

27. Juni 2005

# medien heft

---

## Brainstorming mit Bildstörung

### Wie TV-Popkultur unser Gehirn beeinflusst

Gerti Schön

**Zwei neue Studien aus den USA besagen, dass Fernsehen sowohl dazu beitragen kann, die kognitiven Fähigkeiten der Zuschauer zu verbessern, als auch Gewalt und mentale Störungen bei Kindern auszulösen.**

Steven Johnson ist ausgezogen, um die Debatte über das Verblödungspotential der Popkultur zu revolutionieren. "Viele Fernsehshows, Videogames und Filme sind wohl nicht gerade Kunstwerke", schreibt der amerikanische Medienkritiker im Vorwort zu seinem neuen Buch "Everything Bad is Good for You". "Aber sie sind weitaus komplexer und nuancierter als jene Shows und Spiele, die ihnen vorausgegangen sind." Und das führt ihn zum Heiligen Gral seiner These: "Die heutige Popkultur führt uns vielleicht nicht gerade auf den Weg der Gerechten. Aber sie macht uns klüger."

Seine Theorie: Zeitgenössisches Fernsehen ist so intelligent gemacht, dass es sogar die Gehirne des passiv dahin geflätzten Publikums fordert. Man nehme das Beispiel "Starksy & Hutch", eine Detektivshow aus den 70er-Jahren. Die Handlung dreht sich in der Regel um einen einzigen linearen Handlungsstrang, der sich graduell entwickelt. Es gibt bestenfalls einen einzigen komischen Subplot, um die Geschichte mit einem Gag abschliessen zu können. In neueren Serien wie etwa "Twin Peaks", "The West Wing" oder "Desperate Housewives" finden mehrere Handlungsfäden gleichzeitig statt und der Zuschauer wird zum Nachdenken oder gar zur Analyse gezwungen. Johnson bezeichnet die "Sopranos" als intelligenteste Serie, bei der sich mehr als ein Dutzend Subplots gegenseitig abwechseln und bis zu zwanzig Charaktere involviert sind. Auch die Dialoge haben sich weiterentwickelt. Wenn Charly Sheen als Präsident der Vereinigten Staaten in "The West Wing" über seine Regierungsgeschäfte spricht oder das Ärzteteam von "ER" einen halbzerfetzten Leib auf dem Operationstisch liegen hat, dann kapiert der Zuschauer in der Regel nur einen Bruchteil des Gesprächs. Aber das macht nichts. "Ein Teil des Vergnügens ist die kognitive Arbeit, die man leisten muss, wenn man die Verständnislücken füllt."

---

#### Impressum

Medienheft (vormals ZOOM K&M), ISSN 1424-4594

Herausgeber: Katholischer Mediendienst, Charles Martig; Reformierte Medien, Urs Meier

Redaktion: Judith Arnold, Adresse: Medienheft, Badenerstrasse 69, Postfach, CH-8026 Zürich

Telefon: +41 44 299 33 11, Fax: +41 44 299 33 91, E-Mail: [redaktion@medienheft.ch](mailto:redaktion@medienheft.ch), Internet: [www.medienheft.ch](http://www.medienheft.ch)

kostenloser Bezug via Internet oder Mailingliste; Bezug der Medienheft Dossiers (zwei Ausgaben pro Jahr) im Abonnement inkl. Versand und exkl. Mwst. SFr. 30.-- (Ausland SFr. 35.--)

Man nehme zum Beispiel einen Dialog zwischen Dr. Carter und seiner Studentin Lucy. Ein kleines Mädchen leidet an einem Leberschaden und braucht eine Transplantation. Nach langem Hin und Her über ihren Krankheitszustand stellt sich heraus, dass die Blutgruppe des Mädchens AB ist – eine seltene Kombination mit geringen Chancen, einen Spender zu finden. Carter und Lucy schauen sich ungläubig an. Um diese Szene begreifen zu können, muss der Zuschauer sich daran erinnern, dass eine halbe Stunde vorher ein anderes Ärzteteam an einem sterbenden Unfallopfer zu Gange war, dessen Blutgruppe man für Organspenden für nicht geeignet hielt – die Blutgruppe AB nämlich. Nicht jeder flüchtig zuschauende Fernsehkonsument kann diesem Handlungsstrang folgen, meint Johnson. Vor zehn Jahren hätten die "ER"-Macher sich gezwungen gefühlt, eine Bemerkung wie "Die gleiche Blutgruppe wie von heute morgen!" einzufügen.

### **Mentales Überlebenstraining**

Auch für Reality-TV hat der Autor ein gnädiges Wort übrig: "Sogar der Mist hat sich verbessert." Intelligentere Reality-Shows wie etwa die Inselshow "Survivor" würden das Hirn der Zuschauer insofern beanspruchen, als die Teilnehmer wie auch das Publikum erst während des Kontests erfahren, wie die Regeln sind, und überlegen können, wie man sie am besten auslegt. "Man schaut sich das nicht mehr nur an, weil man sehen will, wie sich die Leute öffentlich blamieren, sondern weil andere Zeitgenossen da in ein komplexes und riskantes Umfeld gesteckt werden, wo es keine etablierten Strategien gibt und die Leute dennoch miteinander klar kommen müssen." Johnson glaubt, es bedürfe einer gewissen "sozialen Intelligenz", um eine anspruchsvolle Reality-Show zu überleben – und genau dies übersehen Fernsehkritiker seiner Meinung nach oft. Dabei würden die Zuschauer doch so reich mit "authentischen Emotionen" belohnt – etwa, wenn es wieder einmal eine unliebsame Überraschung gegeben hat. Und im normalen Primetime-Entertainment mit all seinen vorproduzierten Shows und abgesprochenen Gags gebe es dies sonst nirgendwo. Die Gefühle eines Menschen im Gesicht ablesen zu können sei eines der erlesensten Talente des Homo Sapiens. "Je mehr Stunden man damit zubringt, die Details eines sozialen Netzwerks zu studieren, desto besser ist das Gehirn in der Lage, all diese sich überschneidenden Beziehungen zu durchschauen." Ähnliches gelte auch für andere Medien wie Videospiele oder Internet.

Das Buch ist bei der US-amerikanischen Fernsehkritik gut angekommen und Johnson wartet noch immer auf die Flutwelle von Protestbriefen, die er ursprünglich befürchtet hat, wie er in seinem Blog schreibt ([www.stevenberlinjohnson.com](http://www.stevenberlinjohnson.com)). Man verweist in den Kritiken darauf, dass die neue Medienvielfalt von Internet, Blogs und neuen Technologien den passiven Zuschauer allmählich in einen aktiven, selbst bestimmten Medienkonsumenten verwandelt. Die New York Times meint jedoch, auch wenn Reality-TV "genügend halbausgegorene Gründe liefert, unseren inneren sozialen Strategen ans Licht zu bringen, weiss ich noch immer nicht, warum es gut für mich sein soll, ausser dass es keinen direkten Schaden anrichtet. Stimulation per se ist noch keine Tugend."

### **Animation statt Wertevermittlung**

Andere Kritiker bemängeln, dass Johnson seine Thesen nicht wissenschaftlich untermauert, sondern sich auf Beobachtungen und Eindrücke stützt. "Johnson vernachlässigt ein fundamentales Element in der Entwicklung eines Kindes, und das sind Werte", kritisiert etwa der Psychologe Jim Taylor, Autor des Buches "Your Children Are Under Attack: How Popular Culture is Destroying your Kids' Values". "Werte bestimmen, wer wir sind. Klugheit ist wertlos, wenn man sie nicht auf eine Grundlage von gesunden Werten stellt."

Nicht nur diverse Medienkritiker widersprechen der Argumentation Johnsons. Auch eine Reihe von Studien belegen, dass Fernsehen durchaus schädliche Wirkung haben kann, vor allem wenn es im Übermass konsumiert wird. Und dies ist bei amerikanischen Kindern leider allzu oft der Fall. Sechseinhalb Stunden verbringt ein amerikanisches Kind zwischen acht und 18 Jahren laut einer Studie der Kaiser Family Foundation ([www.kff.org](http://www.kff.org)) von diesem Jahr im Durchschnitt jeden Tag mit Fernsehen, Videospiele, Computer und anderen Medien zu, knapp vier Stunden davon allein mit Fernsehen oder Videos. Etwa anderthalb Stunden wird dabei für das so genannte "Multi-Tasking" aufgewendet, also für die Nutzung mehrerer Medien gleichzeitig, wie etwa Fernsehen und Internet oder Videospiele und Musikhören. Die Hälfte der befragten Kinder hat eine Videogame-Konsole im Zimmer, mehr als zwei Drittel einen Fernseher.

Zwar gibt es in dieser Studie keine Rückschlüsse auf die Konzentrationsfähigkeit der Kinder. Allerdings zeigt sie einen Zusammenhang zwischen jenen Teilnehmern, die sich selbst als am wenigsten zufrieden mit ihrem Leben bezeichnen, und der Menge ihres Fernsehkonsums. Jene Kinder bringen im Schnitt neun Stunden mit diversen Medien zu. Fernsehen allein scheint die Leistungsfähigkeit der Kinder nicht zu beeinflussen, doch mehr Zeit für Videospiele und weniger Zeit zum Lesen führt in der Regel zu schlechteren Noten. In den Familien von mehr als der Hälfte der befragten Kinder gibt es keinerlei Regeln, was den Medienkonsum angeht. 63 Prozent gaben an, dass der Fernseher üblicherweise während der Mahlzeiten läuft.

### Zappelphilipps, Pummelchen und Bullies

Eine andere Studie jedoch stellt einen eindeutigen Zusammenhang her zwischen dem Fernsehkonsum kleiner Kinder und der Aufmerksamkeitsstörung ADD (Attention Deficit Disorder). Sie besagt, dass Kinder bis zu drei Jahren, die eine Stunde täglich fernsehen, eine zehn Prozent höhere Wahrscheinlichkeit aufweisen, im Alter von sieben Jahren unter Konzentrationsproblemen zu leiden. Steigt der Fernsehkonsum auf drei oder vier Stunden täglich, ist die Wahrscheinlichkeit gar 30 bis 40 Prozent höher als bei jenen Kindern, die gar nicht fernsehen. "Unsere Ergebnisse besagen, dass man gegen Aufmerksamkeitsstörungen vorbeugen kann, indem man den Fernsehkonsum während der formativen Jahre beschränkt", sagt Dimitri Christakis, Kinderarzt am Children's Hospital and Regional Medical Center in Seattle, wo die Untersuchung durchgeführt wurde. Laut der Studie sehen von den 2600 untersuchten Kleinkindern die Einjährigen durchschnittlich 2,2 Stunden täglich fern, und die Dreijährigen sogar 3,6 Stunden. Bei vier bis zwölf Prozent der US-amerikanischen Kinder wird ADD diagnostiziert. Sie gelten als unkonzentriert, zappelig, impulsiv und leicht verwirrbar.

Und ADD ist nicht die einzige Störung, die mit erhöhtem Fernsehkonsum in Zusammenhang gebracht wird. Vorhergehende Untersuchungen besagen, dass auch Fettleibigkeit, Aggression, Drogenabhängigkeit, Schlafstörungen und ein schlechtes Körperimage daraus resultieren können, wenn Kinder den ganzen Tag lang passiv vor der Glotze sitzen – vor allem in jungen Jahren.

Doch nicht nur das: auch so genannte "Bullies", also Kinder und Jugendliche, die ihre Mitschüler einschüchtern und mit Gewalt bedrohen, werden durch passiven Medienkonsum geschaffen. Laut einer Studie der School of Public Health an der Universität Washington in Seattle steigt die Wahrscheinlichkeit, dass aus Kleinkindern Bullies werden, mit jeder Stunde Fernsehen pro Tag um neun Prozent. Ein Vierjähriger, der im Durchschnitt dreieinhalb Stunden täglich vor der Glotze sitzt, wird zu 30 Prozent wahr-

scheinlicher ein aggressiver Jugendlicher als Kinder, die nicht fernsehen. Von den 1300 untersuchten Kindern zwischen sechs und elf Jahren wurden 13 Prozent als Bullies eingestuft. Sie sahen im Durchschnitt fünf Stunden am Tag fern. "Das sind schwierige Fragen für die Eltern", sagt Frederick Zimmerman, der die Studie mitverfasst hat. "Fernsehen stellt eine Menge Gewalt dar, und nicht nur offensichtliche Gewalt, sondern jene, die als Humor verpackt wird", wie etwa in Zeichentrickfilmen.

Bullies sind nicht nur destruktiv für ihre Opfer, sondern auch gegenüber sich selbst. Neue Forschungen zeigen, dass Bullies in späteren Jahren verstärkt zu Drogenkonsum und Gewaltanwendung neigen. Laut Zimmerman können Eltern jedoch etwas dagegen tun: "Indem man die kognitiven Fähigkeiten von Kindern stimuliert und gleichzeitig den Fernsehkonsum reduziert, kann man auch das Risiko eindämmen, dass aus Kindern später Bullies werden."

Gerti Schön ist freiberufliche Medienjournalistin in New York.

#### Literatur:

Johnson, Steven (2005): Everything Bad is Good for You. How Today's Popular Culture Is Actually Making Us Smarter. Riverhead Books.

Taylor, Jim (2005): Your Children Are Under Attack: How Popular Culture is Destroying your Kids' Values. Sourcebooks.

#### Links:

Blog von Steven Johnson:  
<http://www.stevenberlinjohnson.com>

Study of Entertainment Media & Health (Kaiser Family Foundation):  
<http://www.kff.org/entmedia/index.cfm>

Children's Hospital and Regional Medical Center in Seattle:  
<http://www.seattlechildrens.org/home/research/default.asp>

Christakis, Dimitri A. et al. (2004): Early Television Exposure and Subsequent Attentional Problems in Children. In: Pediatrics, Vol. 113, 04.04.2004, S. 708-713.  
<http://pediatrics.aappublications.org/cgi/content/abstract/113/4/708>

Der Text befindet sich im Internet unter:  
[http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k24\\_SchoenGerti.html](http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k24_SchoenGerti.html)