WHITEPAPER

März 2022

Krisenberichterstattung für die Generationen Z und Alpha

Warum für Kinder von Krisen berichten?

Schlimme Nachrichten konstruktiv aufbereiten

Best Practices aus der Berichterstattung der Zeitungsverlage

jule-Schriftenreihe 03/22

ZUM THEMA

ALTERSGERECHT BERICHTEN IM KRISENFALL

Terror, Krieg, Amoklauf – Schreckensnachrichten und ihre Folgen bestimmen immer wieder die Medien-Berichterstattung, teilweise wochenlang und mit minütlicher Aktualisierung. Besonderes Augenmerk sollte in diesen Zeiten Kindern und Jugendlichen gelten, damit sie nicht von einer Berichterstattungswelle überrollt und dennoch mit Fragen und Ängsten alleine gelassen werden.

Das Whitepaper „Altersgerecht über Krisen berichten" hat das jule-Team im Jahr 2011 anlässlich der Reaktor-Katastrophe in Fukushima erstellt und über die Jahre aktualisiert und erweitert. Die vorliegende Fassung stellt die Berichterstattung über den Krieg in der Ukraine ins Zentrum.

Dieses Dossier soll Redaktionen schnell einen Überblick verschaffen, wie Krisen und schlimme Ereignisse für junge Leser*innen aufbereitet werden können. Das jule-Team hat dazu Informationen von Medienwissenschaftler*innen zusammengetragen. Diese Hinweise der Expert*innen werden an verlinkten Berichterstattungs-Beispielen aus Zeitungshäusern verdeutlicht.

Warum für Kinder von Krisen berichten?

Es ist schwierig, schlimme Nachrichten von Kindern fernzuhalten. Die Nachrichten erreichen Kinder und Jugendliche in Wort, Bild und Ton auf verschiedenen Kanälen, die die Eltern nicht komplett kontrollieren können – über Freunde, in der Schule, vor allem über die Mediennutzung.
Kinder reagieren auf schlimme Nachrichten mit Angst, Wut oder auch Besorgnis, dass das Problem sie selbst betreffen könnte. Und Kinder beziehen das Gesehene, Gehörte auf sich und ihr unmittelbares Umfeld.

„Kinder beziehen das, was sie sehen in den Nachrichten, immer sehr auf den eigenen Lebensalltag."

- Kristin Langer,
Mediencoach der Initiative „Schau hin!"

Kinder suchen nach Antworten auf ihre Fragen. Dafür setzen sie die Bruchstücke ihres Wissens zusammen. Außerdem: Kinder wollen gezielt von Kindernachrichten informiert werden. Das haben Dr. Maya Götz und Andrea Holler in einer wissenschaftlichen Untersuchung im Auftrag des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen herausgefunden.
„Sie wollen Fakten, die nicht durch emotionalisierte Bilder oder Worte überdramatisiert werden. Sie wollen Hintergrundinformationen, die sie verstehen und die ihre vielen Fragen zu den Zusammenhängen beantworten. Und sie wollen Erfahrungsberichte und persönliche Geschichten, in denen Betroffene erzählen, wie es ihnen ergangen ist, vor allem aber auch, wie sie die Schwierigkeiten überwinden." (Dr. Maya Götz und Andrea Holler)

Gen Z: Desinformation und Aktivierung

Für die Gen Z ist es wichtig, selbst aktiv zu werden. Sie wünschen sich Informationen darüber, wie sie vor Ort helfen können. Jugendliche und junge Erwachsene informieren sich zudem bereits selbstständig über Krisen, meist auf Social Media. Das ist in Kriegs- und Krisenzeiten problematisch, da echte Videos von Menschen aus dem Kriegsgebiet, seriöse Berichterstattung und Propaganda nebeneinanderstehen. Einige Zeitungshäuser geben daher Handreichungen zum Faktencheck auf Social Media bzw. intensivieren ihre Berichterstattung auf TikTok und Instagram, um einen glaubwürdigen Gegenpol zu bilden.

FAZIT

Junge Leser*innen brauchen eine auf sie zugeschnittene Berichterstattung, damit sie ihre Fragen kompetent beantwortet bekommen, an Stellen, an denen womöglich Eltern an ihre (Erklärungs-) Grenzen stoßen; damit sie Ängste abbauen können; damit sie Lösungen für ihre Sorgen finden. Nicht zuletzt steckt in der Berichterstattung über schlimme Ereignisse auch die Chance, politisch zu bilden.

SCHLIMME NACHRICHTEN KONSTRUKTIV AUFBEREITEN

Bei der Aufbereitung schlimmer Nachrichten für die Generationen Alpha und Z gelten auch die Regeln, die im Allgemeinen beim Schreiben für junge Leute zu beachten sind. Es sollte mit einfachen Worten möglichst klar formuliert werden. Und neben dem WAS, interessiert Kinder und Jugendliche vor allem WARUM etwas geschehen ist. Besonders wichtig ist es für sie zu erfahren, ob die schlimmen Nachrichten auch sie selbst und ihr Umfeld treffen können. Und um die Ängste nicht zu groß werden zu lassen, sollte die Redaktion sogar in einer Katastrophe einen positiven Aspekt finden. Kinder schöpfen so Hoffnung und finden Ideen für den Umgang mit Konflikten im eigenen Alltag. „Es gibt mitten in den bedrückenden Nachrichten auch positive Meldungen. Da wird zB. ein Säugling unversehrt aus Trümmern geborgen. Man rettet eine Person, wenn man schon nicht mehr daran glaubt, Überlebende zu finden. Im Vergleich zu den vielen toten Menschen und dem Ausmaß der Zerstörung mögen solche kleinen Ereignisse unbedeutend sein. Ihr Kind braucht solche Kleinigkeiten; und das tut auch Ihnen gut.“ (Frank Maibaum, Pädagoge bei der Westfälischen Kinder-Initiative) Bei vielen Themen lassen sich außerdem abseits der Hauptnachricht spezielle Aspekte thematisieren, die im Besonderen Kinder und Jugendliche interessieren. So können für junge Nutzer*innen vermeintlich schwierige Themen als Aufhänger genutzt werden.

Maya Götz, Leiterin des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen in München, hat die Bedürfnisse von Kindern und Jugendlichen im Falle schlimmer Nachrichten nachgezeichnet. Sie differenziert dabei nach Altersgruppen (vgl. Götz 2005).

3 - 7 JAHRE

EMOTIONALE SICHERHEIT STATT LANGER ERKLÄRUNGEN

Angst lösen Bilder von verwaisten oder verletzten Kindern aus (besonders, wenn Blut zu sehen ist). Verunsichernd sind Erwachsene im Bild, die angstvoll schreiend oder verzweifelt weinend gezeigt werden.

8 - 12 JAHRE

INFORMATION, ERNSTHAFTER DIALOG, AKTION

Schulkinder erinnern sich sehr genau an erschreckende Bilder. Auch sie sehen ungern Bilder von verletzten (blutenden) Kindern. Schulkinder stellen häufiger Bezüge zur eigenen Wirklichkeit her: „Was ist, wenn so etwas in meiner Stadt passiert?“.

13 - 18 JAHRE

SELBST AKTIV WERDEN UND „BELEHR MICH NICHT!“

Jugendliche nehmen, wenn sie sich denn für das Thema interessieren, Krieg und Terror sehr ernst. Hier sind es weniger die von den Medien ausgelösten Ängste als allgemeine Befürchtungen und Gedanken zur Lage der Welt.

BEST PRACTICES: KRIEGSBERICHTERSTATTUNG FÜR GEN ALPHA UND Z - SORTIERT NACH THEMEN

THEMENZUGANG

Inhalte neben WER, WAS, WANN, WIE

- Erklärungen, Hintergründe
- Gegenmaßnahmen
- „Kann das auch bei uns passieren?“
- Bezug zur Welt des Kindes/Jugendlichen
- Blick in die Zukunft

Für Kinder
Kleine Kinderzeitung: Dossier Alles Wissenswerte rund um den Krieg in der Ukraine, Stuttgarter Kinderzeitung: Wenn Nachrichten Angst machen, NWZ: Wenn dir Nachrichten Angst machen, ZEIT Leo: Sondernewsletter, Kruschel-Zeitung: Die Lage in der Ukraine

Für GenZ
Newsletter ZEIT für Dich: Editorial, Newsletter noz #neo: Editorial

Das Thema im Thema finden

- interessanter Aspekt abseits des Hauptthemas

Für Kinder
Capito Augsburger Allgemeine: „Wusstest du, ...“

Für GenZ
Tamedia Hochkant-Newsletter: Wie mit Kriegsvideos auf Social Media umgehen?

Den positiven Aspekt im Thema finden

- positive Wendungen
- Hilfs- und Präventionsmaßnahmen, Solidarität, Demos

Für Kinder
VRM Kruschel: Gegen Krieg demonstrieren in der Schulzeit, NRZ: Wie den Flüchtlingen aus der Ukraine geholfen wird, Kleine Kinderzeitung: Nachrichten machen dir Angst? Das kannst du tun

Für GenZ
Mindener Tageblatt auf TikTok: Hilfsangebote in der Region, ZEIT Magazin: Wie kann ich helfen?, noz #neo (+) wie Du jetzt Menschen in der Ukraine helfen kannst, Stuttgarter Zeitung Stadtkind: So könnt Ihr von Stuttgart aus helfen

THEMENUMSETZUNG

Herangehensweise

- Sachverhalt vereinfacht darstellen
- komplexe Zusammenhänge reduzieren

Für Kinder
NOZ-Podcast Ole schaut hin: Michael Mittermeier und die Eule Ole erklären, wie Krieg entsteht, NRZ: Der Weg zum Frieden ist lang und schwierig, Neue Osnabrücker Zeitung - KiWi - Kinder wissen mehr (+): Rachmann flieht vor dem Krieg, Stuttgarter Kinderzeitung: Russland gegen die Ukraine

Visualisierung

- keine Verzweiflung in Nahaufnahme

Für Kinder
Stuttgarter Kinderzeitung: Russland gegen die Ukraine

Junge Nutzer*innen einbinden

- Möglichkeit, Fragen zu stellen, sich zu äußern
- Antworten auf die Fragen finden
- Umfragen

Für Kinder
Stuttgarter Kinderzeitung: Fragen zum Krieg: Muss Putin ins Gefängnis?, Kleine Kinderzeitung: Aufruf an alle Kinder - Bastle eine Taube für den Frieden, FUNKE Checky: Fragen und Antworten zum Krieg in der Ukraine, NRZ: Kinder fragen zur Ukraine: „Was kann man gegen den Krieg tun?“, Stuttgarter Kinderzeitung: Russland gegen die Ukraine, Kruschel-Zeitung: Kann der Krieg auch zu uns kommen?

Weitere Beispiele, u. a. Zeitungsseiten für Kinder, liegen in der Sammlung **im geschlossenen jule-Wissensnetzwerk**.

ZUM THEMA

RATGEBER FÜR ELTERN SEIN

Wie spricht man mit Kindern über Krieg? Eltern haben die Sorge, ihre Kinder mit den bedrohlich wirkenden Nachrichten alleine zu lassen. Viele Zeitungsverlage erklären Eltern in ihren Artikeln und Newslettern, wie sie den Ängsten begegnen. Ganz häufig werden diese Inhalte als wertvoller Content hinter die Paywall gelegt.

- Stuttgarter Zeitung: Ulraine Krieg - für Kinder erklärt
- Augsburger Allgemeine: Wie spreche ich mit meinen Kindern über den Krieg? Eine Expertin gibt Tipps
- RND: Krieg in der Ukraine: Wie mit Kindern darüber sprechen?
- VRM (+): Wie spreche ich mit meinen Kindern über den Krieg?
- SZ Magazin (+): Wie man mit Kindern über den Krieg in der Ukraine

Eine Auflistung weiterer guter Beispiele finden Sie im jule-Wissensnetzwerk.

julecast #51
Wie Zeitungen für Kinder vom Krieg berichten

Der Krieg in der Ukraine ist schlagartig das dominierende Nachrichtenthema geworden und erreicht auch die jüngsten Mediennutzer*innen. Wie berichten Medienhäuser altersgerecht für Kinder über Krisen, und wie stellen sich die Zeitungen aktuell auf diese Herausforderung ein? Darüber sprechen Thorsten Merkle und Katja Spiegel aus dem jule-Team in der 51. Episode des julecast.

Der Link zur Folge

Quellennachweise

Götz, Maya; Holler, Andrea: Wie Kinder die Natur- und Technikkatastrophen in Fukushima wahrnahmen. Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen. 2011
Götz, Maya: Richtlinien für Fernsehanbieter. Bundeszentrale für politische Bildung. München: 2005.
Langer, Kristin: Attentate in Paris: Kinder altersgerecht informieren. Initiative „Schau hin!"
Maibaum, Frank: Mit Kindern über Tod, Katastrophen, Krieg und Terror reden. Westfälische Kinder-Initiative.

JULE-SCHRIFTENREIHE

01/21 Whitepaper Familien-Newsletter
02/22 Whitepaper TikTok für Zeitungsverlage
03/22 Krisenberichterstattung für die Generationen Z und Alpha

IMPRESSUM

jule : Initiative junge Leser GmbH

Fritz-Bauche-Weg 14
30938 Burgwedel
Telefon: +49 5139/98 44 50
E-Mail: info@junge-leser.org
Geschäftsführer: Thorsten Merkle & Christian Eggert

Texte: Katja Spiegel, Thorsten Merkle
Schlussredaktion und Layout: Carina Schmihing

Bildnachweise: Mandy Cherundolo Photography, Nicole Eckhard, Maja Michaelis, Joseph Gonzalez (unsplash.com), Janko Ferlic (unsplash.com)

Wir bemühen uns, in unseren Texten geschlechterneutral zu formulieren. Daher lesen Sie hier z. B. Formulierungen wie „Schreibende", die noch ungewohnt klingen. Und Sie werden Sterne sehen. Wir glauben, dass Repräsentation wichtig ist. Der Weg, diesen Glauben mit einer ausgewogenen, gut lesbaren Sprache zu verbinden, ist weit. Wir alle stehen hier am Anfang.

Die jule : Initiative junge Leser GmbH ist das Wissensnetzwerk der Zeitungen für das wichtige Zukunftsfeld junge Leser. Das Netzwerk bilden rund 50 Mitgliedsverlage. Im Zentrum steht die passwortgeschützte Datenbank auf www.junge-leser.org.

Mehr als 500 Mitarbeiter*innen aus allen Fachbereichen – Vertrieb, Redaktion, Marketing, Werbemarkt – haben Zugriff auf aktuelle Informationen und Nachrichten aus der Zeitungsbranche rund ums Thema junge Zielgruppen.
jule bündelt bestehendes Wissen und Erfahrungen der Zeitungen, stellt es den Mitgliedern zur Verfügung und vernetzt sie.

Die jule : Initiative junge Leser ist eine gemeinsame Tochter des Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) und von TBM Marketing.

www.junge-leser.info
www.junge-leser.org

JULE-TEAM

CARINA SCHMIHING

Carina Schmihing kümmert sich um Markt- und redaktionelle Themen sowie Umfragen. Die Betriebswirtin und Journalistin ist seit 2018 Teil des jule-Teams.

KATJA SPIEGEL

Katja Spiegel betreut den Fachbereich Redaktion des jule-Netzwerks. Die Diplom-Journalistin ist seit jule-Gründung Teil des Teams und arbeitet außerdem für das pro-tz-Netzwerk.

THORSTEN MERKLE

Thorsten Merkle ist Geschäftsführer von jule und Leiter des Wissensnetzwerkes. Seit der jule-Gründung 2011 leitet er das Wissensnetzwerk und wurde 2016 zum Geschäftsführer berufen.