.
Das Fernsehen ist also nicht fähig, den Kinder beizubringen oder sie zu lehren, was sie brauchen, um erwachsen zu werden. Es bietet Entertainment an und Entertainment ist manchmal gut. Es kann auch Informationen vermitteln und das ist auch positiv. Trotzdem ist Fernsehen kein Medium, dass den Jugendlichen soziale Kompetenz vermittelt. Dies sollen wir erkennen und in dieses Problem eingreifen.

4 Medienkompetenz wird zur Schlüsselkompetenz der Informations- und Mediengesellschaft

Die Herausforderungen der modernen Industrie- und Informationsgesellschaft lassen sich nicht nur wissenschaftlich– technisch lösen, sondern müssen auch sozial und kulturell bewältigt werden. Das vermehrte Medienangebot und das Mediennutzungsverhalten jugendlicher Rezipienten einerseits und ihre politische Beteiligungsbereitschaft und Integrationsfähigkeit in das demokratische System andererseits stehen in einem wechselseitigen Wirkungszusammenhang und fragilen Spannungsverhältnis.
Nicht nur die schulische Medienerziehung, -pädagogik und –didaktik stehen vor der Aufgabe, sich der durch „Medienrevolution“ und „Werbeboom“ veränderten Rahmenbedingungen und

Sozialisationseffekte zu stellen. Die Förderung von „Medienkompetenz“[7] wird zum zentralen Ziel der Medien- und Informationsgesellschaft, um die Selbstorganisationsfähigkeit der Individuen und der Funktionsfähigkeit von Gesellschaft und Wirtschaft auch in Zukunft sicherzustellen.
Die Entwicklung des Fernsehens – und seine Wechselwirkungen – gehören stärker in den gesellschaftlichen und politischen Diskurs, sowie gerade ins Zentrum schulischer Aktivitäten, als bislang. Demokratische Gesellschaften sind „eo ipso“ darauf angewiesen, nicht nur die praktischen, berufsorientierten Kompetenzen, sondern auch die „Politische Kompetenz“ seiner „Staatsbürger“ und damit die politische Kultur der Gesellschaft gezielt zu fördern und nicht nur dem „Spiel des freien Marktes zu überlassen“.

[7] *Unter Medienkompetenz versteht man, nach dem Medienwissenschaftler Jo Groebel, den “Prozeß der Anpassung an veränderte Lern- und Lebensformen mit neuen Technologien“, Vgl. Groebel, Jo (1998), Medienkompetenz: universell und unmittelbar, S. 36-44, hier: S. 36, in: TELEVIZION (11/1998/1(: „Bei Kinderquatsch mit Michael ...“, München*