

Forschungsüberblick auf der Grundlage empirischer Studien

→ Kinder und Fernsehrichten

Von Uli Gleich und Stefanie Schmitt*

Fernsehen befriedigt Informationsinteresse von Kindern

Kinder sind neugierig. Beziehen sich ihre Interessen zunächst noch auf die unmittelbare Lebens- und Erfahrungswelt, wächst mit zunehmendem Alter auch das Bedürfnis nach Informationen über „die Welt“ und über die Dinge, die in der Welt passieren. Aus der Sicht von Kindern ist offenbar das Fernsehen ein geeignetes Medium, um dieses Informationsinteresse zu befriedigen. Immerhin 17 Prozent der gesamten Sehdauer drei- bis 13-jähriger Kinder entfielen im Jahr 2008 auf die Sparte Information. (1) Nach eigenen Aussagen gehören der Wissenserwerb sowie die Information darüber, „was sonst so in der Welt passiert“ nach „Spannung“ und „Spaß“ zu den wichtigsten Motiven Sechs- bis 13-Jähriger zur Nutzung des Fernsehens. (2) Leider gibt es keine verlässlichen repräsentativen Daten darüber, wie viel ihrer täglichen Fernsehzeit Kinder für die Nutzung von TV-Nachrichtenangeboten aufbringen. Dass sie sie jedoch sehen, entweder gezielt oder weil sie zufällig damit konfrontiert werden, dokumentierten diverse Studien bereits in den 1970er Jahren. (3) Anfang der 1990er Jahre ging der NBC-Fernsehforscher Horst Stipp davon aus, dass in den USA etwa eine halbe Million der zwei- bis elfjährigen Zuschauer täglich Fernsehrichten anschaut. (4) In Deutschland werden Informations- und Nachrichtensendungen für Erwachsene von fast der Hälfte (48%) der Kinder in der Altersgruppe der Sechs- bis 13-Jährigen oft oder wenigstens ab und zu gesehen. (5) Auch eine neuseeländische Studie zeigt, dass Nachrichten für Erwachsene zum Programmnenü von Kindern gehören – 21 Prozent der befragten Kinder rezipierten sie häufig, 65 Prozent mindestens manchmal. (6)

Sehen Kinder Fernsehrichten zufällig oder gezielt?

Die Erkenntnis, dass die Nachrichtennutzung von Kindern mit dem allgemeinen Fernsehkonsum korreliert, legt zunächst die Vermutung nahe, dass der kindliche Konsum von Nachrichten im Fernsehen eher zufälliger Natur ist. (7) Ob Kinder und Jugendliche die Fernsehrichten aber auch bewusst aufsuchen, oder tatsächlich nur zufällig damit konfrontiert werden, wollte Jan van den Bulck in einer Befragung von 1 648 niederländischen Schülern im Alter zwischen zwölf und 15 Jahren herausfinden. Er konnte insgesamt vier Nutzer- bzw. Nicht-Nutzergruppen identifizieren: 28 Prozent der befragten Schüler gaben an, Nachrichten gezielt auszuwählen und anzuschauen, 23 Prozent rezipierten Nachrichten dagegen eher „im Vorübergehen“, also als (zufälligen) Teil der Fernsehnutzung. Darüber hinaus gab es zwei Gruppen,

die Fernsehrichten nach eigenen Angaben entweder bewusst vermieden (28,3%) oder sie „unfreiwillig“ nicht nutzten (z.B. weil sie zum Zeitpunkt der Ausstrahlung nicht anwesend waren; 24,5%). (8) Relevante Faktoren, die die Nutzungshäufigkeit von Nachrichten determinieren, sind unter anderem das Alter der Kinder, ihr Geschlecht sowie das Fernsehnutzungsverhalten der Eltern. Nach einer Studie von Charles K. Atkin und Walter Gantz nimmt die Nachrichtenrezeption vom Kindergarten bis zur fünften Klasse stetig zu, Jungen sehen beträchtlich mehr Nachrichten als Mädchen, und Gespräche über aktuelle Nachrichtenmeldungen mit den Eltern oder auch mit Freunden gehen mit höher ausgeprägtem Nachrichtenkonsum der Kinder einher. Der sozioökonomische Status der Familie spielt dabei erstaunlicherweise keine Rolle. (9)

Allerdings stellt sich die Frage, ob Kinder ihre Informationsbedürfnisse mit Hilfe von Fernsehrichten, die für Erwachsene konzipiert und produziert sind, angemessen befriedigen können. Der formale Aufbau (Format, Bild- und Wortsprache) und die inhaltliche Komplexität von Nachrichten lassen erwarten, dass die dort vermittelten Informationen für Kinder schwer verständlich sind. Daher entstanden bereits in den 1970er Jahren TV-Nachrichtensendungen, die Kinder als Zielgruppe definierten und in denen die Informationen in einer kindgerechten Art und Weise aufbereitet wurden. (10) Eine amerikanische Studie, die sich 1973 mit der Nutzung von Kindernachrichten beschäftigte, zeigt, dass sie den kindlichen Rezipienten deutlich besser gefielen als die „normalen“ Erwachsenenachrichten. (11) Die bislang in Deutschland erfolgreichste Kindernachrichtensendung ist „logo!“ (vgl. dazu den Beitrag von Gerlinde Schumacher und Ute Schlinker in diesem Heft). Sie wird vom ZDF produziert und feierte dieses Jahr ihr 20-jähriges Jubiläum. Mit jeweils circa einer Viertelmillion Zuschauern wird sie derzeit werktäglich im KIKA ausgestrahlt. Im neuen „Outfit“ soll sie dort ab Januar 2010 für die Zielgruppe der Acht- bis Zwölfjährigen täglich ausgestrahlt werden. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen in Deutschland leistet damit einen wichtigen Beitrag dazu, dass Kinder das ihnen nach Artikel 17 der UN-Konvention zustehende Recht auf den Zugang zu Informationen wahrnehmen können. (12)

In Zusammenhang mit der Nutzung von Nachrichten durch Kinder ergibt sich nicht nur die Frage, ob und unter welchen Umständen sie überhaupt verstanden werden. Von Interesse ist auch, ob und was Kinder von Nachrichten lernen, ob sie ihr „Weltwissen“ erweitern und vor allem, wie sie mit der Vielzahl an negativen Meldungen (z.B. über Verbrechen, Krieg und Katastrophen) umgehen (können). Im nachfolgenden Forschungsüberblick sind die Ergebnisse einschlägiger empiri-

Erste Fernsehrichten für Kinder bereits in den 1970er Jahren

* Institut für Kommunikationspsychologie/Mediendidaktik und Sprechwissenschaft der Universität Koblenz/Landau.

scher Studien zusammengefasst, die sich mit diesen Fragen beschäftigt haben. Grundlage dafür sind etwa 50 Arbeiten, die seit Anfang der 1980er Jahre publiziert wurden und die mittels einschlägiger Datenbanken (u. a. PsychLit; PsychInfo) recherchiert wurden.

Was verstehen Kinder unter Fernsehnachrichten?

Kinder entwickeln im Laufe ihrer Medienbiografie ein spezifisches Wissen über Formate bzw. Schemata, anhand derer sie Fernsehangebote mehr oder weniger eindeutig differenzieren können. (13) Dabei scheinen Nachrichten relativ früh als eigenständiges Format erkannt zu werden. Die beiden niederländischen Forscherinnen Patti M. Valkenburg und Marjolein Vroone beobachteten 50 kleinere Kinder im Alter zwischen sechs und 58 Monaten zu Hause beim Fernsehen und registrierten, wie aufmerksam sie das Geschehen auf dem Bildschirm verfolgten („Eyes on screen“). Dabei entdeckten sie, dass es systematisch bei Nachrichten direkt nach der ersten Szene zu einem deutlichen Abfall von Aufmerksamkeit kam. Die Forscherinnen interpretierten diesen Befund dahingehend, dass Kinder das Format Nachrichten ziemlich schnell erkennen und – in Erwartung eines uninteressanten oder unverständlichen Inhalts – ihre Aufmerksamkeit anderen Dingen zuwenden. (14) Ebenfalls zu der Frage, ab wann Kinder das Format „Nachrichten“ erkennen und von anderen Programmelementen unterscheiden können, führten zwei amerikanische Forscher ein Experiment durch. (15) 90 Kinder zwischen vier und elf Jahren sahen „normale“ Fernsehnachrichten, Werbespots, Kampagnen für Bildungsangebote (sog. Educational Spots) und „Public Service Announcements“ (PSA). (16) Untersucht wurde, ob die Kinder das jeweilige Format benennen konnten, die Botschaften verstanden haben und anschließend verbalisieren konnten. Ein deutlicher Anstieg dieser Fähigkeiten zeigte sich bei den Kindern ab acht bis neun Jahren. Ab diesem Alter waren sie deutlich besser in der Lage, die einzelnen Formate zu unterscheiden und zu benennen, Inhalte korrekt wiederzugeben und die Intention der unterschiedlichen Formate zu erkennen (z.B. „It's a commercial because it tries to make you buy“ oder „News is to tell you what happens in the world“).

Dies deckt sich mit den Befunden einer Vielzahl wissenschaftlicher Untersuchungen: Ab etwa acht Jahren entwickelt sich bei Kindern die Fähigkeit zu abstraktem Denken, die Unterscheidung zwischen Faktischem (z.B. Nachrichten, Informationen) und Symbolischem (z.B. Werbung, fiktive Unterhaltungsformate) ist dann problemlos möglich. Auch jüngere Kinder können Nachrichten bereits als solche identifizieren, haben aber – so die weiteren Befunde – massive Verständnisprobleme. Die Inhalte konnten nur selten korrekt wiedergegeben werden. Anders bei den „Educational spots“ und den „PSAs“: Hier konnten die Inhalte sehr gut wie-

dergegeben werden – nach Betsy Blosser und Donald Roberts ein Effekt der zielgruppenadäquaten Gestaltung. Gleichzeitig fiel den Kindern jedoch die Benennung dieser Formate schwer. (17)

Was Kinder unter (Fernseh-)Nachrichten verstehen, war auch die Fragestellung einer internationalen Studie, in der 40 israelische und vergleichend dazu 48 amerikanische Kindergartenkinder befragt wurden. Diese hielten die Nachrichten für wichtig, weil sie alltagsrelevante Informationen bieten. Meist meinten die Kinder damit Bedrohungen, vor denen man sich schützen muss. Die Nachrichten hatten somit einen stark instruktiven Charakter, das heißt, sie fungieren aus Sicht der Kinder als Orientierungshilfe und bieten Handlungsanweisungen für das tägliche Leben. Interessant war der (kulturelle) Unterschied: Für die U.S.-amerikanischen Kinder hatten Nachrichten eher eine persönliche Relevanz (z.B. sind Nachrichten wichtig, um zu wissen wie das Wetter wird), die israelischen Kinder stellten dagegen eher die nationale Bedeutung von Nachrichten (z.B. Krieg und Frieden) in den Vordergrund. (18) Dies zeigt, dass die wahrgenommene Funktion der Nachrichten offensichtlich auch von direkten Lebensumfeldern und den Alltagsgegebenheiten der Kinder geprägt wird.

Eine weitere Vorstellung von Kindern über Nachrichten ist, dass sie das zeigen, was tatsächlich passiert bzw. passiert ist („News are real“). Dass Nachrichten „wahr“ sind und die dort berichteten Informationen „Fakten“, glauben Kinder auch dann noch, wenn man sie darauf hinweist, dass Nachrichten auch falsche Informationen enthalten, wie beispielsweise eine falsche Wettervorhersage. Dieser „Irrglaube“ resultiert nach Ansicht der Forscher aus der (noch) mangelnden Kompetenz, die formalen, strukturellen, medienspezifischen und produktionstechnischen Bedingungen der Nachrichtenproduktion zu erkennen, sowie den fehlenden Möglichkeiten, die Informationen an der Realität zu prüfen.

Kinder sind auch der Ansicht, dass „echte“ Nachrichten von einem hohen Grad an Negativismus geprägt sind, wie eine Befragung von Acht- bis Zwölfjährigen zeigt. Deutlich anders werden dagegen Nachrichten wahrgenommen, die extra für Kinder produziert wurden. Im Rahmen einer Pilotstudie zur Einführung der Kindernachrichtensendung „Junior Clip“ des Bayerischen Rundfunks im Jahr 1993 beurteilten die Kinder dieses Format als weniger ernst und streng und bestätigten der Sendung, sie könne die Dinge besser erklären als „echte“ Nachrichten. Daraus resultierte jedoch nicht etwa eine uneingeschränkt positive Bewertung der Sendung. Vielmehr wurde zum Teil die Glaubwürdigkeit von Kindernachrichten angezweifelt, weil sie sich inhaltlich von Nachrichten für Erwachsene unterschieden. Ebenso störten sich insbesondere jüngere Kinder daran, dass verschiedene Kindernachrichtensendungen am gleichen Tag unterschiedliche Inhalte thematisierten und ließ sie zu dem Urteil kommen, dass das „keine richtigen“

Nachrichten dienen als Orientierungshilfe

Kinder halten Nachrichten für „wahr“

Nachrichten für Kinder werden anders wahrgenommen

Auch jüngere Kinder erkennen Nachrichtenformat, haben aber Verständnisprobleme

Nachrichten seien. Schließlich ist auch eine Einbettung von Kindernachrichten in ein „kindliches“ Programmumfeld ein Kritikpunkt („is' was für Kinder im Kindergarten“), der die Glaubwürdigkeit von Kindernachrichten und die Motivation, sie anzuschauen, schmälert. (19)

Angesichts dieser etwas paradoxen Situation, dass nämlich Kinder Erwachsenenachrichten als die „echten“ Nachrichten klassifizieren, damit aber Verstehensprobleme haben, dagegen Kindernachrichten als weniger seriös und gewissermaßen als „Nachrichten light“ wahrnehmen und sie daher möglicherweise nicht ernst nehmen, stellt sich die Frage, wie effizient Kindernachrichten im Hinblick auf die intendierte Wissensvermittlung sind. Was also kann durch kindgerechte formale und inhaltliche Gestaltung von Nachrichten an deklarativem („wissen, dass ...“) und prozeduralem („wissen, wie ...“) Wissen vermittelt werden?

Wissensvermittlung durch Kindernachrichten

Alter der Kinder
spielt eine zentrale
Rolle

Eine Reihe von Studien beschäftigte sich mit der Frage, ob und wenn ja, unter welchen Umständen Kinder von speziell für sie produzierten Nachrichten profitieren. Eine frühe Studie aus den 1970er Jahren ergab, dass die Nutzung von Kindernachrichten und politisches Wissen miteinander korrelieren. (20) Zusammenhänge zwischen Nutzung und Wissen hängen allerdings von einer Vielzahl von Faktoren, sowohl auf Seiten der kindlichen Nutzer als auch auf Seiten des Medienangebots, ab. Eine zentrale Rolle spielt zunächst das Alter der Kinder: Bevor sie nicht das achte Lebensjahr erreicht haben, sind sie nur sehr schwer in der Lage, Nachrichten korrekt zu reproduzieren. Dies zeigen Nacherzählungen der Beiträge aus den Kindernachrichten „logo!“ (ZDF) und „neuneinhalb“ (WDR) von sechs- bis zwölfjährigen Kindern. Diese zeichneten sich meist durch ein hohes Maß an Zusammenhangslosigkeit aus, die Einbettung des Gesehenen in einen thematischen Gesamtzusammenhang gelang nur ansatzweise, und gerade Grundschüler erfassten in den meisten Fällen nur einzelne Details der Sendungen. Selbst die Verwendung von Analogien, die in Kindernachrichten oftmals zum besseren Verständnis komplexerer Themen eingesetzt werden (z.B. der Vergleich einer Koalition mit einer Nationalmannschaft, in der Spieler aus unterschiedlichen Vereinen miteinander spielen müssen), führte teilweise zu massiven Verständnisschwierigkeiten, die sich insbesondere bei jüngeren Kindern in fehlerhaften Wiedergaben der Informationen äußerten. (21)

Ähnliche Ergebnisse fand man in den Niederlanden, wo Acht- und Zwölfjährige die Inhalte der Kindernachrichtensendung „Jeugdjournaal“ wiedergeben sollten. Die zum Teil falsche und bruchstückhafte Reproduktion der Nachrichteninhalte erklären die Autoren der Studie mit der Neigung von Kindern, die von den Interviewern gestellten Fragen auf der Grundlage bereits vorhandenen Wissens zu beantworten, anstatt dafür auch das durch die Nachrichten neu hinzuverworbene Wissen mitzuverwenden. Es stellte sich auch heraus, dass Kinder ihr Interesse auf spezifische Details eines

Beitrags lenkten und dem Gesamtzusammenhang dagegen weniger Bedeutung zumaßen. Dadurch wurden eher Bruchstücke und Details und weniger der übergeordnete Zusammenhang der Nachrichten behalten. Deshalb hatten besonders die jüngeren Kinder auch mehr Schwierigkeiten, die Texte und Bilder in den Nachrichten „richtig“ zu deuten. (22)

Erschwerend kommt hinzu, dass im Kontext der Rezeptionssituation häufig keine Unterstützung für eine angemessene Interpretation bzw. Deutung der Nachrichteninhalte vorhanden ist. In Gruppeninterviews mit Sechs- bis 13-Jährigen stellten zum Beispiel Lothar Mikos und Claudia Töpfer fest, dass medial vermittelte Themen, für die Kinder sich interessieren, sowohl im Elternhaus als auch im schulischen Alltag kaum aufgegriffen werden. Insbesondere Kindern aus niedrigeren Bildungsmilieus fehlen somit Anregungen und Interpretationen aus dem sozialen Kontext, die ihnen die Integration fernsehvermittelter Wissensinhalte in den lebensweltlichen Kontext erleichtern. Ohne Anbindung des vermittelten Fernsehwissens an den Lebensalltag der Kinder und ohne Sichtbarmachung der Relevanz der Informationen generiert Fernsehen in den Augen der Autoren somit oftmals unspezifisches Wissen, das nicht verankert werden kann. Auf diese Weise werden den Kindern zwar vielfältige Informationen zur Verfügung gestellt, es kommt aber nicht zu einer aktiven Konstruktion von Wissensstrukturen. (23)

Wie wichtig Faktoren des sozialen Umfeldes, insbesondere das elterliche „Co-Viewing“ (d.h. gemeinschaftliche, unterstützende Fernsehrezeption von Kindern und Eltern) für das Lernen durch Nachrichten sind, belegt ein Experiment von Charles Atkin und Mark Miller. Demnach können die Aufmerksamkeit der Kinder gegenüber Nachrichten sowie die Lernbereitschaft und der Wissenserwerb deutlich gesteigert werden, wenn Eltern mit ihren Kindern die Nachrichten nicht nur gemeinsam anschauen, sondern auch mit ihnen darüber sprechen bzw. diskutieren. Allerdings wird „Co-Viewing“ bei Programmen, die sich an Kinder richten, von den Eltern offensichtlich deutlich seltener praktiziert als bei Programmen, die für Erwachsene gemacht sind. (24) Möglicherweise sind sie der Ansicht, dass bei kindgerechten Programmen kein Interpretations- bzw. Diskussionsbedarf der Kinder besteht. Darüber hinaus nimmt das gemeinsame Fernsehen im Sinne des „Co-Viewing“ mit zunehmendem Alter der Kinder kontinuierlich ab, wie im Rahmen einer Zwei-Jahres-Untersuchung nachgewiesen werden konnte. (25)

Schulen sind möglicherweise ebenfalls geeignete Orte, den Interpretationsbedarf der Kinder im Zusammenhang mit Nachrichtenkonsum zu befriedigen. Bradley Greenberg und Jeffrey Brand sowie Jerome Johnston und Evelyn Brzezinski berichten von einem erfolgreichen Projekt in den USA, bei

Elterliches
„Co-Viewing“
wichtig für Nachrichtenverständnis

Schulen können
politisches Wissen
von Kindern erhöhen

dem in Schulen der Informationskanal „Channel One“ zur Verfügung gestellt wurde. Diejenigen Schüler, die das Programm nutzten, verfügten nach einiger Zeit über umfangreicheres politisches Wissen als diejenigen, die es nicht nutzten. Ob dies nun auf die gesehenen Nachrichten direkt oder auf die anschließenden Diskussionen über die gezeigten Themen in der Klasse zurückzuführen ist, bleibt unklar. Vermutlich ist es aber die Interaktion zwischen dem Informationsangebot und der thematisch orientierten Anschlusskommunikation innerhalb der Klasse, die zu einer deutlichen Verbesserung der Kenntnisse der Schüler führte. (26) Die Bedeutung eines unterstützenden Kontextes zeigt sich auch in dem Befund, dass Kindernachrichten, die in ein unterhaltsames Programmumfeld (z.B. Cartoons) integriert sind, weniger effektiv in der Wissensvermittlung sind. In der gleichen Untersuchung, einer Feldstudie mit 435 Kindern der siebten bis elften Klasse, erwiesen sich schließlich allgemeine Einstellungen gegenüber Kindernachrichtensendungen als wirkungsrelevant: Je mehr die Kinder die Sendungen mochten und je höher deren Glaubwürdigkeit insgesamt eingeschätzt wurde, desto größer war auch die Wahrscheinlichkeit, dass die vermittelten Informationen behalten wurden. (27)

Formale Aspekte von Fernsehnachrichten als Voraussetzung für Aufmerksamkeit und Verständlichkeit

Will man Kindern Informationen bzw. Wissen vermitteln, so muss die Frage beantwortet werden, welche Darbietungsform dafür am besten geeignet ist. Daher wurde in einer Reihe von – hauptsächlich niederländischen – Studien untersucht, ob und wenn ja, welche Vor- bzw. Nachteile audiovisuelle Fernsehnachrichten gegenüber gedruckten Texten (Printmeldungen) haben. Wenige Studien ziehen darüber hinaus auch rein auditive Vergleichsmedien (Radionachrichten) heran. Übereinstimmend kommen alle Untersuchungen zu dem Ergebnis, dass sich Kinder im Alter zwischen acht und zwölf Jahren signifikant besser an audiovisuell präsentierte Informationen erinnern als an inhaltlich identische Nachrichten in der Printversion. (28) Selbst wenn Printnachrichten journalistisch aufbereitet und um Bilder ergänzt wurden (z.B. in Form eines Zeitungsartikels), konnten sie gegenüber Fernsehnachrichten keine Vorteile erzielen. Unterschiedliche Lesekompetenz als Ursache für die schlechten Erinnerungsleistungen bei Printmedien konnten ausgeschlossen werden. Um auch auszuschließen, dass die Erwartung eines anstehenden Erinnerungstests im Anschluss an die Nachrichtenrezeption zu einer größeren Anstrengung bei den Kindern führt, wurden Untersuchungen durchgeführt, in denen die anschließende Wissensüberprüfung nicht angekündigt wurde. Da sich die Ergebnisse zwischen diesen beiden Bedingungen nicht signifikant unterscheiden, lässt dies den Schluss zu, dass die oben be-

schriebenen Effekte tatsächlich auf die unterschiedlichen medialen Präsentationsformen zurückzuführen sind. (29)

Die besseren Erinnerungsleistungen der Kinder bei der hier untersuchten niederländischen Kindernachrichtensendung „Jeugdjournaal“ sind nach Ansicht der Forscher unter anderem darauf zurückzuführen, dass das Prinzip der Kongruenz verwirklicht wurde, das heißt, Wort und Bild bzw. Text und Bild enthalten die gleichen (zum Teil sich ergänzenden) Informationen. Zumindest konfliktieren sie nicht, wie dies in Erwachsenennachrichten häufig der Fall ist, wenn Bildinformationen nicht mit den auditiven Informationen übereinstimmen („Ton-Bild-Schere“). Wenn von einem Sprecher vorgetragene Informationen entsprechend visuell unterstützt werden, zum Beispiel durch einfache Grafiken, können Behaltensleistungen der Kinder gesteigert werden. (30) Die semantische Kongruenz bzw. Redundanz von Bild- und Toninformation erleichtert die duale Kodierung bzw. Verarbeitung der Informationen und damit die Speicherung und den anschließenden Abruf der Informationen. Ist dies nicht der Fall, werden häufig Printnachrichten besser erinnert als Fernsehnachrichten, wie Untersuchungen mit erwachsenen Probanden belegen. (31) Zeigt man diesen jedoch Fernsehnachrichten im Kinderformat, findet man die gleichen Effekte wie bei den kindlichen Zuschauern. Dies ist sicher einer der Gründe, warum ein nicht unerheblicher Anteil der Zuschauer von Kindernachrichten Erwachsene sind. (32)

Deutlichen Einfluss auf Akzeptanz und Glaubwürdigkeit von Kindernachrichten haben die Moderatoren. Zwar schätzen Kinder gleichaltrige Moderatoren mehr, dennoch wird erwachsenen Moderatoren in Kindernachrichten eine größere Glaubwürdigkeit zugesprochen. Ihnen wird unterstellt, dass sie es „besser wissen als ein Kind“. (33) War der Nachrichtensprecher männlich – so die Ergebnisse einer Untersuchung mit Kindern der dritten und fünften Klasse – ergaben sich bessere Lernleistungen als bei Nachrichtensprecherinnen. (34) Entscheidend bleibt aber dennoch immer, wie gut die zu vermittelnde Information dem kognitiven Entwicklungsstand der kindlichen Zuschauer angepasst ist, welches Vorwissen die Kinder haben und wie sehr sie an bestimmten Thematiken interessiert sind. Wenn dies bei der Produktion berücksichtigt wird, steigt – so die Ergebnisse einer Münchener Studie mit 207 Schülern der dritten bis siebten Klasse – die Wiedergabeleistung auf etwa 80 Prozent. (35)

In weiteren Studien wurde untersucht, welche Auswirkungen andere formale Gestaltungselemente von Kindernachrichtensendungen auf Aufmerksamkeits- und Verstehensprozesse der kindlichen Zuschauer haben. So kann nach einer amerikanischen Studie die Aufmerksamkeitszuwendung einerseits durch spezifische Elemente wie Animationen, kindliche Stimmen, humoreske Effekte und hohe Actionanteile deutlich gesteigert werden.

Vermeiden einer „Ton-Bild-Schere“ steigert Behaltensleistung

Höhere Glaubwürdigkeit durch erwachsene Moderatoren

Auswirkungen der formalen Gestaltung von Nachrichten

Audiovisuell präsentierte Informationen am besten erinnert

Andererseits kann sie durch eher allgemeine, die gesamte Sendung betreffende Merkmale gesteuert werden. In der Untersuchung mit Kindern der ersten und dritten bzw. vierten Klasse untersuchte man den Einfluss von Kontinuität und Geschwindigkeit in der Darstellung von Programminhalten. (36) Man fand heraus, dass Programme mit hoher inhaltlicher Kontinuität („Stories“) insgesamt zu besseren Aufmerksamkeits- und Behaltensleistungen führten als Programme mit niedriger inhaltlicher Kontinuität (z.B. Präsentationen im Magazinformat). Hohe Geschwindigkeit in der Darbietung von Inhalten führte bei den Kindern zu höherer Aufmerksamkeit als eine langsame Darbietung. Für den Verstehensprozess waren jedoch rasante Inhaltsdarstellungen insgesamt eher hinderlich. Gut behalten wurden die gezeigten Informationen insbesondere von jüngeren Kindern nur dann, wenn sie im „Story“-Format (also als Geschichte) und gleichzeitig mit niedrigem Tempo präsentiert wurden. Bei älteren Kindern genügte dagegen bereits eines der beiden Kriterien für höhere Behaltensleistungen – entweder das kontinuierliche Story-Format oder ein gemäßigt Tempo.

Kriterien für eine „gute“ Kindernachrichtensendung

Auf der Grundlage diverser Studien- und Evaluationsergebnisse lassen sich im Hinblick auf die Nutzung, die Wahrnehmung und das Verstehen von Nachrichten durch Kinder sowie für eine Optimierung des Behaltens der dargebotenen Informationen einige Kriterien formulieren, die bei der Produktion von Kindernachrichtensendungen berücksichtigt werden sollten. Sie wurden von Michael Schmidbauer sowie von Uwe Mattusch zusammengefasst und werden nachfolgend um einige weitere Punkte ergänzt (37):

Zielgruppe: acht- bis zwölfjährige Kinder

- Relevante Zielgruppe für Kindernachrichten sind Kinder im Alter zwischen acht und zwölf Jahren. Entwicklungspsychologisch gesehen haben Kinder dieser Altersstufe die Phase der konkreten Operationen bereits erreicht und befinden sich im Übergang zur Phase der formal-abstrakten Operationen, die durch die Fähigkeit zum abstrakten Denken gekennzeichnet ist.
- Die zeitliche Aufnahme- bzw. Konzentrationskapazität der Zielgruppe ist relativ gering. Sie beschränkt sich auf etwa zehn bis zwölf Minuten.

Bezug zum kindlichen Lebensalltag

- Informationen sollten dem Erfahrungshintergrund der Kinder Rechnung tragen und einen unmittelbaren Bezug zu ihrem Lebensalltag und ihren Erfahrungen, ihren Denk- und Handlungsfähigkeiten haben.

Konvergenz von Bild und Text

- Zum besseren Verständnis ist eine Konvergenz von Bild und Text notwendig, dabei sollte der Text die gezeigten Bilder illustrieren und erklären.
- Komplexe Fakten werden besser verstanden, wenn sie durch Grafiken, Cartoons oder andere Bildelemente unterstützt werden.
- Aufmerksamkeit, Verarbeitung und Lernen funktionieren besser, wenn die Struktur der Information bzw. wichtige Aspekte der Information

durch akustische und/oder visuelle Hinweisreize (z.B. ein eingeblendetes Ausrufezeichen) betont werden. (38)

- Auffällige auditive und visuelle Merkmale sowie physische Aktivität erhöhen die aktuelle Aufmerksamkeit, aber nicht unbedingt die Permanenz der Aufmerksamkeit, insbesondere bei jüngeren Kindern. (39)

- Kontroverse Positionen können bzw. sollen durch dialogische Elemente (z.B. durch zwei Moderatoren) präsentiert werden, um das Verständnis zu verbessern.

- Im Gegensatz zu kleineren Kindern (2 bis 3 Jahre), die Programme mit Action (Bewegung) präferieren, und etwas älteren Kindern (4 bis 8 Jahre), die insbesondere Programme mit hoher Geschwindigkeit („Pace“) bevorzugen, schätzen Kinder ab acht Jahren Programme mit dialogischen Formaten. (40)

- Nachrichten für Kinder müssen sich durch eine kindgerechte Sprache auszeichnen, was beispielsweise eine sofortige Erklärung von Fremdworten beinhaltet.

- Moderatoren und Studioausstattung sollen eine seriöse und dennoch entspannte Atmosphäre schaffen.

- Kinder schreiben erwachsenen Moderatoren eine höhere Glaubwürdigkeit zu als Moderatoren gleichen Alters (Modell „großer Bruder“).

- Als günstig wird angenommen, wenn die Kinder eine emotionale Bindung an den/die Moderator/en aufbauen können. (41)

- Nachrichten sollen aufzeigen, was sie für die Kinder bedeuten und was Kinder „tun“ können.

- Das Verstehen politischer Inhalte wird unterstützt durch a) das Aufzeigen der kausalen und motivationalen Zusammenhänge der Ereignisse und b) die Herstellung eines Bezugs zum Alltag und zur Lebensrealität der Kinder („Alltagsrelevanz“).

- Nachrichten sollten kommentiert dargeboten werden, da unkommentierte Nachrichten schneller vergessen werden.

- Informationen werden besser behalten, wenn sie „eine Geschichte“ erzählen.

- Bebilderte Nachrichten unterstützen die Behaltensleistung von Kindern.

- Eine klare Strukturierung der Nachrichteninhalte durch visuelle und verbale Darstellungsformen erlaubt es den Kindern, den Kern der Informationen zu erkennen und zu verstehen. (42)

- Die zentralen Kausalzusammenhänge einer Nachricht sollten hervorgehoben und durch Hintergrundinformationen angereichert werden. (43)

- Eine Kontinuität und Verlässlichkeit in Bezug auf den Sendeplatz erhöht die Bindung an die Nachrichtensendung. (44)

Dialogische Elemente

Kindgerechte Sprache

Erwachsene Moderatoren

Alltagsrelevanz

Erzählen einer „Geschichte“

Kausalzusammenhänge aufzeigen

Das Problem der „schlechten“ Nachrichten – emotionale Reaktionen von Kindern

**Emotionsauslösende
Fernsehinhalte
bisher in Forschung
vernachlässigt**

Im Vergleich zu fiktionalen Programmen haben Nachrichten als emotionsauslösende Fernsehinhalte bislang in der Forschung insgesamt noch relativ wenig Beachtung gefunden. (45) So sind insbesondere die Kenntnisse darüber, wie Kinder Nachrichten emotional bewältigen, noch mit einigen „Fragezeichen“ versehen, da es a) kaum systematische experimentelle Forschung zu diesem Thema gibt und b) keine längerfristig angelegten Untersuchungen zu finden sind, die Entwicklungsverläufe (z.B. im Sinne einer Kultivierung) dokumentieren. Der Nachweis eindeutiger Kausalbeziehungen zwischen Nachrichtennutzung und emotionalen Reaktionen bzw. Befindlichkeiten ist dadurch erschwert. Schließlich sollte nicht unerwähnt bleiben, dass viele Ergebnisse über emotionale Reaktionen von Kindern beim Nachrichtenkonsum auf Aussagen der Eltern basieren. Möglicherweise ist dies aber nur eine mäßig reliable Messung, da die emotionalen Reaktionen der Kinder von den Eltern unter- oder überschätzt werden können. (46)

**Kinder assoziieren
Nachrichten mit
negativen Ereignissen**

Nachrichten bestehen zu einem nicht geringen Teil aus Meldungen über politische Krisen und Auseinandersetzungen, (Natur-)Katastrophen, Unfälle, Verbrechen und Kriminalität, Terror und Krieg. Auch wenn Kinder (Erwachsenen-)Nachrichten seltener gezielt aufsuchen, werden sie dennoch häufig mit oben genannten Inhalten konfrontiert, zum Beispiel wenn sie mit Erwachsenen zusammen fernsehen. (47) Und Nachrichten werden von Kindern in der Regel mit negativen Ereignissen assoziiert. So fanden beispielsweise Stacy Smith und Barbara Wilson, dass über die Hälfte (52%) der von ihnen befragten Kinder sich auch über einen längeren Zeitraum an Nachrichten erinnern konnte, die ihnen Angst gemacht haben. (48) Dies zeigt, dass Themen wie zum Beispiel Gewalt, Katastrophen oder Krieg starke Aufmerksamkeit binden und nachhaltig im Gedächtnis verankert werden. Gleichzeitig besteht jedoch auch das Problem einer angemessenen Verarbeitung solcher Informationen, die von Kindern häufig noch nicht geleistet werden kann.

**Was Kindern
im Fernsehen Angst
macht, hängt vom
Alter ab**

Mit der Frage, vor welchen fernsehvermittelten Inhalten Kinder Angst haben, beschäftigten sich vor allem Joanne Cantor und ihre Mitarbeiterinnen. In zahlreichen Studien konnten sie dokumentieren, dass das, was Kindern im Fernsehen Angst macht, sehr stark von deren Alter und der damit zusammenhängenden kognitiven Entwicklung abhängt. So fürchten sich jüngere Kinder (Vorschulalter) insbesondere vor bedrohlich und schrecklich aussehenden Gestalten und vor unnatürlichen Wesen. Bei kleineren Kindern sind es also vor allem fiktive Darstellungen, die angstauslösend wirken. Mit zunehmendem Alter (Grundschule) sind es dagegen eher reale und auf einzelne Individuen bezogene Ereignisse und Bedrohungen, wie zum Beispiel

Darstellungen von Gefahren, Verbrechen und Verletzungen oder auch die Schicksale anderer, die den Kindern Angst machen. Mit dem Erreichen der Phase, in der abstrakte Denkopoperationen möglich sind – also mit etwa acht bis neun Jahren – wird schließlich die Furcht vor abstrakten Bedrohungen (z.B. Krieg, Klimakatastrophe) relevant. (49) Wenn Kinder also in Nachrichten mit Informationen über reale negative Ereignisse, Gefahren und Bedrohungen konfrontiert werden, stellt sich die Frage, welche emotionalen Reaktionen dies zur Folge hat. Die wenigen empirischen Ergebnisse, die es bislang dazu gibt, werden im Folgenden vorgestellt.

In einer Befragung von knapp 300 Eltern berichteten 37 Prozent über Angstreaktionen ihrer Kinder nach dem Anschauen von Fernsehnachrichten. Nach Aussagen der Eltern kommen solche Angstreaktionen am häufigsten nach Berichten über Verbrechen vor, gefolgt von Beiträgen über Krieg, Hungersnöte und Katastrophen sowie Berichten, in denen Kinder als Opfer gezeigt wurden. Schüler hatten häufiger Angst als Kindergartenkinder, die Furcht vor Verbrechen nahm mit dem Alter zu. (50) Stacy L. Smith und Kollegen fanden heraus, dass Nachrichten von älteren Kindern als angsterregender empfunden wurden als von jüngeren. In qualitativen Befragungen mit 125 Schulkindern im Alter zwischen fünf und 14 Jahren zeigte sich außerdem, dass a) ältere Kinder – insbesondere Jungen – häufiger Fernsehnachrichten sehen als jüngere Kinder, b) ältere Kinder Fernsehnachrichten besser verstehen und die Handelnden in Nachrichten besser von fiktionalen Personen unterscheiden können als jüngere Kinder, c) ältere Kinder häufiger mit ihren Eltern über Fernsehnachrichten reden als jüngere Kinder, d) ältere Kinder eher Angst vor Gewalt und Verbrechen haben als jüngere Kinder und e) jüngere Kinder eher Angst vor expliziten Darstellungen haben als ältere Kinder. (51) Schließlich zeigen die Befunde einer Elternbefragung (n=161), dass jüngere Kinder (5 bis 8 Jahre) nach konkreten visuellen Darstellungen von Gewalt eher mit Angst reagierten, während bei älteren Kindern bzw. Jugendlichen (13 bis 17 Jahre) Angstreaktionen eher durch abstrakte Verbalisierungen von Ereignissen ausgelöst wurden. Gleichzeitig nutzten die Älteren die negativen Nachrichten (hier die Berichterstattung über den Irak-Krieg) häufiger und empfanden gleichzeitig ihre eigene Sicherheit als gefährdeter. (52)

In vielen Studien wurden die (emotionalen) Reaktionen von Kindern auf Fernsehnachrichten ereignisbezogen untersucht, zum Beispiel während des Irak-Kriegs oder nach den Terroranschlägen am 11. September 2001. Auf die Berichterstattung über den 11. September reagierten Kindergarten- und Grundschulkindern überwiegend mit dem Gefühl von Bedrohung der eigenen Sicherheit. Unabhängig vom Alter und vom Geschlecht der Kinder wurden intensive Gedanken über die Ereignisse, Konzentrationsstörungen, Schlafstörungen, Alpträume, Nervosität und Angst als häufigste Reaktionen genannt. Diese Reaktionen waren umso ausgeprägter, je häufiger die Nachrichten über die

**Reaktionen auf
Berichterstattung
über Kriege und
Katastrophen**

Ereignisse verfolgt wurden. (53) Die Quantität der Nachrichtennutzung erwies sich auch in weiteren Studien als wichtiger Einflussfaktor: Je mehr Kinder im Fernsehen über Katastrophen und Verbrechen (hier unter anderen: Terroranschläge am 11. September, und diverse Fälle von Kindesentführung) erfuhren, desto mehr Besorgnis äußerten sie im Hinblick auf ihre eigene Sicherheit. (54) Weitere relevante Faktoren in dieser Studie waren das Alter (Kinder ab 10 Jahren waren besorgter), die familiäre Situation (Kinder in Ein-Eltern-Haushalten fürchteten sich mehr) und der sozioökonomische Status (Kinder mit niedrigem sozioökonomischen Status fürchteten sich mehr). Eigene (Opfer)Erfahrungen mit Kriminalität und die räumliche Nähe zu den Ereignissen förderten die kindlichen Befürchtungen zusätzlich. Dies bestätigen eine amerikanische Studie, in der die Informationen über die Ereignisnähe experimentell manipuliert wurde (55) wie auch die Untersuchungen von Ed Cairns und Kollegen bei insgesamt 1 500 irischen Kindern, die in so genannten High violence areas lebten. (56) Während Mädchen sich in Gegenden mit hohem Gewaltpotenzial eher vor „Kidnapping“ fürchteten (was mit einer höheren Nutzung von Nachrichten über Kidnapping korrespondierte), hatten Jungen dagegen mehr Angst vor Anschlägen und/oder Attentaten (auch dies korrespondierte mit einer vermehrten Nutzung entsprechender Nachrichten).

Jungen und ältere Kinder suchen häufiger nach rationalen Erklärungen

Während der Berichterstattung über die Space-shuttle- („Challenger“-) Katastrophe wurden die Reaktionen von 122 Kindern im Alter zwischen neun und zwölf Jahren untersucht. Dabei stellte sich heraus, dass Jungen im Vergleich zu den befragten Mädchen häufiger mit „unpersönlichem Bedauern“ über den Unfall reagierten. Ähnliches wurde für ältere im Vergleich zu jüngeren Kindern festgestellt. Mädchen und jüngere Kinder zeigten dagegen sehr viel häufiger negative emotionale Reaktionen wie Trauer oder Verzweiflung. Mit den unterschiedlichen Reaktionen korrelierte die anschließende Informationssuche in Bezug auf die Katastrophe: Jungen und ältere Kinder suchten häufiger nach rationalen Erklärungen für das Ereignis („Wie konnte so etwas passieren?“), während Mädchen und jüngere Kinder eher an so genannten Human-Interest-Stories interessiert waren („Wie erging es den Astronauten und deren Angehörigen?“). Dass das Ereignis real und nicht fiktiv war, erkannten die Kinder zum einen an den formalen Merkmalen der Berichterstattung (u. a. dass keine Musik unterlegt war oder dass die Kamera das Geschehen von weit entfernt und nicht direkt vom Ort des Geschehens beobachtete) und zum anderen an den Reaktionen der anderen Zuschauer (z. B. der Eltern) während der Berichterstattung (soziale Inferenzen). (57) Das Erkennen der medial vermittelten Information als Nachricht hat offensichtlich wiederum einen Effekt auf die Stärke der emotionalen Reaktionen. Werden beispielsweise Berichte über dramatische Ereignisse (wie etwa das Challenger-Unglück oder Naturkatastrophen) von den Kindern als Nachrichten erkannt, reagieren sie

deutlich stärker mit Angst und Sorge, als wenn sie die identischen Ereignisse für Fiktion halten. Dies war insbesondere bei Mädchen und bei Wenigsehern der Fall. (58)

Eine Reihe von Faktoren beeinflusst die angsterregende Wirkung negativer Nachrichten. Auf Seiten des berichteten Ereignisses bzw. der Darstellung sind dies etwa die räumliche Nähe, das Ausmaß der Schwere bzw. die Lebensbedrohlichkeit des Ereignisses, die Konkretheit der Darstellung (z. B. Tote, Verletzte) oder die Ursachenattribution (z. B. Menschen, Naturgewalten). Zu den Faktoren auf Seiten der Rezipienten gehören unter anderem das Alter und die kognitiven Fähigkeiten der Kinder, die Häufigkeit ihrer allgemeinen Fernseh- und spezifischen Nachrichtennutzung, das Wissen und die Fähigkeit zur Einordnung der Ereignisse sowie eigene Erfahrungen und Ängste in Bezug auf das berichtete Ereignis. (59) Dies führt unter Umständen dazu, dass Fernsehnachrichten von Kindern bewusst vermieden werden, wenn die persönliche Betroffenheit und das Gefühl von Unsicherheit zu groß werden. Zu diesem Ergebnis kamen jedenfalls Cynthia Hoffner und Margret J. Haefner in ihrer Befragung von 80 Kindern im Alter zwischen neun und zwölf Jahren zur Golfkriegsberichterstattung. (60)

Mediationsstrategien als unterstützende Maßnahme

Auch wenn der bisherige Forschungsstand bislang Fragen offenlässt (siehe oben), so kann insgesamt festgehalten werden, dass a) Kinder Nachrichten gezielt nutzen, oder zumindest damit konfrontiert werden und b) negative Nachrichten die Kinder vor die Herausforderung stellen, sie emotional zu bewältigen. Im familialen Kontext können Eltern ihre Kinder dabei durch geeignete Mediationsstrategien („Co-Viewing“) unterstützen. Im Rahmen einer Befragung von 451 Kindern im Alter zwischen acht und zwölf Jahren in den Niederlanden wurden die Wirkungen von Fernsehnachrichten über die Ermordung des niederländischen Filmmachers und Journalisten Theo van Gogh untersucht. Dabei wurde auch erfasst, welchen Einfluss das Verhalten der Eltern während und nach der Rezeption hatte. Es zeigte sich, dass das Ausmaß an emotionalen Reaktionen (hier: Furcht, Trauer, Ärger, Sorge) umso größer war, je häufiger die Kinder mit der Berichterstattung über diesen Fall konfrontiert waren und je höher ihre Empathiefähigkeit ausgeprägt war. Während jüngere Kinder eher auf explizite Darstellungen (z. B. Bilder des Ermordeten) reagierten, zeigten sich ältere Kinder eher durch „abstrakte“ Informationen (z. B. über die gesellschaftlichen Konsequenzen des Attentats) beeindruckt. Die elterliche Einflussnahme im Sinne von Mediationsstrategien moderierte diese Effekte: Wenn Eltern mit ihren Kindern über das Ereignis sprachen und es erklärten, indem sie es zum Beispiel in einen Kontext einordneten, war der Zusammenhang zwischen Nutzungshäufigkeit und emotionalen Reaktionen geringer ausgeprägt,

Nachrichten haben hohes Ängstigungspotenzial

„Co-Viewing“ der Eltern hilft bei Verarbeitung der Nachrichten

als wenn solche Erklärungen nicht gegeben wurden. Die elterliche Einflussnahme wirkte sich insbesondere bei jüngeren Kindern aus. (61)

Auch in qualitativen Studien konnte nachgewiesen werden, dass die kindlichen Interpretationen der gezeigten Ereignisse durch das Verhalten der Eltern deutlich beeinflusst werden. (62) Einen weiteren Beleg für die positive Wirkung elterlicher Mediation liefert eine amerikanische Studie, in der die Reaktionen von Sieben- bis 13-Jährigen auf einen Nachrichtenbeitrag zum Thema „Zukünftige Gefahren durch Terrorismus“ untersucht wurden. Die Kinder schauten den Beitrag zusammen mit ihren Müttern an. Die Hälfte der Mütter hatte zuvor an einem medienpädagogischen Training teilgenommen, in dem Strategien für ein effizientes „Co-Viewing“ mit Kindern vermittelt worden waren. Es zeigte sich, dass Kinder mit „trainierten“ Müttern während und nach dem Anschauen des Beitrags signifikant weniger Angst und Bedrohung verspürten als Kinder mit „untrainierten“ Müttern. Dies hatte unter anderem damit zu tun, dass Kinder sich bei der Bewertung der Nachrichten an den (verbalen und nonverbalen) Hinweisen der Mütter orientierten, die in der Trainingsbedingung stärker auf die Bewältigung des Gesehenen ausgerichtet waren. (63)

Häufig unterschätzen Eltern das Gefahrenpotenzial von Nachrichten

Für die emotionale Bewältigung von negativen Nachrichten sind elterliche Mediationsstrategien, zum Beispiel im Sinne von „Co-Viewing“ offenbar sehr nützlich. Dies setzt allerdings voraus, dass Eltern solche Strategien kennen und anwenden. Der Erfolg solcher Maßnahmen erfordert darüber hinaus ein geschärftes Bewusstsein der Erziehungspersonen über die Verarbeitungsmechanismen und -kompetenzen von Kindern in Bezug auf Nachrichten. Häufig ist nämlich zu beobachten, dass sich Eltern weniger Sorgen darüber machen, wenn ihre Kinder Nachrichten konsumieren, als wenn sie andere Fernsehinhalte anschauen (beispielsweise Musikvideos oder Zeichentrickserien). Dies bedeutet: Nachrichten werden von den Eltern offensichtlich als weniger „gefährlich“ bzw. „schädlich“ eingestuft als fiktive Programmgestaltungen.

Kinder wollen ehrliche, aber keine beängstigenden Informationen

Kindernachrichten als „Lösung“?

Die Medienanbieter selbst können dazu beitragen, Kinder bei der Versorgung mit Information und Wissen über die Welt zu entlasten, indem sie negative Nachrichten den Bedürfnissen und Anforderungen der Kinder entsprechend gestalten. Sie nicht zu zeigen, wäre wohl keine Alternative, da Kinder mit Informationen „über die Welt“ versorgt werden wollen und sie Nachrichten dafür prinzipiell für geeignet halten – auch wenn diese beispielsweise über Krieg berichten. Dies ist unter anderem das Ergebnis einer qualitativen Befragung von 87 sechs- bis elfjährigen Kindern zur Berichterstattung über den Irak-Krieg. (64) Und Kinder wollen ehrliche, aber keine beängstigenden Infor-

mationen. Sie wünschen sich konkrete Informationen über die Lage der betroffenen Menschen und dass die Moderatoren bzw. Präsentatoren solcher Nachrichten Stellung zum Geschehen nehmen und es einordnen. Eine neutrale Berichterstattung, wie sie bei den Erwachsenenachrichten zu sehen ist, wird dagegen abgelehnt. Die befragten Kinder forderten für die Berichterstattung über negative Ereignisse mehr Hintergrundinformationen und Erklärungen ein. Was ihnen in Nachrichten gar nicht gefällt, sind drastische und grausame Darstellungen. Sie führen dazu, dass sie mit starken negativen Emotionen, wie zum Beispiel Angst oder Ekel, reagieren, die wiederum mögliche Mitleidsreaktionen für die Betroffenen überlagern. (65)

Speziell für Kinder produzierte Nachrichten, wie zum Beispiel „logo!“, können eine geeignete Plattform sein, auch negative Informationen „über die Welt“ an Kinder zu kommunizieren. Themen wie Katastrophen, Hungersnöte, Kriege und Verbrechen können und sollten in Kindernachrichten nicht ausgeschlossen werden. Für deren Vermittlung sollten jedoch mindestens die folgenden Aspekte beachtet werden (66):

- Die Berichterstattung sollte die Hintergründe beleuchten (Wie ist es dazu gekommen? Hätte es Alternativen gegeben?), um das Dargestellte für die Kinder erklärbar zu machen.
- Die Folgen der Gewalt sollten in einer ethisch vertretbaren Weise deutlich gemacht werden (Was bedeutet sie für die Opfer? Was bedeutet sie für die Konfliktlösung?), um den Kindern auch Lösungsmöglichkeiten anzubieten.
- Drastische Bilder sollten vermieden werden, gleichzeitig sollte genügend Zeit sein, die betroffenen Menschen „erkennen“ und sich mit ihrem Schicksal auseinandersetzen zu können und Empathie zu fördern.
- Dazu dürfen durchaus Gefühlsreaktionen gezeigt werden, die Opfer dürfen jedoch nicht zum Objekt gemacht werden. Bilder von Verletzten und Leichen sollten vermieden werden.
- Wichtig ist auch eine angemessene Kommentierung des Gezeigten.

Tatsächlich werden in Kindernachrichtensendungen solche Regeln beherzigt und damit deutliche Unterschiede zu Erwachsenenachrichten erzeugt. (67) Insgesamt präsentieren sie Kindern damit sehr viel mehr als Erwachsenenachrichten – eine „eher hoffnungsvolle, sichere und das persönliche Leben achtende Welt“. (68) Eine kindgerechte Aufbereitung und Präsentation ist zwar keine Garantie dafür, dass die kindlichen Rezipienten von negativen Nachrichten nicht geängstigt werden. Im Vergleich zu Erwachsenenachrichten schneiden Kindernachrichten diesbezüglich jedoch deutlich besser ab. So zeigten Walma van der Molen und Kollegen auf der Grundlage von Telefoninterviews mit 537 niederländischen Kindern im Alter von sieben bis zwölf Jahren, dass knapp 50 Prozent über Angstreaktionen berichteten, wenn sie Erwachsenenachrichten anschauten. Dagegen berichtete nur knapp ein Drittel (32,8%) der Kinder

Regeln für Kindernachrichten

Kindgerechte Nachrichtenpräsentation zeigt Wirkung

über ähnliche Wirkungen, wenn sie Nachrichten für Kinder (hier: „Jeugdjournaal“) sahen. Darüber hinaus konnten die Nutzer von Erwachsenenachrichten die dargebotenen Informationen viel seltener in größere Kontexte einordnen und Bezüge zu ihrer eigenen Lebenssituation herstellen. (69)

Allerdings hat die kindgerechte Gestaltung von Nachrichten offensichtlich auch ihre Schattenseiten. Im Rahmen einer Studie in Großbritannien bemühte man sich, Nachrichten über Unruhen bzw. Kriegshandlungen möglichst so zu gestalten, dass sie einerseits interessant, andererseits für die Kinder aber „unbedenklich“ (wenig Gewaltdarstellungen, möglichst nicht Angst erregend) sein sollten. Dies führte jedoch dazu, dass die acht- bis elfjährigen Kinder diese Programme missinterpretierten: Sie hielten sie eher für Unterhaltungsprogramme als für Informationsprogramme. (70)

Fazit

Kindernachrichten lassen Zielgruppe an der Welt teilhaben

So selbstverständlich wie Unterhaltungssendungen sollten auch Nachrichten für Kinder und Jugendliche zum Programmangebot im Fernsehen gehören. Die bisherigen Forschungsergebnisse zeigen nämlich, dass auch junge Zuschauer daran interessiert sind, was in der „realen Welt“ um sie herum geschieht. Die entwicklungsbedingten Spezifika der kognitiven und emotionalen Verarbeitungsprozesse und -kompetenzen von Kindern bzw. Jugendlichen erfordern allerdings ein hohes Maß an Sensibilität auf Seiten der Programmierer. Sowohl die Auswahl der Themen als auch die inhaltliche und formale Gestaltung der Nachrichten sollten den Bedürfnissen und Fähigkeiten der Kinder Rechnung tragen. Unter diesen Voraussetzungen sind Kindernachrichten eine sehr gute Möglichkeit, um Kinder an der Welt „teilhaben“ zu lassen und dabei mögliche negative Konsequenzen – insbesondere bei negativen, emotional belastenden Nachrichten – zu minimieren. Die Berücksichtigung entsprechender wissenschaftlicher Befunde ist dafür ebenso nützlich wie ein entsprechendes Verantwortungsbewusstsein von Medienanbietern und Programmgestaltern.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Feierabend, Sabine/Walter Klingler: Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 15-Jähriger 2008. In: *Media Perspektiven* 3/2009, S. 113–128.
- 2) Vgl. Frey-Vor, Gerlinde/Gerlinde Schumacher: Warum sehen Kinder fern? Nutzungsmotive, Präferenzen und Programmbindung bei Kindern und Eltern. In: Dies. (Hrsg.): *Kinder und Medien 2003/2004. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission*. Schriftenreihe *Media Perspektiven*, Band 18. Baden-Baden 2006, S. 107–126.
- 3) Vgl. Atkin, Charles K.: Broadcast news programming and the child audience. In: *Journal of Broadcasting* 22, 1/1978, S. 47–61; Drew, Dan G./Byron Reeves: Children and television news. In: *Journalism Quarterly* 57, 1/1978, S. 45–54, 114; Egan, Lola M.: Children's viewing patterns for television news. In: *Journalism Quarterly* 55, 2/1978, S. 337–342.
- 4) Vgl. Fisch, Shalom M.: Children's learning from educational television. *Sesame Street and beyond*. Mahwah, NJ 2004, S. 96.
- 5) Vgl. Frey-Vor, Gerlinde/Gerlinde Schumacher: *Kinder und Medien 2003. Studie der ARD/ZDF-Medienkommission – Kernergebnisse für die sechs- bis 13-jährigen Kinder und ihre Eltern*. In: *Media Perspektiven* 9/2004, S. 426–440.
- 6) Vgl. Jackson, Sue/Jason Low/Susan Gee/Carly Butler/James Hollings: Children's media use and responses: A review of the

literature. Wellington, New Zealand: New Zealand Broadcasting Standards Authority 2007. Quelle: www.bsa.govt.nz/publications/Childrens_Media_Use_and_Responses_Literature_Review.pdf (15.2.2009).

- 7) Vgl. Atkin, Charles K./Walter Gantz: Wie Kinder auf Fernsehnews reagieren: Nutzen, Präferenzen, Lernen. In: *Fernsehen und Bildung* 13, 1–2/1979, S. 21–32.
- 8) Vgl. van den Bulck, Jan: Television news avoidance: Exploratory results from a one-year follow-up study. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 50, 2/2006, S. 251–252.
- 9) Vgl. Atkin/Gantz (Anm. 7).
- 10) Vgl. Mattusch, Uwe: Nachrichten im Kinderprogramm. *Kinder und Nachrichten*. In: Erlinger, Hans Dieter/Kerstin Eßer/Birgit Hollstein/Bettina Klein/Uwe Mattusch (Hrsg.): *Handbuch des Kinderfernsehens (Reihe Praktischer Journalismus, Band 27, 2. Aufl.)*. Konstanz 1998, S. 307–320; Schumacher, Gerlinde: *Fernsehsendungen mit Wissenswerten für Kinder*. In: *Television* 17, 1/2004, S. 10–15.
- 11) Vgl. Atkin/Gantz (Anm. 7).
- 12) Vgl. UN-Konvention über die Rechte des Kindes. New York 1990. Quelle: www.unicef.at/fileadmin/medien/pdf/crcger.pdf (23.10.2009).
- 13) Vgl. Bordwell, David: *Making meaning. Inference and rhetoric in the interpretation of cinema*. Cambridge, MA 1989.
- 14) Vgl. Valkenburg, Patti M./Marjolein Vroone: Developmental changes in infants' and toddlers' attention to television entertainment. In: *Communication Research* 31, 3/2004, S. 288–311.
- 15) Vgl. Blosser, Betsy J./Donald F. Roberts: Age differences in children's perceptions of message intent: Responses to TV news, commercials, educational spots, and public service announcements. In: *Communication Research* 12, 4/1985, S. 455–484.
- 16) Educational Spots sind instruktionelle Bildungskampagnen, die überwiegend im Radio oder Fernsehen ausgestrahlt werden. In der Experimentalstudie wurde die seit 1972 im amerikanischen Fernsehen ausgestrahlte Bildungskampagne „Schoolhouse Rock“ verwendet, in der Lerninhalte in Form musikalischer Cartoons präsentiert werden. Thema der verwendeten Spots war „Gesundheit bzw. Krankheitsprävention durch Impfungen“. Ein Public Service Announcement (PSA) ist eine mediale (meist im Fernsehen oder Radio ausgestrahlte) Ankündigung an die Öffentlichkeit, die auf Themen der Sicherheit, der Gesundheit, der öffentlichen Institutionen oder der öffentlichen Angelegenheiten aufmerksam macht. Dargeboten werden diese Informationen meist in Form eines gemeinnützigen Werbespots. In der Untersuchung bezogen sich die Spots auf das Thema „gesunde Ernährung“ bzw. „gesundes Frühstück“; vgl. Blosser/Roberts (Anm. 15).
- 17) Vgl. Blosser/Roberts (Anm. 15).
- 18) Vgl. Lemish, Dafna: What is news? A cross-cultural examination of kindergartners' understanding of news. In: *Communications: The European Journal of Communication Research* 23, 4/1998, S. 491–504.
- 19) Vgl. Böhme-Dürr, Karin: „Das kann ich schon aus den echten Nachrichten“. Ergebnisse einer Pilotstudie. In: *Television* 6, 1/1993, S. 6–8.
- 20) Vgl. Atkin/Gantz (Anm. 7).
- 21) Vgl. Aufenanger, Stefan/Kathrin Mertes/Fabian Nold: Verstehen Kinder Kindernachrichten? In: *Television* 19, 2/2006, S. 50–53.
- 22) Vgl. Beentjes, Johannes W. J./Janneke van Vlijmen: Children's understanding of television news. In: *Communications: The European Journal of Communication Research* 23, 4/1998, S. 465–474.
- 23) Vgl. Mikos, Lothar/Claudia Töpfer: Fernsehen und Internet als konvergierende Wissensinstanzen für Kinder. In: *Medienpädagogik. Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*. Themenheft Nr. 13: *Kinderfernsehen wieder zum Thema machen!* 2007. Quelle: www.medienpaed.com/13/mikos_toepper0710.pdf. (10.9.2009).
- 24) Vgl. Atkin, Charles K./Mark M. Miller: Parental mediation of children's television news learning. In: *Communications* 7, 1/1981, S. 85–97.
- 25) Vgl. St.-Peters, Michelle/Marguerite Fitch/Aletha C. Huston/John C. Wright: Television and families: What do young children watch with their parents? In: *Child Development* 62, 6/1991, S. 1409–1423.
- 26) Vgl. Greenberg, Bradley S./Jeffrey E. Brand: Television news and advertising in schools: The „Channel One“ controversy. In: *Journal of Communication* 43, 1/1993, S. 143–151; Johnston, Jerome/Evelyn Brzezinski: Executive summary – Channel One: A three year perspective. Ann Arbor, MI: Institute for Social Research, University of Michigan 1994.
- 27) Vgl. Drew, Dan G./Byron Reeves: Learning from a television news story. In: *Communication Research* 7, 1/1980, S. 121–135.

- 28) Vgl. Furnham, Adrian/Samantha DeSiena/Barrie Gunter: Children's and adults' recall of children's news stories in both print and audio-visual presentation modalities. In: *Applied Cognitive Psychology* 16, 2/2002, S. 191–210; Walma van der Molen, Juliette H.: Children's and adult's recall of television versus print news: Is print really better? In: *Communications: The European Journal of Communication Research* 23, 4/1998, S. 475–490.
- 29) Vgl. Gunter, Barrie/Adrian Furnham/Sarah Griffith: Children's memory for news: A comparison of three presentation media. In: *Media Psychology* 2, 2/2000, S. 93–118; Walma van der Molen, Juliette H./Tom H. A. van der Voort: Children's recall of television and print news: A media comparison study. In: *Journal of Educational Psychology* 89, 1/1997, S. 82–91; Walma van der Molen, Juliette H./Tom H. A. van der Voort: Children's recall of the news: TV news stories compared with three print versions. In: *Educational Technology Research and Development* 46, 1/1998, S. 39–52.
- 30) Vgl. Drew, Dan G./Stephen D. Reese: Learning from a television newscast. In: *Journalism Quarterly* 61, 1/1984, S. 83–88.
- 31) Vgl. Furnham/DeSiena/Gunter (Anm. 28); Walma van der Molen (Anm. 28).
- 32) Vgl. Walma van der Molen, Juliette H./Tom H. A. van der Voort: Children's and adult's recall of television and print news in children's and adult news formats. In: *Communication Research* 27, 2/2000, S. 152–160.
- 33) Vgl. Böhme-Dürr (Anm. 19).
- 34) Vgl. Tan, Alexis S./Jack Raudy/Cary Huff/Janet Miles: Children's reactions to male and female newscasters: Effectiveness and believability. In: *Quarterly Journal of Speech* 66, 2/1980, S. 201–205.
- 35) Vgl. Motamedi, Susanne: Fernsehrichten für Kinder – eine psycholinguistische Untersuchung. In: Kegel, Gerd/Thomas Arnhold/Klaus Dahlmeier/Gerhard Schmid/Bernd Tischer (Hrsg.): *Sprechwissenschaft & Psycholinguistik 4. Beiträge aus Forschung und Praxis*. Opladen 1990, S. 161–188.
- 36) Vgl. Wright, John C./Aletha C. Huston: A matter of form: Potentials of television for young viewers. In: *American Psychologist* 38, 7/1983, S. 835–843; Wright, John C./Aletha C. Huston/Rhonda P. Ross/Sandra L. Calvert/David Rolandelli/Lee Ann Weeks/Pouran Raieisi/Richard Potts: Pace and continuity of television programs: Effects on children's attention and comprehension. In: *Developmental Psychology* 20, 4/1984, S. 653–666.
- 37) Vgl. Schmidbauer, Michael: Kein Abladeplatz für Sensationen und Katastrophen. In: *Televizion* 6, 1/1993, S. 9–17; vgl. auch Mattusch (Anm. 10).
- 38) Vgl. Huston, Aletha C./John C. Wright: Children's processing of television: The informative functions of formal features. In: Bryant, Jennings/Daniel Anderson (Hrsg.): *Children's understanding of television: Research on attention and comprehension*. London 1983, S. 35–68.
- 39) Vgl. ebd.
- 40) Vgl. ebd.
- 41) Vgl. Ammermann, Alice: Informationsprogramme für Kinder. In: *Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz & Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik* (Hrsg.): *Debatte Kinderfernsehen. Analyse und Bewertung von TV-Programmen für Kinder*. Berlin 1998, S. 131–140.
- 42) Vgl. Findahl, Olle/Birgitta Hoijer: Nachrichtensendungen – wie werden sie verstanden? In: *Fernsehen und Bildung* 13, 1–2/1979, S. 7–21.
- 43) Vgl. ebd.
- 44) Vgl. Ammermann (Anm. 41).
- 45) Vgl. Jackson u.a. (Anm. 6), S. 47.
- 46) Vgl. Walma van der Molen, Juliette H./Patti M. Valkenburg/Allerd L. Peeters: Television news and fear: A child survey. In: *Communications: The European Journal of Communication Research* 27, 3/2002, S. 303–318; vgl. Smith, Stacy L./Emily Moyer-Gusé: Children and the war on Iraq: Developmental differences in fear responses to television news coverage. In: *Media Psychology* 8, 3/2006, S. 213–237.
- 47) Ergebnisse einer Befragung von 101 Kindern im Alter zwischen acht und elf Jahren; vgl. Theunert, Helga/Bernd Schorb: „Mordsbilder“. Kinder und Fernsehinformation: Eine Untersuchung zum Umgang von Kindern mit realen Gewaltdarstellungen in Nachrichten und Reality-TV (Schriftenreihe der HAM, Band 13). Berlin 1995.
- 48) Vgl. Smith, Stacy L./Barbara J. Wilson: Children's comprehension of and fear reactions to television news. In: *Media Psychology* 4, 1/2002, S. 1–26.
- 49) Vgl. Cantor, Joanne/Glenn G. Sparks: Children's fear responses to mass media: Testing some Piagetian predictions. In: *Journal of Communication* 34, 2/1984, S. 90–103; Cantor, Joanne: Fright responses to mass media productions. In: Bryant, Jennings/Dolf Zillmann (Hrsg.): *Responding to the screen: Reception and reaction processes*. Hillsdale, NJ 1991, S. 169–197; Cantor, Joanne: Confronting children's fright responses to mass media. In: Zillmann Dolf/Jennings Bryant/Aletha C. Huston (Hrsg.): *Media, children, and the family: Social scientific, psychodynamic, and clinical perspectives*. Hillsdale, NJ 1994, S. 139–150; Cantor, Joanne: Fright reactions to mass media. In: Bryant, Jennings/Dolf Zillmann (Hrsg.): *Media effects: Advances in theory and research* (2. Auflage). Mahwah, NJ 2002, S. 287–306.
- 50) Vgl. Cantor, Joanne/Amy I. Nathanson: Children's fright reactions to televised news. In: *Journal of Communication* 46, 4/1996, S. 139–152.
- 51) Vgl. Smith, Stacy L.: Children's comprehension of and fear reactions to television news. In: *Dissertation Abstracts International. Section A: Humanities and Social Sciences* 61, 8–A/2001, S. 2975; vgl. auch Smith/Wilson (Anm. 48).
- 52) Vgl. Smith/Moyer-Gusé (Anm. 46).
- 53) Vgl. Phillips, Deborah/Shantay Prince/Laura Schiebelhut: Elementary school children's responses 3 months after the September 11 terrorist attacks: A study in Washington, DC. In: *American Journal of Orthopsychiatry* 74, 4/2004, S. 509–528.
- 54) Befragung von 2 030 Kindern im Alter zwischen zwei und 17 Jahren bzw. deren Eltern; vgl. Becker-Blease, Kathryn A./David Finkelhor/Heather Turner: Media exposure predicts children's reactions to crime and terrorism. Vancouver: Washington State University 2008. Quelle: www.vancouver.wsu.edu/fac/becker-b/fulltext/DVSmedia.pdf (14.2.2009).
- 55) Vgl. Smith, Stacy L./Barbara J. Wilson: Children's reactions to a television news story: The impact of video footage and proximity of the crime. In: *Communication Research* 27, 5/2000, S. 641–673.
- 56) Vgl. Cairns, Ed: Television news as a source of knowledge about the violence for children in Ireland: A test of the knowledge-gap hypothesis. In: *Current Psychological Research and Reviews* 3, 4/1984, S. 32–38; Cairns, Ed: Impact of television news exposure on children's perceptions of violence in Northern Ireland. In: *Journal of Social Psychology* 130, 1990, S. 447–452; Cairns, Ed/D. Hunter/L. Herring, L.: Young children's awareness of violence in Northern Ireland: The influence of Northern Irish television in Scotland and Northern Ireland. In: *British Journal of Social and Clinical Psychology* 19, 1980, S. 3–6.
- 57) Vgl. Wright, John C./Dale Kunkel/Marites Pinon/Aletha C. Huston: How children reacted to televised coverage of the space shuttle disaster. In: *Journal of Communication* 39, 2/1989, S. 27–45.
- 58) Vgl. Walma van der Molen, Juliette H./Brad J. Bushman: Children's direct fright and worry reactions to violence in fiction and news television programs. In: *Journal of Pediatrics* 153, 3/2008, S. 420–424.
- 59) Vgl. Phillips/Prince/Schiebelhut (Anm. 53); vgl. Valkenburg, Patti M.: *Children's responses to the screen. A media psychological approach*. London 2004.
- 60) Vgl. Hoffner, Cynthia/Margaret J. Haefner: Children's news interest during the Gulf war: The role of negative affect. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 38, 2/1994, S. 193–204.
- 61) Vgl. Buijzen, Moniek/Juliette H. Walma van der Molen/Patricia Sondij: Parental mediation of children's emotional responses to a violent news event. In: *Communication Research* 34, 2/2007, S. 212–230.
- 62) Vgl. Theunert/Schorb (Anm. 47).
- 63) Vgl. Comer, Jonathan S./Jamie M. Furr/Rinad S. Beindas/Courtney L. Weiner/Philip C. Kendall: Children and terrorism-related news: Training parents in coping and media literacy. In: *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 76, 4/2008, S. 568–578.
- 64) Vgl. Götz, Maya: „Wir sind dagegen!“ Kinder in Deutschland und ihre Wahrnehmung vom Krieg im Irak. In: *Televizion* 16, 2/2003, S. 27–36.
- 65) Vgl. Theunert/Schorb (Anm. 47); Hoffner/Haefner (Anm. 60).
- 66) Vgl. Groebel, Jo: Gewalt in (Kinder-)Nachrichten. In: *Televizion* 6, 1/1993, S. 23–24.
- 67) In einer quantitativen Inhaltsanalyse wurde die Berichterstattung über den Irak-Krieg in den Kindernachrichtensendungen „logo“ (ZDF), „Confetti News“ und „Confetti Spezial“ (ORF) untersucht. Für die Analyse wurden Inhalte und Präsentation des Themas in der ersten Woche des Irak-Krieges ausgewählt. Insgesamt 44 Nachrichtensendungen wurden auf Sequenzebene untersucht. Die Kindernachrichtensendungen positionierten sich deutlich gegen den Krieg, sie zeigten häufiger Empörung über den Krieg und anders als in Erwachsenennachrichten waren Bush und Hussein quantitativ gleich häufig zu sehen. Vgl. Landschulz, Wiebke: Berichterstattung zum Krieg. Eine Inhaltsanalyse der deutschen und österreichischen Kinder- und Erwachsenennachrichten. In: *Televizion* 16, 2/2003, S. 25–26.
- 68) Schmidbauer (Anm. 37, S. 18).
- 69) Vgl. Walma van der Molen/Valkenburg/Peeters (Anm. 46).
- 70) Vgl. Bourne, Carole: Children's television news as political communication. Paper presented at the International Television Studies Conference. London 1986.

