

# Mit Medien über

## 1. Erziehung zur Verantwortung – was sie kann und wo sie an Grenzen stößt

Rüdiger Funiok

Erziehung ist die bewusste (intentionale) und kontinuierliche Beeinflussung von Heranwachsenden, um in ihnen gültiges Wissen, relevante Fertigkeiten und Einstellungen anzubahnen und zu fördern. Zentral sind dabei die ethischen Einstellungen und ihre Fähigkeit, an Werten orientierte und rational begründbare Entscheidungen zu treffen. Ein unverzichtbares Bildungsziel ist die verantwortlich handelnde Persönlichkeit. „Erziehung ist *Formung zur Tugend*, zunächst ausschließlich zur christlichen Tugend, später zu allen säkularen Tugenden“ (Oelkers 2001, S. 31)

An diese moralische Erziehung gibt es freilich etliche Über-Erwartungen, die eine realistische Erziehungstheorie relativieren muss. Einmal kann man nicht einfach moralisches Verhalten „programmieren“, sondern nur die bewegliche Fähigkeit anbahnen, Entscheidungssituationen nach richtig oder falsch zu analysieren, eigenes und fremdes Verhalten nach begründbaren Prinzipien zu beurteilen. Moral „reagiert *immer neu*, auf Situationen, Probleme, Fälle, Gefühle und nicht zuletzt auf sich selbst. Sie ist nicht das sichere Ergebnis der einen richtigen Erziehung, die nachfolgende Unsicherheit ausschließen oder überflüssig machen würde. Moral ist im Gegenteil fortgesetzte Reflexion mit Kategorien und Haltungen, die sich selbst stabilisieren müssen“ (Oelkers 2001, S. 268). Moralische Urteilen („praktische Urteilskraft“) ist – bei aller Orientierung an überindividuellen Idealen – Teil des eigenständigen Denkens, ist wesentlich Selbstverpflichtung und Selbstbindung.

Eine zweite Über-Erwartung betrifft die Effektivität von Erziehung. Der Erfolg moralischer Erziehungsversuche ist begrenzt wie der von anderen Erziehungs- und Unterrichtsversuchen auch. „Überall dort, wo man zentrale

Persönlichkeitseigenschaften verändern will, stößt man schnell an die Grenzen der üblicherweise gegebenen Möglichkeiten“ (Uhl 1996, S. 267). Aber man braucht deshalb keinem totalen Pessimismus huldigen: „Ein Vergleich mit anderen erzieherischen bzw. erziehungsanalogen Aufgabenfeldern zeigt, daß die Moralerziehung im großen und ganzen nicht schlechter abschneidet als andere Arten der Erziehung“ (Uhl 1996, S. 266f.).

Eine dritte Über-Erwartung besteht in der verfehlten Annahme, mit der Verfeinerung des moralischen Urteilens (z. B. à la Kohlberg) entwickelten sich automatisch auch die emotionalen und motivationalen Komponenten der moralisch guten Persönlichkeit oder gar der Wille zum Guten. Unser Wille bleibt jedoch immer frei und offen, sowohl das moralisch Richtige wie das Falsche zu tun.

Und eine vierte Grenze: Auch wenn sich die Erziehungspersonen selbst an die von ihnen propagierten Werteorientierungen halten, also echte Vorbilder für die Tugenden und Ideale sind, so ist ihr Einfluss doch begrenzt durch viele Umweltfaktoren. Zu ihnen gehören in eminenter Weise die Medien.

# Werte sprechen

## 2. Die Medien als Wertvermittler

Medien bringen auf ihre je eigene Weise zum Ausdruck, was Menschen tun, wofür sie sich entscheiden, wie sie denken und fühlen. Dabei zeichnen sie in ihren unterschiedlichen Produkten Bilder vom Leben, wie es ist, aber auch vom Leben, wie es spannend und erfolgreich gelebt werden kann.

Medien sind Sozialisationsagenten und als solche auch Wertvermittler – im Sinne einer „inzidentellen“, d. h. beiläufigen, nicht pädagogisch geplanten Beeinflussung. Freilich gibt es Bedingungen für die Nachahmung von Verhalten, für die Übernahme von Wertvorstellungen oder die Internalisierung von Normen. Die sozial-kognitive Theorie von A. Bandura z. B. spricht davon, dass unsere internen moralischen Standards, die die Versuchung zu antisozialem Handeln kontrollieren, nicht automatisch wirken, sondern (z. B. durch entsprechende Modellgeschichten) aktiviert werden müssen. Sie können auch neutralisiert werden, d. h.: Die hemmende Wirkung der vorhandenen moralischen Standards kann ausgesetzt werden, und zwar durch beschönigende, verharmlosende Deutungen in Fernsehgeschichten oder durch Erklärungen, die anderen die Schuld geben oder dazu anregen, die eigene Verantwortung abzuschieben oder zu vernebeln.

Fernsehen als „Erlaubnis-Schein“ für problematische, ja z. T. sozial destruktive Verhaltensmuster: „Es ist ja erlaubt, weil es im Fernsehen war und dem dort nicht widersprochen wurde.“ Dazu muss sich sicher auch das gesellschaftliche Wertklima entsprechend verändert haben; ohne die gesellschaftliche Resonanz kann das Fernsehen keine Wertüberzeugung stabilisieren oder aufweichen. Aber die Medien beeinflussen vorhandene Tendenzen mit. Mitte der 60er Jahre hat das Fernsehen bei der so genannten sexuellen Revolution mitgewirkt:

als z. B. erstmalig gezeigt wurde, wie Eltern der 17-jährigen Tochter erlauben, dass der Freund bei ihr im Zimmer übernachtet.

Gerade unterhaltende Fernsehserien sind auf einer zweiten oder dritten Nutzungsebene Geschichten mit moralischen Themen (das hat P. Kottlorz 1994 an *Schwarzwaldklinik* und *Dallas* nachgewiesen). Wenn diese Geschichten zum Gegenstand eines expliziten gemeinsamen Nachdenkens werden, könnte auf spannende Weise Wertklärung und Wertorientierung, also moralische Erziehung geleistet werden. Oder sagen wir es anders: Es könnten Impulse zur Persönlichkeitsbildung und zur Entscheidung über die eigene Wertkultur oder sogar „Spiritualität“ gegeben werden.

### 3. Anregungen zur wertorientierten Medienanalyse

Medien vermitteln also laufend Wertvorstellungen, selbst wenn das nicht die primäre Zielsetzung von informativen, unterhaltenden und bildenden Sendungen ist. Manche Sendeform (z. B. Ratgebersendungen, Talkshows) bieten sogar ausdrückliche Verarbeitungs- und Entscheidungshilfen für schwierige Lebenssituationen an. Aber was schon über die intentionalen Erziehungsversuche gesagt wurde, gilt auch hier: Sie können lediglich vorhandene moralische Einstellung bestärken, neue Anwendung selbst akzeptierter Prinzipien aufzeigen, zur kognitiven Differenzierung oder zur willentlichen Zustimmung anregen. „Wertvermittlung“ ist nie ohne Wertklärung und nie ohne die persönliche Wertbejahung möglich. Auch bei den Medienwirkungen gibt es keine Erfolgsgarantie: Ein Jugendlicher, der heute ein Fan einer bestimmten Serie ist und für ihre Werte schwärmt, kann morgen sehr kritisch über sie denken.

Unter pädagogischer Perspektive ist jedoch festzuhalten: Eine umfassende Erziehung kommt also nicht um die Aufgabe herum, Heranwachsende auf diesem Markt der Lebensentwürfe in der Lebenswelt und in der Medienwelt zu begleiten, nach den hinter Personen stehenden Werten zu fragen und die Lebensdienlichkeit dieser Wertungen mit ihnen zu diskutieren.

Erwachsene sollten dabei nicht in eine moralisierende und die Freude an den Medien verderbende Haltung geraten: Zunächst einmal machen Medien Spaß, sie entspannen und regen an. Die Handlungsfäden von Fernsehserien, die Stories in Jugendzeitschriften oder die Texte von Popmusik-Titeln enthalten immer auch Aussagen über Werte. Man kann die Mediengeschichten daraufhin untersuchen, ob die Aussagen, die sie über ein glückliches und beispielhaftes Leben machen, der Überprüfung stand-

halten, ob sie auch für ein „normales“ und verantwortliches Leben zutreffen.

Wie lässt sich vermeiden, dass man dabei in bloßen Geschmacksurteilen, in einem bedenklichen Werte-Individualismus und Werterelativismus stecken bleibt? Die Unterrichtenden können Vergleiche zwischen den gezeigten oder denkbaren Wertorientierungen anstellen lassen. Sie können anregen, aus Anlass eines Medienprodukts über die notwendigen Regeln eines humanen Zusammenlebens nachzudenken. Und sie sollten selbst Position beziehen, wenn sie nach ihren eigenen Werten gefragt werden.

Mit Medien über Werte zu sprechen – das bedeutet zunächst einmal eine anspruchsvolle Form der Medienanalyse. Eine Möglichkeit stellt der nebenstehende Wertfragebogen dar.



**Literatur:****Bandura, A.:**

*Die sozial-kognitive Theorie der Massenkommunikation.*  
In: J. Groebel/P. Winterhoff-Spurk (Hrsg.): *Empirische Medienpsychologie.*  
München 1989, S. 7–32.

**Kottlorz, P.:**

*Fernseh-moral. Ethische Strukturen fiktionaler Fernsehunterhaltung.*  
Berlin 1994.

**Oelkers, J.:**

*Einführung in die Theorie der Erziehung.*  
Weinheim 2001.

**Theunert, H. (Hrsg.):**

„Einsame Wölfe“ und „schöne Bräute“.  
*Was Mädchen und Jungen in Cartoons finden.*  
München 1993.

**Theunert, H./Gebel, C. (Hrsg.):**

*Lehrstücke fürs Leben in Fortsetzung. Serienrezeption zwischen Kindheit und Jugend.* München 2000.

**Uhl, S.:**

*Die Mittel der Moralerziehung und ihre Wirksamkeit.*  
Bad Heilbrunn 1996.

**Ziebertz, H.-G.:**

*Werterziehung. Eine Perspektive für die Jugendarbeit.* In: *Katechetische Blätter* 1993, S. 404–411.

Moderatoren von Wertgesprächen müssen eine nicht direktive Gesprächsführung praktizieren können, sie müssen von allen Gesprächsteilnehmern die Achtung vor der Wertüberzeugung des anderen einfordern und durch eigenes Gesprächsverhalten vormachen können; nicht nur unsere eigenen, sondern auch die uns fremd erscheinenden Wertüberzeugungen betreffen immer den Kern der Persönlichkeit und des Selbstbildes, sie sind mit Selbstachtung verbunden. In dieser dritten Dimension verbessern Wertgespräche zumindest die Begründungen moralischer Urteile im Sinne einer größeren Bewusstheit eigener und fremder Werte und ihre logische Rückführung ethischer Prinzipien.

Ein solches Gespräch will auch zur persönlichen Wertfindung führen. Dabei ist ein dialogischer Gesprächsstil angebracht; denn die Urteile der Heranwachsenden wollen als das genommen werden, was sie sind: persönliche Ansichten und Wertungen, Ausdruck für die vom Einzelnen bejahte Verantwortung. Das Ziel wertebezogener Mediengespräche ist also nicht eine (nur verbale) Anerkennung und unkritische Übernahme vorher feststehender Letztwerte, sondern die persönliche Entscheidung für Werte nach einer Erhellung der Wertalternativen (Wertklärung) und einer argumentativen Wertekommunikation (vgl. Ziebertz 1990).

**5. Wertedialog als Erziehungsaufgabe**

So sehr eine gewisse Scheu diesen Letztwerten gegenüber angemessen ist, so sehr sind Heranwachsende darauf angewiesen, dass diese Werte durch Hinweise in einer wertpluralen Welt „vorkommen“, dass deutlich wird: Für diese Werte einzutreten, ist vernünftig, menschlich – ja für das Zusammenleben sogar notwendig. Auch wenn wir wohl nicht mehr zu einem derart ausformulierten Wertekonsens zurückkönnen, wie ihn die christliche Philosophie des Mittelalters kannte, so brauchen demokratische Gesellschaften doch auch ein deutliches Wertefundament. Es ist im Wesentlichen in den Grundrechten und -pflichten der Verfassung niedergelegt. Aus Anlass von Entscheidungen der Verfassungsgerichte z. B. kann auch in der öffentlichen Diskussion deutlich werden, dass hier ein Minimum an demokratischem Ethos vorliegt. Er kann zwar weltanschaulich unterschiedlich begründet werden, aber er steht nicht einfach zur Disposition; sonst ist kein humanes und friedliches Miteinander möglich.

Medienprodukte sind keine Verfassungstexte. Aber sie bringen zum Ausdruck, was in der Gesellschaft über Werte gedacht wird, welche Werte gefährdet sind, wo die Zustimmung zu Werten zu Lippenbekenntnissen verkommt. Sicher tragen manche Medien durch ihren Inhalt oder ihre Darstellungsform dazu bei, dass gültige Grenzen aufgeweicht oder verschoben werden: Grenzen der Achtung von Minderheiten, vor dem Privatraum, vor dem religiösen Empfinden, vor dem Bild einer humanen Sexualität. Ob Medien wichtige Werte als allgemeingültig darstellen, wie in den meisten Fällen, oder ob sie die Wertfrage als beliebige Sache des individuellen Lebensstils hinstellen – in jedem Fall bieten sie den Lehrenden und Erziehenden die Möglichkeit, über Werte zu sprechen.

Nach Auskunft der medienpädagogischen Forschung suchen Kinder und Jugendliche in den Medienprodukten Anregungen für die Ausformung ethisch-normativer Orientierungen und personaler Vorbilder (vgl. Theunert 1993; 2000). Wie jedes Handeln kommt auch moralisches Handeln nicht ohne soziale Stützen, Gewohnheiten und Beispiele (Vorbilder) aus.

Abschließend seien noch vier Thesen zur Wert-  
erziehung formuliert:

*(1) Werte sind in einer Weltanschauung zu ver-  
ankern*

Ihren letzten logischen und emotionalen Halt bekommen die persönlich bejahten Werte erst in einem umfassenden Sinnhorizont, in einer Weltanschauung oder spirituellen Praxis. Wertorientierung setzt Sinnfindung voraus. Auch wenn die persönlichen Wertmuster und Sinnbezüge heute plural ausfallen, gibt es doch als möglichen gemeinsamen Nenner ein „demokratisches Ethos“, an dessen Bejahung eine Gesellschaft „arbeiten“ muss. Das glaubwürdige Beispiel von Repräsentanten relevanter Gruppen und Institutionen ist wichtig.

*(2) Wertkonflikte sind ein günstiger Ausgangs-  
punkt*

Der Anlass oder das Anschauungsmaterial für werterzieherische Lernprozesse (auch im Sinne von Selbsterziehung) sind Konflikte. Kämpfe verschiedener Strebungen und Antriebe spielen sich in unserem Inneren ab. Und es gibt die Gegensätzlichkeit von Wertorientierungen als soziale Erfahrung. Das Erlebnis von Versagen und mangelnder Verantwortung ist ebenso eine Tatsache, aber auch moralisch glaubwürdiges Verhalten, wenn z. B. eigene Nachteile in Kauf genommen werden. Das Gelingen der moralischen Erziehung steht und fällt mit diesem Erfahrungsbezug.

*(3) Individuelle Wertorientierung braucht soziale  
und institutionelle Unterstützung*

Der pädagogische Ort für Werterziehung ist zunächst die familiäre Erziehung. In der Schule ist für die Werterziehung der Religions- oder Ethikunterricht bedeutsam, aber auch die politische Bildung, die Friedens-, und die Umwelt-  
erziehung leisten wichtige Beiträge zur Wertorientierung im Sinne von Allgemeinbildung. In jedem Beruf gehört zur Fachkompetenz auch eine ethische Sensibilität für den Verantwor-

tungsraum des beruflichen Handelns; der im Berufsverband oder Einzelunternehmen erarbeitete „Verhaltenskodex“ kann dazu befähigen, die Folgen für konkrete Entscheidungen zu bedenken und dafür bewusst Verantwortung zu übernehmen. In der Freizeit spielen Werte nicht nur im sozialen Engagement eine Rolle, sondern auch bei der Wahl der sozialen Bezugsgruppen; nur Gruppen und Institutionen „mit einer anspruchsvollen moralischen Kultur“ (vgl. Uhl 1996, S.286) bieten die Gewähr dafür, dass individuelle Wertorientierungen Unterstützung erfahren.

*(4) Sich auf Werte beziehen, heißt: von seiner  
Freiheit Gebrauch machen*

Moralische Erziehung muss eine auf Freiheit gründende und zur Freiheit führende Erziehung sein. Jede Dressur und bloße Anpassungserziehung verdient nicht den Namen Bildung, wie sie in der Tradition der Aufklärung verstanden wird. Für Immanuel Kant war Freiheit alles andere als Beliebigkeit und der Weg zu einem bequemen Leben. Als freie und vernunftbegabte Menschen sollen wir im Sinne einer Selbstverpflichtung das sittlich Gute erkennen und tun; frei ist für Kant jemand, der sich freiwillig an das sittlich Gute bindet. So gesehen müssen wir uns die Freiheit immer auch selbst zumuten: Wenn man nie eigenständig entscheidet und dafür auch die Verantwortung übernimmt, dann praktiziert man keine Freiheit. Außerdem dürfen wir Freiheit nicht nur für uns fordern, sondern müssen sie auch den anderen ermöglichen. Der heranwachsenden Generation gegenüber hat Erziehung diese Freiheit und Wertebindung durch Wertargumentationen zu fördern, sie sollte zum Verantworten persönlicher Normen und Ziele ermuntern und dies honorieren.

*Dr. Rüdiger Funiok ist Professor für  
Kommunikationswissenschaft und Pädagogik  
an der Hochschule für Philosophie München und dort  
Leiter des Instituts für Kommunikationswissenschaft  
und Erwachsenenpädagogik ([www.hfph.mwn.de/ike](http://www.hfph.mwn.de/ike)).  
Seit 1996 ist er Sprecher des „Netzwerk Medienethik“  
([www.netzwerk-medienethik.de](http://www.netzwerk-medienethik.de)).*

