

Norbert Neuß

„Da gehe ich hin ...“

Medienbezogene Elternbildung in der Schule

1. Fernseherlebnisse verarbeiten helfen

Im Schnitt sitzen Kinder ein bis zwei Stunden täglich vor dem Fernsehapparat. Auch wenn sie weniger als die meisten anderen Bevölkerungsgruppen fernsehen, gehen Fernseherlebnisse in das Denken, Fühlen und Handeln der Kinder strukturierend ein. Zudem organisieren sich Freundschaftsgruppen der Kinder um prägnante Fernsehsendungen. Diese sind auch durch Merchandising-Produkte, Werbung, Hörkassetten und ähnliches allgegenwärtig. Zur Medienkompetenz gehört deshalb in besonderem Maße, diese Fülle der Medienerlebnisse zu verarbeiten. Das tun Kinder kontinuierlich, indem sie mit den für sie relevanten Medienfiguren ihre Tobespiele ausstatten. Sie unterhalten sich in beiläufigen Gesprächen am Rande des Unterrichts über „ihr“ Fernsehen oder sie träumen assoziativ vor sich hin. Um ihre Medienerlebnisse zu strukturieren und zu verarbeiten, brauchen sie auch die Unterstützung der Eltern und PädagogInnen.

Jedoch gehört noch immer nicht zu den bewußten Erziehungszielen, Kindern bei dieser Verarbeitung zu helfen. Deswegen ist es eine wichtige Aufgabe von Elternabenden, Eltern für die Fernseherlebnisse ihrer Kinder zu sensibilisieren, deren Funktion im Alltag der Kinder zu verstehen und Möglichkeiten der Verarbeitung zu zeigen.

2. Medienpädagogische Themen in der öffentlichen Berichterstattung

Das Handlungsfeld der medienbezogenen Elternbildung befindet sich in der problematischen Situation, daß das Thema „Kinder und



Populäre Berichterstattung: Eine Hilfe für Eltern?

Fernsehen“ für Eltern permanent interessant und von Bedeutung ist, es jedoch bisher kaum professionelle Unterstützung in diesem Bereich gibt.¹ Dieser Mangel führt dazu, daß Eltern ihr Wissen häufig aus Artikeln populärer Berichterstattung beziehen.

Die Analyse dieser Artikel zeigt, daß sie kaum konkrete Handlungsmöglichkeiten für die Medienerziehung aufzeigen, sondern eher diffuse und ängstliche Grundeinstellungen vor negativen Wirkungen und Einflüssen medialer Angebote schüren. Das Muster dieser Artikel richtet sich am allgemeinen medientypischen, bzw. markttypischen Gesetz „Schreckensnachrichten sind gut“ aus. Weil aufregend schlechte Nachrichten wichtig zu sein scheinen, bekommt das „Scheitern“

von Erziehung in Schule und Elternhaus offensichtlich hohen Nachrichtenwert. Häufig kriminalisieren und stigmatisieren diese Artikel die Kinder zu „kleinen Rambos“ oder „Fernsehmonstern“ und publizieren zudem medienpädagogisches Wissen von vorgestern. Neuere Ergebnisse der qualitativen Rezeptionsforschung² werden ignoriert. So werden insbesondere kulturpessimistische Sichtweisen gestärkt und „bestehende Alltagsmeinungen“ bestätigt, indem einfache kausale Erklärungsmuster immer und immer wieder präsentiert werden („Rückgang der Lesekultur“, „schleichender Sprach- und Phantasieverlust“, „Leben aus zweiter Hand“). Diese Aussagen wirken wie ein WahrnehmungsfILTER, da lediglich Negativ-

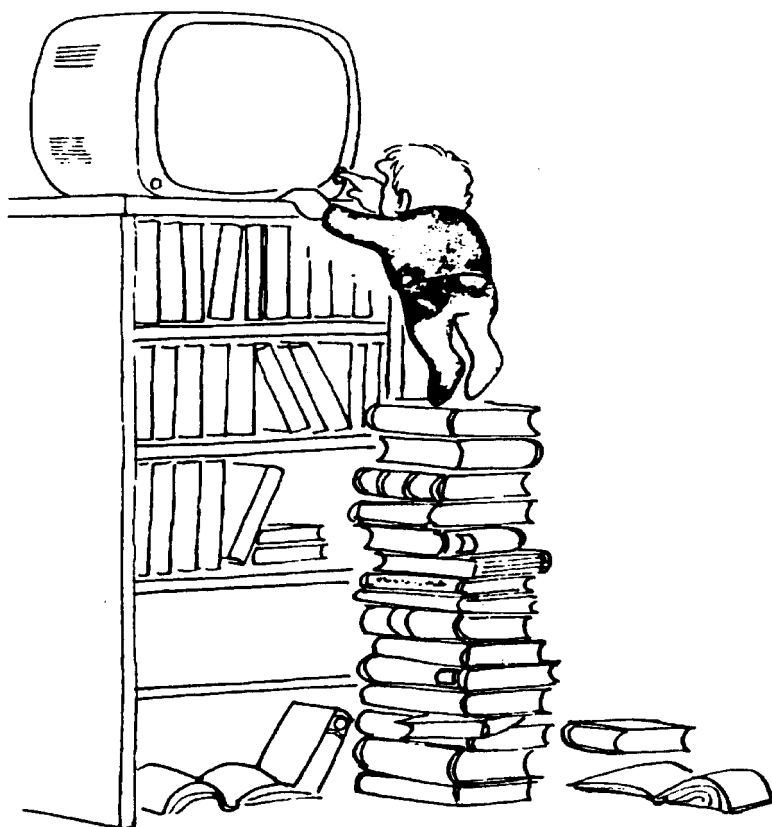
beispiele im Vordergrund stehen. Wenn in den Köpfen der PädagogInnen ein „Negativ-Bild“ der heutigen Kinder und Jugendlichen entsteht, fällt es schwer, sich von diesem Bild zu lösen und auch positive Aspekte der Mediennutzung bei Kindern und Jugendlichen zu erkennen. LehrerInnen nehmen in ihrem Arbeitsalltag dann auch eher die „schwierigen Fälle“ wahr und bekräftigen so ihre kulturpessimistische Sichtweise. Die genannten Artikel haben ein einfaches Grundschema. Zum einen appellieren sie an das schlechte Gewissen der Eltern, ihre Kinder in irgendeiner, nicht genauer benannten Weise zu vernachlässigen, und zum anderen beschreiben sie zumeist eine spezifische Problemgruppe und übertragen die Aussagen auf die Allgemeinheit.

Diese Berichterstattung konstruiert und verstärkt ein fragwürdiges Alltagsverständnis, das den ratsuchenden Eltern dann als Anhaltspunkt für ihr medienzieherisches Handeln dient. Demnach erscheint Medienerziehung als gelungen, wenn der „Aus-Knopf“ am Fernsehgerät gefunden wurde. Ein möglicher Ansatzpunkt für die Elternarbeit ist deshalb, Skepsis gegenüber den simplifizierenden Erklärungsmustern der Printmedien zu vermitteln.

3. Didaktik und Methodik von medienbezogener Elternbildung

Wie muß eine Veranstaltung aussehen, bei der über das Thema „Kinder und Fernsehen“ geredet und informiert wird? Fragt man Eltern, so bekommt man zur Antwort: „Sie muß unterhaltsam sein, die Eltern einbeziehen, die Gesprächsbereitschaft fördern, Akzeptanz schaffen, Meinungen anhören, Informationen vermitteln“. Der Motivation, das Thema anzugehen, liegt jedoch zumeist eine „negative Grundhaltung“ des entsprechenden Lehrers gegenüber Medienprodukten zugrunde.

Doelker karikiert diesen Nega-



Aus: Heinz Bonfadelli: Die Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationsforschung. Neue Ansätze, Methoden und Resultate zur Stellung der Massenmedien im Leben der Kinder und Jugendlichen, Berlin 1981, S. 1.

tiv-Blick folgendermaßen: „Welcher gewissenlose Veranstalter usurpiert welchen fragwürdigen Kanal mit welchem minderwertigen Produkt gegen welchen labilen Rezipienten mit welchen verheerenden Wirkungen?“³ Nicht selten findet sich dies auch in der Einladung zu einem Elternabend und wirkt eher abschreckend.

In knapper Form werden in diesem Abschnitt anhand von Erfahrungsberichten, Methodenbeispielen und theoretischen Erläuterungen, einige grundsätzliche Überlegungen zur Methodik und Didaktik von medienbezogener Elternbildung angestellt.

3.1 Handlungsorientierte Methoden: Einstieg mit der Karikaturenausstellung

Es ist 19.45 Uhr, und für den Elternabend ist alles vorbereitet. Auch die Karikaturenausstellung wurde in der Eingangshalle der Grundschule aufgehängt. Auf großen Pappen sind fast 60 Kari-

katuren und Cartoons zum Thema „Kinder und Medien“ zu sehen.⁴ Die ersten Eltern kommen und nutzen die Zeit bis zum offiziellen Beginn des Elternabends, indem sie sich die Ausstellung anschauen. Ziel ist es zunächst, die normale Umgebung zu verändern und auf das Thema einzustimmen. Nach der Begrüßung bekommt die Karikaturenausstellung eine weitere methodische Bedeutung. Der Moderator⁵ fordert die Eltern auf, noch einmal aufzustehen und sich alle Karikaturen unter dem Gesichtspunkt anzusehen und auszuwählen: „Welche Karikatur gefällt Ihnen besonders?“ und „An was erinnert Sie diese Karikatur?“ Nachdem alle Eltern eine Karikatur gefunden haben, berichten sie anhand der Bilder über ihre persönlichen Erfahrungen, Beispiele, Ideen, Gefühle und Fragen zu diesem Thema. Dabei bestimmen die Eltern den Grad der „Intimität“ ihrer Beiträge.

⇒ Ziel: Offenheit und Inter-

esse in einer guten Atmosphäre

Je nach Themenschwerpunkt und Zielgruppe der Veranstaltung kann die Sammlung variiert werden. Karikaturen sind deshalb für die medienbezogene Elternbildung geeignet, weil sie zum Lachen anregen und damit dem Thema seine Brisanz etwas nehmen, ohne es inhaltlich als bedeutungslos erscheinen zu lassen. Außerdem zeigen sie schlichte „Wirkungstheorien“ in visualisierter Form. Das Lachen über diese Theorien weckt auch Neugierde auf andere Erklärungsansätze. Daneben können sie auch helfen, Gedanken, Gefühle und Auffassungen auszudrücken. Insbesondere bildungsferne Menschen finden so leichter die „richtigen Worte“. Ziel ist es, durch kreative Methoden eine gute Gesprächsatmosphäre zu schaffen und mit den Eltern über die eigene Medienbiographie und die eigenen Mediengewohnheiten sowie über die Bedeutung und den Stellenwert der Medien in der Familie zu sprechen, um dann über die Erweiterung der eigenen Deutungsmuster zu einer differenzierteren Handlungsorientierung zu kommen.



In: Rogge, Jan-Uwe: Kinder können fernsehen. Reinbeck 1990.

3.2 Kritische Selbstreflexivität: Die Wäscheleine mit Fernsehlieblingen

Die folgende Methode ist ebenfalls für die Elternarbeit und MultiplikatorInnenfortbildung entwickelt worden. Sie knüpft mit Hilfe von Prominenten-Bildern an die Erfahrungen der TeilnehmerInnen an und ist insbesondere für das Thema „Medienhelden und Identifizierung“ geeignet.

Quer durch den Raum ist eine Wäscheleine gespannt, an der bunte Pappkartons mit Wäscheklammern befestigt sind, auf de-

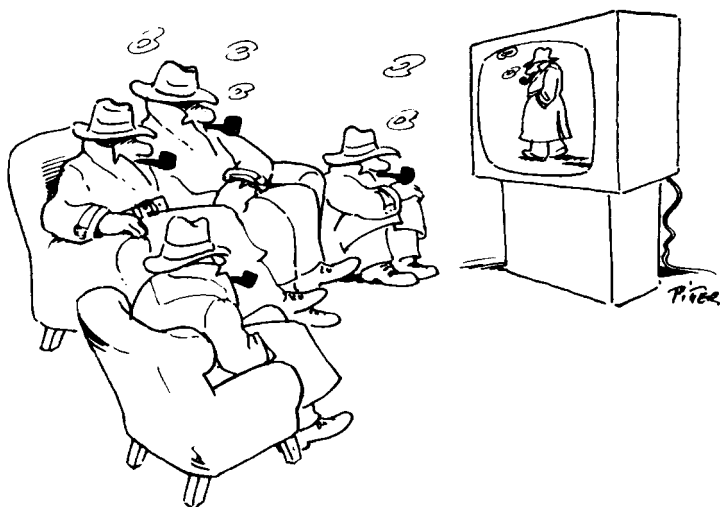
nen alle möglichen Fernsehlieblinge, HeldInnen und AntiheldInnen abgebildet sind. Diese Bilder sind aus Deckblättern von Programmzeitschriften zusammengesucht. Zu sehen sind beispielsweise Rudi Carell, Michael Jackson, Die Schöne und das Biest, Pippi Langstrumpf, Batman, die Crew des Raumschiff Enterprise, Meister Eder und sein Pumuckl, Die Maus, Heinz Ehrhard usw. Insgesamt hängen fast 70 Figuren an der Leine. Ähnlich wie bei der Karikaturenausstellung bittet der Moderator die Eltern, sich ein Bild unter folgender Fragestellung von der Leine zu nehmen.

⇒ Ist unter den Figuren eine Ihrer Fernsehlieblingsfiguren oder eine Ihrer HeldInnen?

⇒ Sollten Sie keine finden, die Sie richtig gut finden, suchen Sie eine, die Sie überhaupt nicht ausstehen können!

Nun haben die Eltern sich eine Figur ausgesucht, mit der sie etwas verbinden, und werden aufgefordert, Erinnerungen, Erfahrungen und Gefühle, die sich hinter den Bildern verbergen, gegenseitig mitzuteilen. „Die Pippi fand ich als Kind schon gut, und die sehe ich heute auch gern mit meinen Kindern an. Die ist so ein freches, selbstbewußtes Mädchen. Das finde ich gut“, berichtet eine Mutter. Eine andere Teilnehmerin

Aus: Klaus Pitter: Notstände, Wien o. J.



erinnert sich bei dem Rudi-Carell-Bild an die „schönen Familienabende, wo die ganze Familie ‚Am laufenden Band‘ gesehen hat, alle saßen zusammen, es gab was zu knabbern und so, das war sehr schön.“ „Ich habe den Bud Spencer, der macht so einen gemütlichen Eindruck, den sehe ich gern.“ Bei dieser Äußerung wird deutlich, daß andere Elternteile überlegt hatten, den Bud Spencer als Antihelden zu nehmen, weil der immer so „brutal und gewalttätig“ sei und „nur schlägert“. Es entsteht eine interessante Kontroverse. Eine Mutter erinnert sich, daß sie Bud Spencer als Kind auch immer gesehen hat und die Sendungen gar nicht schlimm fand, „richtig zum Entspannen“. Daraufhin sagt jemand: „Der ist doch total entsetzlich“, und wieder jemand anderes sagt, „die Filme sind doch sehr unterhaltsam“. Der Moderator muß jetzt den Zusammenhang von Medienrezeption, Identifizierung und Bewertung auf der Metaebene thematisieren und sorgfältig moderieren. **In dem Gespräch wird deutlich, daß die Einschätzung, was gut und schlecht, was langweilig und unterhaltsam, was brutal und nicht brutal sei, von der persönlichen Bedeutung und Bewertung der Medienfigur abhängt.** Gerade in der Auseinandersetzung mit Filmen und Serien, die Kinder gerne sehen, treten solche subjektiven Bewertungen, zu meist von pädagogischer Seite, hervor. Auch wenn es schwerfällt: Um zu verstehen, was Kinder fasziniert, muß man sich von der Bewertung der Figur oder der Serie freimachen. Bewertet man eine Medienfigur, mit der sich jemand anders identifiziert hat, bewertet man auch die rezeptionsbezogenen Gefühle des anderen. Die Folge ist häufig das Herstellen von Distanz („Dem erzähle ich nichts mehr“) oder Unehrllichkeit („Du hast ja recht“). Kinder kennen diese Bewertungen von Erwachsenen nur zu gut und reagieren darauf äußerst sensibel.

⇒ Ziel: Identifizierung mit Medienfiguren erkennen und

ihre sensibel begegnen

Die Heldenwäscheleine ist also eine Methode zur Reflexion der eigenen Medienbiographie und den damit verknüpften Medienerlebnissen sowie der Identifizierung mit Medienhelden. Sie soll den Eltern helfen, ihren eigenen HeldInnen und Idolen auf die Spur zu kommen, um so Offenheit, Verständnis und Sensibilität für die „gräßlichen Filme und Figuren“ der Kinder zu ermöglichen.

3.3 Medienpädagogische Kasuistik: Vom Allgemeinen zum Speziellen!

Eltern und ErzieherInnen kommen mit einer Mischung aus alltäglichem Wissen und wissenschaftlichen Versatzstücken zu einem Elternabend. Wie ist von seiten der ModeratorInnen damit umzugehen? Es ist nötig, Formen der Vermittlung von medienpädagogischem Wissen zu entwickeln, die sich eng an den Fragen und Problemen der Eltern ausrichten. Deshalb sollte der Moderator auf einem Elternabend Fallbeispiele bringen, die zeigen, wie Familien mit dem Fernsehen umgehen oder welche konkrete Bedeutung Medien in der Alltagswelt der Kinder haben. Damit dies gelingen kann, muß er durch didaktische Reduktion⁶ Wissenschaft vermitteln und begreifbar machen! **Den Eltern sollen mit Hilfe von Fallbeispielen anschaulich die neuesten medienpädagogischen Erkenntnisse aus dem Bereich der Wahrnehmung, Wirkung und Verarbeitung von medialen Angeboten anschaulich vermittelt werden.** Eine Möglichkeit ist das Zurückgreifen auf bestehende medienpädagogische Fallbeispiele⁷ und Materialien. Eine aufwendigere, aber auch lohnendere ist die Erstellung und Aufbereitung von eigenen medienpädagogischen Materialien, z. B. indem der Lehrer ein medienpädagogisches Projekt innerhalb seiner Klasse durchführt, dokumentiert und als Basis für den Elternabend benutzt.⁸

⇒ Ziel: Handlungsleitende Themen der Kinder erkennen und verstehen

ModeratorInnen können Eltern dabei behilflich sein, sich von den üblichen Erklärungsmustern zu lösen, und sich mit der Beziehung, die zwischen der medialen und der alltäglichen Welt ihrer Kinder besteht, auseinanderzusetzen. Ziel ist es, die mediale Lebenswelt von Kindern aus einer neuen Perspektive zu sehen, Medienspuren im Alltagshandeln von Kindern zu entdecken und deren Sinn herauszufinden. Kinder brechen sich aus dem Medienangebot all das heraus, was zu ihren handlungsleitenden Themen, also was in ihre alltägliche und alterstypische Sinnperspektive paßt. Zur Verarbeitung dieser individuellen Themen bietet auch das Fernsehen Material in Form von Geschichten, Bildern oder Szenen an. Die pädagogische Strategie heißt „Verstehen“: „Wenn ich weiß, was Du fernsiehst, verstehe ich Dich besser“⁹. Die Erwachsenen müssen sich mit den Kindern verstehend beschäftigen, um herauszufinden, was diese fasziniert und bewegt. Insbesondere der lebensweltliche Ansatz bietet auf umfassende Weise Anknüpfungspunkte für die Erkundung der Mediennutzung der Kinder und eröffnet den Eltern alternative medienpädagogische Handlungsmöglichkeiten. Die Aufgabe der Elternbildung ist es, anhand von Fallbeispielen die Medienkommunikation der Kinder zu verdeutlichen, um dann die Kinder zu unterstützen, die Fernseherlebnisse in ihrer Themenperspektive zu verarbeiten.

3.4 Elternbeispiele deuten: Voneinander lernen statt übereinander reden!

Bei der Planung und Durchführung eines Elternabends sollte man beachten, daß Eltern nicht selten durch bereits erlebte Bewertungen ihres Fernsehverhaltens verunsichert sind. Deshalb ist es eine der wichtigen Voraussetzungen für das Gelingen eines Elternabends, den Eltern die Sicherheit zu vermitteln, nicht in die Ge-

fahr der Bevormundung zu geraten. Die Angst, bloßgestellt zu werden und sich auf der Anklagebank wiederzufinden, verbunden mit dem schlechten Gewissen, etwas „falsch“ gemacht zu haben, müssen Elternabende ausschließen. Ohne Ängste driften Eltern weniger oft ins Allgemeine ab und beschäftigen sich statt dessen mit der tatsächlichen Rolle des Fernsehens in ihrer Familie. Medienerziehung ist dann auch weniger in der Gefahr, sich darauf zu reduzieren, vor „schlechten“ Medieninhalten zu bewahren. Auf einem Elternabend muß eine Atmosphäre geschaffen werden, die es Eltern ermöglicht, über reale Probleme und Erlebnisse zu reden. Dazu ein Beispiel von einem Elternabend, auf dem der Moderator ein Kurzreferat zum Thema „Wie Kinder Fernsehfilme wahrnehmen?“¹⁰ gehalten hat.

⇨ **Ziel: Über kindliche Filmwahrnehmung informieren**

Kinder sehen und erleben ihre Umwelt, also auch die Fernsehsendungen, anders als die Erwachsenen. Kinder müssen erst eine Film- und Fernsehlesefähigkeit erwerben, damit sie in der Lage sind, filmische Techniken wie z. B. Perspektiven und Schnitte symbolisch zu deuten.¹¹ Oftmals sind sich die Eltern nicht darüber im Klaren, daß Kinder nicht genauso wie sie selbst Filme sehen. Sie machen ihre Wahrnehmung zur „richtigen“ Wahrnehmung und übersehen dabei die entwicklungsbedingten Wahrnehmungsunterschiede zwischen Kindern und Erwachsenen. So erscheint die Wahrnehmung der Kinder mit ihrer Orientierung an Einzelheiten und deren Ausschmückung als mangelhaft. Dadurch wiederum lassen sich Erwachsene schnell zum Urteil verleiten, eine Sendung sei noch nichts für Kinder, da diese den Inhalt sowieso nicht verstehen.¹² Methodisch kann dies auf einem Elternabend bearbeitet werden, indem ein Ausschnitt eines Kinderfilms von den Eltern in Kleingruppenarbeit diskutiert wird. Dabei bekommt die Gruppe den Arbeitsauftrag, die

Szenen mit „den Augen ihrer Kinder anzusehen und unter der Perspektive der thematischen Voreingenommenheit zu diskutieren.

Im Anschluß daran meldet sich eine Mutter zu Wort und schildert folgende Szene:

„Also, wo Sie das jetzt so sagen! Mir fällt da ein, daß wir mal mit unserem Sohn das Dschungelbuch geguckt haben. Dschungelbuch, der Film von Walt-Disney, Zeichentrick, mit Mogli und den anderen echt netten Figuren. Die habe ich auch immer sehr gerne gesehen. Na, jedenfalls hatten wir dann echt vier bis sechs Wochen Probleme mit unserem Sohn. Wir hatten ihm den Kinobesuch zum sechsten Geburtstag geschenkt, ja genau. Wir haben uns ja nichts dabei gedacht. Nachdem wir den Film im Kino gemeinsam gesehen hatten, hatte er jedenfalls Angst. Wir mußten, bevor er ins Bett ging, immer erst im Schrank und unter dem Bett nachsehen, daß da auch wirklich nicht dieser Tiger ist. Wie hieß der noch? Das ging so vier Wochen. Er hatte davor irgendwie Angst!“

Einige Anmerkungen dazu: Anläßlich theoretischer Ausführungen wird eine Szene erinnert, die zuvor schon in Vergessenheit geraten war und für die es keine Erklärung gab. Die Mutter macht deutlich, daß sie dem Kind doch zum Geburtstag etwas Schönes schenken wollte. Den zuhörenden Eltern wird an diesem persönlichen Beispiel die Relativität von Medienwirkungen deutlich. Das, was die Mutter für sich als „echt nette Figuren“ wahrgenommen hat, hat den Sohn geängstigt.

⇨ **Ziel: Über Wirkungsweise von Medien informieren**

Außerdem müssen drei wichtige Erkenntnisse der Forschung an dieser Stelle des Gruppengesprächs durch den Moderator eingebracht werden: Medieninhalte wirken nicht auf alle Menschen gleich stark. **Medienwirkungen sind im wesentlichen von drei Variablen abhängig: dem Inhalt der Sendung, der Persönlichkeit des**

Rezipienten (individualpsychologische und sozialkategoriale Faktoren) und von den situativen Bedingungen während und nach der Mediennutzung.¹³ Insbesondere Kinder nehmen ganz andere Szenen aus dem Fernsehen für sich als ängstigend oder lustig wahr als Erwachsene.

Mit Hilfe dieser Informationen¹⁴ erkennen die zuhörenden Eltern, daß auch bei den vielseitig akzeptierten „Walt-Disney-Filmen“ Szenen vorkommen können, die Kinder ängstigen. Aufgabe von medienbezogener Elternbildung ist es, fragwürdige Deutungsmuster durch reflektiertere und differenziertere zu erweitern oder zu ersetzen. Das Verständnis für eine differenzierte Perspektive wird erhöht, wenn dies anhand von Elternbeispielen verdeutlicht werden kann. Somit sind die Interessen, Bedürfnisse und Unsicherheiten der Eltern Ausgangspunkt für die medienpädagogische Elternbildung. Angesetzt wird an der Reflexion¹⁵ und dem Verständnis der familiären und der kindlichen Alltags- und Medienwelt, weil die Veränderung von Alltagsstrukturen in der Reichweite der Betroffenen selbst liegt.

3.5 Von der Wertorientierung zur Pluralität: Medienthemen sind intim

Bei der Erkundung der individuellen Mediennutzung ist jedoch Sensibilität notwendig. Die Lebens- und Medienwelten der Menschen dürfen im Rahmen eines Elternabends nur soweit auftauchen, als dies in einer öffentlichen Diskussion möglich ist. Deshalb sollte der Moderator eines Elternabends darauf achten, daß keine vorschnelle Stigmatisierung hinsichtlich des Mediengebrauchs anderer passiert. Schnell werden z. B. Trivialserien mit normativen Bewertungen wie „Das ist doch der größte Schwachsinn“ belegt. Solche Pauschalkritik sollte auf keinen Fall medienpädagogisches Handeln bestimmen, weil sie den Zugang zu den Alltagswelten der Eltern und Kinder verstellt und Abwehrhaltungen aufbaut.

⇒ **Ziel: Lernen ermöglichen statt Rezepte verteilen**

Um zu einem ehrlichen Gespräch über die Mediennutzung im Alltag zu gelangen, ist es notwendig, die „*innere Realität der TeilnehmerInnen*“¹⁶ zu erfassen und sie als relevante Faktoren in der Beratungs- und Bildungsarbeit ernstzunehmen. In der Erwachsenenbildung kommt dies dem pädagogischen Grundsatz gleich, „die TeilnehmerInnen dort abzuholen, wo sie stehen“. Deshalb setzt die Vermittlung von Wissen und die Erweiterung von Handlungskompetenzen an den lebensgeschichtlich geprägten Deutungsmustern und Erfahrungen der TeilnehmerInnen an. In diesem Sinne sollte der Moderator nicht als Experte auftreten, der wissenschaftlich abgesicherte Idealerziehung propagiert. Statt dessen moderiert er, regt Gespräche an und macht Vorschläge, er inszeniert Erfahrungsräume für Kinder und Erwachsene, reflektiert Erlebnisse und bespricht Erfahrungen. Hierbei sind alle beteiligten Kinder, Eltern, PädagogInnen und MedienpädagogInnen mit ihren Beiträgen und Meinungen gleichermaßen wichtig.

Anmerkungen:

1) Eine Institution, die sich seit 1990 mit der Entwicklung von professioneller medienpädagogischer Elternbildung beschäftigt, ist der BLICKWECHSEL e. V. aus Göttingen. (Kontakt: Blickwechsel e. V., Waldweg 26, 37077 Göttingen/Germany. Tel.: BRD/0551/487106). Einen Überblick über sein Angebot bietet die neu erschienene Angebotsbroschüre.

2) Vgl.: Charlton, M./Neumann, K.: Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie. München-Weinheim 1986. Sowie: Theunert, H. (Hrsg.): „Einsame Wölfe“ und „Schöne Bräute“. Was Mädchen und Jungen in Cartoons finden. BLM-Schriftenreihe, Bd. 26. München 1993.

3) Doelker, Ch.: Medienpädagogik in Elternhaus und Schule. In: Issing, L. J. (Hrsg.): Medienpädagogik im Informationszeitalter. Weinheim 1987, S. 143.

4) Diese Zeichnungen befinden sich in vielen Fachbüchern und Zeitschriften.

5) Mit dem Begriff des Moderators ist der Leitende des Elternabends gemeint. Das kann ein sachkundiger LehrerIn sein oder ein medienpädagogisch geschulter ErwachsenenbildnerIn.

6) Vgl. Vogel, P.: Didaktische Reduktion. In: Haller, H.-D./Meyer, H. (Hrsg.): Ziele und Inhalte der Erziehung und des Unterrichts. Stuttgart 1986, S. 567 ff.

7) Vgl. Rogge, J.-U.: Kinder können fernsehen. Reinbeck 1992. Sowie: Bachmair, Ben: TV-Kids. Ravensburg 1993.

8) Vgl. Schnoor, D./u. a.: Medienprojekte für die Grundschule. Wie Kinder technische Bilder „erzeugen“ und „lesen“ lernen. Braunschweig 1993. Sowie: Maier, R./Mikat, C./Zeitter, E.: Medienerziehung in Kindergarten und Grundschule. 490 Anregungen für die praktische Arbeit. München 1997. Sowie: Knodt, D.: Zusammenarbeit mit Eltern. Ein Leitfaden für die medienpäd. Arbeit in Kindergarten und Grundschule. Hg. von der Aktion Jugendschutz Bayern. (Fasaneriestr. 17, 80636 München). München 1995.

9) Bachmair, B.: Wenn ich weiß, was Du fernsiehst, verstehe ich Dich besser. In: Otto, G. (Hrsg.): Unterrichtsmedien. Friedrich Jahresheft (11) 1993.

10) Vgl. Rogge, J.-U.: Kinder und Medien. Heft 3. Die kindliche Wahrnehmungsweise bei Fernsehsendungen. Hannover 1990.

11) Vgl. Greenfield, P.: Kinder und neue Medien. Weinheim 1987, S. 9 ff.

12) Vgl. Rogge, J.-U.: Kinder und Medien. Heft 3. Die kindliche Wahrnehmungsweise bei Fernsehsendungen. Hannover 1990.

13) Vgl. Kunczik, M.: Gewalt und Medien. Köln 1987.

14) Es versteht sich von selbst, daß die Themenkomplexe „Wirkung und Wahrnehmung“ an dieser Stelle aus Platzgründen nur angedeutet sind.

15) Vgl. Bachmair, B.: Fernsehkultur. Subjektivität in einer Welt bewegter Bilder. Opladen 1996, S. 183 ff. und 237.

16) Vgl. Rogge, J.-U.: Medienbezogene Elternbildung und Familienberatung als lebenspraktische Sozialisationshilfe. In: Bachmair, B./Charlton, M. (Hrsg.): Medienkommunikation im Alltag. Interpretative Studien zum Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen. München 1990, S. 270–280.

Zum Nach- und Weiterlesen:

Bachmair, B./Neuß, N./Tilemann, F. (Hrsg.): Fernsehen zum Thema machen. Medienpädagogische Elternabende. (Ko-Päd) München 1997.

Dipl.-Päd. Norbert Neuß, geb. 1966. Mitbegründer und Vorstandsmitglied des Blickwechsel e. V. Z. Zt. Doktorand im DFG-Kolleg „Ästhetische Bildung“ am Fachbereich Erziehungswissenschaften der Universität Hamburg.

