

Michael Schmidbauer

Kein Abladeplatz für Sensationen und Katastrophen

Kinder als Nachrichten-Kunden müssen ernst genommen werden. Ihnen können weder eine Kopie der Erwachsenen-Nachrichten noch kindertümelnde Auskünfte serviert werden. Kindlichen Fragen und Sorgen Gehör zu verschaffen, wird von Nachrichtenprogrammen für sie ebenso gefordert wie Erklärungsleistungen, warum etwas so ist, wie es ist. Helfen Fernschnachrichten für Kinder, ihre Lebenswelt zu deuten?

I. Einige Hinweise zur »Geschichte« der Kinder-Nachrichtenprogramme

Anfang der 70er Jahre begann in der ARD die Diskussion darüber, ob und wie ein Nachrichtenprogramm für die 9- bis 13jährigen eingerichtet werden könnte (Mattusch 1991). Ausgangspunkt der Diskussion, die dann auch im ZDF aufgenommen wurde, war der Tatbestand, daß sich eine große Gruppe der 9- bis 13jährigen regelmäßig die nachmittäglichen Nachrichtenprogramme für Erwachsene anschaute. Das provozierte die Frage, ob nicht auch im Programm öffentlich-rechtlicher Anstalten Platz sein müsse für eine spezifische Kinder-Nachrichtensendung.

Inländische Programme

Heute konzentriert sich die wissenschaftliche Auseinandersetzung um inländische Kinder-Nachrichtenprogramme im wesentlichen auf das ZDF-Projekt »*logo - Neues von hier und anderswo*«. Die 8- bis 10minütige »*logo*«-Sendung, adressiert an die Gruppe der 9- bis 13jährigen und ähnlich konzipiert wie das ORF-Programm »*Mini-ZiB*«, wird seit Anfang 1988 viermal pro Woche ausgestrahlt (Wellershoff; Ammermann; Müller 1991). »*logo*« kann als Fortsetzung

der Kinder-Nachrichtenprogramme verstanden werden, die in den vergangenen Jahren von ARD und ZDF eingerichtet wurden. Diese Programme haben – aufgrund tatsächlicher oder angeblicher personal-, finanz- und organisationspolitischer Sachzwänge – jeweils nur eine kurze Existenzfrist gehabt. Das gilt für die »*Nachrichten des Monats*« 1970 vom HR; die »*ARD-Nachmittags-Tageschau für Kinder*«/1971; das Programm »*Durchblick*«/1976–1979 von SDR, SWF und SR; die »*Nachrichten für Kinder*« am »Tag der Kinder im ZDF«/1981; und die Sendung »*Dran - Nachrichten für Kinder*«/1981 vom SFB (Jensen; Rogge 1979, Wosnitza 1982, Schmidbauer 1985, Hagenmaier 1988, Mattusch 1991).

Ausländische Programme

Die ARD/ZDF-Diskussion hat sich nachdrücklich an Kinder-Nachrichtenprogrammen orientiert, die in Dänemark, England, Holland, Norwegen, Schweden, Australien und USA konzipiert und realisiert worden sind. Es waren Programme – zum Teil werden sie noch heute ausgestrahlt – wie die »*Kindernachrichten*«/Dänisches Radio, John Cravens »*Newsround*«/BBC, das »*Jeugdjournaal*«/Niederländisches Fernsehen, die »*Monatsrevue*«/Norwegisches Fernsehen, das »*Barnjournalen*«/Schwedisches Fernsehen, »*Behind the News*«/Australian Broadcasting Commission, »*In the News*«(Columbia Broadcasting System/CBS und »*Kid's News*«/Manhattan Cable Television (Wosnitza 1982).

Schlußfolgerungen

An den Erfahrungen, die mit den genannten Sendungen gemacht worden sind, kann auch die Produktion eines aktuellen Kinder-Nachrichtenprogramms nicht vorbeigehen. Sie hat

sich vor allem den folgenden Problemen zu stellen (Barnes 1979, Craven 1987, Dielessen 1989):

- der Übertragbarkeit oder Nicht-Übertragbarkeit von Kriterien, die für Erwachsenen-Nachrichtenprogramme verbindlich sind (»Objektivität«, »Vollständigkeit«, »Aktualität«), auf Nachrichtenprogramme für Kinder;
- dem Verhältnis von Faktenlieferung und anleitend-orientierender Bewußtseinsbildung;
- dem möglichen Spektrum von Themen und Inhalten, die Kindern angeboten werden können (und müssen);
- den formalen Merkmalen des Programms, die über das Format, die Bild- und Wortsprache und die Präsentationsart des Angebots entscheiden;
- der Möglichkeit, die Kinder nicht nur den Status der Konsumenten, sondern auch den der Produzenten einnehmen zu lassen, indem sie in die Programmgestaltung und -realisation integriert werden;
- der finanziellen und personalen Ausstattung sowie der Einbindung in den (nachrichten-)organisatorischen Zusammenhang der jeweiligen Anstalt.

II. Konzeptionelle Überlegungen zu Kinder-Nachrichtenprogrammen

Eine Nachrichtensendung lohnt sich erst für Kinder, die die »Phase der konkreten Operation« hinter sich haben und anfangen, »abstrakt zu denken« (Müntefering 1976, S. 1). Sie sind dann imstande, den für »Schlagzeilen-Nachrichten« typischen »hohen Abstraktionsgrad« (Hagenmaier 1988, S. 2) zu bewältigen. Als sogenanntes Zielpublikum kommt demnach die Altersgruppe der 9- bis

13jährigen in Frage – wobei die Spannweite zwischen den 9- und den 13jährigen aufgrund der unterschiedlichen kognitiven, emotiven und sozial-moralischen Ausstattung nicht zu übersehen ist.

Dementsprechend müssen die Kinder als Nachrichten-Kunden »ernst genommen« (Müller I 1989, S. 144) und dürfen nicht als Abladeplatz für Sensationen und Katastrophen betrachtet werden (Wright; Kunkel; Pinnon; Huston 1989). Den Kindern können weder eine Kopie der Erwachsenen-Nachrichten noch kinder-tümelnde Auskünfte serviert werden (Müller II 1990). Zudem ist den Kindern zu zeigen, woher die Nachrichten kommen, wie sie produziert bzw. ausgewählt werden und warum sie dieses thematisieren und jenes nicht.

Insofern ist eine wesentliche Aufgabe von Nachrichten für Kinder, deren »Fragen und Sorgen... Gehör zu verschaffen«

Vor allem sollen die Kinder Zugang zu Themen finden, die für sie sowohl in räumlich-lokaler wie in zeitlicher Hinsicht überblickbar sind, die also »mit (ihrer) Lebenswelt . . . zu tun haben« (Begleitforschung 1989, S. 437) und an deren Gestaltung sie – zumindest prinzipiell – mitwirken können (Dielessen 1989, Czirz; Ferenz 1991). Insofern ist eine wesentliche Aufgabe von Nachrichten für Kinder, deren »Fragen und Sorgen . . . Gehör zu verschaffen« und ihnen nicht nur zu erklären, warum etwas so ist, wie es ist, sondern ihnen auch vorzuführen, »was Kinder . . . zur Verbesserung . . . schon tun können« (Müller I 1989, S. 145). Dabei ist zu bedenken, daß »Erklärungsleistungen . . . immer mit Werten verbunden (sind)«, »Ereignisse . . . nach bestimmten Wertmaßstäben beurteilt und in größere Zusammenhänge eingefügt (werden)« (Hagenmaier 1988, S. 2). Da solche Maßstäbe und Zusammenhänge von den Kindern noch zu lernen sind, müssen sich die Erklärungsleistungen sowohl auf das betreffende Thema wie auf kognitive, emotionale und so-

zial-moralische Entwicklung und damit auf die Entwicklung der Kinder zu Ich-Identität und sozialer Integration beziehen.

Daß den Kindern »ihr« Nachrichtenprogramm zudem Spaß machen soll, ist in den konzeptionellen Überlegungen durchweg als selbstverständliche Beigabe impliziert (Begleitforschung 1989, Dielessen 1989, Müller I 1989).

Programminhalte

In den meisten Konzeptionen, die zum Thema »Kinder-Nachrichten« vorliegen, wird dafür plädiert, die Nachrichtensendung möglichst täglich auszustrahlen und eine Zeitspanne von 10 bis 12 Minuten nicht zu überschreiten. Letzteres ergibt eine effektive »Nachrichtenvermittlungszeit« von 7 bzw. 8 Minuten pro Sendung, in die 3 bis 5 Kurzberichte hineinpassen. Diese zeitliche und inhaltliche Beschränkung ist abgestellt auf die in Tests ermittelten Rezeptions- und Verarbeitungsmöglichkeiten der Kinder (Hagenmaier 1988).

Die Inhalte selber sollen als Mixtur angeboten werden, die eine Balance zwischen »den subjektiven Interessen der Kinder und den objektiven Informationsnotwendigkeiten« (Wosnitza 1982, S. 190) herstellt, » . . . wichtig ist die Themenmischung innerhalb der einzelnen Sendungen. Es sollen . . . ein Thema aus der Welt der Nachrichten enthalten sein, daneben ein Thema aus dem Erfahrungsbereich der Kinder und eines zum Entspannen« (Begleitforschung 1989, S. 437, Cameron; Schleuder; Thorson 1991). Mit einer solchen Mischung soll erstens auf die Heterogenität des Kinderpublikums – 9jährige hier, 13jährige da – geantwortet, zweitens die Aufmerksamkeit geweckt und drittens die Bereitschaft gefördert werden, die angebotene Information verstehen zu wollen.

Wie der Zeitrahmen der Sendung wird auch der Modus zur Auswahl der präsentierten Inhalte aus der begrenzten Aufnahmekapazität der Kinder abgeleitet. Demnach können nur ein kleiner Ausschnitt aus dem Nachrichtengeschehen und daraus wiederum nur einzelne Komplexe

berücksichtigt werden. Als Auswahlkriterium wird durchweg das (von der jeweiligen Redaktion zumeist vermutete) Interesse der Kinder benutzt. Letzteres wird allerdings nicht in dem Sinne verstanden, daß allein Themen aus der Lebenswelt der Kinder aufzugreifen sind. Man besteht jedoch immer wieder darauf, bei Themen, die der kindlichen Lebenswelt fern, aber dennoch für die Kinder wissenswert sind, einen Zugang zu finden, der dem Erfahrungshorizont der Kinder entspricht (Winterhoff-Spurk 1990).

Sprache, Präsentationsformen

Die Programmform soll »von der Darstellbarkeit einer Information abhängen« und stets auf »bessere Verständlichkeit« (Wosnitza 1982, S. 190) gerichtet sein. Die Bildaussage hat einfach, konkret und angemessen zu sein; der Text muß das Bild ansprechen und Erklärungen geben; eine Text-Bild-Schere ist zu vermeiden; Text und Bild sind so aufeinander zu beziehen, daß sie als optisch-verbale Einheit das Optimum an Verständlichkeit bewirken.

Als spezifische Regeln werden aufgestellt (Begleitforschung 1989):

- komplexe und abstrakte Sachverhalte mit Hilfe von Grafik und Trickelementen durchschaubar zu machen;
- intensiv mit Reportagen zu operieren, die konkret und konsequent auf die kindliche Perspektive bezogen sind;
- dialogische Handlungselemente in die Sendung einzufügen, die vor allem bei der Schilderung von Kontroversen die unterschiedlichen Standpunkte offenlegen können;
- statt »Bildteppichen« ruhige Bildfolgen anzubieten.

Besonders betont wird das Thema »Sprache«. Jedes im Programm geäußerte Wort muß »verständlich« (Dielessen 1989, S. 21) sein. Die Satzkonstruktionen sollen überfordernde Komplexität vermeiden. Satzbau und Vokabular haben sich konsequent am Sprachgebrauch der Kinder zu orientieren. Fremdwörter müssen sofort verdeutlicht werden. Insgesamt ist eine »Sprechsprache«

zu praktizieren, die »auch eine ›Sprache zum Hören‹ ist« (Begleitforschung 1989, S. 438).

Als didaktisch vorteilhaftes Formmittel wird »die Personalisierung der Sendung durch einen bzw. zwei Moderatoren« empfohlen (Wosnitza 1982, S. 190). Die Moderatoren sollen als vertrauenswürdige »Anwälte« fungieren, die die emotionale Stabilisierung der Kinder und deren Identifikation mit dem Programm bewirken. Auch auf die Studioeinrichtung ist zu achten: Sie soll gleichermaßen Sachlichkeit und Lockerheit, Ernsthaftigkeit und angstnehmende, die Zuwendung fördernde Emotionalität ausstrahlen (Winterhoff-Spurk 1990).

III. Kinder und Nachrichtenprogramme für Erwachsene

In den Untersuchungen der Nutzungs- und Akzeptanzvoraussetzungen, auf die die Erwachsenen-Nachrichtenprogramme bei Kindern treffen, ist festgestellt worden,

- daß die Gruppe der Kinder, die sich relativ regelmäßig die Erwachsenen-Nachrichten anschauen, erheblich ist;
- und daß bei den Kindern das Interesse an Nachrichtenthemen; die Kriterien dafür, was eine Nachricht ist und wie sie sein soll; sowie die Art, mit Nachrichten umzugehen, deutlich durch ihren Bezug zu den Erwachsenen-Nachrichten geprägt werden.

Kinder nutzen Erwachsenen-Nachrichten

Eine Sonderanalyse von GFK-Meßdaten (GFK 1987) hat ergeben, daß die durchschnittliche werktägliche Sehbeteiligung der 8- bis 13jährigen bei den ARD/ZDF-Nachmittagsnachrichten zwischen 3 und 4%, bei 19-Uhr-»Heute« 7% und bei der 20-Uhr-»Tagesschau« 8% beträgt. Selbst das »Heute Journal« (21.45 Uhr) und die »Tagesthemen« (22.30 Uhr) werden noch von rund 2% gesehen. Darüber hinaus wurde in der Sonderanalyse für einen sogenannten

»Mustertag« festgestellt, daß über 20% der 8- bis 13jährigen von den acht, an diesem Tag ausgestrahlten Nachrichtenprogrammen erreicht werden. (In den USA zählen 15% der 8- bis 13jährigen regelmäßig und über 30% häufig zum Publikum der Erwachsenen-Nachrichten [Drew; Reese 1984, Drew; Reeves 1981, Huth 1979].)

Anläßlich einer Untersuchung, die die ZDF-Medienforschung bei 650 9- bis 15jährigen vornahm (Begleitforschung 1989), stellte sich erstens eine weitgehende Übereinstimmung mit den GFK-Ergebnissen heraus und ergaben sich zweitens einige Anhaltspunkte für die mögliche Akzeptanz eines Kinder-Nachrichtenprogramms durch Kinder. Ermittelt wurden nämlich vier Typen von (kindlichen) »Nutzern« bzw. »Nicht-Nutzern« von (Erwachsenen-)Nachrichten: Typ a – seltene Nutzung von Fernsehnachrichten, kein Interesse an speziellen Kinder-Nachrichtensendungen (25%); Typ b – tiefgehende Bindung an Erwachsenen-Nachrichten, geringes Interesse an Kinder-Nachrichtensendungen (20%); Typ c – Distanz zu Erwachsenen-Nachrichten, spezielle Erwartungen an Kinder-Nachrichtensendungen (30%); Typ d – intensive Nutzung der Erwachsenen-Nachrichten, gesteigertes Interesse an Kinder-Nachrichtensendungen (25%). Hieraus ergibt sich, daß vermutlich die Typen c und d das Zielpublikum eines Nachrichtenprogramms für Kinder enthalten – ein Publikum, das teils aus »Nachrichten-Anfängern«, teils aus Kindern mit einer mehr oder minder ausgeprägten »Kompetenz... für die Rezeption und das Verständnis von Nachrichtensendungen« (Begleitforschung 1989, S. 439) besteht.

Verstehen Kinder Nachrichtenprogramme für Erwachsene?

Zur Beantwortung der Frage wurden in der zuvor genannten Untersuchung drei »Indikator-Komplexe« (Begleitforschung 1989, S. 439) entwickelt. Gefragt wurden die Kinder nach ihrer Zeitungs- und Zeitschriftenlektüre, ihren Themen-Interessen und ihrem Nachrichtenwissen.

- Von den interviewten 650 9- bis 15jährigen bekunden 30%, daß sie regelmäßig eine Tageszeitung lesen; 10% der Zeitungsleser widmen sich dabei der Bild-Zeitung. 3% der Befragten geben an, daß sie regelmäßig eine aktuelle Zeitschrift lesen. Die Bild-Zeitungsleser weisen die extensivste, die Leser der aktuellen Zeitschriften eine eher unterdurchschnittliche Fernsehnutzung auf.
- Die Analyse der Themen-Interessen läßt erkennen: 50% der Befragten nehmen aktuelle politische Vorgänge und andere gesellschaftliche Ereignisse so wahr, daß sie sie spontan thematisieren können.
- Zu den einzelnen Indikatoren, mit denen der Bereich »Nachrichtenwissen« konkretisiert wird (Bekanntheit von Politikern, geographische Kenntnisse, Bedeutung von Abkürzungen usw.), geben 30% der Befragten die korrekten Antworten. Die Korrelation zwischen dem hier gemessenen Nachrichtenwissen und der Intensität der Fernsehnachrichten-Nutzung war dabei so hoch, daß die Vermutung, die Nachrichten trügen zum Erwerb einer Nachrichten-Kompetenz der Kinder wesentlich bei, zumindest nicht unberechtigt zu sein scheint (Cairns 1990).

Ob das, was hier als Kompetenz eingefangen worden ist, tatsächlich eine solche darstellt, dürfte allerdings fraglich sein. Schaut man sich einerseits Form und Inhalt der Erwachsenen-Nachrichten (Brand; Ruhrmann 1991), andererseits die Schwierigkeiten an, die eben diese Erwachsenen beim Umgang mit Fernsehnachrichten haben (Brosius III 1991, Brosius; Kepplinger 1990), wird deutlich: Kompetenzerwerb auf seiten der Kinder dürfte zunächst dadurch weitgehend verhindert werden, daß die Erwachsenen-Nachrichten mit Hindernissen gespickt sind, die die Kinder wohl kaum überwinden können (Ruhrmann 1991). Zu nennen sind insbesondere: »der Ablaufzwang des Mediums, der schnelle Wechsel unzusammenhängender Einzelmeldungen, das schwierige Vokabular und die komplizierte Sprachstruktur, die

inhaltliche Schere zwischen Text und Bild sowie der Bildungsanspruch, den die Nachrichten an den Rezipienten stellen« (Huth 1979, S. 146). Des weiteren steht einem Kompetenzerwerb entgegen, daß die Erwachsenen-Nachrichten das Kurzzeitgedächtnis der Kinder, das bei 7- bis 8jährigen drei (bei Erwachsenen sechs) Sekunden beträgt, erheblich überfordern. Dazu kommt: In den Erwachsenen-Nachrichten kann weder darauf Rücksicht genommen werden, daß sich die Kinder, zumindest bis zum 11. Lebensjahr, außerordentlich schwer darin tun, die logischen Konsequenzen von Aussagen und insbesondere ihre Zusammenhänge ohne Hintergrundinformation zu erkennen. Noch kann darauf geachtet werden, daß den Kindern – entwicklungsbedingt – das kognitive, affektive und sozial-moralische Vermögen fehlt, in die die Nachrichten eingeordnet und mit deren Hilfe sie interpretativ verarbeitet werden (Brosius II 1990).

Was ist bei Nachrichtenprogrammen zu beachten, die Kinder verstehen sollen?

Aus den zuletzt gegebenen Hinweisen folgt, daß nationale und internationale Politik wohl nur mit einem Programm Kindern nahezubringen ist, das sich an deren Sozialisationsbedingungen und -möglichkeiten orientiert.

- Im Hinblick auf die kognitiven Fähigkeiten der Kinder heißt das, daß ein solches Nachrichtenprogramm für Kinder, wenn es an die Gruppe der 9- bis 13jährigen adressiert werden soll, die der Gruppe zugehörige Entwicklungsebene zu berücksichtigen hat (Piaget 1972, Sturm 1973). Auf dieser Ebene vollzieht sich – für die 9- bis 10jährigen – der Übergang von der Stufe der konkreten zu der der formal-abstrakten Operationen und – für die 11- bis 13jährigen – die weitgehende Entfaltung eben dieser formal-abstrakten Operationen. Demnach sind die 9- bis 10jährigen in ihrer kognitiven Entwicklung einerseits noch an Konkret-Gegebenes, Konkret-Vorstellbares und
- damit an anschauliche Operationen gebunden, andererseits aber schon auf dem Wege, diese Operationen durch formal-abstrakte Verfahren zu ergänzen. Dagegen praktizieren die 11- bis 13jährigen zunehmend solche formal-abstrakten Operationen, die sich von den konkreten Vorgaben lösen und die Kinder zu ganzheits-, teil- und kausalanalytischem sowie hypothetisch-deduktivem (logisch-mathematischem) Denken befähigen.
- Im Hinblick auf die emotive Struktur der Kinder, durch die einerseits die Ausbildung von deren kognitiven Fähigkeiten auch geprägt wird, gilt vor allem zweierlei: erstens das aufzunehmen, was sie sich und der Welt an Empfindungen entgegenbringen, und insbesondere das, was sie ängstigt und schockiert; und zweitens konsequent zu beachten, daß die Kinder in dem, was sie als »richtig« erkannt zu haben glauben, nicht verunsichert werden möchten. Dementsprechend ist das (oft extreme) Verlangen der Kinder nach Themen zu werten, die einen unmittelbaren Bezug zu ihrer Erfahrung und ihren Denk- und Handlungsfähigkeiten haben. Daß diesem Verlangen der Kinder auch kritisch begegnet werden muß und ihm nicht das geopfert werden kann, was im Sinne der Entwicklung der Kinder gerade an Überschreitung der »unmittelbaren« Lebenswelt zu leisten ist, stellt einen wesentlichen Punkt im informierenden »Umgang« mit den Kindern dar.
- Im Hinblick auf die sozial-moralische Dimension der kindlichen Entwicklung ist zu bedenken, daß den Kindern, in dem, was ihnen informativ vermittelt wird, auch für sie nachvollziehbare, von ihnen realisierbare Handlungsbezüge und diese legitimierende Wertmaßstäbe nahegebracht werden. Zu vermeiden ist, daß den Kindern nur etwas informierend oder unterhaltend vorgeführt wird – die Präsentation von und die Auseinandersetzung mit Formen eigenen Engagements aber ausgeklammert bleiben.

IV. Zur Gestaltung der Kinder-Nachrichtenprogramme

Bisher liegt in Deutschland offensichtlich nur eine ausführliche Studie vor, in der Nachrichtenprogramme für Kinder unter produktanalytischen Gesichtspunkten betrachtet werden: die Form- und Inhaltsanalyse des ZDF-Nachrichtenprogramms »logo« (Begleitforschung 1989). In den folgenden Abschnitten wird daher beispielhaft auf diese Untersuchung eingegangen. Das läßt sich insofern rechtfertigen, als die wenigen Hinweise zu anderen Nachrichtenprogrammen – »Barnjournalen«, »Het Jeugdjournaal«, »Newsround«, »Behind the News«, »In the News« – ähnliche inhaltliche und formale Tendenzen vermuten lassen (Wosnitza 1982, Barnes 1979, Bourne 1986, Craven 1987, Dielessen 1989).

Die Themen, ihre Gewichtung und ihre Mischung

Zieht man die Ergebnisse der »logo«-Programmanalyse heran, ist festzustellen, daß die Themen aus der nationalen und internationalen Politik in den Sendungen dominieren, gefolgt von Beiträgen zu Natur und Umwelt und zu Kinder- und Jugendsituationen. Solchen Meldungen schließen sich dann die Kuriosa, das »nicht-alltägliche Vermischte« an. Der Unterscheid zu den Erwachsenen-Nachrichten dokumentiert sich nach der Produktanalyse darin, daß aus den genannten Ereignissen erstens »eine Mischung von ernsten, schwierigen Themen mit weniger anspruchsvollen, unterhaltenden Beiträgen« zustande kommt und zweitens vorwiegend »kinder- und jugendspezifische Themen« ausgewählt werden (Begleitforschung 1989, S. 442). Letzteres zeigt sich – nach Meinung der Begleitforschungsgruppe – in den Sendungen vor allem darin, in welchem Ausmaß die Kinder mit eigenen Aktivitäten präsentiert werden und/oder sich zu Themen äußern: In rund 60% der untersuchten »logo«-Beiträge kommen Kinder und Jugendliche vor, in einem Drittel der Beiträge können sie sich

äußern. Den stärksten Bezug zur Lebenswelt der Kinder haben die Beiträge zu Schule und Kinderinstitutionen. Zu diesen Bereichen können sich die Kinder auch am ausgiebigsten äußern. Deutlich seltener nehmen die Kinder zu politischen und Umwelt-Fragen Stellung.

Daß die »logo«-Analyse mit der Nennung der Themen, dem Verweis auf die Themenmischung und der Beschreibung des Bezugs zu den Kindern noch nicht viel über die tatsächliche thematische Qualität und ihre Verknüpfung mit der Alltagswelt der Kinder und deren Entwicklungsstand offenbart, liegt auf der Hand. Vor allem bleibt die wichtige Frage unbeantwortet, ob und wie sich das »logo«-Programm – trotz sinnvoll begründeter Themenauswahl, Themenmischung und Beziehung zur kindlichen Lebenswelt – tatsächlich strukturell, also im Hinblick auf die kindgemäße kognitive, emotive und sozial-moralische »Organisierung« des jeweiligen Themas, von den Erwachsenen-Nachrichten unterscheidet. Unbeantwortet bleibt damit ebenfalls, in welchem Maße sich bei der Realisierung des »logo«-Programms hinterrücks erhebliche Angleichungen seiner Sendungen an die etablierten Muster der Erwachsenen-Nachrichten durchsetzen und dadurch viele gute Vorsätze zunichte machen – und zwar schlicht aufgrund der engen »materialen« und institutionellen Verbindung der Kinder- mit der Nachrichtenredaktion (Hagenmaier 1988, Müntefering 1976). Daß dem so sein kann, ist in einer Pilotstudie zum Kinder-Nachrichtenprogramm »Newsround«/BBC ermittelt worden (Bourne 1986). Auch bei diesem Programm gab es am Angebot der Themen – betrachtet unter dem Aspekt ihrer informatorischen »Wertigkeit« – wenig auszusetzen. Dennoch zeigte sich, daß »Newsround« zumeist nichts anderes brachte als auf Kürze getrimmte Erwachsenen-Nachrichten.

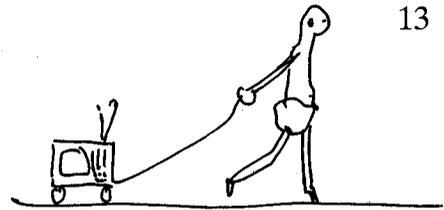
Bild, Text, Sprache und Moderation

In den »logo«-Sendungen, die jeweils drei Beiträge (zwei »schwere«, einen »leichten«), die Wetterkarte und ei-

nen »lustigen« Abspann enthalten, werden nahezu alle Programmteile mit Bildmaterial illustriert. Vom Moderator, von der Moderatorin, die die Sendung »zusammenhalten«, werden nur wenige Meldungen vorgelesen – allerdings immer mit Unterstützung durch Inserts. Die Illustrationen erfolgen durch Filmberichte mit relativ langsamem Schnitt-Tempo, Einzelgrafiken und animierten Grafikdarstellungen (Foote 1990). Letztere werden in fast 15% der Beiträge eingeblendet und als »Erklärstücke« (Begleitforschung 1989, S. 442) bezeichnet; ein ebenso großer Anteil von Beiträgen ist mit Einzelgrafiken ausgestattet. Die animierten Grafikdarstellungen dienen zumeist der Verdeutlichung von Hintergrundinformationen, bei denen auf eine weitestgehende Übereinstimmung von Bild und Text zu achten ist. Obwohl nach dem Selbstverständnis der »logo«-Redaktion das Aufklappen einer Bild/Text-»Schere« nicht nur in solchem Kontext, sondern, wenn möglich, an jeder Stelle des Programms zu vermeiden ist, konnte dennoch in 7% der Beiträge eine Bild/Text-»Schere« ermittelt werden. Die Analyse der sprachlichen Verständlichkeit der »logo«-Sendungen richtete sich gezielt auf die Satzkonstruktionen und den Umgang mit Fremdwörtern, Abkürzungen und Begriffen. Von den Begleitforschern wurde besonders hervorgehoben, wie solche Ausdrücke in den Sendungen erklärt werden und welche sprachliche Verständlichkeit das Programm insgesamt kennzeichnet.

V. Der Umgang der Kinder mit Kinder-Nachrichtenprogrammen

Da für die hiesigen Verhältnisse vor allem Ergebnisse zu in Deutschland produzierten Sendungen bedeutsam sind, wird auch im folgenden wiederum besonderes Gewicht auf die Resultate der Akzeptanz- und Verständnistests einerseits und der Wirkungs-Panelstudie andererseits gelegt, die im Rahmen der »logo«-Analyse realisiert wurden (Begleitforschung 1989, Neumann-Braun 1991).



Akzeptanz, Aufmerksamkeit und Lerneffekte

Die Ergebnisse der »logo«-Begleitforschung lassen erkennen, daß das Nachrichtenprogramm auf eine relativ große Akzeptanz stößt: 95% der Befragten halten eine Kinder-Nachrichtensendung für wichtig. 60% haben »logo« in der Pilotphase immer oder mehrmals pro Woche gesehen, 75% mindestens einmal. 50% geben »logo« eine gute, 30% eine mittlere und rund 15% eine schlechtere Bewertung. Den »logo«-Daten kann nicht entnommen werden, ob sich die befragten Kinder dem Nachrichtenprogramm intentional zuwenden oder es nur deshalb »mitnehmen«, weil sie an der »logo«-Sendung vorausgehenden oder folgenden Sendung interessiert sind (Bourne 1986). Daß letzteres vor allem bei jüngeren Kindern (unter 11 Jahren) nahezu weitgehend der Fall ist und sich erst mit dem Übergang zur Jugendphase grundlegend ändert, ist bereits des öfteren erhoben worden (Atkin 1978, Drew; Reese 1984).

Daß für die überwiegende Mehrheit der befragten Kinder wohl eher von einer intentionalen Beschäftigung mit den »logo«-Sendungen gesprochen werden kann, dokumentiert sich unter anderem im Grad der Aufmerksamkeit, mit der den »logo«-Sendungen begegnet wird. Im Gegensatz zur sonst eher schwächeren Bereitschaft der Kinder, Aufmerksamkeit konzentriert aufzuwenden und aufrechtzuerhalten (Winterhoff-Spurk 1990), bringt das »logo«-Publikum dem Programm offenbar eine ausgeprägte Aufmerksamkeit (»attentiveness«-Chaffee; Schleuder 1983, S. 102) entgegen – trotz der für die Aufnahmebereitschaft der Kinder problematischen Ausstrahlungszeit um 16.25 Uhr (Orientierung auf Schulaufgaben, Spielen, Hobby, unterhaltendes Kinderfernsehprogramm – Gunter; Jarrett; Furnham 1983). Zudem praktizieren die Kinder neben dem Zuschauen kaum Sekundärtätigkeiten.

*Dabei werden die
(politischen) Beiträge der
Sendungen um so leichter
verstanden, je enger sie sich
dem Alltagsbewußtsein
der Befragten anschließen*

In der »logo«-Untersuchung zeigt sich, daß vor allem Geschlecht, Schulart und Schichtdifferenzen für die Akzeptanz ausschlaggebend sind: Jungen bewerten die (allgemein-, wirtschafts-, kultur-, technik- und umwelt-)politischen Beiträge in den Sendungen besser, kennen die Beiträge der Sendungen insgesamt genauer und halten diese auch für verständlicher als Mädchen; Gymnasiasten haben mit der Verständlichkeit der Sendungen keine Probleme, erinnern den Inhalt der Sendungen präziser und interessieren sich für die politischen Beiträge stärker als Real- und Hauptschüler. Dabei werden in allen Schüler/innengruppen die (politischen) Beiträge der Sendungen um so leichter verstanden, je enger sie sich dem Alltagsbewußtsein der Befragten anschließen und je deutlicher und aufs Wesentliche reduziert in ihnen die Kausal- und Motivationszusammenhänge sowie die Hintergrundinformationen herauspräpariert werden (Brosius II 1990, Bourne 1986). Die zuvor erwähnten animierten Grafikdarstellungen, die grafischen Erklärstücke erweisen hier offensichtlich ihre besondere Brauchbarkeit zur Akzentuierung der »Bedeutsamkeit von Meldungen« (Brosius I 1990, S. 211). Andererseits könnte es aber gerade an diesen politischen Beiträgen liegen, daß das »logo«-Programm nur mit der Note »befriedigend« bewertet wird. Die folgenden Punkte kommen hier möglicherweise als Anlässe in Betracht. Zwar enthält eine »logo«-Sendung normalerweise nur zwei politische Beiträge. Diese sind aber in sich sehr vielfältig. Das artikuliert sich insbesondere in einem ständigen Wechsel zwischen »konkreter Text-Bild-Präsentation« und »abstraktionsforderndem Kommentar« (Sturm 1973, S. 301), in einem Vorgang also, der dem in den Erwachsenen-Nachrichten

praktizierten Verfahren nicht fern ist (Hagenmaier 1988; siehe die Kritik an BBC's »Newsround« in Bourne 1986). Das bringt die zuschauenden Kinder in eine unlusterzeugende Lage, da sie sich immer wieder gezwungen sehen, bei schwer verständlichen Text- und Bildfolgen auszusteuern und sich mit dem zu begnügen, was sie ohnehin schon wissen.

Die politischen Beiträge weisen eine erhebliche Bildfülle auf, die ebenfalls nachdrücklich an die Erwachsenen-Nachrichten erinnert. Die dabei präsentierten Haupt- und Neben-, Zentral- und Detail-Bildfolgen machen es den Kindern schwer, die im Hinblick auf das geschilderte Ereignis wirklich bedeutsamen bildlichen Hinweise aufzunehmen (Davies; Berry; Clifford 1985). Das gilt nicht nur für die 9- und 10jährigen, die – entwicklungsbedingt – mit dem Selegieren von unwichtigen Detailinformationen (noch) beträchtliche Schwierigkeiten haben und die, gerade weil sie oft verbale Aussagen (noch) nicht erfassen können, auf die hauptsächliche Bildinformation angewiesen sind. Es gilt ebenfalls für die älteren Kinder, die in ihrer Aufmerksamkeit und durch schon gezielt vorgenommene Informationsaufnahme irritiert sind und von einer zentralen zugunsten einer peripheren Verarbeitung von Bild (und Text) abgelenkt werden (Petty; Cacioppo 1988): statt Störung und Ablenkung durch Zwischen-Fragen eine solche durch »Zwischen-Bilder« (Bock 1990, Brosius II 1990, Mundorf; Drew; Zillmann 1990).

Auch in den Beiträgen verwendete Bild- und Wortsprache hat offensichtlich ihre Tücken. Nicht nur, daß einige überlange, für die Kinder kaum verfolgbare Sätze und eine Flut »irrelevanter Bildinformation« (Huth 1979, S. 147) auszumachen sind. Weil solche Bildinformationen nicht wiederholbar sind, verlangen sie erhebliche Aufmerksamkeit und Selektionsfähigkeit während des Sendungsablaufs (Bernard; Coldevin 1985). Zudem scheinen die vorgeführten und für Kinder ungemein erkenntniswichtigen bereits erwähnten Kausal- und Motivationszusammenhänge oft

nicht präzise akzentuiert und damit eine wesentliche, nachgewiesenermaßen lernstimulierende »information function« (Drew; Reeves 1981, S. 415) des Beitrags nicht transparent gemacht zu werden. Es läßt sich deshalb vermuten, daß aufgrund einer solchen Präsentation die Lernbereitschaft der Kinder nicht gesteigert wird und in den Köpfen größtenteils nur »Fragmente von Ereignissen« (Findahl; Hoijer 1979, S. 19), aus dem Zusammenhang und ihrem Hintergrund gerissene Einzelheiten zurückbleiben, die die Kinder jetzt zwar »wissen« – denen sie aber dennoch verständnislos gegenüberstehen (Drew; Reese 1984).

Aneignung von Wissen und Formung des Weltbildes

In der zuvor erwähnten Panel-Studie, die im Rahmen der »logo«-Untersuchung vorgenommen wurde, ist insbesondere der Frage nachgegangen worden, ob und wie die Rezeption von Kinderfernsehnachrichten zur Aneignung von Wissen und zur Formung des Weltbildes beiträgt. Mit Hilfe einer Erstbefragung vor und einer Zweitbefragung nach der »logo«-Ausstrahlung (Sendezeit I. Quartal 1988) ist dabei zu ermitteln versucht worden, welche Veränderungen aufseiten der 672 Schüler/innen durch eine mehr oder minder kontinuierliche Beschäftigung mit den »logo«-Sendungen eingetreten sind.

Aneignung von Wissen

Die den Schülern und Schülerinnen vorgelegten Wissensfragen beziehen sich auf Politiker und politische Ämter, auf geographische Gegebenheiten, auf Begriffe wie Kommentar, Koalition, Korrespondent. Das Resultat, bei dem – nicht verwunderlicherweise – ältere Schüler/innen besser wegkommen als jüngere, Jungen besser als Mädchen, Gymnasiasten und Realschüler besser als Hauptschüler, gleicht weitgehend dem aus anderen Studien (Drew; Reese 1984, Drew; Reeves 1981) und ist nach Ansicht der Forschungsgruppe beeindruckend: ». . . fast alle der oben genannten Wissensindikatoren – Bekanntheitsgrad von Politikern, Wis-

sen zu politischen Ämtern, geographisches Wissen und Begriffe – (weisen) in der Gesamtstichprobe bei der Zweitbefragung höhere Werte auf . . . als bei der Erstbefragung . . . Der Wissensstand der Befragten . . . hat sich also im Zusammenhang mit der Nutzung von »logo« signifikant verbessert« (Begleitforschung 1989 S. 449).

Nicht eingegangen wird auf das Problem, das sich in früheren Studien anlässlich solcher Korrelationen von Nachrichtennutzung und Wissensstand gezeigt hat. Dort wurde festgestellt, daß Wissen und Programmnutzung zwar korrelieren, von einer linearen Kausalwirkung aber nicht geredet werden kann, da Wissensstand wie Art der Programmnutzung gleichzeitig von anderen, in der jeweiligen Untersuchung nicht kontrollierten Variablen – Schulunterricht, Gespräche mit Eltern etc. – abhängen (Ballstaedt; Hinkelbein 1976).

Auch auf das Verhältnis der als Wissen angeeigneten Informationen zu jenen, die dem Vergessen anheimfallen, ist kein Hinweis zu finden – wobei es nicht nur um das Behalten und Vergessen der kognitiven Gehalte, sondern auch um das der emotionalen Qualitäten des Programms geht (Müntefering 1976). Bekanntermaßen setzt das Vergessen bei Kindern sehr schnell und breit ein, »verschont« aber – zumindest zunächst – das, was sie für die (zumeist sehr wenigen) kognitiven und/oder emotionalen Kernaussagen der Nachricht halten (Früh 1990). Einzuräumen ist allerdings, daß es gerade bei Kindern besonders schwer zu durchschauen ist, wie sie diese Kernaussagen verarbeiten und in das bei ihnen bereits vorhandene Gefüge aus Wissen, Affekten und Interpretationen einklamern (Graber 1984; Bock 1990).

Ebenfalls undiskutiert bleiben zahlreiche weitere Thesen zum Thema »Vergessen« – beispielsweise: daß kommentarlose Nachrichten rascher und eher vergessen werden als (verbal und/oder optisch) kommentierte (Graber 1990, Grimes 1990); daß »geschichtslose« Informationen sich rascher und eher desintegrieren als »geschichtenerzählende« (Müntefering

1976); daß vorgelesene Meldungen rascher und eher verblasen als filmisch ergänzte (Drew; Reese 1984); daß solche Informationen rascher und eher verschwinden, deren Aufnahme gestört wird, als jene, die konzentriert und in Ruhe rezipiert werden (Bernard; Coldevin 1985, Bock 1990); daß solche Nachrichten rascher und eher aus dem Gedächtnis verschwinden, die aus Unterhaltungsinteresse oder in Nachahmung der Eltern angeschaut werden (Bourne 1986), als jene, denen die Kinder unterstellen, sie könnten etwas aus ihnen lernen (Drew; Reeves 1981).

Wenig wird in der »logo«-Begleitforschung auch auf die mit dem Alter gegebenen Unterschiede zwischen den 9- bis 11- und den 12- bis 13jährigen eingegangen. So wird beispielsweise die bekannteste (zumindest implizit), auch in die »logo«-Forschung eingehende Hypothese nicht systematisch aufgegriffen, daß den 9- bis 11jährigen nur »konkrete oder personalisierte Informationsinhalte«, nicht aber »abstrakte Zusammenhänge . . . wie Bedeutung politischer Parteien, Beschaffenheit gesetzgeberischer Verfahren« (Huth 1979, S. 150) vermittelbar sind. Hätte man diese Hypothese gebührend berücksichtigt, wäre auch einem anderen Sachverhalt konsequent nachzugehen gewesen. Der Frage nämlich, ob überhaupt ein Nachrichtenprogramm realisierbar ist, das sowohl für 9- bis 11jährige, die sich teils in, teils in der Nähe der Entwicklungsphase des konkret-operationalen Denkens befinden, wie für 12- bis 13jährige tauglich sein kann (s. a. Beitrag Böhme-Dürr S. 6 ff.), die sich zumindest weitgehend auf der Ebene des formal-abstrakten Denkens bewegen (Conway; Stevens; Smith 1975).

Obwohl im Rahmen der »logo«-Begleitforschung eine kleine qualitative Analyse zur Auswirkung der familialen Konstellation auf die Nachrichtennutzung der Kinder durchgeführt worden ist, hat sich die ZDF-Forschungsgruppe nur beiläufig mit der These beschäftigt, die den Zusammenhang zwischen Herkunftsschicht und -familie der Kinder und deren

Wissensaneignung festhält (Chaffee; Tims 1977, McLeod; Brown 1979, Atkin; Miller 1981). Die These besagt, daß sich jene Kinder bei der Nutzung von Kinder-Nachrichten das meiste Wissen aneignen, die der oberen Mittelschicht und damit Familien angehören, die in ihrer Mehrheit ein überdurchschnittliches hohes Interesse am Zeitgeschehen und eine ausgeprägte Präferenz für Nachrichtensendungen aufweisen (Atkin; Gantz 1979). Zudem sind die Themen zum Thema »Alter«, »Schicht« und »Familie« im vorliegenden Kontext auch deshalb von Bedeutung, weil über sie differenziert dargestellt werden kann, auf welche alters-, schicht- und familienbedingten Einstellungs-, Kenntnis- und Gefühlsmuster die rezipierten Nachrichten treffen. Es können damit jene Muster einbezogen werden, die als Vorformen der sich ausbildenden Wissens-, Affekt- und Weltbildstrukturen der Kinder anzusehen sind. Damit kann aber auch gezielt auf das Hauptproblem Bezug genommen werden, das die Sozialisation der Kinder und deren handlungsleitende Themen bestimmt: das Hineinwachsen in eine Welt, zu deren Erwachsenenautoritäten die Kinder in einem sehr gebrochenen Identifikationsverhältnis stehen (Schmidbauer; Löhr 1993). Gerade für den (sinnvollen) Umgang der Kinder mit Nachrichten dürfte dieses Problem besondere Bedeutung haben, da aus ihm Blockaden erwachsen können, die ein Nachrichtenprogramm erst einmal durchbrechen muß, bevor es wirksam werden kann. Denn jene »gebrochene« Beziehung der Kinder zu Eltern und Erwachsenen – eine Beziehung, die gleichermaßen selbstbezogen und anpassungsbereit, autoritätsabweisend und schutzbedürftig, entscheidungsunwillig und sinnsuchend, Kränkungen leicht zugänglich und zuwendungsbereit ist, macht es den Kindern oft schwer, Anleitungen als verbindlich hinzunehmen; Lernerfordernisse zu akzeptieren, wenn sie nicht als unmittelbar persönlich relevant und befriedigend einzustufen sind; und sich mit Anforderungen auseinanderzusetzen, die – wie das bei

Nachrichten durchweg der Fall ist – ihre gesamte kognitive, emotive und sozialmoralische Verfassung beeinflussen und verändern können.

Formung des Weltbilds

Die den Schülern und Schülerinnen zum Thema »Weltbild« vorgetragenen Fragen orientieren sich an den Schätzwerten der Schüler/innen im Hinblick auf den Anteil von Gewaltverbrechen, die Höhe der Jugendarbeitslosigkeit, das Ausmaß von Umweltschäden, den Grad der Entfremdung/Hilflosigkeit). In der Erstbefragung – vor der »logo«-Ausstrahlung – ist sichtbar geworden, daß die Schätzwerte hinsichtlich des Wohnorts (des persönlichen Lebens) eine relativ geringe, hinsichtlich der Bundesrepublik (der sozialen Umwelt) aber eine nicht unerhebliche »Bedrohtheit« signalisieren. Das Weltbild der Schüler/innen wird demnach durch das – bekanntermaßen auch für den Querschnitt der Bevölkerung geltende – »geteilte Meinungsklima« geprägt. (Wie sich die Einschätzungen verändern, wenn sich die Kinder auf andere, fremde Länder beziehen, war offensichtlich kein Thema in der »logo«-Untersuchung, obwohl die Bedeutung der Fernsehberichterstattung für das Bild, das sich Kinder von anderen Ländern machen, sehr beträchtlich ist [Atkin; Garramone 1984].) In der Zweitbefragung – nach der »logo«-Ausstrahlung – kommt dagegen zum Vorschein, daß »die eigene Lebenswelt, wie die soziale Umwelt nach der »logo«-Testphase für weniger bedrohlich gehalten (wird) als vorher« und »Befunde zu allgemeinen Weltbildfragen . . . entweder keine Veränderung oder aber signifikante Verbesserungen (zeigen)« (Begleitforschung 1989, S. 450). Liegt das nun daran – das hoffen die »logo«-Forschungsgruppe und die »logo«-Redakteure gleichermaßen –, daß in den »logo«-Sendungen so gekonnt mit der (wo auch immer herrührenden) Angst der Kinder umgegangen wird, daß diese ein Stück weit abgebaut wird (Groebel 1990, Müller II 1990)? Die Antwort steht noch aus (Aufenanger 1990).

In der bereits zitierten Untersuchung des »Newsround«-Programms gibt es hierzu allerdings Hinweise, die der Auffassung der »logo«-Forscher und -redakteure nicht ganz entsprechen. Dort wird festgestellt, daß der entscheidende Faktor für die »Weltbild-Verbesserung« möglicherweise doch in der Selektion des Stoffes zu suchen ist, der den Kindern angeboten wird. Denn bei dem Vergleich von Erwachsenen- und Kinder-Nachrichten kam heraus, daß – bei nahezu identischem Nachrichtenmaterial – in den Erwachsenen-Nachrichten eine unsichere, problemgeladene und gefährliche, in den Kinder-Nachrichten aber eine eher hoffnungsvolle, sichere und das persönliche Leben achtende Welt vorgestellt wurde (Bourne 1986). Daß sich ein solch »positiver« Zusammenhang zwischen dem in einem Programm angebotenen und dem dadurch im Kopfe der Kinder entstehenden Weltbild um so leichter herstellen kann, je weniger die Kinder über die sie tatsächlich umgebende Wirklichkeit Bescheid wissen, liegt auf der Hand (Cohen; Adoni; Drori 1983, Adoni; Cohen; Mane 1984).

LITERATUR

- Adoni, H.; Cohen, A. A.; Mane, S.: *Social Reality and Television News: Perceptual Dimensions of Social Conflicts in Selected Life Areas*. In: *Journal of Broadcasting*, 28/1984/1, S. 33 ff.
- Atkin, C. K.: *Broadcasting news programming and the child audience*. In: *Journalism Quarterly*, 22/1978/1, S. 47 ff.
- Atkin, C. K.; Gantz, W.: *Wie Kinder auf Fernsehnachrichten reagieren. Nutzung, Präferenzen, Lernen*. In: *Fernsehen und Bildung*, 13/1979/1-2, S. 21 ff.
- Atkin, C. K.; Garramone, G.: *The Role of Foreign News Coverage in Adolescent Political Socialization*. In: *Communications*, 10/1984/1-3, S. 43 ff.
- Atkin, C. K.; Miller, M. M.: *Parental Mediation of Children's Television News Learning*. In: *Communications*, 7/1981/1, S. 85 ff.
- Aufenanger, S.: *Kindernachrichten »logo« – Politische Bildung auf neuen Wegen*. In: *Medien praktisch*, 14/1990/3, S. 17 ff.
- Ballstaedt, P.-S.; Hinkelbein, S.: *Alltagsfern, oberflächlich, unverständlich*. In: *Psychologie heute*, 3/1976/9, S. 13 ff.
- Barnes, E.: *John Craven's Newsround. Ein aktuelles politisches Kinderprogramm der BBC*. In: *Fernsehen und Bildung*, 13/1979/1-2, S. 41 ff.
- Begleitforschung zur ZDF-Nachrichtensendung für Kinder »logo«. *Konzeption und erste Ergebnisse*. In: *Media Perspektiven*, 7/1989, S. 436 ff.
- Bernard, R. M.; Coldevin, G. O.: *Effects of Recap Strategies on Television News Recall and Retention*. In: *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 29/1985/4, S. 407 ff.
- Bock, M.: *Wirkung von Werbung und Nachrichten im Druckmedium und Fernsehen. Bericht über eine experimentelle Untersuchungsreihe*. In: *Medienpsychologie*, 2/1990/2, S. 132 ff.
- Bourne, C.: *Children's Television News as Political Communications*. Hrsg: *International Television Studies Conference, London 1986*.
- Brand, M.; Ruhmann, G.: *Zeigesehen a la carte. Ereignis, Nachricht und Rezipient (Funkkolleg des Hessischen Rundfunks: Medien und Kommunikation – Konstruktionen von Wirklichkeit, 14. Kollegstufe)*. Frankfurt am Main 1991.
- Brosius, H.-B.: *Vermittlung von Informationen durch Fernsehnachrichten. Einfluß von Gestaltungsmerkmalen und Nachrichteninhalten*. In: K. Böhme-Dürr; J. Emig; N. M. Seel (Hrsg.): *Wissensveränderung durch Medien. Theoretische Grundlagen und empirische Analysen*. München, London, New York, Paris 1990, S. 197 ff. (= Brosius I)
- Brosius, H.-B.: *Verstehbarkeit von Fernsehnachrichten*. In: M. Kunzlik; U. Weber (Hrsg.): *Fernsehen – Aspekte eines Mediums*. Köln, Wien 1990, S. 37 ff. (= Brosius II).
- Brosius, H.-B.: *Format Effects on Comprehension of Television News*. In: *Journalism Quarterly*, 68/1991/3, S. 396 ff. (= Brosius III)
- Brosius, H.-B.; Kepplinger, H. M.: *The Agenda Setting Function of Television News: Static and Dynamic Views*. In: *Communication Research*, 17/1990/2, S. 183 ff.
- Cairns, E.: *Impact of Television News Exposure to Children's Perceptions of Violence in Northern Ireland*. In: *Journal of Social Psychology*, 130/1990/4, S. 447 ff.
- Cameron, G.; Schleuder J.; Thorson, E.: *The Role of News Teasers in Processing TV News and Commercials*. In: *Communications Research*, 18/1991/5, S. 667 ff.
- Chaffee, S. H.; Schleuder, J.: *Measurement and Effects of Attention to Media News*. In: *Human Communications Research*, 13/1988/3, S. 76 ff.
- Chaffee, S. H.; Tims, A. R.: *Kommunikationsmuster und Fernsehnutzung Jugendlicher. Eine Untersuchung des Einflusses von Familie und Gleichaltrigen*. In: *Fernsehen und Bildung*, 11/1977/3, S. 249 ff.
- Cohen, A. A.; Adoni, H.; Drori, G.: *Adolescent's Perceptions of Social Conflicts in Television News and Social Reality*. In: *Human Communications Research*, 10/1983/2, S. 203 ff.
- Conway, M.; Stevens, A.; Smith R.: *The Relation between Media Use and Children's Civic Awareness*. In: *Journalism Quarterly*, 52/1975/-, S. 531 ff.
- Craven, J.: *Images of the World. Documentaries for Children, News and Current Affairs*. München 1987.
- Czurr, B.; Ferenz, H.: *Kick – Nachrichten für Kinder. Projekt der Bürgerradio-Hörfunkwerkstatt Berlin*. In: *Medien praktisch*, 15/1991/3, S. 47 ff.
- Davies, M. M.; Berry, C.; Clifford, B.: *Unkindest Cuts? Some Effects of Picture Editing on Recall of Television News Information*. In: *Journal of Educational Television*, 11/1985/2, S. 85 ff.
- Dielessen, G.: *The Justification for a News Programme for Children*. In: *EBU review*, 40/1989/1, S. 20 ff.
- Drew, D. G.; Reese, S. D.: *Children's Learning from a Television Newscast*. In: *Journalism Quarterly*, 61/1984/1, S. 83 ff.
- Drew, D.; Reeves, B.: *Learning from a Television News Story*. In: G. C. Wilhoit; H. de Bock (Hrsg): *Mass Communications Review Yearbook*. Beverly Hills 1981, S. 404 ff.
- Findahl, O.; Hoijer, B.: *Nachrichtensendungen – wie werden sie verstanden?* In: *Fernsehen und Bildung*, 13/1979/1-2, S. 7 ff.
- Foot, J. S.; Saunders, A. C.: *Graphic Forms in Network Television News*. In: *Journalism Quarterly*, 67/1990/3, S. 501 ff.
- Früh, W.: *Strukturierung themenbezogenen Wissens bei Massenmedien und Publikum*. In: K. Böhme-Dürr; J. Emig; N. M. Seel (Hrsg.), S. 151 ff.
- GFK: *Sonderanalyse »Kinder und Nachrichten« für das I. Quartal 1987*. Nürnberg 1987.
- Graber, D.: *Processing the News; How People Tame the Information Tide*. New York 1984.
- Graber, D. A.: *Seeing is Remembering; How Visuals Contribute to Learning from Television News*. In: *Journal of Communications*, 40/1990/3, S. 134 ff.
- Grimes, T.: *Audio-Visual Correspondence and Its Role in Attention and Memory*. In: *Educational Technology, Research and Development*, 38/1990/3, S. 15 ff.
- Groebel, J.: *»Mach« das Fernsehen die Umwelt bedrohlich? Strukturelle Ergebnisse einer Längs-*

schnittstudie zu Fernsehwirkungen. In: M. Kunczik; U. Weber (Hrsg.), S. 121 ff.

Gunter, B.; Jarrett, J.; Furnham, A.: *Time of Day Effects on Immediate Memory for Television News*. In: *Human Learning*, 2/1983/4, S. 261 ff.

Hagenmaier, M.: *Konstruierte Wirklichkeit. Zur ZDF-Nachrichtensendung für Kinder: »logo – Neues von hier und anderswo«*. In: *Funk-Korrespondenz* Nr. 15/15. 4. 1988, S. P 1 ff.

Huth, S.: *Verstehen und Behalten von Nachrichtensendungen. Eine ausgewählte Darstellung empirischer Befunde*. In: *Fernsehen und Bildung*, 13/1979/1-2, S. 142 ff.

Jensen, K.; Rogge, J.-U.: *Das Experiment »Durchblick«*. Analysiert unter dem Aspekt der politischen Bildung von Schülern. In: *Fernsehen und Bildung*, 13/1979/1-2, S. 82 ff.

Mattusch, U.: *Nachrichten für Kinder. Stationen einer Entwicklung*. In: H. D. Erlinger (Hrsg.): *Kinderfernsehen III*. Essen 1991, S. 73 ff.

McLeod, J. M.; Brown, J. D.: *Familiale Kommunikationsmuster und die Fernsichtnutzung Jugendlicher*. In: H. Sturm; J. Brown (Hrsg.): *Wie Kinder mit dem Fernsehen umgehen*. Stuttgart 1979, S. 215 ff.

Müller, S.: *»logo« – Kinder wollen ernstgenommen werden*. In: *ZDF-Jahrbuch 1989*. Mainz 1988, S. 144 ff. (= Müller I)

Müller, S.: *Logo – the ZDF's News Programme for Children*. In: *EBU review*, 41/1990/3, S. 15 ff. (= Müller II)

Mundorf, N.; Drew, D.; Zillmann, D.; Weaver J.: *Effects of Disturbing News on Recall of Subsequently Presented News*. In: *Communication Research*, 17/1990/5, S. 601 ff.

Müntefering, G. K.: *Zum EBU-Workshop »Information and News for Children«*. In: *epd* 31/32 v. 24. 4. 1976.

Neumann-Braun, K.: *Kinder mögen Nachrichten. Beobachtungen zur Rezeption von »logo« in der Einführungsphase der neuen ZDF-Kindernachrichten*. In: *ZDF (Hrsg.): Kinderfernsehen – Fernseh-kinder*. Mainz 1991, S. 224 ff.

Petty, R. T.; Cacioppo, J. T.: *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York 1988.

Piaget, J.: *Psychologie der Intelligenz*. Olten Freiburg 1972.

Ruhrmann, G.: *Rezipient und Nachricht. Struktur und Prozeß der Nachrichtenkonstruktion*. Opladen 1989.

Schmidbauer, M.: *Die Geschichte des Kinderfernsehens in der Bundesrepublik Deutschland. Eine Dokumentation*. München, New York, London, Paris 1985

Schmidbauer, M.; Löh, P.: *Fernsehkinder – »Neue Sozialisationsstypen«?* München: Stiftung Prix Jeunesse 1993.

Sturm, H.: *Fernsehen und Entwicklung der Intelligenz*. In: F. Ronneberger (Hrsg.): *Sozialisation durch Massenmedien*. Stuttgart 1973, S. 290 ff.

Wellershoff, I.; Ammermann, A.; Müller, S.: *Konzeptionen konkret. Beispiele aus dem aktuellen Kinderprogramm des ZDF*. In: *ZDF (Hrsg.): Kinderfernsehen – Fernseh-kinder*, Mainz 1991, S. 53 ff.

Winterhoff-Spurk, P.: *Wissensvermittlung durch Nachrichten? Zur Kritik der Lehrfilm-Metapher*. In: K. Böhme-Dürr; J. Emig; N. M. Seel (Hrsg.), S. 173 ff.

Wosnitza, A.-R.: *Fernsehnachrichten für Kinder – Eine kritische Bestandsaufnahme*. Frankfurt am Main 1982.

Wright, J. C.; Kunkel, D.; Pinon, M.; Huston, A. C.: *How children reacted to televised coverage of the space shuttle disaster*. In: *Journal of Communication*, 39/1989/(spring), S. 84 ff.

Verstehen – ja oder nein? Zur Gestaltung von Kinder- nachrichten im Fernsehen

Paul Löh

Die im folgenden besprochene Literatur umfaßt Dokumente zur Geschichte der Fernsehnachrichten für Kinder (1.), zum Selbstverständnis der Programmverantwortlichen/Redakteure (2.), zur Programmanalyse (3.), zur Nutzungsanalyse (4.) und zur

fernsehpädagogischen Einschätzung (5.). Da manche Texte Beiträge zu mehreren der genannten Bereiche liefern, sind die angegebenen Querweise am Schluß einiger Texte beachtenswert.

1. Zur Geschichte der »Fernsehnachrichten für Kinder«

Mattusch, U.: Nachrichten für Kinder. Stationen einer Entwicklung. In: H. D. Erlinger (Hg.): *Kinderfernsehen III*. Essen: Die blaue Eule 1991, S. 73 ff.

In seinem Beitrag macht Mattusch deutlich, welchen Stellenwert Kindernachrichtenprogramme in der Geschichte von ARD/ZDF gespielt haben. Abschnitt 1 enthält eine tabellarische Zusammenstellung der Kindernachrichtensendungen, die im Zeitraum von 1970 bis 1990 produziert und ausgestrahlt worden sind. In Abschnitt 2 finden sich die detaillierten Beschreibungen einiger Sendun-

gen: »Nachrichten des Monats«/HR/1970; »Tagesschau auch für Kinder«/ARD/1971; »Durchblick«/SDR, SR, SWF/1976–1979. Abschnitt 3 ist dem aktuellen ZDF-Kindernachrichtenprogramm »logo« gewidmet. Skizziert werden hier das Selbstverständnis der verantwortlichen Redaktion und einige wesentliche Resultate aus der »logo«-Begleitforschung, in der sowohl die Konzeption des Programms und dessen Realisation wie die Reaktionen und Einstellungen des Kinderpublikums untersucht worden sind. (Siehe 4.: Wosnitza, A.-R.; s. 5.: Jensen, K.; Rogge, J.-U.)

2. Zum Selbstverständnis der Programmverantwortlichen/Redakteure

Wellershoff, I.; Ammermann, A.; Müller, S.: Konzeptionen konkret. Beispiele aus dem aktuellen Kinderprogramm des ZDF. In: *ZDF (Hg.): Kinderfernsehen – Fernseh-kinder*. Mainz: von Hase & Köhler 1991, S. 53 ff.

In dem Beitrag wird eine knappe Skizze der »logo«-Konzeption und des Selbstverständnisses der »logo«-

Redaktion angeboten. Der Beitrag ist insbesondere deshalb von Bedeutung, weil sich in ihm die verantwortliche »logo«-Redakteurin Susanne Müller äußert. (Siehe 3.: Brand, M.; Ruhrmann, G.; s. 4.: Begleitforschung zur ZDF-Nachrichtensendung für Kinder »logo«; s. 4.: Wosnitza, A.-R.; s. 5.: Jensen, K.; Rogge J.-U.)

DER AUTOR

Michael Schmidbauer, Dr. phil., ist Soziologe und freier wissenschaftlicher Autor.