

# Steven Johnson – Neue Intelligenz. Warum wir durch Computerspiele und TV klüger werden

## Kernthesen

|   |   |
|---|---|
|    | <p><u>Gängige Meinung der Gesellschaft:</u> Die Jugend stumpft durch den Medienkonsum ab.</p>   |
|    | <p><u>Kernthese von Johnson:</u> Die populäre Unterhaltungskultur wurde im Laufe der letzten dreißig Jahre immer komplexer und intellektuell anspruchsvoller.</p>   |
|    | <p>Eingeführter Begriff: <u>Schläferkurve</u> (Sleeping Curve) = <i>durchschnittliche</i> Veränderung der Medienlandschaft hin zu mehr Komplexität und kognitiven Herausforderungen</p>   |
|    | <p>Definition von <u>Kultur</u>: ein von Menschenhand erschaffenes Wettersystem (kulturelle Objekte sind ein <i>Produkt</i> von „Umweltbedingungen“) Diese Produkte sind meistens <u>keine großen Kunstwerke</u>, aber komplexer als die vorherigen.</p>              |
|   | <p><u>Kriterien der Medienkritiker:</u><br/>Unterhaltung hat nur dann einen Wert, wenn sie Werte vermittelt. Dies ist in den letzten Jahrzehnten immer weniger der Fall gewesen. Die Botschaften sind dunkel und zweideutig, es gibt kaum noch strahlende Helden.</p> |
|  | <p><u>Argumente von Johnson:</u><br/>Unterhaltungskultur ist realistischer geworden. Die wirkliche Welt besteht nicht aus „hübsch verpackten Lehrstücken über die menschliche Tugend“ (S. 27).</p>  |
|  | <p><u>Johnsons Definition von Medien:</u><br/>Eine Art kognitives Trainingsprogramm, keine Lektion fürs Leben</p>   |
|  | <p><u>Fazit:</u> Die populäre Kultur der Gegenwart führt uns vielleicht nicht mehr auf den Pfad der Tugend. Aber sie macht uns intelligenter.</p>   |