

# Die Glotze macht Kinder nicht dümmer

## Mainzer Publizisten beteiligen sich an internationaler Studie über Fernseh-Auswirkungen

VON CLAUDIA REISCHAUER

MAINZ. Überall auf der Welt sitzen bereits die Jüngsten vor dem Fernsehgerät - und werden dadurch klüger. Das zumindest war die These, von der japanische Wissenschaftler an der Universität Tokio Mitte der 80er Jahre ausgingen. Um sie zu überprüfen, wurde die „International vergleichende Studie über Wirkung des Fernsehens auf die geistige Entwicklung von Vorschulkindern“ initiiert. An ihr sind neben Forschern in Japan, Schweden und den Vereinigten Staaten auch Mainzer Publizisten beteiligt.

Er selbst sei zwar nicht auf Kinder spezialisiert. Aber sein japanischer Kollege habe ihn schließlich „breitgeschlagen“, erzählt Professor Hans Mathias Kepplinger. Der geschäftsführende Leiter des Mainzer Instituts für Publizistik trug durch seine Mitwirkung dazu bei, daß die Fragestellung der Untersuchung erweitert wurde. „Nicht nur die kognitive Entwicklung der Drei- bis Sechsjährigen wird erforscht, sondern auch die

Auswirkungen des Fernsehens auf ihre sozialen Verhaltensweisen.“

In den vier Untersuchungsländern befragten die Wissenschaftler in mehreren Wellen rund 1000 Kindergartenkinder. Sie mußten Aufgaben lösen, Figuren erkennen oder nachzeichnen und Angaben zu ihren Vorlieben und Gewohnheiten machen. Auch die Kindergärtnerinnen und Mütter der Kinder gaben Auskunft über eigenes Verhalten und das ihrer Schützlinge.

Die Internationalität der Studie stellte hohe Anforderungen an die Konzeption der Befragungen: „Getrennt erhobene Daten müssen vergleichbar sein, um sie später zusammenzuführen“, erläutert Helga Weißbecker. Die wissenschaftliche Mitarbeiterin Kepplingers beschäftigt sich momentan damit, die internationalen Ergebnisse zu zusammenzutragen. Dazu kommuniziert sie mit ihren japanischen, schwedischen und US-amerikanischen Kollegen meist über on-line vernetzte Computer.

Das herausragende Ergebnis der Studie faßt Kepplinger in zwei

Sätzen zusammen: „Über alle Altersklassen hinweg sind japanische Kinder den anderen überlegen. Sie wissen mehr - ganz gleich, wie man das mißt.“ Das treffe vor allem für die jüngsten der Untersuchten zu. Und die sitzen im internationalen Vergleich am längsten vor der Glotze: Ein dreijähriger Japaner sieht im Wochendurchschnitt 15 Stunden lang fern, deutsche und schwedische Gleichaltrige kommen nur auf rund fünf Stunden.

Trotz dieser Ergebnisse könne die Studie keinen signifikanten Einfluß des Fernsehens auf die geistige Entwicklung von Kindern nachweisen, schränkt Kepplinger ein. „Die Vermutung der Japaner, daß Fernsehnutzung einen markanten Einfluß auf den Kenntniserwerb hätte, ist falsch.“ Es sei aber auch nicht richtig, daß Fernsehen die Kinder „verdumme“, wie in Deutschland häufig befürchtet werde. Da seien andere Faktoren wie Bildungsstand der Eltern, soziales Umfeld oder Alter der Fernsehenden viel wichtiger.

Als weiteren interessanten Befund der Studie wertet Kepplinger,

daß japanische Kinder wesentlich aggressiver seien als deutsche. „Deutsche Kinder sind wesentlich selbständiger und haben mehr Selbstkontrolle“ - ein Unterschied, der sich mit zunehmendem Alter verstärkte. Hängt das nun mit dem Fernsehen zusammen? „Die Antwort ist ja und nein“, meint der Publizist. Diese Differenz hänge nicht mit der Dauer der Fernsehnutzung zusammen, wohl aber mit der Wertschätzung, die die Kleinen der Glotze entgegenbrächten. Das heißt, je aggressiver Kinder sind, desto lieber schauen sie fern - oder umgekehrt. Oder „hinter beidem steht ein dritter Grund“, erläutert Kepplinger.

Von diesem Ergebnis schlägt Kepplinger die Brücke zum aktuellen Geschehen: „Es gibt im Moment ja eine recht hysterische Gewalt-Diskussion.“ Zwar sei auch er der Meinung, daß intensive Fernsehnutzung die Aggressivität fördere. Allerdings müsse man fragen, ob dieser Effekt so groß sei, daß man daraus „regulative Konsequenzen“ ziehen muß. „Und davon bin ich nicht überzeugt.“

## Forschung: Made in Mainz



Prof. Hans Mathias Kepplinger  
Professor Dr. Hans Mathias Kepplinger (51) studierte Politikwissenschaften, Publizistik und Geschichte. An der Uni Mainz promovierte er zum Dr. phil. und habilitierte in Publizistik. Nach internationaler Lehr- und Forschungstätigkeit ist Kepplinger heute geschäftsführender Leiter des Mainzer Instituts für Publizistik.