

Markus Schächter

logo!

Krieg, Terror und andere Katastrophen im Kinderfernsehen

Eine Berichterstattung für Kinder darf Krisensituationen nicht außen vor lassen. *logo!* bietet gerade in diesen Situationen durch Einordnungshilfe und Erklärstücke Unterstützung. Dramatisierung und Sensationsmache werden gezielt vermieden.

In einer Welt von Kriegen und Terroranschlägen ist es ein frommer Wunsch vieler Eltern, ihre Kinder vor diesen Grausamkeiten zu schützen. Das war auch beim Irak-Krieg nicht anders. Möglicherweise wünschen sich manche Eltern jenseits der täglichen Realitäten so sehr eine bessere und friedliche Welt für ihre Kinder, dass sie glauben, wenn die Kinder keine Nachrichten schauen, könnte sich diese Illusion länger bewahren. Kindern aber nur von Lichterketten oder Friedensgebeten zu erzählen würde bedeuten, ihnen einen guten Teil der Wahrheit verschämt zu verschweigen. Verschämt, weil es schließlich die Erwachsenen sind, die diese Welt täglich gestalten. Der Psychoanalytiker Bruno Bettelheim, der vor über 20 Jahren provozierte, als er die These formulierte: »Kinder brauchen Märchen«, postuliert auch, dass Kinder Realität brauchen, selbst da, wo sie gewalttätig ist. Jedes Kind muss lernen, warum es Gewalt gibt und wie man mit ihr bei sich selbst und bei anderen umgehen soll. Die Erwachsenen haben die Auf-



Markus Schächter

gabe, die Ereignisse einzuordnen und zu erklären, damit es nicht zu falschen Einschätzungen seitens der Kinder kommt, zu unberechtigten Sorgen oder übergroßen Angstgefühlen. Was Kinder einordnen und in einen Bezug zu ihrer Lebenswirklichkeit setzen können, verhindert diffuse Ängste, die in der kindlichen Fantasie schnell übergroß werden können. Das sind gute Gründe, die uns darin bestätigen, eine Kindernachrichtensendung wie *logo!* zu machen. *logo!* ist täglich aktuell, die Topnews der Erwachsenen finden sich auch hier, aber die Nachrichten werden eingeordnet, Hintergründe werden erklärt. *logo!* bietet den jungen Zuschauern einen Abgleich der Nachricht mit ih-

rer eigenen Lebens- und Erfahrungswelt. Die Einordnung der Nachricht in einen erklärenden Kontext steht vor der Aktualität. Ein schreckliches Ereignis, das kurz vor der Sendung über die Agenturen käme, würde, wenn überhaupt, nur kurz gemeldet mit dem Hinweis, dass die Kinder dazu in der Sendung des kommenden Tages mehr erfahren werden. Im Gegensatz zu vielen aktuellen Sendungen kann *logo!* als Kindersendung es sich leisten, unaufgeregt zu reagieren und auf einordnende Erklärungen am nächsten Tag zu verweisen.

logo! orientiert sich an Kinderfragen, ganz besonders, wenn es um tief greifende und erschütternde Nachrichten geht. Nach dem 11. September, aber auch anlässlich des Irak-Krieges, wurde die Redaktion mit einer Flut von Fragen per Mail, per Post und per Telefon überhäuft. Viele dieser Fragen konnte *logo!* in der Sendung beantworten.

Ganz besonderen Wert legen wir darauf, dass *logo!* auf jegliche Emotionalisierung verzichtet und dass es keine Bilder gibt, die Kindern Alpträume bereiten könnten. Manche der hochdramatischen, unangemessen emotionalen Berichte in *Explosiv* auf RTL oder in *Blitz* auf SAT.1 aus dem Alltagsleben sind für Kinder eindeutig beängstigender als ein Erklärstück bei *logo!* zu Saddam Hussein. Bei uns gibt es keine dramatisierenden Texte oder Musiken. *logo!* sucht nach passenden Bildern und zeigt in einem

Bericht über die Gefahren des Reporterberufs im Kriegsgebiet keine getöteten Journalisten. Stattdessen sehen wir ein Bild des ZDF-Korrespondenten Tilgner in Bagdad, der bei einem Geräusch erschreckt den Kopf einzieht. Das erklärt die Gefährlichkeit der Lage kindgerecht, nachvollziehbar und ohne jede Sensationsmache.

Wie wir wissen, unterscheiden Kinder ganz deutlich zwischen fiktiver und realer Gewalt. Echtmenschenfernsehen (wie Barbara Sichtermann es nennt) erschüttert sie deutlicher als fiktionale Programme. Zu heftige Bilder blockieren und verhindern die Aufnahme von Information, da reagieren Kinder und Erwachsene gleich, obwohl die Schwelle bei Kindern niedriger ist. Da *logo!* Informationen als Hilfe zur Verarbeitung bieten will, kommen zu heftige Bilder schon allein aus diesem Grund nicht in Frage.

Eine weitere wichtige Funktion von *logo!* ist, dass die Sendung Kindern eine Stimme gibt. Wenn es zu dramatischen Ereignissen O-Töne von Kindern gibt, zeigt das nicht nur, dass hier ihre Meinung gehört wird, sondern auch, dass sich kein Kind mit seinen Sorgen alleine fühlen muss. In



Kriegsberichterstattung bei *logo!*

der Sendung wird durch die Kinder-O-Töne kommuniziert, dass viele Kinder ähnlich reagieren oder betroffen sind. Ein weiteres Plus unserer Kindernachrichten ist, dass *logo!* immer Rat anbietet, wie Kinder mit ihrer Wut oder Angst über aktuelle Ereignisse umgehen können.

Im Übrigen: Kinder haben im Allgemeinen ein ganz gutes Gespür dafür, was sie verkraften können und was nicht. Bei *logo!* wissen sie, was sie erwartet und dass sie nicht mit schockierenden Bildern überrascht werden. Deshalb vertrauen sie dieser Sendung. *logo!* ist zu Recht eine Instanz, an die Kinder sich wenden, die Kinder absolut ernst nimmt und sie in ihrer Entwicklung unterstützt.

Was ich an *logo!* in Krisenzeiten gleichermaßen hoch schätze wie die

aktuelle Berichterstattung ist die Tatsache, dass die Sendung den jungen Zuschauern auch vermittelt, dass es noch ein anderes Leben jenseits des dramatischen Nachrichten- oder Weltgeschehens gibt und dass man sich über schöne Dinge in der Welt freuen kann.

Wie wir wissen, wird *logo!* auch von vielen Eltern mit ihren Kindern gesehen. Dies begrüße ich in Krisenzeiten natürlich besonders. Denn kein Fernsehprogramm für Kinder – so hochwertig und verantwortungsvoll es auch gemacht ist – ersetzt das Gespräch mit den Eltern. Kind sein heißt auch, Angst zu haben: vor bösen, dunklen Mächten oder realen Ereignissen. Eltern sein heißt, Kinderängste ernst zu nehmen, sie zu mildern, zu erklären und die Kinder in den Arm zu nehmen. ■

DER AUTOR

Markus Schächter ist Intendant des ZDF in Mainz.

Acht Jahre leitete er die ZDF-Redaktion Kinder und Jugend und führte Sendungen wie *logo!*, *Siebenstein* und *mittendrin* ein.

IMPRESSUM

Herausgeber: Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) beim Bayerischen Rundfunk

Redaktion: Dr. Maya Götz (Leitung)
Petra Strohmaier

Redaktionsassistentin: Rosemarie Hagemeister

Satz: Text+Design Jutta Cram,
Bismarckstraße 52, D-86391 Stadtbergen,
www.textplusdesign.de

Druck: Elges Media GmbH,
Raiffeisenstraße 13, D-86167 Augsburg
ISSN 0943-4755

Anschrift der Redaktion:

Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)
Rundfunkplatz 1, D-80335 München
Telefon: 089/5900-2991, Fax: 089/5900-2379
Internet: <http://www.izi.de>
E-Mail: IZI@brnet.de

»TelevIZion« erscheint zweimal jährlich im Selbstverlag des IZI. Der Bezug ist kostenfrei. Bitte richten Sie Ihre Bestellung an die Redaktionsadresse. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Erlaubnis des Herausgebers.