

# Kinder, Jugendliche und Nachrichten

## EIN ÜBERBLICK ZU AUSGEWÄHLTEN FORSCHUNGSERGEBNISSEN

Heike vom Orde

**Der Artikel fasst zentrale internationale Forschungsergebnisse zum Nachrichtenverhalten Heranwachsender, zu möglichen Folgen der Rezeption und zu den Erwartungen junger Zielgruppen an Nachrichtenformate zusammen.**

Journalist\*innen, Politiker\*innen und Wissenschaftler\*innen betonen gleichermaßen die Bedeutsamkeit von Nachrichteninhalten für Kinder und Jugendliche. Nachrichten haben für Heranwachsende aller Altersgruppen nicht nur einen bloßen Informationswert, sie tragen auch zur gesellschaftlichen Teilhabe in einer Demokratie bei. Deshalb werden Nachrichtenmedien als zentrale Faktoren zur Förderung des Wohlbefindens von Kindern und Jugendlichen in demokratischen Gesellschaften betrachtet (Carter, 2014). Forschungsbefunde legen auch nahe, dass Nachrichten zur Sozialisation von Heranwachsenden zu kritischen und aktiven Bürger\*innen beitragen können (van Deth et al., 2011). Zudem scheint die Rezeption von Kindernachrichten prosoziales Verhalten und soziales Engagement zu fördern (de Leeuw et al., 2015).

Doch Nachrichten spielen nicht nur eine wichtige Rolle hinsichtlich der Zugehörigkeit von Heranwachsenden als Bürger\*innen zu einer Gesellschaft, sondern auch hinsichtlich der immannten Neugierde von Kindern auf die Welt. Die Bedeutung der freien Meinungsbildung und der Informationsfreiheit für Heranwachsende spiegelt sich entsprechend in der UN-Kinderrechtskonvention wider: »Das Kind hat das Recht auf freie Meinungsäußerung; dieses Recht schließt die Freiheit ein, ungeachtet der Staatsgrenzen Informationen und Gedankengut jeder Art in Wort, Schrift oder Druck, durch Kunstwerke oder andere vom Kind gewählte Mittel sich zu beschaffen, zu empfangen und weiterzugeben.«<sup>1</sup> Nachrichten für Heranwachsende sind Teil einer stark umkämpften Medienlandschaft (van't Riet & Kleemans, 2021). Um junge Zielgruppen erreichen zu können, ist es deshalb für Verantwortliche im Medienbereich wichtig zu wissen, wie Heranwachsende Nachrichten nutzen, wie sie sich Nachrichteninhalte aneignen und was sie von solchen Formaten erwarten.

Carter, Cynthia (2014). *News media and child well-being*. In Asher Ben-Arieh et al. (Hrsg.), *Handbook of child well-being* (S. 1979-2011). Dordrecht: Springer.

van Deth, Jan, Abendschön, Simone & Vollmar, Meike (2011). *Children and politics: An empirical reassessment of early political socialization*. *Political Psychology*, 32(1), 147-174.

de Leeuw, Rebecca et al. (2015). *The impact of prosocial television news on children's prosocial behavior: An experimental study in the Netherlands*. *Journal of Children and Media*, 9(4), 419-434.

van't Riet, Jonathan & Kleemans, Mariska (2021). *What drives selection of online children's news articles? Journalism*, April 2021.

### NACHRICHTENVERHALTEN UND -SOZIALISATION JUNGER MENSCHEN

Heranwachsende konsumieren Nachrichten nicht nur über das Fernsehen, sondern mittels ihres Smartphones zunehmend auch über das Internet und soziale Medien. Neben den Medien sind das soziale Umfeld wie Eltern, Schule und Freund\*innen wichtige Nachrichtenquellen für Kinder und Jugendliche (Notley & Dezuanni, 2019, Abb. 1). Die [Suche im Internet](#) zählt bereits für Kinder zur alltäglichen Informationsroutine. Laut einer Studie aus Deutschland (Feierabend et al., 2021) nutzen 19 % der befragten 6- bis 13-Jährigen jeden oder fast jeden Tag Suchmaschinen, weitere 45 % ein bis mehrmals pro Woche. 28 % suchen hierbei nach Nachrichten und aktuellen Meldungen. Kinder, die bereits Erfahrungen

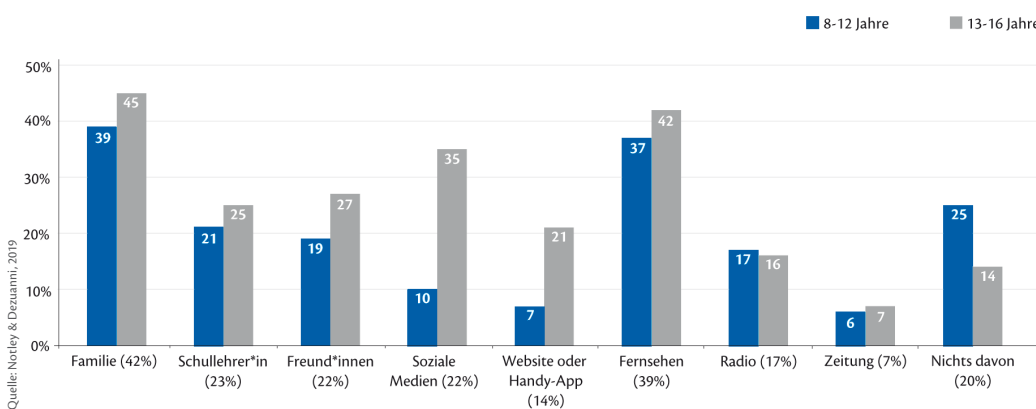


Abb. 1: Die Nutzung von Nachrichtenquellen junger Australier\*innen (pro Tag, in %)

mit **digitalen Sprachassistenten** haben (18 %), nutzen auch diese für verbale Rechercheaufträge im Internet. Dabei handelt es sich in erster Linie um Musik, aber ein Drittel hat sich auch schon Nachrichten oder individuell interessierende Meldungen via Alexa oder Siri ausgeben lassen (ebd.). Im Corona-Jahr 2020 auf **Nachrichtensendungen im Fernsehen** angesprochen, äußerten 27 % der befragten deutschen Kinder, sich diese öfters anzusehen. Dabei steigen das Interesse und die generelle Nutzung von Nachrichtensendungen mit zunehmendem Alter deutlich an (6-7 Jahre: 15 %, 12-13 Jahre: 36 %). Wenn Kinder in Deutschland Nachrichten anschauen, sind das in erster Linie Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wie die Kindernachrichtensendung *logo!* und Nachrichtenformate für Erwachsene wie *Tagesschau* oder *heute* (ebd.). Der erhöhte Informationsbedarf von Preteens in Deutschland während der Pandemie zeigt sich auch in der Top-100-Liste der meistgesehenen Sendungen, die die außergewöhnlich hohe Anzahl von 24 Ausgaben der *Tagesschau* enthalten. Nach Ansicht der Autorinnen wurden diese wohl meist im Familienverbund im Umfeld der Lockdowns von März und November 2020 gesehen (Feierabend & Scolari, 2021). Mit zunehmendem Alter spielen die **sozialen Medien** eine wichtige Rolle im Informationsrepertoire junger Menschen. Eine aktuelle Studie aus Deutschland (Hasebrink et al., 2021) stellte fest, dass 46 % der befragten 14- bis 17-Jährigen mehrmals pro Woche journalistische Angebote in den sozialen Medien nutzen, wobei alle Jugendlichen, die in den sozialen Medien Nachrichtenangebote abonniert haben, auch außerhalb dieser Plattformen regelmäßig die Nachrichten verfolgen. Die wichtigste Motivation, sich zu informieren, ist laut den befragten Jugendlichen, an Gesprächen und Diskussionen mit den Peers und der Familie teilnehmen zu können. Junge Menschen nutzen also Nachrichten, um sich in ihrem sozialen Umfeld

integrieren zu können. Auffällig ist nach Ansicht der Autor\*innen, dass Jugendliche, die glauben, politisch etwas bewirken zu können, deutlich mehr Interesse am aktuellen Geschehen zeigen (ebd.). Eine Studie aus Schweden (Sjöberg, 2018) untersuchte das Informationsverhalten von 10- bis 11-Jährigen und 15- bis 16-Jährigen in einer Krisensituation (hier der Ausbruch von Ebola im Herbst 2014). Dabei zeigte sich, dass sich die **Glaubwürdigkeitskriterien von Informationen** bei den befragten Heranwachsenden deutlich von denen anderer Mediengenerationen unterscheiden. Beispielsweise werten Kinder und Jugendliche ein Top-Ranking bei Google, die Anzahl an Follower\*innen oder an Likes als Kennzeichen von Glaubwürdigkeit (ebd.). Dabei zweifeln Jugendliche selbst durchaus an ihrer Fähigkeit, Informationsinhalte nach ihrer Qualität und Glaubwürdigkeit zu bewerten und Fake News sicher erkennen zu können (Notley & Dezuanni, 2019; Tamboer et al., 2020). Vorliegende Forschungsbefunde zur Nachrichtensozialisation betonen die Rolle des **elterlichen Nachrichtenverhaltens im Kontext des Beobachtungslernens**. Nach Nathanson (2015) entwickeln vor allem Kinder, die in einer Umgebung reich an Nachrichtenangeboten leben, eine Präferenz für solche Informationen. Eltern kommunizieren hier explizit den Wert von Nachrichteninformationen und bestärken dies auch mit ihrer eigenen Mediennutzung. Nach neueren Studien gilt dies auch im Zeitalter mobiler Medien und des veränderten Medienkonsums (Vaala & Bleakley, 2015; Edgerly et al., 2018). Auch wenn die Mediennutzung nicht mehr so sichtbar wie früher beim Fernsehen abläuft, dominiert das Lernen von den Eltern immer noch die Erklärungsmodelle zur Nachrichtensozialisation. Kinder entwickeln ihr Nachrichtenverhalten nicht aufgrund des bloßen Vorhandenseins von Nachrichtenmedien und -inhalten zu Hause, sie beobachten vielmehr die spezifische Nutzung von

Medien zum Nachrichtenkonsum bei ihren Eltern (ebd.).

Einige Studienergebnisse legen nahe, dass das elterliche Nachrichtenverhalten einen **langanhaltenden Einfluss auf den Nachrichtenkonsum** der Kinder hat (Abb. 2). Medienverhalten, -routinen und -praktiken, die Heranwachsende daheim beobachtet haben, sind auch noch in ihrer Adoleszenz und als junge Erwachsene für ihre eigene Nachrichtennutzung relevant (York & Sholl, 2015; Shehata, 2016; Notley & Dezuanni, 2019). Zudem werden Eltern als glaubwürdige Nachrichtenquellen und wichtige Begleiter einer kritischen Nachrichtennutzung gesehen, was ihren Einfluss auf die Nachrichtensozialisation Heranwachsender unterstreicht (Tamboer et al., 2020).

Notley, Tanya & Dezuanni, Michael (2019). *Advancing children's news media literacy: learning from the practices and experiences of young Australians*. Media, Culture & Society, 41(5), 689-707.

Feierabend, Sabine et al. (2021). *Kindheit, Internet, Medien: Kontinuität trotz Pandemie*. Media Perspektiven, (4), 202-212.

Feierabend, Sabine & Scolari, Julia (2021). *Was Kinder sehen*. Media Perspektiven, (4), 213-226.

Hasebrink, Uwe, Hölig, Sascha & Wunderlich, Leonie (2021). *#UseTheNews*. Studie zur Nachrichtenkompetenz Jugendlicher und junger Erwachsener in der digitalen Medienwelt. Hamburg: Verlag Hans-Bredow Institut.

Sjöberg, Ulrika (2018). *It is not about facts – It is about framing. The app generation's information-seeking tactics: Proactive online crisis communication*. Journal of Contingencies and Crisis Management, 26(1), 127-137.

Tamboer, Sanne, Kleemans, Mariska & Daalmans, Serena (2020). *»We are a neeeew generation«: Early adolescents' views on news and news literacy*. Journalism, online veröffentlicht 29. Mai 2020.

Nathanson, Amy (2015). *Media and the family: Reflections and future directions*. Journal of Children and Media, 9(1), 133-139.

Vaala, Sarah & Bleakley, Amy (2015). *Monitoring, mediating, and modeling: Parental influence on adolescent computer and internet use in the United States*. Journal of Children and Media, 9(1), 40-57.

Edgerly, Stephanie et al. (2018). *Do parents still model news consumption? Socializing news use among adolescents in a multi-device world*. New Media & Society, 20(4), 1263-1281.

York, Chance & Scholl, Rosanne (2015). *Youth antecedents to news media consumption: Parent and youth newspaper use, news discussion, and long-term news behavior*. Journalism & Mass Communication Quarterly, 92(3), 681-699.

Shehata, Adam (2016). *News habits among adolescents: The influence of family communication on adolescents' news media use – Evidence from a three-wave panel study*. Mass Communication and Society, 19(6), 758-781.

## NEGATIVE EMOTIONEN UND BEWÄLTIGUNGSSTRATEGIEN

Ein wesentlicher Teil der vorhandenen Forschung untersucht die potenziellen Auswirkungen der Nachrichtenrezeption auf Kinder. Die Befunde weisen darauf hin, dass negative oder beunruhigende Nachrichteninhalte zu **kurz- und langfristigen emotionalen Reaktionen** bei Kindern führen können (Riddle, 2012; Kleemans et al., 2017a). Studien zur Nachrichtenrezeption belegen, dass Kinder verstärkt negative emotionale Reaktionen (wie Angst oder Traurigkeit) empfinden und dass sie Alpträume oder Bauchschmerzen haben oder anderes angstinduziertes Verhalten zeigen (Ebbinkhuijsen et al., 2021). Viele dieser Forschungsergebnisse basieren auf Untersuchungen zu spezifischen Nachrichteninhalten wie etwa Kriegs- und Katastrophenberichterstattung, Terrorismus oder Berichte über schwere Kriminalität (Riddle et al., 2012). Die meisten vorliegenden Studien fokussieren sich auf kurzfristige Effekte der Nachrichtenrezeption, es gibt aber auch Studien zu den langfristigen Auswirkungen. Diese verweisen darauf, dass die Rezeption beunruhigender und verstörender Inhalte wie Terroranschläge, Morddelikte oder Kidnapping in der Kindheit noch von jungen Erwachsenen erinnert werden (Götz et al., 2019). Die große Mehrheit von Teilnehmer\*innen (n=328, 17 bis 27 Jahre) einer Studie (Riddle, 2012) berichtet davon, bei der gemeinsamen Fernsehrezeption mit den Eltern belastenden Nachrichteninhalten ausgesetzt gewesen zu sein. Bei früheren Studien zu angsterregenden fiktionalen Inhalten gaben mehr als 90 % der teilnehmenden Erwachsenen an, sich an solche erinnern zu können (ebd.). Eine weitere Studie zeigt, dass bereits jüngere Kinder Angstreaktionen auf alltägliche Nachrichteninhalte zeigen können, auch wenn es sich dabei nicht um Katastrophenberichterstattung handelt (Riddle et al., 2012).



Abb. 2: Studienergebnisse weisen darauf hin, dass das elterliche Nachrichtenverhalten einen langanhaltenden Einfluss auf das Nutzungsverhalten ihres Nachwuchses hat

Forschungsbefunde belegen außerdem, dass Kinder sich der **Ernsthaftigkeit von Nachrichten** durchaus bewusst sind. Etwa ab dem Alter von 8 Jahren sind sie kognitiv fähig, Nachrichten zu folgen (Ebbinkhuijsen et al., 2021). Mit zunehmendem Alter zeigen sie steigendes Interesse an realen Geschehnissen und die Fähigkeit zur Empathie (Valkenburg & Piotrowski, 2017). **Aktive elterliche Mediation** (also das gemeinsame Fernsehen von Eltern und Kindern und das nachfolgende Diskutieren der Nachrichteninhalte) hat oft, aber nicht immer einen positiven Effekt hinsichtlich der Verringerung kindlicher Angstgefühle oder Traurigkeit (De Cock, 2012). Auch Bewältigungsstrategien wie **Online-Chats mit Peers** über beunruhigende Fernsehinhalte haben laut einer Studie keine angstreduzierende Wirkung auf Kinder und Preteens (Ebbinkhuijsen et al., 2021). Eine Untersuchung konnte jedoch die positive Wirksamkeit von **Face-to-Face-Kommunikation mit Peers** nachweisen (Kleemans et al., 2017b). Diese Forschungsergebnisse stellen eine Herausforderung für Verantwortliche von Kindernachrichten dar: Einerseits möchten sie Kinder mit Nachrichten nicht beunruhigen oder verstören, andererseits ist es ihr Anliegen, die Zielgruppe mit relevanten Inhalten

basierend auf dem Nachrichtenwert zu versorgen, was eben auch Kriegs-, Kriminalitäts- und Katastrophenberichterstattung inkludiert. Ausgehend von der Studienlage besteht ein dringender Bedarf an altersgerechten Kindernachrichten, die den emotionalen Bedürfnissen und Voraussetzungen junger Zielgruppen entsprechen. **Konstruktive Nachrichten** für Kinder könnten ein Ansatz sein, Nachrichten ihrer emotionalen Entwicklung und ihren Informationsbedürfnissen entsprechend zu vermitteln. In einer experimentellen Studie (Kleemans et al., 2017a) lasen die 8- bis 13-jährigen Teilnehmer\*innen einen Nachrichtentext, der entweder konstruktive Elemente (lösungsorientierte, positive Narrative) oder nichtkonstruktive Elemente (problembasierte, negative Narrative) enthielt. Die Ergebnisse zeigen, dass die Kinder und Preteens, die konstruktive Nachrichteninhalte rezipierten, weniger negative Emotionen (wie Trauer oder Angst) empfanden als die Leser\*innen nichtkonstruktiver Texte. Den Autorinnen zufolge könnte das die These unterstützen, dass positive Emotionen in negativen Nachrichteninhalten die emotionalen Belastungen junger Menschen verringern könnten. Außerdem zeigten die Teilnehmer\*innen der

Studie, die konstruktive Inhalte rezipiert hatten, mehr Engagement und steuerten Ideen bei, wie die dargestellte Lage verbessert werden könnte (ebd.). Ein anderer Weg, um negative Emotionen zu vermeiden, könnten **tröstende oder beschützende Strategien** in Kindernachrichtenformaten sein. Eine Studie (Kleemans & Tamboer, 2021) untersuchte solche Strategien in dänischen Kindernachrichten im Kontext einer Analyse von Fernsehinhalten im Zeitraum von 2000 bis 2016. Die Autorinnen sehen auf der inhaltlichen Ebene eines Programms 2 solcher Strategien: das Vermeiden sehr negativer oder gewalthaltiger Inhalte und das »Sandwich-Prinzip« (»sandwich formula«), also das Präsentieren eines leichten Themas vor und nach einem schweren, belastenden Nachrichteninhalte. Auf der Ebene der Vermittlung sehen sie die Einbindung von Kindern als Nachrichtenquellen (in der Rolle als Held\*in, Opfer, Augenzeug\*in oder in der journalistischen Form eines Vox pop) als hilfreich. Auf der Ebene der audiovisuellen Darstellung sollten in Kindernachrichten sensationsheischende oder verstörende Bilder und Töne vermieden werden und stattdessen Animationen oder Grafiken zum Einsatz kommen (ebd.).

Riddle, Karyn (2012). *Young adults' autobiographical memories of frightening news stories seen during childhood*. *Communication Research*, 39(6), 738-756.

Kleemans, Mariska et al. (2017a). *Children's responses to negative news: The effects of constructive reporting in newspaper stories for children*. *Journal of Communication*, 67(5), 781-802.

Ebbinkhuijsen, Ming et al. (2021). *Children's emotions after exposure to news: Investigating chat conversations with peers as a coping strategy*. *Journal of Youth Adolescence*, 50, 1424-1436.

Riddle, Karyn et al. (2012). »People killing people on the news«: *Young children's descriptions of frightening television news content*. *Communication Quarterly*, 60(2), 278-294.

Götz, Maya, Lemish, Dafna & Holler, Andrea (2019). *Fear in front of the screen*. Lanham: Rowman & Littlefield.

Valkenburg, Patti & Piotrowski, Jessica Taylor (2017). *Plugged in: how media attract and affect youth*. *New Haven: Yale University Press*.

De Cock, Rozane (2012). *Mediating Flemish children's reactions of fear and sadness to television news and its limitations. Survey and in-depth interview results*. *Journal of Children and Media*, 6(4), 485-501.

Kleemans, Mariska, Schindwein, Luise & Dohmen, Roos (2017b). *Preadolescents' emotional and prosocial responses to negative TV news: Investigating the beneficial effects of constructive reporting and peer discussion*. *Journal of Youth and Adolescence*, 46(9), 2060-2072.

Kleemans, Mariska & Tamboer, Sanne (2021). *Consolation strategies in children's television news: A longitudinal content analysis*. *Journalism Practice*, online veröffentlicht 22. März 2021.

### WAS ERWARTEN JUNGE ZIELGRUPPEN VON DEN NACHRICHTEN?

Wenn Nachrichten nicht den Informationsbedürfnissen junger Zielgruppen entsprechen, kann ein generelles Vermeiden oder Ablehnen solcher Inhalte die Folge sein. Einige Studien befragten Kinder und Jugendliche, was sie gern in den Nachrichten sehen möchten und was ihnen an vorhandenen Nachrichtenformaten nicht gefällt. Den Ergebnissen zufolge haben Heranwachsende eine **umfassende und breite Vorstellung** davon, was Nachrichten beinhalten können, und sind sich zudem darüber bewusst, dass ihre Interessen nicht ausreichend in den Nachrichten thematisiert werden (siehe auch Götz in dieser Ausgabe; Carter, 2014; Kaziaj & Van Bauwel, 2017). Sie fordern Nachrichten, die sich an ihren Lebenswelten orientieren, und betrachten Erwachsenennachrichten zumeist als »langweilig«.

In einer Studie aus Israel (Alon-Tirosh & Lemish, 2014) drückten die befragten Kinder und Jugendlichen ihren Wunsch nach **altersgerechten Nachrichtenformaten und -inhalten** aus. Sie waren außerdem der Ansicht, dass Nachrichten sowohl zu mehr prosozialem Engagement ermutigen als auch über Gefahren und Krisen informieren sollen. Kinder wünschten sich, dass mehr Kinder in den Nachrichten vertreten sind und dass mehr Humor enthalten ist (»comic relief«). Die befragten Heranwachsenden bevorzugten ein **positives Framing** und konstruktive Nachrichteninhalte (ebd.). In einer Studie aus den Niederlanden bewerteten die 12- bis 16-jährigen Teilnehmer\*innen konventionelle

Nachrichten als langweilig und sich wiederholend, negativ, sensationsheischend sowie lebensfern in Bezug auf junge Lebenswelten (Tamboer et al., 2020). Folgerichtig mangelt es ihnen an intrinsischer Motivation, um traditionelle Nachrichten zu verfolgen, obwohl sie den Bedarf an solchen Informationen durchaus anerkennen. Diese zweideutige Einschätzung von Nachrichten durch junge Menschen sollte den Erwachsenen zu denken geben.

Auch in einer aktuellen deutschen Studie hielt es die Hälfte der befragten 14- bis 17-Jährigen (Hasebrink et al., 2021) nicht für wichtig, sich über aktuelle Ereignisse zu informieren, weil den Befragten der Bezug zu ihrem persönlichen Alltag fehlt. Daher sehen die Autor\*innen es als eine wichtige Aufgabe für Journalist\*innen an, die **Alltagsrelevanz** ihrer Angebote für Heranwachsende herauszustellen und Anschlussmöglichkeiten herauszuarbeiten. Gleichzeitig ist es wichtig, redaktionelle Kompetenzen zu betonen und sich von nicht-journalistischen Akteur\*innen abzugrenzen, um den **Mehrwert und die Qualität**, den bzw. die Journalismus liefern kann, hervorzuheben. ■

Kaziaj, Emiljano & Van Bauwel, Sofie (2017). *The ignored audience: A multi-method reception study on children and television news in Albania*. *Childhood*, 24(2), 230-244.

Alon-Tirosh, Michal & Lemish, Dafna (2014). »If I was making the news«: *What do children want from news?* *Participations*, 11(1), 108-129.

### ANMERKUNG

<sup>1</sup> UN-Kinderrechtskonvention, Paragraph 13, Absatz 1. Verfügbar unter: <https://www.unicef.de/informieren/ueber-uns/fuer-kinderrechte/un-kinderrechtskonvention> [28.10.21]

### DIE AUTORIN

Heike vom Orde, Dipl.-Bibl., M. A., ist für die wissenschaftliche Literaturdokumentation des IZI verantwortlich.

