

Spitzer, Manfred (2012). Digitale Demenz. Wie wir uns und unsere Kinder um den Verstand bringen. München: Droemer-Verlag, 367 Seiten, 19.99 €

Beitrag aus Heft »2012/05: Medienkonjunkturen - Medienzukunft«

Bereits 2005 hat sich der Autor mit Vorsicht Bildschirm auf medienpädagogisches Gebiet gewagt und wildert nun erneut in fremdem Terrain. ‚Vorsicht‘ wäre dabei angebracht. Aber dem Autor fehlt, was das kritische Lesepublikum mitbringen sollte. Digitale Demenz hat ein anerkannter Mediziner und Psychologe mit Schwerpunkt Psychiatrie und Neurowissenschaft geschrieben. Die Passagen des Buches, in denen aktuelle Erkenntnisse der Hirnforschung anschaulich und verständlich beschrieben werden und auf menschliches Lernen übertragen werden, sind lesbar und nachdenkenswert. Aber auf vielen anderen Seiten habe ich mich gefragt, ob deren Inhalt wirklich von einem renommierten Wissenschaftler in Deutschland stammen kann. Ein Grundproblem des Buches ist, dass es zwischen wissenschaftlichem Anspruch und Ratgeberliteratur schwankt; der Ratgeber schlägt vor allem im jeweiligen plakativ pauschalisierenden Fazit der einzelnen Kapitel und insbesondere in den zusammenfassenden Lebensweisheiten auf S. 323 bis S. 326 durch, die von „Ernähren Sie sich gesund.“ bis zu „Meiden Sie die digitalen Medien.“ reichen. Leider sind marktgängige Ratgeber selten um Objektivität bemüht (was Wissenschaft bekanntlich sein sollte), sondern eher missionarisch bis fundamentalistisch einer verkaufsträchtigen Ideologie verhaftet.

Diesem Vorurteil nach werden dann wissenschaftliche Erkenntnisse sortiert – in gute und schlechte. Herr Spitzer bezieht sich fast ausschließlich auf Literatur und Forschungsergebnisse aus dem englischsprachigen Raum, die dazu noch zumeist aus medizinischen, psychologischen oder psychiatrischen Kontexten stammen. Literatur und Forschungsergebnisse aus dem deutschsprachigen Raum und aus den relevanten Disziplinen wie Medienwissenschaften und Medienpädagogik werden nahezu völlig ignoriert. Zu den aktuellen Medienthemen relevante Studien – etwa die JIM- und KIM-Studien und die ARD/ZDF-Onlinestudie als repräsentative quantitative Studien, diverse Studien des JFF – Institut für Medienpädagogik München, des Hans-Bredow-Institutes und vieler anderer Forschungseinrichtungen – werden überhaupt nicht berücksichtigt. Umgekehrt könnten manche Studien und Experimente, die der Autor knapp referiert bzw. erklärt, für die Medienforschung und die medienpädagogische Praxis Anregungen enthalten, ihre Erfahrungen weitergehend empirisch zu untermauern. Das ist vielleicht ein Manko der wissenschaftlichen Disziplinen, dass die jeweils anderen Abteilungen zu wenig wahrgenommen werden und zu wenig auf Augenhöhe kooperieren.

In einigen Kapiteln ‚schießt‘ der Autor gegen (Medien-)Pädagoginnen und -Pädagogen, obwohl er sie eigentlich für seine Positionen gewinnen müsste, wenn es ihm denn tatsächlich um die Kinder geht. Nur sollte er dann nicht eine ganze Berufsgruppe diffamieren und behaupten, dass sie von der Medienindustrie lebe und sich deshalb nicht kritisch äußere (vgl. S. 26); dann müsste man den Medizinerinnen ebenso pauschal ihre Kooperationen mit der Pharmaindustrie vorwerfen. Wohl kein Medienpädagoge glaubt an die Chimäre einer „Generation von digitalen Wunderkindern“ (S. 221), wie es der Autor unterstellt. Medienpädagoginnen und Medienpädagogen versuchen in ihrer Praxis, Kinder und Jugendliche in ihren Lebenswelten ernst zu nehmen. Ein kleines Beispiel von vielen mag die Doppelzüngigkeit des Buches verdeutlichen: Gegen das „Marktgeschrei von der digitalen Revolution im Klassenzimmer“ (S. 20) könnte man sich durchaus zusammensetzen. Aber der Folgesatz enthält dann eine fatale Verfälschung: „Es heißt, dass die neuen Medien heute eben zum Alltag gehören (Ja!) und wir die Kinder an sie

gewöhnen müssen.“ Beim zweiten Halbsatz liegt natürlich für den Autor passend die Suchtassoziation nahe. Aber kein vernünftiger Medienpädagoge wird diesen Halbsatz unterschreiben. Es geht um eine kritisch konstruktive Auseinandersetzung mit Medien – und sicher nicht um einen irgendwie pädagogisch legitimierten Gewöhnungsprozess. Herr Spitzer sollte sich einmal mit medienpädagogischer Literatur und deren Empfehlungen auseinandersetzen.

Wenn Medienkompetenz – und das scheint beim Autor das einzige auf Technik fixierte (Miss-)Verständnis des Begriffes zu sein, der in Medienwissenschaft und Medienpädagogik seit zwei Jahrzehnten intensiv diskutiert, differenziert und abgewogen wird – nur als Schlagwort dient, mit dem „gerade den verunsicherten Eltern aus sozial eher schwachen Schichten vorgegaukelt wird, sie würden etwas Gutes tun, wenn sie ihr knappes Geld in rasch veraltende Hard- und Software stecken“ (S. 307), dann ist das grob fahrlässig. Wer sich die vielfach gute Praxis der Medienpädagogik in Deutschland ansieht, wird nicht auf die Idee kommen, ein „Medienkompetenztraining“ mit einem Training von Alkoholkompetenz oder mit dem Anfixen in der Drogenszene gleichzusetzen. Das ist albern! „Gehirnnutzung führt (...) zum Wachstum der Gehirnareale, die für die spezielle Fähigkeit gebraucht werden.“ (S. 37) Statt eine diffuse Angst vor überdimensionalen Mediengehirnen zu schüren, sollte man Areale für eine kritische und kompetente Mediennutzung fördern. Dass Lesen und Schreiben als Grundfähigkeiten dazu gehören, steht auch für medienpädagogische Fachkräfte außer Frage. Gedächtnisspuren und die Veränderung von Synapsen im Gehirn pauschal mit dem Begriff „Lernen“ gleichzusetzen (vgl. S. 52; 65), ist eine neurobiologische Sicht, die in den Erziehungs- und Bildungswissenschaften nicht geteilt wird. Ebenso wenig dürfte es empirisch haltbar sein, die Nutzung digitaler Medien pauschal mit Oberflächlichkeit und damit mit geringerer Lerneffektivität gleichzusetzen (vgl. S. 70). Der Autor möge sich einmal die Vielfalt der kreativen Produkte, die junge Menschen mit digitalen Medien gestalten (malen, texten, schreiben, musizieren, fotografieren, filmen ...) zeigen lassen oder im Netz ansehen. Dann müsste er eigentlich den Unsinn solch pauschaler Aussagen empirisch sinnlich ‚be-greifen‘. „Bildung macht frei – frei von vielen Zwängen, denn wer gebildet ist, kann sich kritisch gegenüber sich selbst und seiner Umwelt verhalten ...“ (S. 61) Das ist eigentlich ein gutes Argument für Medienbildung, so wie sie derzeit in der pädagogischen Community verstanden wird. „Kinder lernen deutlich schneller als Erwachsene. Sie müssen dies tun, denn sie wissen noch nichts und sollen sich die Welt rasch aneignen.“ (S. 183)

Auch das ist ein gutes Argument für frühe Medienbildung, nicht weil Medien per se so „bildend“ oder in jedem Fall besser als alte Methoden wären, aber weil sie Teil der Welt sind, in der Kinder heute nun einmal aufwachsen und zurecht kommen müssen. Vergleichsweise (un-)sinnig wäre die folgende Forderung: Wir wissen, dass die meisten Menschen heute sich zu wenig bewegen, zu viel sitzen und daraus riesige und teure Gesundheitsprobleme entstehen. Also schaffen wir die Stühle in den Schulen ab! Quatsch – aber um mehr Bewegung, gute Sitzgelegenheiten, viel Abwechslung et cetera sollten wir uns dringend bemühen. Fazit: „Es gibt viele Leute, die mit den digitalen Produkten sehr viel Geld verdienen und denen das Schicksal von Menschen, insbesondere von Kindern, egal ist.“ (S. 25) Kommentar dazu: Es gibt auch Menschen, die mit gedruckten Büchern und demagogischen Parolen Geld verdienen. Ob denen wirklich konstruktiv das Schicksal von Kindern heute bei uns am Herzen liegt? „Lassen Sie sich durch Medienmarktschreier nicht den Verstand rauben“ (S. 315), sondern wenden Sie Ihren Verstand auch gegen dieses Medium an.

Die Rezension ist eine stark gekürzte, überarbeitete Fassung einer ausführlicheren Kommentierung auf www.medienpaed.de

Prof. Dr. Bernward Hoffmann ist Professor für Medienpädagogik an der Fachhochschule Münster, Fachbereich Sozialwesen.