

Zwischen Realität und Medienwelt

Die Beeinflussung der Medien auf Jugendliche wird immer häufiger diskutiert. Medien nehmen in unserm Leben einen immer größeren Platz ein und sind aus unserer modernen Welt kaum mehr wegzudenken. Aus diesem Grund befassen sich auch zunehmend Studien mit der Frage, in wie weit die Medien uns Menschen beeinflussen. Diese Forschungen erbrachten vielfältige, jedoch widersprüchliche Einzelergebnisse.

Dass nahezu alle Menschen mehr oder weniger durch die Medien beeinflusst werden, ist nur wenigen bewusst.

Doch bei manchen Jugendlichen kann diese Beeinflussung sogar so weit führen, dass sie dermaßen von den Medien in ihren Bann gezogen werden, dass sie teilweise das reale Leben von der Medienwelt kaum mehr unterscheiden können.

Eine solche Veränderung der Wahrnehmung geschieht nicht von heute auf morgen, sondern ist ein Prozess, der schon im frühen Kindesalter beginnt.

Bereits während des ersten Lebensjahres kann der Fernseher den Lernprozess eines Kleinkindes enorm behindern und verzögern.

Umfangreiche Studien zeigen, dass die Fähigkeit, Dinge und Gegenstände so wahrzunehmen, wie sie wirklich sind, uns nicht von Anfang an gegeben ist, sondern vom Gehirn erst erlernt werden muss. Voraussetzung hierfür ist, dass die Informationen, die über die Sinnesorgane, insbesondere Auge und Ohr, aufgenommen werden, zu einer Einheit verschmelzen. Dies lernen wir nur durch tausendfaches genaues Hinschauen und –hören. Dabei ist es sehr wichtig, dass alle Reizquellen räumlich und zeitlich genau übereinstimmen, wie beispielsweise bei einer Kinderrassel. Wenn eine Rassel im Fernsehen gezeigt wird, ist das Bild unscharf und Klang und Bewegung stimmen nicht exakt miteinander überein. Der Lernerfolg für das Babygehirn ist hier gleich null.



Eine besonders starke Beeinflussung tritt auf, wenn Kinder im Alter von 10 bis 14 Jahren, also einer wesentlichen Zeitspanne in ihrer Sozialisierungsphase, nicht vor übermäßigem Fernsehkonsum bewahrt werden. Horrorfilme, aber auch harmlos und lustig wirkende Comics, zeigen in übermäßigem Umfang Gewaltverherrlichung. Gerade in diesen Kinderfilmen wird Gewalt nicht nur belohnt und als lustig dargestellt, sondern auch

moralisch gerechtfertigt. Diese Gewaltverherrlichung prägt sich tief in das Gehirn des Kindes ein und es ist schließlich nicht mehr in der Lage, die Ernsthaftigkeit von Gewalt zu begreifen.

Besondere Gefahr des Realitätsverlustes entsteht durch die gewaltverherrlichenden Computerspiele. Hier wird nicht nur, wie beim Fernsehen, beobachtet, sondern man kann selbst in die virtuelle Welt eingreifen. Man kann selbst den Bösewicht spielen

und alle Gegner zerstören, oder aber den „Guten“ mimen, der ebenfalls mit Gewalt den Bösen besiegt. Man sucht sich seinen Standpunkt selbst aus, bleibt aber immer Sieger oder Held.

Die Spieler vertiefen sich dermaßen in ihr Computerspiel, dass sie aus ihrer Traumwelt am liebsten gar nicht mehr aufwachen wollen. Das Gefühl für die Wirklichkeit geht verloren und die Spielfreaks verwechseln ihre virtuelle Welt mit der Realität.

Dies hat oftmals zur Folge, dass Aggressionen, die durch solche gewaltreichen Spiele aufgebaut werden, ohne jedes Gefühl für die Schmerzempfindung des Gegners abgebaut werden.

Man kennt es schließlich aus den Kampfspielen, dass der Gegner nach dem ersten Schlag, ohne auch nur das Gesicht zu verziehen, wieder aufsteht.

Auch durch die Möglichkeiten der modernen Kommunikation per Internet kann Realitätsverlust hervorgerufen werden. Wenn die Kommunikation mit anderen ausschließlich über Medien stattfindet, kann dies die Persönlichkeit eines Menschen negativ verändern.

Wenn nur noch per E-Mail oder Chat ein Austausch stattfindet, gewöhnt man sich an diese distanzierte Kommunikation so sehr, dass es immer schwieriger wird, ein normales Gespräch „von Mensch zu Mensch“ zu führen. Hinter ihrem Computer fühlen sie sich sicher, weil sie nie direkt mit ihrem Partner konfrontiert werden, aber im wahren Leben haben sie Angst vor Nähe und direkter Konfrontation, Angst vorm Versagen, weil die gewohnte, schützende Distanz fehlt.



Doch nicht nur diejenigen unter uns, die den Großteil ihrer Zeit vor dem Computer verbringen, stehen unter dem Einfluss der Medien, sondern auch diejenigen, die sich am Abend für zwei Stunden vor den Fernseher setzen und eigentlich nur einen schönen Film zur Entspannung sehen wollen, erleben mindestens jede dreiviertel Stunde Beeinflussung pur: Werbung.

„Have a break, have a KIT KAT! “ Diesen Slogan kennt jeder nur allzu gut. Damit verkauft KIT KAT den Anspruch auf eine Pause. Und das Bedürfnis, sich auch mal eine kleine Pause zu gönnen, besteht bekanntlich bei allen Menschen.

Einige werden sich jetzt sicherlich ertappt fühlen, weil sie merken, dass auch sie zu denjenigen gehören, die sich durch einen simplen Werbeslogan beeinflusst haben lassen, denn die meisten von uns haben sicherlich schon die ein oder andere Pause mit einem KIT KAT bereichert.



Julia Link