

Gunter Stemmler

Klarer Kopf - 2016 - trotz matter Scheibe.

Tips zum sinnvollen Umgang mit den Medien

„Es ist in unserer Zeit kein Problem, täglich Stunden am Fernseher oder Computer zu verbringen. Die Suche nach Informationen, Unterhaltung, neuen Programmen übt ihren besonderen Reiz aus, und oft vergessen wir darüber, was wir eigentlich wirklich unternehmen wollten. Dieser kleine Leitfaden möchte neben vielen wertvollen Tips dazu anregen, einen sinnvollen Umgang mit den Medien zu trainieren, damit wir trotz matter Scheibe einen klaren Kopf behalten und von der Vielfalt der Möglichkeiten persönlich profitieren können.“ [Brunnen Verlag]

Inhalt

Einleitung

Funktion der Medien

Umgang mit Medien

Gefahren der Medien

Selbstbeobachtung

Vorurteile und Erkenntnisse über Medienwirkung

Christliche Lebenshaltung

Aufgaben für Christen in den Medien

1. Aufl. © BRUNNEN Verlag Gießen

Umschlag: Ralf Simon, © BRUNNEN Verlag Gießen

2. digitale Aufl. © 2016 Dr. Gunter Stemmler

Für Anregungen zu Sozialen Medien danke ich Manuel

Stemmler B.Sc., B.A.

Umschlagsaktualisierung © Manuel Stemmler B.Sc., B.A.

Alle Rechte vorbehalten

Einleitung

Wie gehe ich mit Medien am besten um? Trotz vieler Bücher, Aufsätze, Seiten im Internet oder Blogs, in denen wir vielleicht zu diesem Thema gelesen haben, fühlen wir uns allein gelassen. Denn was geschrieben wurde, hat uns nicht weitergeholfen.

Es bleibt unser Wunsch, Medien in einer Weise zu gebrauchen, daß wir uns dabei gut fühlen wie jemand, der weiß, er handelt richtig.

Jedoch: Wir wissen nicht, wie und was wir in den Medien konsumieren können. Es wächst die Besorgnis, die Inhalte könnten für uns als Konsumenten schädlich sein.

Woher kommt dieses Gefühl, allein gelassen zu sein? Häufig werden uns nur alte Vorurteile angeboten, die uns Probleme und Schuldige aufzeigen, aber nicht bis zu den Ursachen gelangen. Und auch die Medienwirkungsforschung hat bisher keine Ergebnisse erzielen können, die uns weiterhelfen. Wir sind allein gelassen, wenn wir Hilfe von außen erwarten.

Also müssen wir uns selber an dieses Thema heranwagen und das Erkannte in unserem Alltag umsetzen – Stück für Stück.

Eben ein Medientraining.

Für ein Medientraining werden hier Lösungen angeboten: Einfache, kleine Lösungen, die dem einen oder anderen vielleicht banal erscheinen. Zu den kleinen Schritten gehören praktische Tips für den Alltag, ein kritischer Blick auf bestehende Vorurteile, wichtige Hintergrundinformationen und Grundsatzüberlegungen.

Beim Umgang mit Medien kommt es auf Sie an, denn Sie konsumieren letztlich immer allein: auch wenn Sie „gemeinsam“ im Kino oder vor dem Bildschirm sitzen. Entnehmen Sie deshalb bitte dem Buch das, was Ihnen in Ihrer konkreten Situation tatsächlich weiterhilft. Dieses Buch soll eine praktische Hilfe sein; es wird seine Wirkung zeigen, wenn Sie es verwenden.

Funktion der Medien

Haben Sie sich auch schon gefragt, warum es Medien gibt? Wozu brauchen wir Menschen Medien?

Die allgemeine Bedeutung der Medien liegt in dem Wunsch, die Begrenztheit des menschlichen Wesens zu überschreiten. Der Mensch ist an Zeit und

Raum gebunden. Er kann nur an einem Ort zu einem Zeitpunkt sein. Seine Lebenszeit ist relativ kurz. Aber sein Drang, sich nicht durch diese Begrenzungen einschränken zu lassen, und vor allem der Wunsch, mit anderen Menschen zu kommunizieren, hat ihn immer wieder dazu geführt, nach Lösungen für dieses Problem zu suchen.

Denken wir beispielsweise an Buschtrommeln, Rauchzeichen oder Knotenschriften. Mit Trommel- und Rauchsignalen lassen sich weite Distanzen überbrücken; damit befindet sich derjenige, der eine Botschaft weitergibt oder empfängt, quasi gleichzeitig an zwei Orten: am Sendeort und am Empfangsort. Mit Schriftzeichen, seien es Hieroglyphen oder eine Silbenschrift, sind sowohl der Raum als auch die Zeit zu überwinden. So können wir heute lesen, was die alten Ägypter vor viertausend Jahren geschrieben haben. Wir kommunizieren miteinander, wenn auch aktiv nur in eine Richtung.

Über das Fernsehen wurde einmal gesagt, es sei ein „uralter Menschheitstraum: der Zauberspiegel, mit dessen Hilfe man sehen kann, was sich an verschiedenen Orten abspielt, mit dem man in Vergangenheit und Zukunft blickt, allwissend und damit

allmächtig wird, Raum und Zeit mühelos überwindend. Die magische Anziehungskraft des Zauberspiegels Fernsehen gründet sich auf die Verwirklichung eines großen Wunschtraumes des Menschen, die Grenzen, die ihm sein Körper und die Natur setzen, zu sprengen und Dinge zu tun, 'die es eigentlich gar nicht gibt'. Er kann ungehindert kommunizieren.“ Wieviel mehr trifft dies auf ein Smartphone zu.

Wenn der Mensch seine unmittelbaren Bedürfnisse wie Essen und Sicherheit befriedigt hat, sorgt er entweder für die Zukunft vor oder er lenkt sich von der Realität des Alltags ab. Für die Kommunikation übersetzt heißt dies: Er benötigt Informationen für die zentralen Abläufe des Alltags. Die Zukunftsvorsorge geschieht durch Bildung, die Ablenkung durch Unterhaltung.

Dies sind die drei grundlegenden Formen menschlicher Kommunikation: Information, Bildung und Unterhaltung. Sie verfügen jeweils über einen eigenen Funktionsbereich und somit eine eigene Berechtigung. Information ist notwendig, um über den Stand der Dinge unterrichtet zu sein. Manchmal geht es dabei weniger darum, sich Inhalte zu merken. Deshalb hat man oft den Eindruck, daß mancher sich die Fernsehnachrichten wie

ein Indianer ansieht, der vor langer Zeit auf einen nahen Berg stieg, in die Ferne blickte, keine Gefahr sah, zum Stamm zurückkehrte und diese Nachricht übermittelte, damit nun alle beruhigt schlafen gehen konnten. Bildung benötigen wir, um Vorgänge oder Dinge beherrschen zu können, beispielsweise eine Fremdsprache. Häufig läßt sich bei der Bildung ein schneller Vorteil nicht erkennen – außer man lernt eine Fremdsprache für einen bevorstehenden Urlaub. Meistens ist jedoch der Wunsch nach Bildung mit Abschluß der Berufsausbildung eher spärlich ausgeprägt, denn Bildung erfordert ein gewisses Maß an Anstrengung.

Unterhaltung: Das ist nicht nur die große Fernsehshow, das sind auch die Geschichten der Oma oder das Fußballspiel des Lokalvereins. Wenn der Mensch nicht arbeitet, dann ist seine Lieblingsbeschäftigung die Unterhaltung. Er unterhält sich gern mit Menschen, und er läßt sich gern durch Menschen unterhalten. Auch Bildung oder ein Hobby können unterhaltend sein.

Umgang mit Medien

Wer möchte nicht wissen, was in der Welt geschieht? Dafür liest er seine Tageszeitung, blättert in einer Illustrierten, sieht sich Fernsehnachrichten und gelegentlich ein politisches Magazin an. Oder er nimmt den kleinen flachen Zauberkasten in die Hand und springt von Facebook zu Twitter, von YouTube zu den Blogs, von einem Link zum nächsten in seiner Hashtag-Welt. Vielleicht geht er auf eine digitale Zeitung oder forscht mit einer Suchmaschine. Er hat sich nun über vieles informiert. Doch zugleich wird er von wichtigen Vorgängen, die sein Leben direkt betreffen, keine Kenntnis bekommen. Es ist interessant, Menschen zu fragen, ob sie wissen, daß ... - und dann fragen wir sie nach etwas, das für ihr Leben sehr hilfreich wäre, zum Beispiel die Möglichkeit einer Steuerersparnis – um dann zu erfahren, daß sie davon noch nie gehört haben.

„Es gibt Menschen, welche den ganzen Tag die Zeitungen in der Hand haben, die man aber höchlich überrascht, wenn man ihnen etwas von dem sagt, was darin steht: sie haben davon nichts gelesen. Woraus hervorgeht, daß die Zeitungslektüre bei ihnen keineswegs die Funktion einer Kenntnisnahme hat,

sondern eine Art physiologischer Vorgang darstellt: sie steht im Zusammenhang mit der Schläfrigkeit“, schreibt Heimito von Doderer in seinem Roman „Die Strudelhofstiege“.

Welche Schlußfolgerung können wir daraus ziehen? Die meisten Menschen informieren sich falsch. Sie verschaffen sich nicht die Informationen, die für ihr Leben von Bedeutung sind. Sie haben nicht gelernt, woher und wie sie die für ihr Leben wichtigen Informationen beziehen können.

Beim Medienkonsum hilft uns eine aktive Haltung. Ob wir uns informieren, bilden oder unterhalten wollen, wir beherrschen Medien erst dann, wenn wir den Zeittakt unserer Mediennutzung kontrollieren. Zeittakt meinte früher, wir informieren uns über den tagesaktuellen Stand der Welt von 20.00 bis 20.15 Uhr in der „Tagesschau“ und so weiter.

Heutzutage ist die zeitliche Unabhängigkeit so gut möglich wie noch nie: Fernsehen über das Internet eröffnet zeitversetzt den Zugriff auf viele Beiträge, da sie ins Netz gestellt wurden.

Wie sah früher diese selbstgesteuerte Nutzung beim Informieren aus? Dazu wurden themenweise Sendungen aufgezeichnet, über Wochen Artikel aus

Zeitungen ausgeschnitten, in einer öffentlichen Bibliothek fremdsprachige und deutsche Zeitungen mit unterschiedlicher politischer Ausrichtung gelesen und einzelne Aspekte in Lexika nachgeschlagen.

Auf diese Weise werden Informationen besser behalten, so daß sie zu einem Bildungsschatz werden. (Im Gegensatz dazu sind zum Beispiel die zusammenhanglosen Fragen aus Quizsendungen für uns geistig kaum verwertbar.)

Heute täuscht leicht das Internet mit seiner Informationsflut: Eine Gefahr liegt darin, daß die automatischen Hinweise, die zum Beispiel Facebook anbietet, vorhandene Meinungen verstärken, statt zu alternativen Nachrichten zu führen. Vorurteile verfestigen sich durch PR und Propaganda.

Bei bedeutenden Ereignissen ist es hilfreich, unterschiedliche Informationsquellen heranzuziehen. Wir bilden uns überwiegend mit Hilfe des Buches; aber das Internet übernimmt zunehmend dessen Stelle. Jederzeit ist ein Zugriff da. Und wer hat schon eine gute Bibliothek in der Nähe? Nun kommt es auf die Kunst an, gesicherte Informationen und geprüfte Fakten zu finden.

Für die Bildung können bewegte Bilder und Originaltöne manches veranschaulichen. Früher wurden

dafür zuerst Radios und dann Fernseher angeschafft; heute wird auch im Internet-Zugang ein Zugriff auf Bildung gesehen. Aber diese Medien wurden und werden erfahrungsgemäß kaum tatsächlich für die Bildung genutzt. Zumeist diene und dient das Argument der Bildung nur als Ausrede, um den Kauf zu rechtfertigen. Dieses hehre Ziel, das man sich gesetzt hat, wird selten erreicht.

Genießen Sie auch fremdsprachige Unterhaltung, sei es ein Buch oder ein Fernsehfilm, rechnen Sie es jedoch zur Unterhaltung, nicht zur Bildung. Sonst beschummeln Sie sich nur selbst.

Unterhaltung durch Massenmedien ist nichts Schlechtes. Durch Massenmedien wurde niveauvolle Unterhaltung für die breite Bevölkerung finanziell möglich. Wobei ich mich frage, ob ich es verengt wahrnehme, wenn im öffentlich-rechtlichen Fernsehen nur noch „Tatort“ gezeigt wird und die privaten Kanäle weiter im Niveau sinken, so daß das Bezahlfernsehen für viele immer attraktiver wird. Hinzu kommt, daß viele nicht mehr warten wollen und Filme sofort sehen möchten, wenn sie auf dem Markt erscheinen. Es liegt an jedem Benutzer, ob und wie er diese Chancen nutzt.

Wer den Umfang der Medienunterhaltung auf ein Minimum reduziert und zugleich die Nutzung festlich begeht, kann schöne Erlebnisse genießen. Gern habe ich mir zum Beispiel mit Freunden den alten Rühmann-Klassiker „Die Feuerzangenbowle“ angesehen, wobei wir dabei selber eine Feuerzangenbowle aufsetzten. Eigene Aufzeichnungen oder gekaufte Filme als Konserve oder zum Herunterladen gestatten es, das Ambiente vorzubereiten: Getränke, Kleidung ... bis hin zu den Freunden, die eingeladen werden. In ähnlicher, durch gute Gewohnheit ritualisierten Weise können Sie Zeitungen oder Illustrierte genießen, zum Beispiel mit dem Lieblingsgetränk bei ausgewählter Musik im bequemen Ohrensessel. Weniger ist hier mehr. Die Vorfreude erhöht das Vergnügen.

Für diejenigen, die meinen, sie seien zu sehr von Medien „gefesselt“, bieten die folgenden Absätze einige Ratschläge an. Sie beschränken sich auf das Fernsehen.

Gibt es fernsehsüchtige Menschen? Mir fällt da jemand ein, den man als ´süchtig´ bezeichnen muß. Gegen 17.00 Uhr wird er immer leicht nervös. Dies steigert sich von Minute zu Minute. Spätestens um 17.45 Uhr muß

dann die ´Glotze laufen´. Und nun kommt´s: Er verläßt den Raum, in dem das Fernsehgerät steht. Es ist völlig unwichtig, was gezeigt wird. Wichtig ist nur, daß der Fernseher eingeschaltet ist. Und so schaut er dann im Abstand von ein paar Minuten, die sich auch einmal bis zu einer Viertelstunde ausdehnen können, in das Zimmer hinein, immer mit einem kurzen Blick auf die jeweilige, zufällig eingeschaltete Sendung. Vom Inhalt der Sendungen erfährt er kaum etwas.

Mit den Nachrichten um 19.00 Uhr beginnt dann sein eigentlicher Fernsehtag. Er dauert gewöhnlich bis spät in die Nacht. Gesehen wird alles, was kommt. Unabhängig davon, ob es gefällt oder mißfällt. Fernsehen ist Pflicht, könnte man dazu ironisch bemerken.

Ich habe mir immer die Frage gestellt, warum dieser junge Mann so ´lebt´? Vergleiche ich ihn mit einem Alkoholkranken, dann wird mir die Antwort klar: Er ist ebenfalls krank. Er hat die Fernsehsucht.

Tip: Ein Mittel gegen die Gefahr der Fernsehsucht können wir in der Bergpredigt lesen: „Wenn dich also dein rechtes Auge verführt, dann rei es heraus und wird es weg! Besser, du verlierst eins deiner Glieder, als daß

du heil und unversehrt in die Hölle geworfen wirst“ (Matthäus 5, 29). Es ist besser für alle, die sich von der Ersatzbefriedigung Fernsehen gefangennehmen lassen, diesen „Teil ihres Körpers“ fortzuwerfen, als durch ihn von einem befriedigenden Leben abgehalten zu werden.

Wenn Sie diese Kraftakt-Methode nicht anwenden wollen, dann müssen Sie ständig darauf achten, nicht heimlich von der Faszination des Fernsehens gefesselt zu werden. Für Sie gibt es folgende Möglichkeiten zum Umgang mit dem Fernsehen:

1. Positionieren Sie das Fernsehgerät nicht als 'Hausgott' an der besten Stelle des Wohnzimmers. Es reicht ein kleiner Fernsehapparat in einem abgelegenen Teil der Wohnung.
2. Sehen Sie sich nur sorgfältig ausgewählte Sendungen an. Vergessen Sie dabei nicht: Viele Informationen können Sie auch durch ein gezieltes Gespräch oder ein Buch und bei aktuellen Themen durch eine Radiosendung erhalten.
3. Ein Gespräch oder ein Spieleabend ist fast immer eine interessantere Unterhaltung als eine Fernsehsendung. Bieten Sie sich (und Ihren Kindern) attraktive Alternativangebote zum Fernsehen (Kinder sollten sich nicht an das Fernsehen gewöhnen – ich weiß, dies ist

die Quadratur des Kreises). Solche Aktionen, besonders für Familien, sind: gemeinsame Unternehmungen (Picknick, Spieleabend), Einladen von Freunden, Lese- oder Vorleseabende (mit ´richtigen´ Büchern), gemeinsame Hobbys entdecken, Briefe schreiben, abendliche Spaziergänge, gemeinsames Musizieren, humanitäre Aktionen, Ausspannen, Kochen oder Backen, zusammen Sport treiben, basteln, künstlerisch aktiv werden usw. Als Ideenreservoir kann ein Aktivitätsbrett (eine Pin-Wand) dienen, an das Zettel mit Ideen geheftet werden.

4. Schalten Sie Sendungen sofort aus, die nicht das Erwartete halten. Schalten Sie nicht auf einen anderen Sender um.

5. Führen Sie einen fernsehfreien Tag ein, wie ihn Altbundeskanzler Helmut Schmidt einmal vorgeschlagen hatte.

6. Suchen Sie sich einen Freund, Bekannten oder Nachbarn aus, mit dem Sie sich gut verstehen und der die gleichen Filme oder Sendungen liebt wie Sie. Dann sehen Sie sich den Film oder die Sendung bei ihm an. Sie können auch ein kleines Geschenk mitbringen, das den Abend noch schöner werden läßt.

Soziale Netze wie Facebook und Twitter sind für viele die wichtigsten Informationsquellen. Aber sie verstärken vorhandene Meinungen, weil gerade auf gleiche und ähnliche Botschaften hingewiesen wird. Gegenteilige Sachverhalte werden weniger wahrgenommen und Vorurteile somit verstärkt. Der Horizont verengt sich.

Gefahren der Medien

In der breiten Öffentlichkeit wie in beschaulichen privaten Kreisen wird gern debattiert, welche Wirkungen die Medien haben. Es wird darüber diskutiert, ob Gewalt in Filmen neue Gewalt bei den Zuschauern hervorruft, ob sexuelle Freizügigkeit in Filmen zu Sex führt. Dabei wird häufig „der Wald vor lauter Bäumen nicht gesehen“. Medien haben selbstverständlich Wirkungen auf den Zuschauer: Sie kosten Zeit, Geld und belasten manchmal auch die Gesundheit.

Zeit und Gesundheit sind Geschenke Gottes. Wir können sie verträdeln, wir können sie verspielen, doch wir können weder Zeit noch Gesundheit erwerben oder

aufsparen. Wir haben mit ihnen haushälterisch umzugehen – wie mit dem Geld.

Die größte Gefahr des Fernsehens und des Internets liegt nicht im Verhalten, das sie bewirken, sondern im Verhalten, das sie verhindern.

Fernsehen, Facebook und Internet sind versteckte Konkurrenten für sämtliche Unternehmungen. Der Bundesbürger sieht im Schnitt jeden Tag fast drei Stunden fern. Der Konsum von Radio und anderen Medien kostet zusätzlich Zeit.

Rechnen wir die täglich vor dem Fernseher und im Internet verbrachten Stunden aufs Jahr hoch, erhalten wir eine stattliche Zeitdauer. Nehmen wir zum Beispiel eine tägliche Fernsehzeit von einer Stunde und ein paar Minuten – das ist nicht einmal ein Spielfilm, weniger als ein Fußballspiel – dann kommen wir im Jahr auf 385 Stunden. Bei einer 38,5-Stunden-Woche sind dies umgerechnet 10 Wochen, das ist etwa der doppelte Jahresurlaub. An diesem kleinen Rechenbeispiel, das die Lektüre von Illustrierten usw. nicht einschließt, sehen wir, wie Medien uns Zeit rauben, die wir dann für vieles im Leben nicht mehr haben:

Ein wichtiger Brief bleibt ungeschrieben, ein klärendes Gespräch wird nicht geführt, eine Hilfe für den Nachbarn verschiebt sich mehr und mehr. Unser Leben wäre reicher und interessanter, würden wir uns für diese Angelegenheiten mehr Zeit nehmen. „Nutzt die Zeit“ (Kolosser 4,5).

Auch können Kirchengemeinden mehr Mitarbeiter gebrauchen, die für wichtige Projekte ausreichend Zeit mitbringen. Mit einem erhöhten Zeiteinsatz könnten manche Finanzengpässe überbrückt werden. Hilfeleistungen für Arme und Schwache kosten ebenfalls Zeit.

Hinzu kommt, daß Medien teuer sind. Wer fernsehen will, braucht ein Gerät – ein Gerät kostet Geld. Es muß mit Strom betrieben werden – auch Strom kostet Geld. Banal, häufig verdrängt, aber ... Fernsehgebühren müssen inzwischen fast alle zwangsweise zahlen. Diese Kosten steigen bei vielen durch das Bezahlfernsehen. Häufig kommen zum Fernseher weitere Geräte hinzu. Eine Parabolantenne für Satellitenempfang - wenn es nicht einen kostenträchtigen Kabelanschluß gibt -, ein DVD-Player oder –Recorder mit DVDs. Oder es wird extra für eine schnelle Datenleitung bezahlt. Weitere

Ausgaben für ergänzende Medien folgen: Radio, Autoradio ... Es werden immer noch Tageszeitungen bezogen. Zahlreiche Magazine und Illustrierte werden gelesen.

Wenn wir zusammenrechnen, wieviel Geld wir für Druckerzeugnisse, elektronische Medien und digitale Angebote Jahr für Jahr ausgeben, dann erhalten wir einen stolzen Betrag.

Diese Aufzählung ist durchaus nicht banal, denn sie führt zur selten vollzogenen Aufrechnung der Kosten unseres Medienkonsums. Dafür setzen wir viel Geld ein, das häufig sinnvoller investiert werden könnte.

Bleibt die Frage: Wieso können Medien unserer Gesundheit schaden? Und wo? Sicherlich trifft dieser Nachteil nur für einen Teil der Medien wie der Konsumenten zu. Überlegen wir uns, wieviel Zeit der einzelne vor dem Fernseher sitzt oder ein Tablett in der Hand hält. Müssen wir schon im Beruf den ganzen Tag sitzen, so belasten wir Rücken, Halswirbel und Magen sehr. Wird der Kreislauf kaum beansprucht, die Muskulatur nicht gefordert, dann fehlt durch zu viel Medienkonsum der körperliche Ausgleich. Darauf folgen

Zivilisationskrankheiten wie Übergewicht oder Herz- und Kreislaufprobleme.

Doch auf unsere Gesundheit haben wir zu achten: „Oder habt ihr vergessen, daß euer Leib ein Tempel des Heiligen Geistes ist, den euch Gott gegeben hat?“ (1. Korinther 6,19).

Gerade in diesem Bereich sind Kinder besonders gefährdet. Kinder, die gewöhnlich einen starken Bewegungsdrang haben, müssen täglich einige Stunden in der Schule sitzen. Da ist es nur natürlich, daß sie sich in ihrer Freizeit um so mehr bewegen und mehr spielen oder toben wollen. Sitzen sie vor dem Fernseher oder spielen am Bildschirm, wird der Bewegungsdrang weiter unterdrückt. Es besteht die Gefahr, schon im Kindesalter übergewichtig zu werden.

Der Mangel an Bewegung führt auch dazu, daß Kinder am nächsten Morgen in der Schule unaufmerksam sind. Viele Lehrer beklagen sich über diese Entwicklung. Wenn die Kinder längere Zeit am Tag gebannt vor der Flimmerkiste sitzen, erfolgt der Bewegungsausgleich an anderer Stelle. Der Unterricht wird dann zum ´idealen Freiraum´, um sich auszutoben.

Kinder sitzen oft in ihrem Alltag, sei es in der Schule oder mit dem Smartphone in der Hand. Es fällt,

auf, daß mehr und mehr Kinder sogar Probleme haben, auf einem Bein zu hüpfen oder einen Ball zu fangen. Es mangelt an der körperlichen Koordination, an Reaktionsfähigkeit und an Kraft in den Armen, weshalb es zu vielen Stürzen und Zusammenstößen kommt, die vermeidbar wären. Denn Schüler können im Schnitt deutlich weniger weit laufen und haben auch an Sprungkraft gegenüber früheren Generationen verloren. Nicht fit zu sein, nagt am Selbstbewußtsein von Kindern.

Tip: Rechnen Sie Ihren durchschnittlichen Medienkonsum am Tag aus, gegliedert nach Computer/Internet, Fernsehen, Radio und Lektüre. Dafür ist es zwingend notwendig, eine Zeitlang jeden Tag den Konsum zu notieren.

Ermitteln Sie, was Sie Ihr Medienkonsum im Jahr kostet – als Schätzung im voraus und durch Eintragungen rückblickend für das Kalenderjahr. Vergessen Sie bitte nicht, die Stromkosten soweit wie möglich zu berücksichtigen.

Es steht für mich außer Frage, daß nicht die Medien, sondern die Lebensumstände entscheidend das menschliche Verhalten bestimmen. Die Wahl unserer Freunde ist zum Beispiel so ein ausschlaggebender

Faktor. Es gilt, hierauf unser besonderes Augenmerk zu richten.

Selbstbeobachtung

Die persönliche Selbstbeobachtung kann nicht wie die wissenschaftliche Forschung mit ihren Ergebnissen Allgemeingültigkeit beanspruchen. Die Resultate der Selbstbeobachtung können wir jedoch wirkungsvoll in unserem Alltag umsetzen. Denn sie beziehen sich zu 100 Prozent auf uns selbst.

Ich habe an mir beobachtet, daß Medienkonsum schnell zu einer Konsumhaltung führt, mich „einlullt“ wie ein Wiegenlied. Der Konsum wird zu einer Art Gute-Nacht-Lektüre. Leicht breitet sich Lethargie aus. Schon beim Blättern durch eine Illustrierte merke ich, wie ich erheblich an Motivation verliere, anschließend etwas zu unternehmen. Dasselbe geschieht, wenn ich im Internet Zeitungen nach interessanten Meldungen durchsuche und manche von ihnen lese. Ich werde eingestimmt, weiter zu konsumieren, sei es zu lesen, Radio zu hören oder fernzusehen.

Tip: Lassen Sie sich anregen, einmal einen kritischen Blick auf Ihr eigenes Leben zu werfen. Denn für manche bieten die Medien weniger eine Gefahr, sündhafte Vorstellungen aufzunehmen, als vielmehr subtil Verhaltensarten einzuüben: Statt aktiv zu sein, wird man passiv.

Prüfen Sie sich selbst, und führen Sie ein Medientagebuch. Schreiben Sie am Tagesende auf, wann Sie welches Medium und wie lange benutzt haben. Sie können die Angaben damit ergänzen, daß Sie aufschreiben, wie Sie sich während und nach dem Konsum gefühlt haben. Studieren Sie nach ein paar Wochen diese Aufzeichnungen. Sie werden erkennen, wo Handlungsbedarf ist und wo Sie etwas ändern müssen.

Gute Gewohnheiten, egal welcher Art, stärken meine inneren Kräfte und bewahren mich damit vor unnötigem Medienkonsum. Zu den guten Gewohnheiten gehört zum Beispiel die tägliche Bibellese, die „Stille Zeit“, die vor allem unserem geistlichen Leben zugute kommt.

Beobachten wir unser eigenes Verhalten, dann erkennen wir verstärkt, daß die Kritik an den Medien, sie

würden negativ beeinflussen, nur als Sündenbock für das eigene Versagen gebraucht wird: für mangelnde Phantasie bei der Gestaltung der Freizeit, mangelnde Selbstdisziplin, Schwächen bei der Kindererziehung.

Vorurteile und Erkenntnisse über Medienwirkung

Zwei amerikanische Professoren schütteln sich vergnügt die Hände: „Da habe ich dir den Ball gut zugespielt, oder?“

„Ja, so haben wir die Veranstaltung noch gerettet.“

Diesen Wortwechsel bekam ich zufällig nach einer Podiumsdiskussion mit. Der erste von beiden war Neil Postman, ein bekannter Medienkritiker. Er hat sich in seinem Bestseller „Wir amüsieren uns zu Tode“ vor allem dagegen gewendet, daß (seiner Meinung nach) alles im Fernsehen auf unterhaltsame Weise dargestellt werde. Bei dieser Podiumsdiskussion mit hochkarätigen Teilnehmern, deren langweiliger Verlauf die Zuhörer einschläferte, hatte er durch einen abrupten Themenwechsel mit Hilfe einer provokanten Frage „Leben in die Bude“ gebracht. Sein Mitstreiter war sofort

darauf eingegangen, und die Veranstaltung wurde ein Erfolg. Provokation diente hier der Unterhaltung. Postman tat genau das, was er ansonsten scharf verurteilte. Damit hat er praktisch bewiesen, daß der Mensch Informationen gern in unterhaltsamer Form verpackt konsumiert; auch bei einer Podiumsdiskussion mit einem zu Beginn sehr interessierten Publikum und berühmten Diskutanten.

Die Popularität Postmans war vor allem daher gekommen, daß er einem bestimmtem Publikum das gesagt hat, was es gerne hören wollte: Fernsehen ist schlecht. Unterhaltung verdirbt den Charakter, vor allem läßt sie den Menschen verdummen. Lesen hingegen ist gut, fördert die Kreativität.

Die Voraussetzungen für Kreativität sind noch nicht genügend erforscht worden – die intellektuelle Leistung der Umsetzung von abstrakten Begriffen in aktiv erzeugte Vorstellungsbilder ist sicherlich nicht der einzige Weg zur Anregung des kreativen Leistungsvermögens. Häufig wird hingegen die Lektüre als Leistung der Umsetzung von Buchstaben in Wörter und dann in einen gedanklichen Zusammenhang als wichtige Voraussetzung für Kreativität gewertet. Kennzeichnend sind folgende Zeilen aus einem

Veranstaltungsprospekt: „Am entscheidendsten wirkt sich das Lesen auf die Entwicklung der menschlichen Persönlichkeit aus, auf unsere inneren Anlagen, die Phantasie, das Gefühl und das Denken. Deshalb ist es unverzichtbar, Kinder zum Buch zu führen und ihnen die Freude am Lesen zu vermitteln.“ Würde diese Anschauung zutreffen, dann wären alle Analphabeten und alle, die nicht gern und viel lesen, überspitzt formuliert, tumbe Toren, gefühlskalte Einfaltspinsel. Die Kreativität von Videoclips findet sich meiner Einschätzung nach nicht ausschließlich bei blassen Stubenhockern mit dicken Brillen, sondern wohl eher bei Fernsehnarren.

Die Überzeugung, nur die gehobene Lektüre eines Goethe, Schiller und anderer sei sinnvoll und anerkannt, erklärt andere Publikationen wie Comics zur Unterkultur. Dabei hat die Verbindung von Text und Bild bei unterhaltsamen Geschichten eine lange Tradition: In Deutschland wurde zum Beispiel das Buch „Aesopus, Vita et Fabulae“, gedruckt 1476 in Ulm, ein Bestseller. Es brachte bebilderte Fabeln und auch pikante Erzählungen, gegen die Luther später als „von Säuen geschrieben und für das Wirtshaus und Frauenhaus geeignet“ wettete.

Diejenigen, die über den Niedergang der Medieninhalte klagen, begehen den grundlegenden Fehler, den heutigen trivialen Medienkonsum breiter Massen mit einer hochstehenden kulturellen Beschäftigung von Teilen früherer Führungsschichten zu vergleichen. Der Vergleich hinkt. Die Freizeitgewohnheiten der meisten Menschen von heute sind statt dessen mit dem kümmerlichen Dasein der Massen von früher zu vergleichen, die häufig unter härtesten Arbeitsbedingungen ums Überleben kämpften. Unsere pluralistische Wohlstandsgesellschaft ermöglicht es den Bürgern, ihre eigenen kulturellen Interessen zu befriedigen.

Auch sollte beim Klagen über das „schlimme Fernsehen“ nicht übersehen werden, daß in Druckmedien das gleiche dargestellt wird. „Schund und Schmutz“ liest und sieht man auch dort oder im Internet. Was interessierte früher Menschen, die lesen konnten, in Zeitungen und Büchern? Was diente der Unterhaltung, ob Ober- oder Mittelschicht? Aus Forschungsberichten über die Inhalte der Massenmedien vergangener Zeiten, vor allem in Amerika und Deutschland, läßt sich durchgängig feststellen, daß Skandale und Sensationen umfangreich behandelt wurden. Die Inhalte der

Massenmedien und der Unterhaltungsindustrie (die es schon gab) des Vorfernsehzeitalters dürfen wir uns vom Prinzip her nicht anders vorstellen als die von heute im Internet.

Zeitungen brachten häufig Sensationen. Im 16. Jahrhundert haben in Deutschland die unregelmäßig erscheinenden „Newen Zeitungen“ vor allem von solchen Sensationen gelebt. In den USA waren in den Bostoner Zeitungen im 18. Jahrhundert die entsprechenden Anteile erheblich, die dann bei der „penny press“ des 19. Jahrhunderts einen festen Bestandteil bildeten.

In der Literatur früherer Jahrhunderte finden sich viele brutale Darstellungen. Aus vielen möglichen Belegen ein Beispiel von Schiller. In seinem Werk „Die Räuber“ finden wir ausformulierte Grausamkeiten wie auch Verbrechen in ‚verschlüsselter‘ Form. Wäre es im heutigen Deutsch, es würde wohl kaum Schulkindern als Pflichtlektüre aufgegeben werden. Drei Beispiele aus dem II. Akt, 3. Szene: „Ha! Ich will ihnen mit meinen Fangern den Bauch schlitzen, daß ihnen die Kutteln schuhlang herausplatzen!“ „Ein Kind wars, noch frisch und gesund ... - Armes Tierchen, sagt ich, du verfrierst ja hier, und warfs in die Flamme.“ Und eine weitere Passage in dieser Szene berichtet von einer

Massenvergewaltigung an 90 Nonnen. Vielsagend ist auch die Reaktion des Publikums bei der Uraufführung. Sie verhielten sich wie in „einem Irrenhaus, rollende Augen, geballte Fäuste, heisere Aufschreie.“

Auch bei Goethe und anderen bekannten und anerkannten Schriftstellern finden wir ähnliche Passagen, die Brutalität und sexuelle Ausschweifungen thematisieren.

Gerade Goethe kann als ein Beispiel für Medienwirkung genannt werden. Sein Werk „Die Leiden des jungen Werther“ erzeugte ein wahres „Werther-Fieber“ - man kleidete sich wie Werther, litt wie Werther und manch einer beging Selbstmord wie Werther.

Auch zur Zeit der Romantik gab es Auseinandersetzungen über die Bedeutung und Wirkung der damaligen Literatur. Besonders die sogenannte „schwarze Romantik“ „mit ihrem morbiden und makabren Szenen der Todessehnsucht und der perversen Liebe, der lustvollen Grausamkeiten und empfindsamen Morde, mit ihrer Welt der Vampire und Faune, der Geister und Gespenster, der verdorbenen Priester und Nonnen, der femmes fatales und der amoralischen Übermenschen“ (Mario Praz: Liebe, Tod und Teufel. Die schwarze Romantik) war sehr umstritten. So heißt es in einem

Vortrag, den der Akademiker Auger 1824 im Institut de France abhielt: „Verabscheut diese Kannibalenliteratur, die sich mit Fetzen von Menschenfleisch mästet und mit Blut von Frauen und Kindern vollsaugt, sie lästert euer Herz, ohne eine bessere Vorstellung in eurem Geist zu wecken. Sie reizt zum Verbrechen, das sie stets nur erhaben und siegreich darstellt; sie macht die Tugend verächtlich und mutlos, indem sie sie schwach, kleinmütig und unterdrückt zeigt.“

Auch Beispiele aus der Geschichte belegen, wie Menschen bei den Erlebnissen und mit den Darstellungen ihrer Kultur und Zeit sich „niederen Genüssen“ hingeeben haben. Die zunehmende Grausamkeit im Fernsehen ist erschreckend. Doch dürfen wir die Schuld dafür nicht allein unserer Zeit anlasten. Vielmehr zeigt sich darin ein düsterer Zug des Menschen. Denn die Freude an Grausamkeit können wir durch die ganze Geschichte hindurch beobachten. Öffentliche Hinrichtungen oder Folterungen waren in Europa lange Zeit ein wichtiger Bestandteil des öffentlichen Vergnügens. Die Massen strömten zu diesen Ereignissen. Im London des 17. Jahrhunderts, damals schon eine Großstadt, kamen zu einer Hinrichtung bis zu 14.000 Leute. In Frankfurt am Main

brachte „die Enthauptung der Kindsmörderin Margaretha Brand anno 1772 ... tausende Schaulustige sogar aus den umliegenden Dörfern auf die Beine. Der Rat verfügte daraufhin die Schließung sämtlicher Stadttore außer des Affentores und befahl der Wache, nur vornehme Gaffer einzulassen. Im Publikum befand sich auch Goethe, der dem makabren Spektakel künstlerische Inspiration abgewann: Die Kindsmörderin Brand fand im Faust in Gestalt Gretchen postumen Ruhm.“

Der Mensch hat es immer sehr schnell verstanden, neu entwickelte Medien für seine speziellen Neigungen auszunutzen. So wissen wir, daß schon vier Jahre nach der Erfindung des Kinematographens (1895) pornographische Filme auf den Markt kamen.

Freizügige Sexdarstellungen spiegeln neben der Gewalt unsere moderne Medienlandschaft wider. Früher war das anders. Konkrete Sexualität kam in Europa weitaus seltener in der Öffentlichkeit vor, besonders nicht in den Massenmedien. Daraus darf aber nicht abgeleitet werden, daß die Menschen tugendhafter gelebt hätten. Es muß seine Ursache haben, daß die Sonntagszeitung der Methodistenkirche, „Der Evangelist“, 1926 die Zahl der Abtreibungen in Deutschland auf über 700.000 schätzte.

Manche unserer Vorstellungen über eine weniger freizügige Medienlandschaft früherer Tage oder fremder Orte hängen oft damit zusammen, daß entsprechende Bücher, Bilder oder Gegenstände bis vor einigen Jahren in Museen und Bibliotheken dem Publikum verschlossen blieben.

Wenn ich die eben genannten Beispiele sehr detailliert dargestellt habe, dann nicht, um damit den Reiz der Lektüre zu erhöhen, sondern um in der gebotenen Deutlichkeit ein in unseren Köpfen fest verankertes Vorurteil aufzuheben.

Wie wirken nun die beklagten Darstellungen in den Massenmedien auf die Konsumenten? Stimmt es, daß das Fernsehen Schaden anrichten kann, daß es Menschen brutalisiert, Vorbilder für Gewalttaten gibt, moralische Standards durch sexuelle Darstellungen aufweicht? Was sagt die Kommunikationswissenschaft dazu?

Nach vielen Jahren der Forschung sind die Medienwissenschaftler nach eigenen Aussagen im wesentlichen kaum klüger als vorher: „Betrachtet man die vergangenen 60 Jahre der Medienwirkungsforschung, so fällt auf, daß die Anzahl der Fragen ständig zunahm und im Vergleich dazu die

Antworten immer weniger wurden“, schreibt Kurt R. Hesse in einem Aufsatz mit dem Titel „60 Jahre und ein bißchen weise: Fortschritte der Medienwirkungsforschung“ sind gering.

Zwei Überblicksstudien verdeutlichen dies: Der amerikanische Forscher Kay Israel verglich vor einigen Jahren die damals vorhandene Fachliteratur über politische Werbung. Das Ergebnis ging kaum über das Handbuch von Bernard Berelson von 1940 hinaus. Damals schrieb Berelson, daß „manche Arten der Kommunikation über manche Themen bei Aufmerksamkeit mancher Leute unter manchen Bedingungen manche Effekte haben.“ Konkreter wollte und konnte Berelson sich nicht äußern.

Jo Groebel und Uli Gleich vom ARD-Forschungsdienst haben vor Jahren für die Fachzeitschrift „Media Perspektiven“ „ca. 5.000 Studien“ über Gewalt in den Medien verglichen. „Die Mehrzahl stellte einen, wenn auch häufig nur mäßigen, aggressionsverstärkenden Effekt fest. Nur wenige Untersuchungen fanden dagegen keine oder gar aggressionshemmende Wirkungen.“ Es bestehen also nur leichte Hinweise darauf, daß Gewalt im Fernsehen Gewalthandlungen des einzelnen, der in einer

besonderen Lebenslage steht, anregen kann. Darüber hinaus haben sich die Medienwissenschaftler soweit geeinigt, daß die „Reinigungshypothese“, daß man nach dem Konsum von aggressiven Darstellungen weniger zu Gewalt neigt, widerlegt ist. Ansonsten lassen sich keine allgemein akzeptierten und dabei wissenschaftlich gestützten Ergebnisse auführen.

Es gibt jedoch neben der Medienwissenschaft einen weiteren Bereich, der das größte Eigeninteresse daran hat, die Wirkungen der Medien aufzuspüren und zu beweisen - das ist die werbungtreibende Industrie. Die Auftraggeber bezahlen die Werbung und erwarten dafür eine Wirkung, und die Werbeleute leben von der Behauptung, daß Werbung etwas bewirkt. Doch sogar unter den Werbefachleuten ist die Skepsis groß. Sie sagen als Faustregel: Nur zehn Prozent der Werbung wirkt. Und wir wissen nicht einmal welche zehn Prozent.

Sog. „Datenkraken“ wie Google, Amazon oder Facebook verfügen wohl bereits über genügend Informationen, um Medienwirkungen zu kennen. Wer exakt weiß, worüber Menschen sich im Internet informieren, womit sie sich amüsieren, was sie dann kaufen möchten, wie dabei ihr Puls ist und wie diese Handlungen und Körperfunktionen miteinander in

Beziehung stehen, der wird das zukünftige Verhalten prognostizieren können. Big Data bietet Konzernen beste Bedingungen, individuelle Preise festzulegen: Jeder wird seinen persönlichen Höchstpreis bezahlen müssen. Und politische Parteien, die auf dieses Wissen zugriff haben, können damit Wahlen gewinnen. George Orwells Roman „1984“, ein Schreckgespenst vor dem Jahre 1984, sollte uns jetzt eine Warnung sein.

Christliche Lebenshaltung

Auch in christlichen Haushalten sind über die Jahre und Jahrzehnte stets die Massenmedien eingedrungen. Zeitungen, Radio, Fernsehen und auch der Computer hatten die Widerstände Stück um Stück überwunden. Der sogenannte „Teufelskasten“, auch scherzhaft „Hausaltar“ genannt, ist in der Welt der Christen seit vielen Jahren fast omnipräsent. Waren die früheren Bedenken überflüssig? Wie haben wir Christen uns zu verhalten? Beim Smartphone gab es kaum noch Widerstände unter den Frommen. Mir scheint, es gibt weniger Kritik am „schlimmen“ Fernsehen? Sind viele

abgestumpft? Haben sie aufgegeben, weil man nichts ändern kann? Nehmen auch Christen es jetzt so hin?

Eine christliche Lebenshaltung, die sich in einem Leben nach biblischen Maßstäben zeigt, greift auf Bewertungen der Bibel zum Medienkonsum zurück. Im Markusevangelium heißt es: „Was aus dem Inneren des Menschen kommt, seine Gedanken, Worte und Taten, die lassen ihn unrein werden. Denn aus dem Inneren, aus dem Herzen der Menschen, kommen all die bösen Gedanken ...“ (7, 20+21). Also nicht von außen, sondern von innen kommen die bösen Gedanken. Demnach könnten uns letztlich die Medieninhalte nicht schaden. Sondern das, was von innen kommt, bestimmt unseren Umgang mit den Medien. Und darin kann ein Schaden für uns liegen.

Wir sehen: Das, was von innen kommt, wirkt sich in unserem Leben aus. Was kommt von innen? Von innen kommen unsere Sehnsüchte und Hoffnungen. Von innen kommen unsere Prioritäten. Von innen kommt das, was uns wichtig ist. Hier wird die Rangfolge festgelegt, wonach wir im Leben streben, was wir mehr tun und eher lassen.

Medien können gefährlich für unser Leben werden, wenn sie das Gebiet werden, auf dem wir

falsche Prioritäten ausleben. Denn damit werden andere Lebensbereiche beeinflusst.

Wir können bei den biblischen Aussagen, die sich auf den Einfluß der Medien übertragen lassen, einen Spannungsbogen erkennen, der vergleichbar ist mit dem zwischen Glaube und Werken. Einerseits heißt es, daß wir gerecht werden ohne Werke (Römer 3, 28), allein durch den Glauben. Andererseits: Glaube ohne Werke ist tot (Jakobus 2,17).

In beiden Spannungsbögen kommt der entscheidende Impuls von innen aus dem Menschen, realisiert sich aber außen in seinem Leben.

Auch wenn es in unserer Zeit weder beliebt ist noch modern erscheint, können wir den Aspekt des moralischen Verhaltens, den man mit dem Wort „Reinheit“ umschreiben kann, nicht unterschlagen. Er hängt eng mit Gottes Wunsch zusammen, daß wir Menschen schöpfungsmäßig leben. (Außerdem: Wir können erst dann ein befriedigendes Leben führen, wenn es gott-gefällig ist.) Gott möchte, daß wir nicht sündigen. Wir sollen frei von Sünde sein. Dazu gehört auch, unsaubere Themen in den Medien, sei es im Internet, Fernsehen oder in der Zeitung, zu meiden.

Einen sehr strengen Maßstab dafür finden wir in Jakobus 3, 15 bis 17: Werden uns in den Medien Lebensformen vorgestellt, „wo Mißgunst und Streit herrschen“, wo „alles in Unordnung gerät“ und „jeder Gemeinheit Tür und Tor geöffnet“ wird, wo es „Vorurteile und Heuchelei“ gibt? Solches kommt nicht von Gott, es ist „irdisch, ungeistlich, ja teuflisch“. Oder geht es vielmehr „lauter, rein, friedlich, freundlich und nachgiebig“ zu? Werden „Mitleid“ und „überall Gutes“ gezeigt? Diese Verhaltensweisen folgen aus der „Weisheit ..., die von Gott kommt“.

Wie schreibt der Apostel Paulus? „... orientiert euch an dem, was wahrhaft, gut, gerecht, was anständig, liebenswert und schön ist“ (Philipper 4, 8). Diese Aussagen geben die Richtung an, was Christen in den Medien konsumieren sollten. Dabei bleibt es eine Selbstverständlichkeit, daß wir, da wir in der Welt leben, das Böse prinzipiell nicht umgehen können; in den Nachrichtensendungen muß auch von Kriegen die Rede sein dürfen.

Unser Medienkonsum berührt die Frage der in der Gesellschaft verbreiteten Werte. Mit großem Bedauern muß man feststellen, daß eine ethische Diskussion zu vielen Lebensbereichen nicht mehr stattfindet. Es gilt

häufig ein „Alles-ist-erlaubt“. Klare Maßstäbe werden selten vorgelebt. Doch diese Beliebigkeit macht Menschen nicht glücklich. Und Fehlentwicklungen wie die Zahl der Drogentoten oder der politischen Kriminalität zeigen, daß es ohne gelebte christliche Werte, ohne ein vorbildliches Verhalten im privaten Umfeld wie im öffentlichen Leben nicht geht. Unser Verhalten sollte andere Menschen anregen, ähnlich zu handeln.

Die Freizeitbeschäftigung zeigt, was einem lieb und teuer ist. Unser Umgang mit den Medien kann ein deutliches und überzeugendes Vorbild sein. „Vor allem sei du ihnen in jeder Hinsicht ein gutes Vorbild“ (Titus 2, 7). Christen können zeigen, wie man den Umgang mit Medien beherrscht - und wie man nicht von den Medien beherrscht wird. Daran wird deutlich, daß wir Christen von Gott veränderte Menschen sind, eine „neue Schöpfung“ (2. Korinther 5, 17). Damit wird dieser „alternative Lebensstil“ für andere attraktiv, die an unserem Beispiel sehen können, wieviel freier ein solches Leben sein kann: mit weniger Begrenzungen durch die Gedanken anderer und mit mehr Freiraum für das eigene Tun.

Dazu eine kleine Geschichte: Ein blinder Mann geht mit eingeschalteter Taschenlampe nachts eine

dunkle Allee entlang. Er wird gefragt, warum er die Taschenlampe benutze, denn er könne auch mit ihrer Hilfe nichts sehen. Seine Antwort lautet: „Aber ich werde damit gesehen.“

Manches in den Medien ist uns nicht „verboten“, doch es tut uns nicht gut (1. Korinther 6, 12). Deshalb ist es besser, darauf zu verzichten. Ansonsten ist es möglich, daß die Medien unsere ganze Lebensführung negativ beeinflussen, wenn sie uns Zeit ´stehlen´, die wir nicht mehr „auskaufen“ können (Kolosser 4, 5). Damit zeigt sich ein christlicher Medienumgang als christliche Lebenshaltung, und er stellt ein bewußt vorbildliches Verhalten dar.

„Unsere verborgenen Fehlritte vergiften die Luft, die die anderen atmen, und ein Verbrechen, dessen Keim ein Elender ahnungslos in sich trug, würde seine Frucht niemals zur Reife bringen ohne diesen zersetzenden Einfluß“, schreibt Georg Bernanos im „Tagebuch eines Landpfarrers“.

Zur Lebenshaltung eines Christen gehört es, persönlich die Gute Nachricht zu verbreiten, daß Jesus Christus für jeden einzelnen starb, um ihn aus Verstrickungen der Sünde zu retten. Nimmt ein Mensch dieses Angebot an, wird er erneuert. Sein Inneres wird

auf eine neue Lebensgrundlage gestellt. Nur über diese Veränderung vieler Menschen kann die Medienlandschaft tatsächlich verbessert werden. Ansonsten wird stets nach neuen Wegen gesucht werden, Inhalte zu verbreiten, die „dem Affen Zucker geben“.

Aufgaben für Christen in den Medien

Es bestehen Chancen und Aufgaben für Christen, Medieninhalte mitzugestalten. Massenmedien waren früher eine Ein-Weg-Kommunikation, das heißt die Botschaft wird nur in eine Richtung übertragen. Das haben die Sozialen Medien verändert. Gerade jetzt können aktive Christen mit ihrem Engagement die Zwei-Wege-Kommunikation nutzen. Mittel hierfür sind Kommentarseiten, Blogs, Leserbriefe, Gespräche mit Politikern und die eigene Mitarbeit in den Medien. Dadurch kann ein Dialog entstehen oder verbreitert werden.

Aus christlicher Sicht gibt es bei den Medieninhalten einiges zu loben, manches zu beklagen

und vieles zu kritisieren. Christen können darauf aufmerksam machen, wenn ein Journalist ungenügend recherchiert hat. Sie zeigen damit, daß seine Arbeit beachtet wird. Dies wirkt für ihn als Herausforderung und als Ansporn.

Kommentarseiten in Zeitungen sind ein Angebot, das genutzt werden kann. Auch dort sollten Texte vorher von einem Freund gegengelesen werden; in Zeitungsredaktionen ist dies gängige Praxis. Denn ein falsches Wort, schnell geschrieben und versendet, schadet mehr, als das es hilft. Und vier Augen sehen mehr als zwei.

Leserbriefe an Rundfunkanstalten bewirken mehr, als man meinen könnte. Und auch wenn Ihr Leserbrief zu einem Zeitschriftenartikel nicht abgedruckt wird, ist die Mühe nicht vergeblich gewesen. In zahlreichen Gesprächen mit Journalisten ist mir immer wieder deutlich geworden, wie sensibel Presseleute auf Zuschriften reagieren. Die Medien können beeinflußt werden. Langfristige Einwirkungen sind nicht zu unterscheiden.

Leserbrief:

Im Leserbrief können Sie Meinungen und Fakten in einer Zeitung veröffentlichen. Beziehen Sie Stellung zum Inhalt eines Berichtes oder zur Art und Weise, wie er verfaßt wurde. Aber: Schreiben Sie niemals mit „Wut im Bauch“. Das schadet nur Ihrem Anliegen. Loben Sie lieber. Mit Dank und Lob erreichen Sie mehr als durch Belehrung und Beanstandung.

Schreiben Sie möglichst am selben Tag. Schlafen Sie dann eine Nacht darüber, und korrigieren Sie den Brief wenn nötig. Oder lassen Sie ihn von jemanden gegenlesen. Er muß nicht perfekt sein. Adressieren Sie Ihre Zuschrift an die „Leserbriefredaktion“.

Beziehen Sie Ihre Zuschrift auf einen Bericht in der Zeitung: Dafür sind Tag, Seite und Überschrift des Artikels anzugeben.

Sie brauchen nicht zu erläutern, warum Sie den Leserbrief schreiben. Kommen Sie gleich zur Sache. Fassen Sie sich kurz. Eine prägnante Formulierung sagt mehr als viele Worte. Je kürzer Ihr Brief ist, desto höher die Wahrscheinlichkeit, daß er abgedruckt wird. 20 bis 30 Zeilen gelten als ideal. Es geht auch deutlich kürzer. Beschränken Sie sich auf ein Thema.

Schreiben Sie klar und verständlich. Vorsicht bei Abkürzungen und Fachbegriffen.

Tatsachen, die Sie behaupten, müssen hieb- und stichfest sein.

Leserbriefe dürfen gekürzt werden, wenn der Leser einwilligt. Deshalb steht vorsorglich auf Leserbriefseiten ein Vermerk, daß sich die Zeitung das Recht zu kürzen vorbehält. (Bei Kürzungen sind Sinnveränderungen nicht auszuschließen.) Sie können vorsorglich eine Kürzung ablehnen, doch kann es sein, daß dann Ihre Zuschrift nicht abgedruckt wird.

Reaktionen an Rundfunkanstalten:

Möchten Sie auf einen Beitrag reagieren, dann zeichnen Sie ihn auf oder schauen Sie, ob er im Internet zu finden ist. Nun können Sie Ihren ersten Eindruck kontrollieren, denn vielleicht hatten Sie eine Aussage falsch verstanden. Die Aufzeichnung hilft Ihnen außerdem, die einschlägigen Passagen wörtlich zu zitieren oder Bilder, die im Fernsehen wichtiger sind als Worte, exakt zu beschreiben.

Schreiben Sie an Sender und Redaktion, die den Beitrag produziert haben. Schicken Sie Ihren Brief an

den verantwortlichen Redakteur oder Autor, sofern Sie seinen Namen ermitteln können. Diese werden zumeist im Sendeabspann aufgeführt. Tag und Uhrzeit der Sendung sind anzugeben.

Äußern Sie möglichst sachlich Ihre Meinung, in klarer Argumentation, damit der Empfänger nachvollziehen kann, was Ihr Ziel ist.

Sie können Kritik üben, auf Negatives hinweisen, aber auch loben. Wichtig ist, daß Sie Ihre Meinung begründen. Weisen Sie auf sachliche Fehler hin, Ungenauigkeiten, auf Darstellungen, die mißverständlich sein könnten, auf Überbetonungen, Auslassungen oder Einseitigkeiten. Sie können aufmerksam machen, daß ein Thema oder ein Aspekt vom Fernsehen vernachlässigt wird.

Besser als ein Tadel ist stets das Lob. Würdigen Sie beispielsweise eine genaue Recherche, exakte Daten.

Konzentrieren Sie sich in Ihrem Brief – oder in Ihrer Mail - auf ein, zwei wesentliche Gedanken. Die Zuschrift sollte kurz sein, damit sie Beachtung findet.

Frankieren Sie Ihren Brief ausreichend und unterschreiben Sie ihn. Vergessen Sie nicht den Absender, damit Sie eine Antwort erhalten können. In

der Regel ist davon auszugehen, daß Ihr Schreiben beantwortet wird. Seien Sie aber auch zufrieden mit einem Formschreiben des zuständigen Redakteurs.

Wer möchte, kann per Facebook solche Sendungen kommentieren, die dazu auffordern. Oder es gibt teilweise auch einen Hashtag.

Blogs:

Die Sozialen Seiten bei digitalen Zeitungen und Medien oder die Blogs im Internet bieten zahlreiche Chancen, sich zu Wort zu melden. Dabei sind ethische Maßstäbe und Sorgfalt bei der Kritik zu wahren: in Ruhe, ohne Zorn oder Eifer formuliert, und lieber ein zweites Mal den Text geprüft, denn Fehler durch Eile schaden dem christlichen Anliegen.

Mancher Blog ist „entfesselt“ und reißt mehr ein, als er aufbaut. Dabei darf nicht übersehen werden, daß rechtliche Regeln weiterhin gelten. Bei anderen Blogs wäre eine unabhängige, durchdachte Meinung als ein Gegengewicht gegen eine sozialen Kontrolle wünschenswert. Maßgebend ist leider in der Realität das Spannungsmoment, wie es sich in der Diskussion in

Sozialen Medien entwickelt, nicht die Ruhe. Die Geschwindigkeit zählt. Tendenzen werden verstärkt. Sachgerechte, nachdenkliche statt aufwiegelnde Meinungen werden dann weniger geschätzt. Es drängt ins Extreme. Dagegen werden mutige und kluge Christen gebraucht.

Politik, Verwaltung, Wirtschaft:

Christen sollten ebenso Einfluß auf den Gesetzgeber und die öffentlichen Verwaltungen nehmen. Dies kann zum Beispiel durch einen Brief an einen Bundestagsabgeordneten aus dem eigenen Wahlkreis geschehen. Seine Anschrift finden Sie über das Internet. Die Bundes- und Landtagsabgeordneten können in Sprechstunden besucht werden. Der Andrang zu den Sprechstunden ist bisweilen nicht sehr groß, so daß innerhalb einiger Wochen Gelegenheit sein müßte, das eigene Anliegen vorzubringen. Dabei muß sachlich argumentiert werden, ohne emotional zu werden. Wie bei Leserbriefen sollten Sie sich auf einen Punkt beschränken, vermeiden Sie Nebensächlichkeiten. Nach ein paar Wochen können Sie ggf. „nachhaken“, was der Abgeordnete unternommen hat.

Sie können auch die ehrenamtlich tätigen Kommunalpolitiker ansprechen. Aus dem Internet oder über die Parteigeschäftsstellen erfahren Sie Ansprechpartner mit Anschrift.

Bei jugendgefährdenden Medieninhalten besteht ein besonderer Weg, weil nicht jedermann einen Prüfantrag stellen darf: Antragsberechtigt zur Prüfung bei der Bundesprüfstelle sind unter anderem Jugendämter und anerkannte Träger der freien Jugendhilfe. Sie können diese bitten, in einem genau zu bezeichnenden Fall aktiv zu werden, daß heißt selbst als Behörde zu prüfen, ob sie einen Antrag auf Prüfung wegen Jugendgefährdung stellen. Hinweise zum Verfahren erhalten Sie auf der Webseite der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien.

Ein weiterer Handlungsbereich mag noch anklingen: Überlegen Sie sich, ob es Ihrem moralischen Interesse entspricht, wenn Sie Produkte kaufen oder Dienstleistungen beziehen, die in ihrer Werbung mit Sex operieren.

Journalistische Ausbildung für Christen:
Christen werden in den Medien gebraucht. Zwar geht es in den Medien nicht immer „zimperlich“ zu, aber ähnliches kann man auch in anderen Berufen beobachten. Letztendlich kommt es auf das Verhalten des einzelnen an.

Christliche Medienakademie
Steinbühlstraße 3
35578 Wetzlar
Tel.: 06441 / 915-166
info[at]christliche-medienakademie.de
www.christliche-medienakademie.de

Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik
Emil-von-Behring-Straße 3
60439 Frankfurt am Main
Tel.: 069 / 58 09 8-0
www.gep.de