

TELEVIZION

33/2020/1

Internationales Zentralinstitut für das
Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)

KINDER, MEDIEN UND COVID-19



Es ist ein komisches
Gefühl, rund um
die Uhr eingesperrt
zu sein

beschreibt ein 11-jähriger Junge aus Chile,
wie es ihm in der Coronakrise geht





Dr. Maya Götz
Leiterin des Internationalen
Zentralinstituts für das
Jugend- und Bildungs-
fernsehen (IZI) und
des PRIX JEUNESSE
INTERNATIONAL

Ende November 2019 traten in der chinesischen Stadt Wuhan die ersten Fälle einer unbekanntem Lungenerkrankung, die später COVID-19 heißen wird, auf. Ausgelöst wurde sie durch das neuartige Coronavirus SARS-CoV-2. Das in der Alltagssprache »Corona« genannte Virus verbreitete sich innerhalb weniger Wochen über weite Teile der Welt und löste eine Pandemie aus, wie es sie seit einem Jahrhundert nicht mehr gegeben hat. Die Regierungen reagierten in unterschiedlichem Tempo und mit unterschiedlicher Konsequenz, aber für die meisten war klar: Kinder sollten in dieser Situation nicht mehr zur Schule, in die Kita oder den Hort gehen, sondern zu Hause bleiben – eine Situation, auf die weder Eltern, Schulen noch die Kinder selbst vorbereitet waren.

Was bedeutet das für Kinder? Erste Studien zur Situation von Kindern und Familien liegen vor (vom Orde). Berichte von Kindernotrufzentralen zeigen, dass Kinder in diesen Zeiten der Isolation zum Teil in große seelische Nöte geraten können (Pütz) und die Vereinbarkeit von Homeoffice und Homeschooling Familien an ihre Grenzen bringen kann (Kinateter). Wie es Kindern im Detail geht, wie sie mit der Situation umgehen, welche Sorgen und Ängste sie haben und welche Bedeutung Medien zukommt, untersuchte eine internationale Studie in 42 Ländern. Per Onlinefragebogen wurden Kinder in der Zeit des Lockdown-Höhepunkts befragt, wodurch ein erster Vergleich nach Weltregionen ermöglicht wurde. Im internationalen Vergleich werden dabei viele Ähnlichkeiten, aber auch besondere Herausforderungen von Kindern in verschiedenen Ländern deutlich, wie Fallstudien aus dem Iran (Asgari), aus Syrien und dem Libanon (Al-Haj Hussein) sowie Tansania (Borzekowski) zeigen. Ein zentrales Ergebnis der Studie: Kinder, die gut informiert sind, haben weniger unangemessene Ängste (Götz & Mendel).

Entsprechend wichtig sind altersgerechte Medienangebote. In Deutschland wurden dazu in sehr kurzer Zeit verschiedenste Initiativen auf die Beine gestellt (Baranowski). Insofern ergaben sich für die Kinderfernsehindustrie auch neue Chancen, wenngleich diverse Produktionen gestoppt werden mussten und der gesamte Produktionsbetrieb vor neue Herausforderungen gestellt wurde (Steemers & Götz). Welche Kreativität eine Krise freisetzen kann, zeigt sich dabei nicht nur im professionellen Kinderfernsehen, sondern auch im Internet in Memes (Pauliks) und diversen ästhetischen Ausdrucksformen (vom Orde) – Ansätze, die auch für Profis eine Inspiration für neue Wege sein könnten. Denn Krisen sind immer auch Chancen, wobei besonders Kinder in dieser Situation unsere Unterstützung bei den großen Herausforderungen brauchen (u. a. Fröhlich-Gildhoff). Was das konkret heißen kann, fasst diese TelevIZion zum Thema »Kinder, Medien und COVID-19« zusammen.

Kinder, Medien und COVID-19

In einer internationalen Studie wurden Kinder in 42 Ländern dazu befragt, wie sie die Coronakrise erleben, wie sie Medien zurzeit nutzen und welches Wissen sie über das Coronavirus haben.

Lesen Sie weiter auf Seite 4

Wie wirkt sich die COVID-19-Pandemie auf Kinder im Iran aus?

Der Artikel bietet einen Einblick in die Ergebnisse der qualitativen Studie »Kinder, Medien und COVID-19«, für die im Iran n=10 Kinder via WhatsApp und Skype interviewt und n=83 iranische Kinder in einer Online-Erhebung befragt wurden.

Lesen Sie weiter auf Seite 11



»Keep the energy!« – Kinderfernsehen in Zeiten des Lockdown

Lesen Sie weiter auf Seite 30

INTERVIEW

Klaus Fröhlich-Gildhoff

»Antworten geben und die Angst nehmen« – Umgang mit dem Tod in Coronazeiten 25

TELEVISION

KINDER, MEDIEN UND COVID-19

FORSCHUNG

Maya Götz/Caroline Mendel
Kinder, Medien und COVID-19 4

Hania Asgari
Wie wirkt sich die COVID-19-Pandemie auf Kinder im Iran aus? 11

Yisra Al-Haj Hussein
Eingesperrt in einem Zelt 12

Dina Borzekowski
Wie Kinder in Tansania mit der COVID-19-Krise umgehen 13

Anne Pütz
Schutzlosigkeit in der Schutzsituation ... 19

Birgit Kinateder
»Die romantische Vorstellung vom Homeoffice ist sehr schnell verflogen« ... 22

Jeanette Steemers/Maya Götz
»Keep the energy!« 30

Kevin Pauliks
Corona-Memes: Gesellschaftskritik im Internet 33

Heike vom Orde
Der kreative Umgang mit Corona im Netz 37

FORSCHUNGSDOKUMENTATION

Heike vom Orde
Wohlbefinden und Mediennutzung Heranwachsender in der Coronakrise 14

Impressum 18



Corona-Memes: Gesellschaftskritik im Internet

Lesen Sie weiter auf Seite 33

Schutzlosigkeit in der Schutzsituation

Für eine IZI-Studie wurden 15 Mitarbeiter*innen von Sorgentelefonen für Kinder und Jugendliche in Deutschland befragt, wie sich die Coronakrise auf die Situation von Kindern und ihre Tätigkeit in der Beratung auswirkt.

Lesen Sie weiter auf Seite 19

»Angebote, die auch mal anstrengend sein können«

Der Artikel gibt einen Überblick über Angebote, mit denen deutsche Kinderfernsehanbieter auf die Auswirkungen der Coronakrise auf ihre Zielgruppe reagierten.

Lesen Sie weiter auf Seite 27

PROGRAMM

Genia Baranowski

»Angebote, die auch mal anstrengend sein können« 27