

Ratgeber

Diese Bücher liest man mit Verstand, Block und Bleistift.

Im leider unumgänglichen theoretischen Dickicht dieses Buchs über die Einflüsse von Werbung auf Kinder stehen Merksätze, die Entscheidungshilfen sein können und eigentlich sein müssten: "Die Welt ist so, wie das Kind sie sieht. Es kann visuell Wahrgenommenes schwerlich für "unwahr" erachten, also für anders, als es das gesehen hat." Werber wissen das auch.

Wer sich gegen die Tricks wehren will, mit denen sich Werbung in das Unterbewusstsein von Kindern einschleicht, muss begreifen, wie sie funktioniert. Hier ist einiger Lernstoff - kein erfundener, die Autorin arbeitet mit Beispielen, die wir alle kennen oder kennen können. Wie absurd freilich mittlerweile die Machtverhältnisse auf dem "Markt" sind, lässt die schon beinahe demütige Bitte an die Werbewirtschaft ahnen, die Forderung nach Erhaltung der menschlichen Würde nicht als systemwidrigen Störfaktor anzusehen. Wers frisst und keine Bauchschmerzen kriegt, hat bestanden.

Ein ausgezeichnetes Buch. Dicht an der Theorie.

Gabrielle Bieber-Delfosse: Kinder der Werbung. Die Einflüsse einer Mediengesellschaft auf das Aufwachsen der Kinder. Pro Juventute. 216 S., 32.80 Fr.