

Medienwirkungen

Autor(en): **Mayer, Beat**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Schule**

Band (Jahr): **74 (1987)**

Heft 1

PDF erstellt am: **05.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-525788>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Medienwirkungen

Beat Mayer

Alle behaupten, dass Medien Wirkungen zeitigen, niemand aber scheint genaueres darüber zu wissen, worin denn diese Wirkungen bestehen. Beat Mayer hat sich gefragt, warum das so ist, und zusammengestellt, was neuere Untersuchungen über Medienwirkungen ergeben haben. Er stellt auch daraus abzuleitende medienpädagogische Empfehlungen vor.

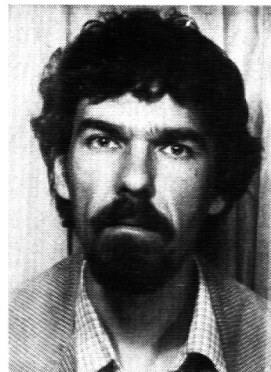
- **Medienwirkungen sind umstritten.**
- **Medienwirkungen sind wissenschaftlich schwer nachzuweisen.**
- **Kinder sind leichter beeinflussbar als Erwachsene.**

Bei allen Medien werden Wirkungen irgendwelcher Art vermutet. Einflüsse auf die Zuschauer, Zuhörer und Leser sind ohne Zweifel vorhanden, sonst wären die Medien nicht derart umstritten, sonst würden Medien auch nicht als vierte Gewalt im Staate bezeichnet. Doch: was wird nun genau wie und wodurch beeinflusst?

Wissenschaftlich sind Medienwirkungen nur relativ schwer nachzuweisen: Medieneinflüsse sind vielfältig; auch andere Faktoren beeinflussen uns; Menschen setzen sich zudem in sehr unterschiedlicher Art und Weise mit Medien auseinander. Behauptungen über Medienwirkungen sollten deshalb mit einer gewissen Zurückhaltung geäussert werden.

Wer über Medienwirkungen nachdenkt, muss sich immer vor Augen halten, dass zwischen den Menschen grosse Unterschiede festzustellen sind. Im Hinblick auf Medienerziehung schliesslich muss man sich darüber im klaren sein, dass Kinder im allgemeinen beeinflussbarer sind als Erwachsene. Vor allem jüngere Kinder haben noch wenig Vergleichsmöglichkeiten, um Medieneindrücke kritisch an Realerfahrungen zu messen.

Was heisst überhaupt «Wirkungen»? Bedeutet es Veränderungen im Wissen, bei den Gefühlen und Einstellungen, gar im Verhalten und in der Lebensweise? Die folgenden Ausführungen beziehen sich vorwiegend auf das Fernsehen, da dieses Medium bezüglich der (vor allem negativen) Auswirkungen gerade bei Kindern und Jugendlichen wohl am meisten der Kritik ausgesetzt ist.*



Beat Mayer, 1950, lic. phil., Studium der Pädagogik, Philosophischen Anthropologie und Sozialpsychologie in Freiburg und Bielefeld. 1974–1978 wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Freiburger Arbeitsgruppe für Lehrplanforschung. Seit 1978 im Amt für Unterrichtsforschung und -planung der Erziehungsdirektion des Kantons Bern. Arbeitsschwerpunkte: Lehrplan- und Lehrmittelentwicklung, Didaktik. Lehrtätigkeit in den Bereichen Medienpädagogik, Sozialkunde, Pädagogik, Psychologie.

1. Medienwirkungen gehen vom Inhalt und von der Art der Präsentation aus

- **Das Fernsehen zwingt dem Zuschauer sein eigenes Tempo auf.**

Im Zusammenhang mit Medienwirkungen stehen häufig die vermittelten Inhalte im Vordergrund (etwa Gewaltszenen im Fernsehen). Medienwirkungen gehen aber auch von der Art der Präsentation dieser Inhalte aus, also von der medienspezifischen Sprache (formale medienspezifische Angebotsweise). Die Art, wie Botschaften an den Konsumenten herangetragen werden, ist bei jedem Medium anders. Für das Fernsehen typisch sind die Schnelligkeit des Bildflusses, das Tempo des Szenenwechsels, die Unvollständigkeit des Handlungsablaufs und die komplexen Zusammenhänge zwischen Bild und Ton.

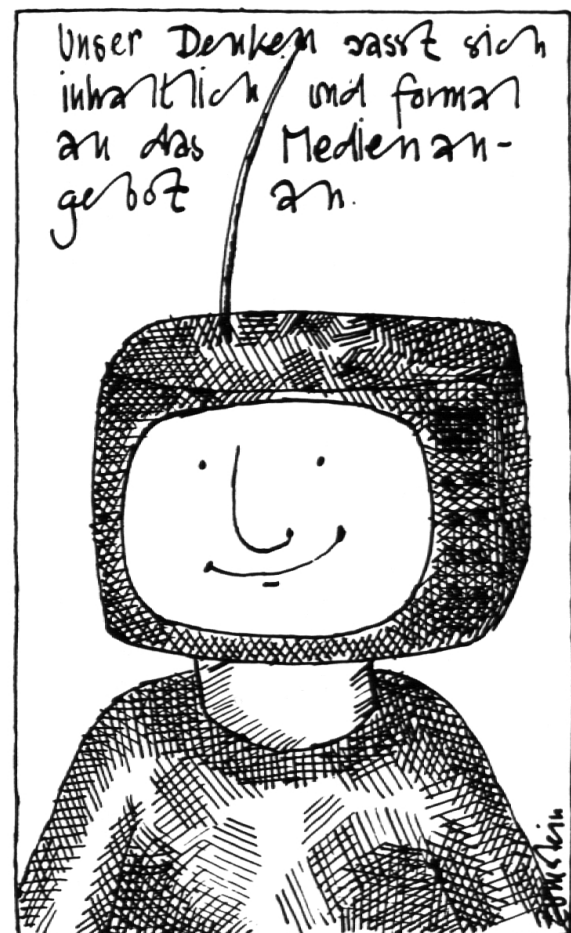
Über die genauen Wirkungen dieser Merkmale der Fernsehsprache ist erst wenig bekannt. Immerhin kann vermutet werden, dass bei einem vorgegebenen Tempo der Bildabfolge oft nicht genügend Zeit bleibt für eigene Überlegungen, für einen Vergleich mit anderen Informationen oder für ein schlichtes Einwirkenlassen bestimmter Eindrücke. Mit anderen Worten: das Fernsehen zwingt dem Zuschauer sein eigenes Tempo auf und lässt ihm keine Zeit für eine unmittelbare Verarbeitung. Dies kann zu emotionalen Spannungszuständen führen. Gerade bei Kindern wäre es demgegenüber wichtig, dass die Fernseheindrücke in die eigenen Denkstrukturen integriert, mit den eigenen Erfahrungen verglichen und allfällige Spannungen somit abgebaut werden können. In bezug auf die Geschwindigkeit bieten gedruckte Medien deutlich weniger Probleme: hier bestimmt der Leser das Tempo seines Medienkonsums weitgehend selber.

Medienpädagogen fordern deshalb zu Recht: «Flüchtig aufgenommene Fernseheindrücke sollten anhand eigener Erfahrungen oder mittels anderer Medien wie Bücher oder Bilder vertieft werden. Kinder sollten dabei vor allem zu genauem Beobachten angehalten werden» (Doelker 1983, 40).

2. Wissensvermittlung

- **Medien vermitteln Wissen und fördern Interessen.**
- **Die Aufgabe der Schule betreffend Wissensvermittlung wandelt sich.**
- **Unser Denken passt sich inhaltlich und formal an das Medienangebot an.**

Ohne Zweifel lernen wir ausserordentlich viel mit Hilfe von Medien. Medienunterstütztes Lernen ist denn auch in den meisten Ausbildungen zu einer Selbstverständlichkeit geworden, wobei hier Medien allerdings meist genau auf die Adressaten abgestimmt werden. Dies ist beim täglichen (Massen)Medienkonsum nicht der Fall: das Angebot gleicht häufig einem «Rundumschlag», der alle (zufällig) Beteiligten trifft.



Medien vermitteln Wissen. Das Verstehen und das Behalten dieses Wissens setzt jedoch geeignete Verarbeitungsmöglichkeiten voraus: Das Wissen muss mit Bekanntem in Verbindung gebracht werden können, Neues muss in bereits bestehendes Wissen eingeordnet werden können, sonst bleibt es weitgehend wertlos.

Neben reiner Wissensvermittlung können wir den Medien vor allem auch das Wecken von Interessen zuschreiben. Dies ist gerade für die Entwicklung der kindlichen Intelligenz von ausschlaggebender Bedeutung.

Mit der Wissensvermittlung und Interessenförderung durch Medien sind allerdings auch Probleme verbunden. Schüler aller Stufen verfügen zwar über ein breites, aber im allgemeinen wenig verarbeitetes Wissen. Der Lehrer kann deshalb kaum mehr in ein Thema wirklich neu einführen. Seine Aufgabe besteht zunehmend darin, das bei den Schülern bereits vorhandene Wissen zu ordnen und zu ergänzen.

Der Medieneinsatz des Lehrers wirkt sich auch auf die Schüler aus. Verbannt er Medien aus seinem Unterricht, wird er der Lebenssituation vieler Schüler nicht gerecht. Er verpasst in diesem Fall auch die Chance, den Schülern in diesem Bereich Anregungen zu geben. Setzt der Lehrer aber Medien gezielt ein und missbraucht sie weder als Zeitfüller noch als Belohnung, so kann er einen wichtigen Beitrag zu einer kritischen Haltung den Medien gegenüber leisten.

Schliesslich könnten Medien auch vermehrt als Lernmittel für die Hand des Schülers verwendet werden; die entsprechenden Möglichkeiten werden heute noch kaum genutzt.

Als weiteres Problem sei die Anpassung des Denkens an das Medienangebot erwähnt. Eine Anpassung erfolgt bei Kindern wie bei Erwachsenen in doppelter Hinsicht. Einmal inhaltlich: Wir beziehen viele Vorstellungen über bestimmte Realitäten aus den Medien; oft tragen wir konkrete Bilder in uns, ohne die betreffende Sache je gesehen zu haben (Wie

sieht der Urwald aus?). Sodann ergibt sich eine Anpassung auch in formaler Hinsicht: wir gewöhnen uns an Oberflächlichkeit, an einen raschen Wechsel der Themen, an die schnelle, oft hektische Abfolge von Einzelbildern (vgl. Abschnitt 1).

3. Gefühle

- **Gefühle bleiben länger haften als reine Informationen.**
- **Übermässiger, unverarbeiteter Fernsehkonsum kann zur emotionalen Belastung werden.**
- **Vielseher sind ängstlicher als Wenigseher.**
- **Auch Kindersendungen können Angst auslösen.**

Dass Medien (insbesondere das Fernsehen) Gefühle wie Freude, Heiterkeit, Spannung, Ärger, Trauer, Angst usw. auslösen können, erleben wir fast täglich bei unserem Medienkonsum. Nun wurde in wissenschaftlichen Untersuchungen festgestellt, dass emotionale Eindrücke länger haften bleiben als reine Information. Durch Fernsehen und Radio vermitteltes Wissen wurde nach und nach wieder vergessen (entsprechend einer allgemeinen Vergessenskurve). Anders bei den emotionalen Eindrücken: sie blieben viel länger im Gedächtnis haften. Wenn man also bereits längst vergessen hat, was jemand genau gesagt hat, kann man sich noch erinnern, ob die betreffende Person sympathisch oder unsympathisch wirkte.

Eine allgemeine emotionale Belastung kann sich als Folge von übermässigem unverarbeitetem Medienkonsum einstellen. Besonders beim Fernsehen wird die Wirklichkeit zeitlich stark verkürzt dargestellt. Verglichen mit dem realen Leben werden Handlungen kaum je vollständig gezeigt. Der Zuschauer wird von einem attraktiv gestalteten Bilderfluss gefesselt. In den Bildern kann er kaum selber aktiv suchen, da sie sehr schnell wechseln und oft nur einen kleinen Ausschnitt zeigen. Auch der Handlungsraum wechselt so rasch, dass ein Mitgehen des Zuschauers schwierig ist. Zudem können die vielen Themenwechsel eine kritische Wahrnehmung verunmöglichen

und die Unterscheidung zwischen Wichtigem und Bedeutungslosem verhindern (Wember 1976).

Das grosse Angebot an Fernsehprogrammen und die fast pausenlosen Übergänge von einer Sendung zur nächsten erschweren in vielen Familien eine bewusste Programmauswahl. Vor allem bei «Vielsehern» wird das Vorgegangene dauernd vom Nachfolgenden überlagert und verdrängt.

Ein besonderes Augenmerk gilt dem Phänomen der Angst. Es konnte festgestellt werden, dass Vielseher im allgemeinen deutlich ängstlicher und misstrauischer sind als Wenigseher. Ob nun Ängstliche mehr Fernsehen schauen oder ob umgekehrt übermässiges Fernsehen manche Leute ängstlicher macht, kann damit jedoch nicht geklärt werden. Immerhin ist es nicht von der Hand zu weisen, dass gerade ängstliche Menschen dem häufig belastenden Alltag mit Hilfe des Fernsehens auszuweichen versuchen.

Für Erzieher bedeutsam ist die Beobachtung, dass auch Kindersendungen Angst auslösen können. Laute Geräusche, Dunkelheit, Feuer, verlassene Kinder und Tiere, aggressive Handlungen u.ä. können bei Kindern Angst bewirken. Angst kann weitgehend vermieden oder zumindest verringert werden, wenn Erwachsene die betreffende Sendung mitansehen und den Kindern helfen, die emotionalen Eindrücke zu verarbeiten (Gespräch, Malen, Rollenspiele usw.).

4. Einstellungen, Meinungen, Vorurteile

- **Medien wirken verstärkend auf bestehende Einstellungen.**
- **Medien bieten viele Stereotype und Vorurteile an.**
- **Die Grenzen zwischen Werbung und übrigem Programm sind oft fliessend.**

Mit der Auswahl der Inhalte, der Art ihrer Behandlung sowie durch die Art der Präsentation ist häufig eine Beeinflussung der Medienempfänger beabsichtigt. Vor allem im Hinblick auf Politik und Werbung ist die mei-

nungsbildende Funktion der Medien von Interesse. Grundlegende und radikale Einstellungsänderungen durch Medien sind – zumindest bei einem relativ vielfältigen Angebot – eher wenig wahrscheinlich; Medien wirken vor allem verstärkend auf bereits bestehende Einstellungen.

Schon eine einfache Analyse von Fernsehsendungen (aber auch von Illustrierten, Comics usw.) zeigt deutlich, dass Medien viele Stereotype und Vorurteile anbieten. Wer kennt sie nicht, die stolzen Spanier, die geizigen Schotten, die verschlagenen Indianer, die dummen Neger, die hinterlistigen Chinesen... Solche Bilder prägen sich im Laufe eines langen «Medienlebens» fast unmerklich ein.

Ein anderer Bereich der «Meinungsbildung» ist die Werbung. Eine ganz bewusste Beeinflussung des Zuschauers wird mit dem sogenannten «Werberahmenprogramm» des Fernsehens angestrebt. Viele der dort gezeigten Serien werden im Hinblick auf die Werbesendungen hergestellt und haben den Zweck, möglichst viele Zuschauer vor den Bildschirm zu locken und bei ihnen ein für die Werbung geeignetes emotionales Umfeld zu schaffen. In diesem Sinne sind die Grenzen zwischen Werbung und übrigem Programm nicht immer so klar gezogen, wie dies gemeinhin angenommen wird.

Die Werbeabsichten erkennt man im allgemeinen deutlich an Übertreibungen, Verfälschungen oder massiven Vereinfachungen. Weniger offensichtlich ist, dass Werbung oft – gesellschaftliche Klischeevorstellungen verstärkt,
– materielle Werte setzt,
– neue Bedürfnisse weckt und
– langfristig Verhalten im Alltag verändern kann.

Medienerziehung soll dies im Sinne eines «Konsumentenschutzes» bewusst machen und den Schülern helfen, die hinter der Werbung stehenden Interessen und Mechanismen zu erkennen.

5. Soziales Verhalten

- **Medien legen Gesprächsthemen fest.**
- **Medien uniformieren die Sprache.**
- **Der Mediengebrauch beeinflusst den Tagesablauf und das Familienleben.**
- **Medien bieten soziale Verhaltensmodelle an.**

Für das Zusammenleben entscheidend sind die Einflüsse der Medien auf das Verhalten der Menschen. Auch hier kann einiges über Medienwirkungen ausgesagt werden.

Medien bringen bestimmte Probleme an die Öffentlichkeit und beeinflussen dadurch die Gesprächsthemen vieler Menschen. Ein grosser Teil der Ereignisse bleibt dabei zwangsläufig unberücksichtigt. Die Auswahl orientiert sich an der Aktualität und am Sensationsgrad und weniger am menschlichen Alltag und an langfristigen Entwicklungen.

Im weiteren gehen von den Medien auch Einflüsse auf die Sprache aus: Medien (vor allem das Fernsehen) uniformieren die Sprache. So widerspiegeln die Medien beispielsweise nicht die ganze Vielfalt unserer mundartlichen Sprachkultur. Durch die Tatsache, dass auch deutsche Sender praktisch überall empfangen werden können, fliessen bundesrepublikanische Ausdrücke in unsere Sprache ein («Junge, Junge» – «na hör mal»).

Häufiger Mediengebrauch beeinflusst schliesslich den Tagesablauf und allgemein das Familienleben. Essenszeiten werden plötzlich auf das Fernsehprogramm oder auf die Radionachrichten ausgerichtet. Der gemeinsame Sonntagsjass fällt dem Autorennen zum Opfer, der Vitaparcours dem Dienstagabendkrimi. Es ergeben sich Konflikte zwischen den Familienmitgliedern, weil nicht alle das gleiche Programm schauen möchten; Fernsehen und Radio stören den Zeitungsleser usw. Den allgemeinen Einfluss des Fernsehens auf das Familienleben illustriert auf eindrückliche Art und Weise ein Experiment, bei dem 2 Familien 4 Wochen lang ohne Fernsehapparat lebten. Erst in der «Entzugsphase» wurde deutlich, welche Funktionen das Fernsehen in diesen Familien hat (Entspannung, Hilfe

beim «Abschalten» von der Arbeit). Es erstaunt nicht weiter, dass die beiden Familien nur schlecht auf alternative Freizeitbeschäftigungen (Spiel, Sport usw.) ausweichen konnten und sich nach der Fernsehpause wieder erleichtert vor den Fernsehapparat setzten (Gärtner 1985).

Von nicht zu unterschätzender Bedeutung gerade für die Entwicklung des Kindes ist schliesslich die Tatsache, dass die Medien – hier wiederum vor allem das Fernsehen – soziale Modelle anbieten. Die Kinder beobachten (häufig stereotype) soziale Verhaltensmuster und beginnen nicht selten, sie dann auch zu imitieren. So zeigen zum Beispiel Serienfilme immer wieder die gleichen Konfliktlösungsmuster. Die Rolle der Frau wird meist auf die gleiche Art interpretiert. Alles spielt sich innerhalb relativ eng gesteckter Grenzen ab. Dass sich dadurch vor allem bei Vielsehern ein gelegentlich arg verzerrtes Bild der sozialen Wirklichkeit ergibt, verwundert nicht. In entsprechenden Untersuchungen konnte festgestellt werden, dass Vielseher die Kriminalität erheblich überschätzen – ein Hinweis darauf, dass selbst Erwachsene Fiktion und Realität nicht immer genau zu trennen vermögen.

In diesem Sinne findet durch das Aufnehmen von Medieninhalten soziales oder antisoziales Lernen statt. Positives soziales Verhalten ist in den Medien aber schwieriger darzustellen als effektvolle aggressive Szenen.

Für die Erziehung ergeben sich daraus zwei Folgerungen:

- Durch eine bewusste Auswahl kann der Lehrer der Darstellung von antisozialem Verhalten in den Medien Alternativen zur Bewältigung von Konflikten gegenüberstellen.
- Konflikte in der Schule sollen durch einen partnerschaftlichen Umgang miteinander ausgetragen werden. Dabei kann auch stereotypes Rollenverhalten bewusst gemacht, überdacht und allenfalls verändert werden.

6. Aggressivität

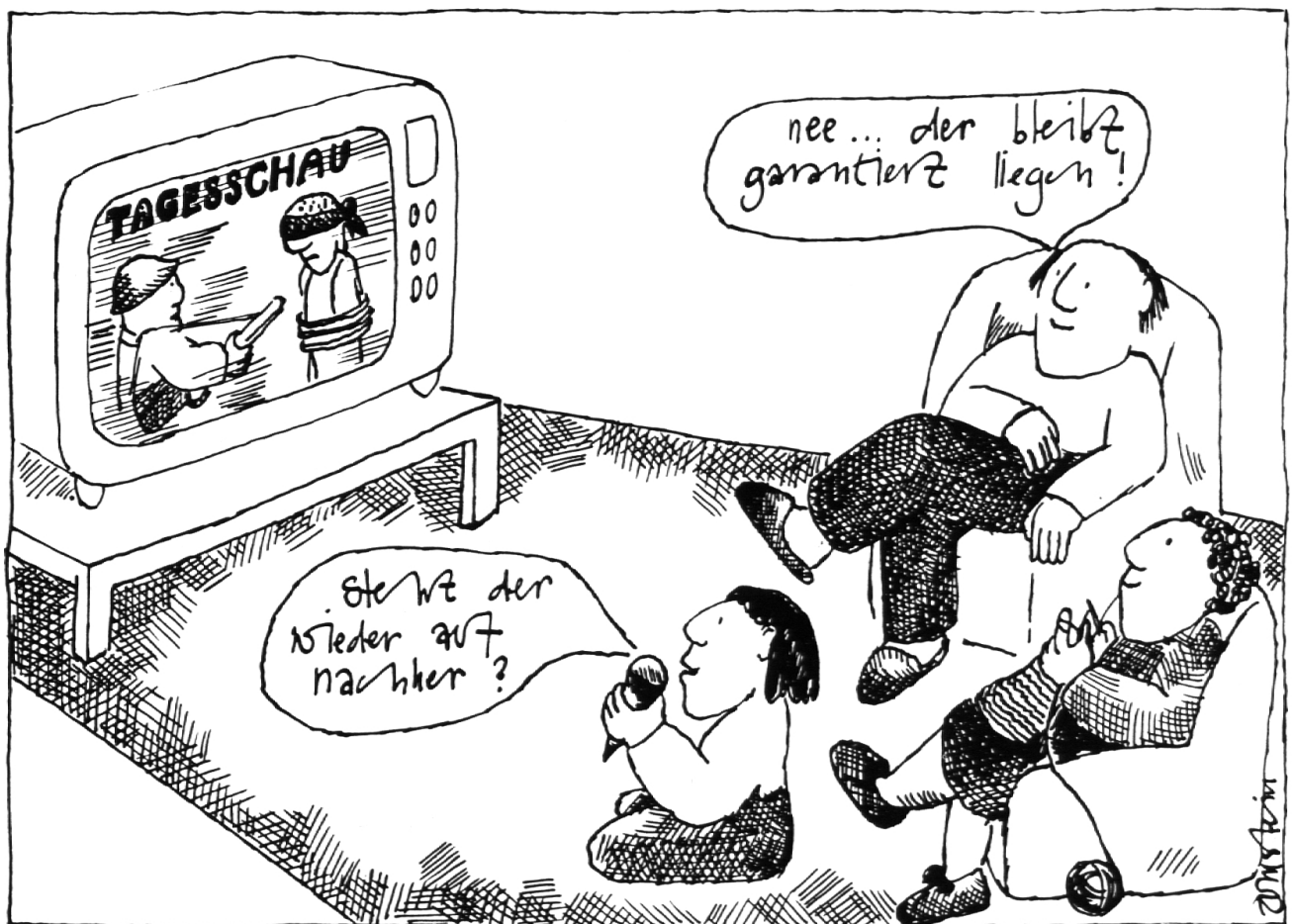
- **Gewaltdarstellungen allein führen nicht zwingend zu aggressivem Verhalten.**
- **Gewalt wird in den Medien (vor allem im Fernsehen) häufig als erfolgreiches Konfliktlösungsmuster angeboten.**
- **Gewaltdarstellungen führen zu Gewöhnung, Verharmlosung und Abstumpfung.**

Bei der Diskussion über Medienwirkungen spielt die Frage eine grosse Rolle, ob Gewaltdarstellungen (vor allem beim Fernsehen) die Bereitschaft der Zuschauer fördern, ihrerseits Gewalt auszuüben. Obwohl diese Frage wissenschaftlich nicht leicht zu beantworten ist und auch gelegentlich widersprüchliche Ergebnisse publiziert werden, kann doch folgendes festgestellt werden:

(1) Gewaltdarstellung in den Medien ist weder ein notwendiger noch ein hinreichender Grund für nachfolgendes aggressives Verhalten. Gehäufte Gewaltdarstellungen

prägen sich aber beim Konsumenten als Wahrnehmungs- und Verhaltensmuster ein. Wer Gewalt immer wieder als überaus erfolgreiches Konfliktlösungsmuster erlebt, wird davon wohl nicht total unbeeinflusst bleiben. Eine Untersuchung von 100 Fernsehserien hat gezeigt, dass mehr als die Hälfte aller Konflikte durch Gewaltanwendungen gelöst wurden (Fröhlich 1985, 18). Je nach sozialer Situation, persönlicher Disposition und Lebensgeschichte des Mediennutzers können diese Vorstellungen dann im Alltag in bestimmten Situationen handlungswirksam werden. Handlungswirksam können sie zum Beispiel in einer Umwelt werden, in der Gewalt bereits in einem relativ hohen Masse akzeptiert und praktiziert wird.

(2) Die Theorie, nach welcher das Betrachten von gewalttätigen Szenen das natürliche Gewaltpotential des Menschen bereits in der Phantasie abregiere (sog. Katharsis-Effekt), konnte wissenschaftlich nicht bestätigt werden.



(3) Verschiedentlich bestätigt wurde hingegen die Theorie, dass aggressive Verhaltensweisen über beobachtendes und imitierendes Lernen erworben werden. Ob das aggressive Verhalten dann tatsächlich ausgeübt wird, hängt jedoch von verschiedenen Bedingungen des sozialen Umfeldes ab. So sind offenbar jüngere Kinder eher zur Nachahmung bereit als ältere. Gewalttätiges Verhalten wird auch eher nachgeahmt, wenn das Modell für das aggressive Verhalten belohnt wird und wenn es sich um eine «positiv besetzte» Figur handelt. Schliesslich spielt vor allem die psychische Befindlichkeit des Mediennutzers eine entscheidende Rolle: Labilität, Frustration, Langeweile führen eher zu gewalttätigem Verhalten.

(4) Gewaltdarstellungen führen zu Gewöhnung, Verharmlosung und Abstumpfung; Gewalt wird nach und nach als etwas Alltägliches, etwas Normales betrachtet. Gewalt erstaunt nicht mehr, fordert keinen Widerspruch mehr heraus. Hier liegt möglicherweise die grösste Gefahr der Gewaltdarstellungen in den Medien; hier müsste die Selbstkritik der Medienproduzenten einsetzen; an diesem Punkt muss auch eine aufklärende, kritische Medienpädagogik ansetzen: Gewalt muss wieder betroffen machen; Kinder und Jugendliche müssen diese Betroffenheit bei den Erwachsenen sehen, und zwar auch bei Gewalt, die «nur» in den Medien vorkommt sowie bei «harmloser Alltagsgewalt». Viele Erwachsene haben sich daran gewöhnt, täglich Gewaltdarstellungen mehr oder weniger gedankenlos zu konsumieren. In diesem Sinne arbeitet auch die Tagesschau mit ihren nüchternen und distanzierten Kurzberichten diesem Anliegen der Medienpädagogik entgegen.

* Einzelne Abschnitte wurden leicht verändert übernommen aus: Grossmann J., Mayer B.: Medien und Erziehung. Grundlagen, Ziele, Thesen. Amt für Unterrichtsforschung/Berner Schulwarte. Bern 1983.

Zitierte Literatur siehe S. 11–12.

Video-Brutalos – eine Herausforderung für die Erziehung

Beat Mayer

Die Video-Welle trifft auf hilflose (und ahnungslose?) Eltern und Lehrer. Wie ist ihr zu begegnen? Was fasziniert an den Brutalo-Filmen und was macht sie gefährlich? Wie ist der Gewaltdarstellung pädagogisch zu begegnen? Auf diese Frage versucht Beat Mayer in seinem zweiten Beitrag Antworten zu geben.

1. Die Video-Welle hat die Medienpädagogik überrollt

● Video-Brutalos verunsichern Lehrer und Eltern.

Innerhalb weniger Jahre hat sich bei Kindern und Jugendlichen eine Praxis verbreitet, die uns Erziehern Sorge macht: Die in einem beträchtlichen Teil der Haushalte stehenden Video-Geräte werden auch von Kindern und Jugendlichen gebraucht, und zwar nicht nur für Märchenkassetten, sondern teilweise auch für Video-Brutalos, also Filme mit brutalsten Gewaltdarstellungen. Dies beunruhigt zu Recht viele Eltern und Lehrer. Die vermeintliche oder tatsächliche Verrohung und zunehmende Brutalität unter Kindern und Jugendlichen, aber auch Interesselosigkeit der Schule gegenüber werden häufig auf einen exzessiven Video-Konsum zurückgeführt.

Für Tageszeitungen sind Videos zum Thema geworden, und die pädagogische Fachpresse versucht, das Phänomen zu ergründen und zu erklären. In Veranstaltungen wie «Verderben