

Von der Lust und der Last mit den Medien

Es gibt Superstars ohne Namen. Jeder kennt sie. Hinter den heimlichen Promis verstecken sich alte Bekannte genauso wie junge Hüpfen, die noch grün hinter den Ohren sind. Gemeint sind die Medien. Zu den Altstars zählen das Buch und die Zeitung, das Telefon und das Radio. Und natürlich der Fernseher. Noch mit manchen Macken behaftet gehören der Computer, das Internet und das Handy zu den jungen Hüpfen.

Die Berichterstattung über die Star-Medien ist teilweise hochemotional. So titulierte jüngst das Meinungsforschungsinstitut Emnid (2003) stolz: „Absolute Mehrheit: Die Deutschen sind online“. Dieser Umfrage zufolge nutzen mittlerweile mehr als 32 Mio. Bundesbürger das Internet. Allein in der ersten Jahreshälfte hätten sich 5,4 Mio. neue User in das World Wide Web eingeloggt. Aber nicht nur das elektronische Medium Internet, auch das Buch, der Dino unter den Medien, macht hin und wieder von sich Reden. Der Internet-Buchhändler Amazon meldete im Juni, dass ihm mehr als 1 Mio. Vorbestellungen für das neue Harry-Potter-Buch vorlägen. Rowling`s Bücher über den kleinen Zauberer halten sich seit ihrem Erscheinen in deutschen Bücher-Bestsellerlisten. Dass auch der fünfte Potter-Band ein Verkaufshit werden würde, stand außer Frage. Erstaunlich ist aber: der fast 800 Seiten dicke Schmöker ist in englischer Sprache erschienen und geht trotzdem weg wie warme Semmel.

Moderne Medien sind in der Familie allgegenwärtig. Während die vormittags berufstätige Frau am Nachmittag die Wäsche bügelt, laufen im Hintergrund die Fernseh-Nachrichten. Ihre zwei Jüngsten schauen derweil einen Zeichentrickfilm im Kinderzimmer - sie haben dort einen eigenen Fernseher. Die ältere Tochter hat ihr Telefonat mit der Freundin beendet und klickt sich im Internet in einen Chat-Room ein. Auf dem Weg von der Arbeit nach Hause hat der Vater der Familie das Autoradio eingeschaltet, um etwas von der Arbeit abzuschalten. So wie in dieser Familie sieht es in vielen aus. Der Statistik nach haben fast alle Familien einen Fernseher (96%). In beinahe 80 Prozent der Haushalte mit Kindern steht ein Computer. Etwa 70 Prozent der Kids haben zusätzlich spezielle Spielkonsolen (Playstation). Und jeder fünfte von den 9- bis 14-Jährigen telefoniert bereits mit einem eigenen Handy (Eirich, 2002a).

Die hohe Verbreitung und die zeitliche ausgedehnte Nutzung dieser Medien haben in den letzten Jahren unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen dazu veranlasst, Stellungnahmen und Empfehlungen über den „richtigen“ Umgang abzugeben. Schon vor dem großen Internet- und Handyboom haben der Rat der Evangelischen Kirche und die katholische Bischofskonferenz (1997) eine gemeinsame Erklärung zu den „Chancen und Risiken der Mediengesellschaft“ abgegeben. Sie verwiesen dabei auf die dreifältige Aufgabe der Medien: Sie sollen erstens die Menschen miteinander in Verbindung bringen, zweitens für gute Unterhaltung sorgen und drittens interessante Informationen aus nahen und fernen Lebensbereichen vermitteln.

Dabei sieht man allerdings die Gefahr, dass Menschen trotz nahezu unbegrenzter Möglichkeiten der Kommunikation vereinsamen können. Vom christlichen Ideal her gesehen sollen die Medien unter Achtung der menschlichen Würde zur Entfaltung der Persönlichkeit beitragen helfen. Zwischen Anspruch und Wirklichkeit klafft die große Lücke. Die beiden großen Kirchen äußern in diesem Zusammenhang Kritik an manchen Fernsehsendern wegen der extensiven Ausstrahlung von Gewalt und Sexualität.

Die Verantwortung der Medien für den Frieden mahnte Papst Johannes Paul II. anlässlich des „Welttages der sozialen Kommunikationsmittel“ am 14. September dieses Jahres an. Angesichts von Terrorismus und gewaltsamen Konflikten im nahen Osten hätten Medien die Möglichkeit, Völker und Nationen in gegenseitigem Verstehen und Achtung zusammenzubringen.

In einer früheren Botschaft sah das Kirchenoberhaupt in den modernen Kommunikationsmitteln mehr eine Verheißung als eine Bedrohung. Die Medien seien „eine freundschaftliche Stütze für die, die auf der Suche nach Gott-Vater sind“ (1999).

Die Ambivalenz in der sozialen Wahrnehmung der Medien - Verheißung und Bedrohung, Lust und Last - kommt auch in den einzelnen Familien zum Ausdruck. Etwa in Bezug auf das Internet.

Einerseits freut es den Vater, wenn er zusätzlich zum Provinzblättchen online eine gescheite überregionale Tageszeitung lesen kann. Die Teilzeit berufstätige Mutter ist froh, um zehn Uhr abends noch Klamotten für die Kleinen bestellen zu können, weil sie tagsüber nicht zum Einkaufen gekommen ist. Die Tochter ist erleichtert, endlich etwas über den „Investiturestreit“ gefunden zu haben und der Sohn ist fasziniert vom neuen Star-Wars-Film-Trailer, der über den PC-Monitor flimmert.

Andererseits ist der Vater verärgert, weil sich kürzlich unbemerkt ein Internet-Wurm in sein Computersystem eingefressen hatte, der fortan unkontrollierte Rechnerabstürze provozierte. Die Fehlerbehebung und das Installieren spezieller Schutzprogramme kosten ihn einige Stunden Zeit. Die Mutter wird laut, weil die Tochter lieber mit unbekanntem Leuten im Internet chattet, als für die Familie Küche und Bad zu putzen. Der 10jährige Sohn ist den Tränen nahe, weil das erste vom eigenen Taschengeld erworbene Computerspiel einfach nicht auf Papas Rechner laufen will. Seine Forderung: „Wir brauchen einen neuen Computer!“

Beim täglichen Umgang mit den Medien können wir in der Regel Lust und Last gut voneinander abgrenzen. Mancher Ärger, der auf elektronische Medien zurückgeht, wird durch die offensichtlichen Vorteile wieder wett gemacht. Problematisch wird es dort, wo ein Medium soziale Begegnungen verhindert oder die finanziellen Kosten der Nutzung ins Maßlose steigen. Schwierige Situationen dieser Art belasten offenbar zunehmend mehr Familien. Die medialen Übeltäter sind schnell ausgemacht: Mobiltelefon und Fernseher.

Das Handy ist ein *Geldräuber*. Laut einer Studie des Instituts für Jugendforschung in München hat heutzutage jeder zehnte Jugendliche zwischen 13 und 17 Jahren Schulden. Zehn Prozent davon gehen auf das Konto hoher Handy-Kosten (Schreiber-Herschel, 2003). Eine Mutter erzählte mir, ihre 16-jährige Tochter habe sie kürzlich mit einer Rechnung über 600 Euro konfrontiert. Die Schulden hatten sich innerhalb nur eines Monats angesammelt durch Simsen (SMS schreiben und senden) und das Downloaden von Klingeltönen per Internet. Zugang zu den vermeintlich kostenlosen und begehrten Klingeltönen bekam die Jugendliche jedoch nur über eine teure 0190er Einwahl-Nummer.

Der Fernseher ist ein *Zeiträuber*. Alle schauen fern; von Kindesbeinen an, unzählig viel zu viel. Von den Kindern im Alter von 9 bis 14 Jahren sitzen 30 Prozent sogar mehr als drei Stunden vorm Fernseher – täglich. Mädchen und Jungen unterscheiden sich in dieser Hinsicht nicht. Kinder, deren Väter arbeitslos sind, schauen länger fern. Dagegen hat es offenbar keinen Einfluss, ob die Mutter halbtags berufstätig ist oder nicht (Eirich, 2002a). Doch nicht nur die Kids kleben an der Glotze. Eine Frau, die keinen Fernseher besitzt, berichtete mir enttäuscht, ihr Vater habe sie zunächst nicht besuchen wollen, weil er sich einen Abend ohne Fernsehprogramm nicht habe vorstellen können.

Kaum einer merkt, wie die Stunden beim Fernsehen schwinden. Je länger man am Stück fernsieht, umso schwerer fällt es einem, den Aus-Knopf zu betätigen. Fernsehen blockiert das Motivationssystem im Gehirn und lässt Kinder und Erwachsene wie paralysiert auf die Mattscheibe starren (Sachse, 1995). Ihre persönliche Erfahrung mit diesem Phänomen hat die Rock-Sängerin Nina Hagen in dem Song „TV-Glotzer“ verarbeitet; das Lied endet mit den Zeilen: „TV is ne Droge, TV macht süchtig“.

Das Handy ist auch *Notrufsäule* und der *Draht zu Freunden*. Drei Viertel der Bundesbürger sehen es als sehr wichtig an, im Notfall schnelle Hilfe holen zu können. Das ergab eine vom Informationszentrum Mobilfunk (IZMF) in Auftrag gegebene forsa-Umfrage zur Handynutzung. Vielen geht es dabei um die Möglichkeit, bei Gefahr schnell reagieren zu können: der Autofahrer mit Handy könnte im Notfall schnell den Rettungswagen ordern, die Eltern würden den Besuch im Restaurant abbrechen und schnell zu ihren verängstigten Kindern heimkehren. Das Handy trifft einen Lebensnerv des heutigen Menschen. Es verstärkt das Gefühl der Sicherheit in einer unsicher gewordenen Welt. Für Jugendliche und junge Erwachsene ist das Mobiltelefon zugleich - neben dem persönlichen Gespräch - der wichtigste Draht zueinander geworden. Manche Mädchen kommen spät abends von ihrer besten Freundin nach Hause, nur um gleich wieder eine SMS an diese zu senden. Junge Leute pflegen damit ein Image, das bislang nur Bestattungsinstituten vorbehalten war: sie wollen Tag und Nacht erreichbar sein.

Der Fernseher ist das *Fenster zur Welt*. Länder, Menschen, Abenteuer können via Fernseher in Ton und Bild in die heimischen Wohnzimmer gezaubert werden. Zwei Beispiele: im Juni 1967 stellten sich in der Fernsehsendung "Our World" 26 Nationen musikalisch vor. Großbritannien wurde durch die „Beatles“ vertreten. John Lennon hatte eigens für diese Sendung ein Lied komponiert, mit dem er zugleich dem Liebesbedürfnis des modernen Menschen eine Stimme gegeben hat. Mehr als 150 Mio. Zuschauer konnten am Bildschirm miterleben, wie die Fab Four die frohe Botschaft der ganzen Welt singend verkündeten: "*All You Need Is Love!*".

Zwei Jahre später, am 20. Juli 1969, fieberten 500 Mio. Menschen an den TV-Bildschirmen mit, als Neil Armstrong als erster Mensch den Mond betrat. Sie hörten den berühmt gewordenen Satz des Astronauten auf dem Erdtrabanten: „Ein kleiner Schritt für einen Menschen, aber ein großer Schritt für die Menschheit!“

Wie sollen sich Eltern in Bezug auf Handy und Fernseher verhalten? Sie sollen eine klare Meinung vertreten und zu erwartende Auseinandersetzungen mit ihren Kindern in Kauf zu nehmen. Kein Kind im Grundschulalter braucht ein Handy. Für ältere Kinder, die mit Bus und Bahn zu weiterführenden Schulen müssen und die Freunde in benachbarten Orten haben, kann das Handy dagegen recht nützlich sein. Als Eltern sollten Sie schon frühzeitig auf die relativ hohen Kosten für das Simsen (SMS schreiben und senden) hinweisen. Mit einem Prepaid-Handy ist beiden Seiten gedient: Kinder können die Kosten unter Kontrolle halten und Eltern haben mit den aufladbaren Karten ein attraktives Geschenk für manche Gelegenheit parat.

Wie viel Fernsehen ist erlaubt? Ein Psychologe vom Staatsinstitut für Frühpädagogik in München verweist auf Empfehlungen der Aktion Jugendschutz in Bayern. Demnach dürften Vorschulkinder nicht mehr als 30 Minuten und 6- bis 8-Jährige nicht mehr als 60 Minuten täglich fernsehen. Für Kinder zwischen 9 und 10 Jahren sind 1,5 Stunden am Tag die Obergrenze (Eirich 2002b). Weitere Tipps zur Mediennutzung für Eltern mit Kindern zwischen 3 und 11 Jahren gibt „*Schau hin!*“, eine gemeinsame Initiative des Familienministeriums und der Zeitschrift HÖRZU in Partnerschaft mit ARD und ZDF (www.schau-hin.info). Dem Fachkuratorium gehören unter anderem an: Renate Schmidt (Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend) und Nena (Mutter und Popstar).

Für einen Erwachsenen sollten zwei Stunden fernsehen am Abend genügen. Das entspricht in etwa einem 15-minütigen Nachrichtenblock und einem Spielfilm. Am besten wäre natürlich, den Fernseher an manchen Tagen gar nicht erst einzuschalten. Es ist jedoch menschlich und damit zu erwarten, auch im Umgang mit Medien Fehler und Sünden zu begehen. In der Tradition von Augustinus besteht die Sünde darin, am falschen Ort nach dem Richtigen zu suchen.

„Wir sündigen, wenn wir Gott dort suchen, wo Er nicht gefunden werden kann“ (Papst Johannes Paul II, 1999).

Wegen der Macht der Medien auf unser soziales Leben könnten zwei Empfehlungen helfen:

1. das Gespräch und gemeinsame Unternehmungen pflegen mit den Menschen, die uns besonders (an)vertraut sind: unsere Ehepartner, unsere Kinder, unsere Freunde.
2. das Gespräch und das Leben pflegen mit Gott, der „online“ ist wie im Anfang. So auch jetzt und alle Zeit.

Ob der liebe Gott mittlerweile ein Camerahandy hat, um mit uns Menschen Föhlung zu halten? Jedenfalls hatte er bereits Mitte der 1950er Jahre Telefon & Television zur Verfügung! Darauf hat P. Kentenich einige Ehepaare der deutschen Gemeinde in Milwaukee/USA hingewiesen: „*Das ist fast so, bildhaft vorgestellt, als wenn der liebe Gott oben (im Himmel) ein Television hätte. Man kann alles, was hier unten passiert, da oben sehen. Eine ständige Telefonverbindung – hin und her, hin und her. Da oben, die sagen: Wer da? Aber hier unten, wir sagen nicht: Wer da? Wir hören zu wenig, was da oben passiert, und wissen zu wenig. Sehen Sie, das müssten wir alles wieder mehr pflegen: Föhlung mit der andern, mit der jenseitigen Welt.*“

Klaus Glas, Frieden

Literatur

Der Rat der Evangelischen Kirche in Deutschland und die katholische Deutsche Bischofskonferenz (1997).

Chancen und Risiken der Mediengesellschaft. Gemeinsame Erklärung, April 1997.

Eirich, Hans (2002a). Kinder und Medien: Aufgaben für eine zeitgemäße Erziehung. In: Fthenakis, W.E./Textor, M.R. (Hrsg.): **Online-Familienhandbuch.**

http://www.familienhandbuch.de/cmain/f_Fachbeitrag/a_Erziehungsbereiche/s_795.html (22.10.2002).

Eirich, Hans (2002b). Wie viel Fernsehen ist erlaubt? In: Fthenakis, W.E./Textor, M.R. (Hrsg.): **Online-Familienhandbuch.** http://www.familienhandbuch.de/cmain/f_Fachbeitrag/a_Erziehungsbereiche/s_15.html (26.06.2002).

Kentenich, Josef (1999). **Am Montagabend... Mit Familien im Gespräch, Bd. 2: Mit Gott durch den Tag,** S. 273. Vallendar-Schönstatt: Schönstatt-Verlag.

Papst Johannes Pauls II (2003). **Die Kommunikationsmedien im Dienst am wahren Frieden im Licht von Pacem in Terris.** 37. Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel. (01.06.2003).

Papst Johannes Pauls II (1999). **Die Medien: eine freundschaftliche Stütze für die, die auf der Suche nach Gott-Vater sind.** 33. Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel. (16.05.1999).

Sachse, Rainer (1995). **Zielorientierte Gesprächspsychotherapie.** Fortbildung in Frankfurt. (29.04.1995)

Schreiber-Herschel, Karl (2003). <http://www.schuldenfallehandy.de> (23.07.03).

TNS Emnid (2003). **Absolute Mehrheit: Die Deutschen sind online.** <http://www.tns-emnid.com/index1.html> (23.06.2003).

Die Harry-Potter-Manie befällt auch Amazon. Online-Händler meldet Rekord bei Vorbestellungen (21.06.2003). <http://www.welt.de/data/2003/06/21/122077.html>