

Claudia Kettenhofen, David Müller, Josefine Hintze, Tina Hofmann, Christoph Kunze, Nina Catterfeld, Julia Dose, Charlotte Prümmer, Prof. Dr. Patrick Rössler

Nachrichtenselektion bei Kindern

Wie Kinder anhand von Nachrichten- und Gestaltungsfaktoren selektieren

In der Studie wurden 179 SchülerInnen verschieden gestaltete *logo!*-Beiträge mit manipuliertem hohem und niedrigem Nachrichtenwert gezeigt. Es wurde untersucht, woran sich die Kinder erinnerten und welche Relevanz sie diesen Nachrichten zuschrieben.

In einer demokratischen Gesellschaft sollen Kinder ein Gefühl dafür herausbilden, dass es wichtig ist, informiert zu sein und Interesse am Weltgeschehen zu entwickeln. Da Kinder von aktuellen Ereignissen genauso betroffen sind wie Erwachsene, haben sie ein Recht auf kindgerechte Informationen, wie sie beispielsweise Kinderfernsehnachrichten anbieten. Die vorliegende Studie untersucht, nach welchen inhaltlichen und formalen Gesichtspunkten Kinder Inhalte aus der Kindernachrichtensendung *logo!* (ZDF) mental selektieren.

In der Nachrichtenforschung ist seit langer Zeit die Nachrichtenwerttheorie als valides Erklärungsmodell etabliert. Dieser Theorie zufolge ist eine Meldung dann besonders berichtenswert, wenn sie möglichst viele Nachrichtenfaktoren in möglichst hoher Ausprägung enthält (Galtung/Ruge 1965). Klassischerweise werden darunter Merkmale wie beispielsweise die »räumliche Nähe« eines Ereignisses,

der entstandene »Schaden« oder der Bezug zu »Elitepersonen« verstanden. Da es sich bei Nachrichtenfaktoren per Definition um allgemein-menschliche Selektionskriterien handelt, haben sie nicht nur bei der Auswahl von Meldungen durch JournalistInnen Bedeutung. So konnte in empirischen Studien gezeigt werden, dass auch RezipientInnen ihre Aufmerksamkeit nach diesen Faktoren richten (Eilders 1997). Legt man aktuelle entwicklungspsychologische Befunde zugrunde (Oerter/Montada 2005), ist davon auszugehen, dass auch Kinder aufgrund ihrer kognitiven Fähigkeiten in der Lage sind, Nachrichtenfaktoren bei der Auswahl von Meldungen bzw. Meldungsbestandteilen heranzuziehen.

Bei den bisherigen Arbeiten zur Nachrichtenwertforschung stand hauptsächlich das Selektionsverhalten von erwachsenen Rezipienten und somit das Selektionsverhalten nach klassischen Nachrichtenfaktoren im Mittelpunkt des Interesses. Im Jahr 2007 wurde jedoch eine Reihe spezieller Kindernachrichtenfaktoren ermittelt, die von *logo!*-RedakteurInnen bei der Sendungsgestaltung besonders berücksichtigt werden (Zorn 2007). Dies sind z. B. »Kinderreichweite«, »Positivismus« oder »Kuriosität« (vgl. Abb. 1). Ob die jungen ZuschauerInnen dasselbe Selektionsverhalten an den Tag legen wie die Programmverantwortlichen, sich also an Kindernachrichtenfaktoren orientieren, wurde bisher jedoch nicht empirisch untersucht.

Neben inhaltlichen Kriterien wird eine Nachrichtensendung auch von gestalterischen Aspekten bestimmt. Dabei hat sich gezeigt, dass Merkmale wie z. B. die Sprechgeschwindigkeit oder das Tempo der Schnittwechsel und das Vorhandensein von Text-Bild-Scheren einen Einfluss auf die Behaltensleistung der ZuschauerInnen haben (Brosius 1995). Die Frage, ob auch diese Gestaltungsfaktoren Einfluss auf die Selektion von Nachrichteninhalten haben, wurde bisher jedoch noch nicht empirisch untersucht.

- Schaden
- Räumliche Nähe
- Prominenz
- Reichweite
- Aktualität



- Bezug zur Lebenswelt von Kindern
- Positive Vorbilder
- Abenteuer
- Kuriosität

Abb. 1: Klassische Nachrichtenfaktoren (li.) und Kindernachrichtenfaktoren (re.)

Die Studie

Diese Studie führt nun erstmals die 3 Untersuchungsschwerpunkte »klassische Nachrichtenfaktoren«, »Kindernachrichtenfaktoren« und »Gestaltungsfaktoren« zusammen. Auf diese Weise soll die Frage beantwortet werden, welche dieser 3 Kriterien eine Rolle bei der Nachrichtenselektion von Kindern spielen und in welchem Zusammenhang sie stehen. Dabei werden die Erinnerung an einzelne Nachrichtenbeiträge und an Informationen aus diesen Beiträgen sowie die Relevanzeinschätzung der Nachrichtenbeiträge als Indikatoren für die mentale Verarbeitung und somit für die Selektion betrachtet.

Neben dem Einfluss von Nachrichten- und Gestaltungsfaktoren sollte erforscht werden, inwieweit individuelle Merkmale des Kindes und Nutzungsgewohnheiten wie die individuelle Sozialisation durch Nachrichten oder auch das Alter des Kindes die Nachrichtenselektion beeinflussen. Ziel der Studie ist es, einen Beitrag zum besseren Verständnis von Selektionsprozessen im Kindesalter zu leisten.

Methodisches Vorgehen

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurde ein experimentelles Design erstellt, welches den Einfluss von klassischen Nachrichtenfaktoren, Kindernachrichtenfaktoren und Gestaltungsfaktoren erfassen sollte.

Für die Studie wurde aus 5 Beiträgen verschiedener *logo!*-Sendungen eine künstliche Nachrichtensendung zusammengestellt. Diese Beiträge waren Originalbeiträge, d. h. sie wurden genau so bei *logo!* gezeigt. Bei der Zusammenstellung wurde darauf geachtet, dass formale Kriterien einer *logo!*-Sendung, wie Begrüßungsmoderation, Zwischenmoderation und Schluss, erhalten blieben. Eine vielfältige, geschlechtsneutrale Themenauswahl sollte zudem möglichst

alle Kinder der Alterszielgruppe ansprechen, um Verzerrungen durch differierende Themeninteressen vorzubeugen.

Bei den 5 ausgewählten Beiträgen handelte es sich um folgende Themen: eine Bio-Verordnung in der Hühnerhaltung, der Ausbruch der Krankheit Cholera in Simbabwe, ein gerissenes Unterseekabel im Indischen Ozean, ein belgischer Junge,



Abb. 2: **Manipulation 2: Kindernachrichtenwert hoch:** »Viele Kinder und Jugendliche in einem Ort in Simbabwe haben sich mit der Krankheit Cholera angesteckt. Nun suchen sie die Hilfe von Ärzten.«



Abb. 3: **Manipulation 1: Klassischer Nachrichtenwert hoch:** »Fast alle Bürger von Simbabwe haben sich mit der Krankheit Cholera angesteckt. Sie breitet sich plötzlich und ganz unerwartet in ganz Afrika aus und betrifft vor allem Erwachsene.«

der Modedesigner werden möchte, sowie die Bestrafung lautstarker Jugendlicher mit Musik in einem US-Bundesstaat.

Im Beitrag über die Cholera-Epidemie in Simbabwe wurden systematisch die klassischen Nachrichtenfaktoren, Kindernachrichtenfaktoren und Gestaltungsfaktoren manipuliert. Dieser Beitrag wurde ausgewählt, da er zum einen geschlechtsneutral und für ältere wie jüngere Kinder thematisch interessant ist, zum anderen gab es zu diesem Beitrag ein Pendant in der ZDF-Nachrichtensendung *heute*, aus

der Bilder für die Manipulation verwendet werden konnten. Im Vorfeld der Manipulation wurden mithilfe einer Inhaltsanalyse die Ausprägungen, also die Intensität und Häufigkeit der einzelnen klassischen Nachrichtenfaktoren, der Kindernachrichtenfaktoren und der Gestaltungsfaktoren ermittelt. Danach wurde die Intensität der jeweiligen Faktoren systematisch in 6 Versionen variiert. Dies geschah für die Nachrichtenfaktoren hauptsächlich durch eine Manipulation der Off-Texte und der im Beitrag vorkommenden Interviews, die von professionellen Sprechern neu eingesprochen wurden. In den Manipulationen 1 und 4 wurden nun der klassische Nachrichtenwert erhöht und der Kindernachrichtenwert verringert. Dazu wurden z. B. über den Off-Text die negativen Aspekte der Nachricht betont, was dem klassischen Nachrichtenfaktor »Schaden« entspricht. Gleichzeitig wurde der »Bezug zur kindlichen Lebenswelt« (Kindernachrichtenfaktor) verringert. Dies geschah u. a. durch das Ersetzen von Bildern an Cholera erkrankter Kinder durch Bilder von erkrankten Erwachsenen (vgl. Abb. 3).

Genau andersherum wurde bei den Manipulationen 2 und 5 vorgegangen, in denen der Kindernachrichtenwert erhöht und der klassische Nachrichtenwert verringert wurde (vgl. Abb. 2).

In den Manipulationen 3 und 6 wurden sowohl der klassische als auch der Kindernachrichtenwert so weit wie möglich reduziert. Der Gestaltungswert war zudem in den Manipulationen 1, 2 und 3 hoch, in den Manipulationen 4, 5 und 6 gering. Manipuliert wurde der Gestaltungswert beispielsweise durch die Sprechweise des Off-Textes: So sprach der Sprecher entweder langsam und deutlich für die hoch gestalteten Beiträge oder schnell und undeutlich für die Versionen mit geringem Gestaltungswert. Ebenso wurden zur Herstellung

eines hohen Gestaltungswerts z. B. Text-Bild-Scheren vermieden bzw. zur Verringerung des Gestaltungswerts bewusst eingebaut.

Der Ablauf der experimentellen Studie bestand aus 3 aufeinanderfolgenden Schritten. Zunächst wurden von allen teilnehmenden SchülerInnen der 3. bis 7. Klasse mithilfe eines standardisierten Fragebogens soziodemografische Merkmale, die individuelle Nachrichtennutzung und Nachrichtensozialisation, die Bewertung von Kinder- und Erwachsenennachrichtensendungen sowie die Motivation, sich einer Nachrichtensendung zuzuwenden, erhoben. Im zweiten Schritt wurden die Kinder jeder Klassenstufe per Losverfahren in Kleingruppen von bis zu 7 Teilnehmern unterteilt. In diesen Gruppen bekamen sie die *logo!*-Sendung mit jeweils einem der 6 manipulierten Beiträge zu sehen. Während der Rezeption wurde die visuelle Aufmerksamkeit der Kinder per Videokamera kontrolliert. Direkt nach der Rezeption wurden die Kinder der jeweiligen Kleingruppen einzeln und zeitgleich interviewt, wobei der Interviewer keine Kenntnis darüber hatte, welche Version der Sendung das jeweilige Kind gesehen hatte. Es wurden die Erinnerung an die Beiträge der gesehenen Sendung, die genauen Inhalte der Beiträge sowie die Relevanz abgefragt, die das Kind jedem Beitrag zuordnete. Da sich die mentale Verarbeitung des Kindes nicht direkt beobachten oder abfragen lässt,

wurden aus der Erinnerung und der Relevanzeinschätzung Rückschlüsse auf die Verarbeitung und somit auf die Selektion gezogen.

Ergebnisse

An der Hauptuntersuchung nahmen 179 SchülerInnen (46 % Mädchen, 54 % Jungen) der 3. bis 7. Jahrgangsstufen jeweils einer Grund- und Gesamtschule in Erfurt teil. 85 % der befragten Kinder gaben an, regelmäßig Nachrichten zu sehen, wobei ihre Hauptmotivation dabei sei, »wissen zu wollen, was in der Welt passiert«. Zur Bewertung von Kinder- bzw. Erwachsenennachrichten ließ sich feststellen, dass Kinder mit zunehmendem Alter Erwachsenennachrichten positiver und Kindernachrichten negativer bewerten.

Kinder erinnern Nachrichtenfaktoren

Die übergeordnete Forschungshypothese der Studie war, dass Nachrichtenfaktoren überhaupt selektionsrelevante Kriterien für Kinder darstellen. Dies wurde anhand der jeweiligen Anzahl der erinnerten Nachrichtenfaktoren überprüft. Die Hypothese konnte durch die Untersuchung bestätigt werden. Kinder, die eine Manipulation mit hohem klassischen Nachrichtenwert gesehen hatten, erinnerten mehr klassische Nachrichtenfaktoren als Kinder, die eine Manipulation mit hohem Kindernachricht-

tenwert gesehen hatten ($p < 0,001$). Ebenso erinnerten Kinder, die eine Manipulation mit hohem Kindernachrichtenwert gesehen hatten, mehr Kindernachrichtenfaktoren als Kinder, die eine Manipulation mit hohem klassischen Nachrichtenwert gesehen hatten ($p < 0,1$) (vgl. Abb. 4). Kinder erinnern also überwiegend die Nachrichtenfaktoren, die in einem Beitrag vorkommen, wodurch die Gültigkeit des Konzepts der Nachrichtenfaktoren als allgemein-menschliche Selektionskriterien bestätigt werden kann.

Hoher Nachrichtenwert relevanter

Ebenso zeigte sich, dass Kinder bei ihrer Auswahl von Beiträgen eher auf den Kindernachrichtenwert als auf den klassischen Nachrichtenwert zurückgreifen. So erinnerten sich die Kinder geringfügig signifikant ($p < 0,1$) häufiger an Beiträge mit hohem Kindernachrichtenwert als an Beiträge mit hohem klassischen Nachrichtenwert.

Bei der Frage nach der Relevanzeinschätzung der Beiträge zeigte sich der Einfluss des Nachrichtenwerts besonders deutlich: So schätzten Kinder Nachrichtenbeiträge mit hohem Nachrichtenwert als signifikant relevanter ein als Beiträge mit geringem Nachrichtenwert ($p < 0,05$).

Hoher Gestaltungswert wichtig für Jüngere

Zum Einfluss des Gestaltungswerts musste festgestellt werden, dass dieser für sich genommen in der vorliegenden Studie keinen signifikanten Einfluss auf die Auswahl und Erinnerung an Nachrichtenbeiträge hatte. Jedoch zeigte sich, dass Gestaltungswert und Alter gemeinsam einen hochsignifikanten Interaktionseffekt hervorriefen ($p < 0,001$). So wurde deutlich, dass jüngere Kinder eher

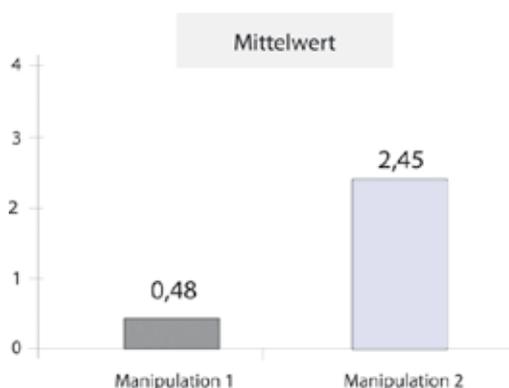


Abb. 4: Vergleich der Mittelwerte von hohem klassischen Nachrichtenwert und hohem Kindernachrichtenwert in Bezug auf die erinnerten Kindernachrichtenfaktoren

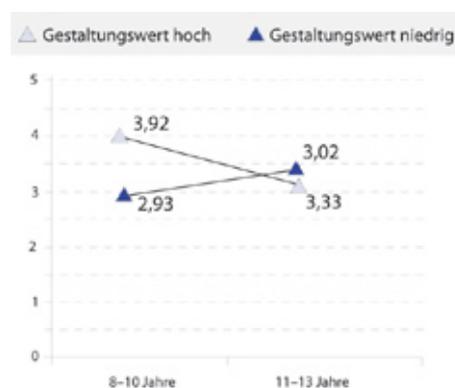


Abb. 5: Interaktionseffekt zwischen Alter und Gestaltungswert in Bezug auf die Erinnerung an unterschiedliche Choleramanipulationen

Beiträge mit hohem Gestaltungswert und ältere Kinder eher Beiträge mit niedrigem Gestaltungswert erinnerten (vgl. Abb. 5).

Bei der Relevanzeinschätzung zeigte sich, dass Kinder, entgegen der theoretischen Annahmen, Beiträge mit einem geringen Gestaltungswert als signifikant relevanter einschätzen als Beiträge mit einem hohen Gestaltungswert ($p < 0,05$). Eine mögliche Erklärung hierfür wäre, dass die schlechte Gestaltung bei den Kindern auf unbewusste Art eine gewisse Brisanz generierte, die dazu führte, dass die Kinder den Beitrag als relevanter einschätzten.

Darüber hinaus wurde überprüft, ob der Einfluss des Nachrichtenwerts oder der Einfluss des Gestaltungswerts stärker auf die kindliche Selektion wiegt. Diese Forschungsfrage konnte nicht abschließend beantwortet werden, da sich in den Ergebnissen nur Tendenzen in Richtung des stärkeren Einflusses des Nachrichtenwerts abbildeten. Daneben deutet sich in den Ergebnissen ein nicht signifikant gewordener Interaktionseffekt zwischen Nachrichten- und Gestaltungswert an.

Rolle der Nachrichtensozialisation

Auch die Sozialisation durch eine Nachrichtenform, also welche Art von Nachrichten ein Kind schaut, hat einen Einfluss auf die Selektion. So lässt sich generell sagen, dass Kinder, die stärker nachrichtensozialisiert sind, eher nach Nachrichtenfaktoren selektieren als Kinder, die weniger stark nachrichtensozialisiert sind ($p < 0,05$). Ebenso konnte gezeigt werden, dass Kinder, die häufig Erwachsenenachrichten schauen, signifikant mehr nach klassischen Nachrichtenfaktoren selektieren als Kinder, die seltener Erwachsenenachrichten schauen ($p < 0,05$). Daneben selektieren Kinder, die regelmäßig Kindernachrichten schauen, signifikant mehr nach Kindernachrichtenfaktoren als Kinder, die dies nicht tun ($p < 0,05$). Im Vergleich der Altersgruppe der 8-

und 9-Jährigen mit der der 11- und 12-Jährigen konnte gezeigt werden, dass ältere Kinder stärker nach Nachrichtenfaktoren selektieren als jüngere Kinder ($p < 0,1$). Dies erklärt sich zum einen durch die mit dem Alter des Kindes steigende kognitive Speicherkapazität, zum anderen zeigen die Befunde zur Nachrichtensozialisation, dass auch diese einen Einfluss auf die Nachrichtenselektion ausübt. Somit werden das Erkennen und die Relevanzzuweisung nach Nachrichtenfaktoren neben den kognitiven Reifungsprozessen auch durch Sozialisationsprozesse bestimmt.

Schließlich fanden sich in den Ergebnissen Hinweise darauf, dass Kinder einzelne Nachrichtenfaktoren nicht gleich gewichten, sondern diese unterschiedlich stark bei ihnen zum Tragen kommen. Ebenso erinnern Kinder nicht zwangsläufig Nachrichtenfaktoren häufiger, die in einer hohen Ausprägung im Beitrag vorkommen. Dies lässt sich insbesondere am Nachrichtenfaktor »Schaden« festmachen, welcher in 2 Manipulationen sehr schwach ausgeprägt war, jedoch auch in diesen beiden Gruppen von allen Kindern erinnert und genannt wurde.

Fazit

Die Ergebnisse der Studie machen deutlich, dass sich das Konzept der Nachrichtenwerttheorie mit ihren Annahmen zu Nachrichtenfaktoren als allgemein-menschliche Selektionskriterien auf die Nachrichtenauswahl von Kindern übertragen lässt. Es konnte erstmals gezeigt werden, dass nicht nur JournalistInnen und erwachsene RezipientInnen, sondern bereits Kinder Nachrichtenfaktoren bei der mentalen Nachrichtenauswahl und -verarbeitung heranziehen. Kinder selektieren jedoch eher nach dem Kindernachrichtenwert als nach dem klassischen Nachrichtenwert. Die von den *logo!*-Programmverantwortlichen selektierten Nachrichtenfaktoren für Kinder waren relevant für das Selektionsverhalten der Kin-

der in der Studie – ein empirischer Hinweis auf ihre Gültigkeit als Kindernachrichtenfaktoren.

Zudem spielen bei der Entwicklung der Nachrichtenselektion von Kindern individuelle Merkmale und Nutzungsgewohnheiten von Nachrichten eine wichtige Rolle. So sind Nachrichtenfaktoren zwar allgemein-menschliche Selektionskriterien, werden in gewissem Maße aber auch erst im Rahmen der kindlichen Sozialisation erlernt. Bezüglich des Einflusses des Gestaltungswerts auf die Nachrichtenselektion konnten nur unspezifische Hinweise gefunden werden. Ziel der Studie war es, die 3 Kriterien »klassischer Nachrichtenwert«, »Kindernachrichtenwert« und »Gestaltungswert« sowie deren jeweiligen Einfluss auf die Selektion gemeinsam zu untersuchen. Diese Arbeit stellt einen ersten Schritt auf dem Weg, das Nachrichtenselektionsverhalten von Kindern abzubilden und zu verstehen, dar. ■

LITERATUR

Brosius, Hans-Bernd: *Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption*. Opladen: Westdeutscher Verlag 1995.

Galtung, Johan; Ruge, Mari Holmboe: *The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crisis in Four Norwegian Newspapers*. In: *Journal of Peace Research*, 2/1965/1, S. 64-91.

Eilders, Christiane: *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information*. Opladen: Westdeutscher Verlag 1997.

Oerter, Rolf; Montada, Leo: *Entwicklungspsychologie*. Weinheim: Beltz 2005.

Zorn, Swantje D.: *Kindernachrichtenfaktoren. Ein inhaltsanalytischer Vergleich zwischen logo! und heute*. Magisterarbeit, FU Berlin 2007.

DIE AUTORINNEN

Die 8 Co-AutorInnen sind AbsolventInnen des BA-Studiengangs Kommunikationswissenschaft der Universität Erfurt. In ihrer Projektstudienphase 2009 erstellten sie, betreut von Prof. Dr. Patrick Rössler, gemeinsam ihre Bachelorarbeit zum Thema.