Wissen Journalist*innen von Kindernachrichten, was für Kinder wissenswert ist?

Maya Götz

Für eine IZI-Studie beurteilten n=732 Kinder zwischen 6 und 12 Jahren sowie n=30 Journalist*innen aus dem Bereich Kindernachrichten verschiedene Nachrichtenmeldungen hinsichtlich ihrer Relevanz.

Wenn es um die Themeninteressen von Kindern und Preteens bei Kindernachrichten geht, stehen Tiere und Natur, Medien und Klima an erster Stelle (siehe auch Götz zu den Themeninteressen von Kindern in dieser Ausgabe). Werden Kinder und Preteens gefragt, wie sie Nachrichten gestalten würden, äußern sie den Wunsch nach altersangemessenen, gut verständlichen und interessanten Nachrichten. Eine israelische Studie mit Kindern der 3. bis 9. Klasse zeigt: Als interessant werden Musik, Fernsehen, Filme, Computer, VIPs, Sport und Tiere eingeschätzt im Gegensatz zu innenpolitischen Themen und Nachrichten aus der Finanzwelt und Wirtschaft (Tirosh & Lemish, 2014). Schauen Kinder im Internet Nachrichten, klicken sie überproportional häufig jene Beiträge an, die mit Überschriften betitelt sind, die Angst und Gefahr oder Fallbeispiele in den Mittelpunkt stellen (van't Riet & Kleemans, 2021).

Das Interesse an bestimmten Themen ist intrinsisch motiviert, an anderen extrinsisch, weil bei den dortigen Themen Schaden oder Personalisierung im Mittelpunkt stehen. Dies lässt vermuten, dass es neben den Themeninteressen einen subjektiven Nachrichtenwert gibt, der bestimmte Meldungen für Kinder mehr oder weniger relevant erscheinen lässt (Götz & Kleine-Besten, 2021). In den Kommunikationswissenschaften wird dies unter den Bereich der Nachrichtenwerttheorie (für Erwachsene) gefasst (Eilders, 2016). Nachrichtenfaktoren sind eine journalistische Hilfskonstruktion bei der Selektionsentscheidung, welcher Beitrag einen so hohen Nachrichtenwert hat, dass er in eine Zeitung bzw. Sendung kommt. Schulz definiert dabei 18 Nachrichtenfaktoren, die sich zu 6 Dimensionen zusammenfassen lassen: 1. Zeit, z. B. Aktualität; 2. Nähe, u. a. Grad der Betroffenheit; 3. Status, z. B. die nationale Bedeutung; 4. Dynamik, u. a. überraschende Neuigkeiten; 5. Valenz, z. B. Schaden, und 6. Identifikation, u. a. Personalisierung (u. a. Schulz, 1976/90). Nachrichtenfaktoren gelten dabei nicht nur für Journalist*innen, sondern auch für die Rezipient*innen, die ebenfalls für sich den Nachrichtenwert eines Ereignisses bzw. einer Meldung formulieren (Eilders, 1997; 2016; Eilders & Wirth, 1999). Dass die Nachrichtenfaktoren auch für ein Kinderpublikum nutzbar sind, wurde bereits in der IZI-Studienreihe »Qualitätsfaktoren von Kindernachrichten« nachgewiesen (Götz & Kleine-Besten, 2021). Im nächsten Schritt geht es um die Frage, ob Journalist*innen aus dem Bereich der Kindernachrichten die Nachrichtenfaktoren ihrer Zielgruppe richtig einschätzen können.

DIE STUDIE

Wir baten zum einen n=732 Kinder zwischen 6 und 12 Jahren, 19 Meldungen, die aus dem Kindernachrichtenbereich stammten oder frei erfunden waren, danach zu bewerten, ob sie für eine Kindernachrichtensendung wichtig oder eher nicht wichtig wären. Die befragten Kinder und Jugendlichen sollten dann die jeweiligen Meldungen nach ihrer Wichtigkeit auf einer 4er-Skala bewerten. Bei den ersten 4 Meldungen baten wir die Heranwachsenden zudem, ihre Einschätzung jeweils offen zu begründen.

In einem weiteren Schritt wurden n=29 Journalist*innen aus dem Bereich Kindernachrichten dieselben Meldungen vorgelegt mit der Bitte, sie hinsichtlich ihres Nachrichtenwerts für Kinder zu beurteilen.

Die Journalist*innen waren zwischen 27 und 54 Jahre alt, 23 Teilnehmende waren Frauen, 6 Männer. Sie arbeiteten in den Bereichen Audio/Hörfunk/Podcast (n=15), Audiovisuell/TV/Online (n=9) und Print (n=5).

Inwieweit ähneln oder unterscheiden sich die Einschätzungen des Nachrichtenwerts einer Meldung von erwachsenen Journalist*innen von Kindernachrichten und die von Kindern und Preteens?

ERGEBNISSE

Wo Journalist*innen in ihrer Einschätzung für die Zielgruppe 6-12 tendenziell richtig lagen

Es gibt einige Meldungen, bei denen die erwachsenen Journalist*innen in der Tendenz sehr dicht an der Einschätzung

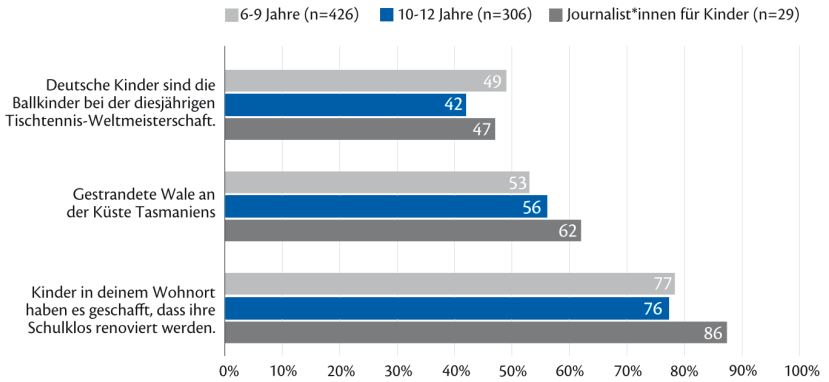

Abb. 1: Items, bei denen Journalist*innen tendenziell nah an der Zielgruppe 6-12 Jahre lagen

der Zielgruppe liegen (maximal 10 Prozentpunkte Unterschied). Dies sind die Meldungen »Kinder in deinem Wohnort haben es geschafft, dass ihre Schulklos renoviert werden«, »Gestrandete Wale an der Küste Tasmaniens« und »Deutsche Kinder sind die Ballkinder bei der diesjährigen Tischtennis-Weltmeisterschaft« (Abb. 1).
Das Thema Tiere, die Identifikation mit anderen Kindern, die an einer wichtigen Veranstaltung teilnehmen, und wenn Kinder sich als handlungsmächtig beweisen, hat für Kinder (6 bis 9 Jahre) und Preteens (10 bis 12 Jahre) einen ähnlich hohen Nachrichtenwert, wie auch Journalist*innen ihn hier beimessen.

Wo Journalist*innen in ihrer Einschätzung eher die Zielgruppe 10-12 Jahre trafen

Bei einigen Meldungen waren die Journalist*innen mit ihrer Einschätzung des Nachrichtenwerts dicht an den Preteens (max. 10 Prozentpunkte Unterschied). Dies sind die Meldungen, dass Fridays-for-Future-Aktivist*innen im Kanzleramt empfangen werden, dass in Ungarn die Pressefreiheit weiter eingeschränkt wird und dass der Influencer Gronkh für den Bundestag kandidiert (Abb. 2). Für Grundschulkinder haben diese Meldungen einen deutlich geringeren Nachrichtenwert, weil ihnen Begriffe wie »Pressefreiheit« und Namen wie »Gronkh« vermutlich noch nichts sagen und die Fridays-for-Future-Bewegung (noch) nicht für alle relevant ist.

Wo Journalist*innen in ihrer Einschätzung eher die Zielgruppe 6-9 Jahre trafen

Es gibt einige Meldungen, bei denen die befragten Journalist*innen mit ihrer Einschätzung des Nachrichtenwerts dicht an den Interessen der Kinder liegen (max. 10 Prozentpunkte Unterschied). Dies sind zum einen gesellschaftspolitische Themen, die für Grundschulkinder vermutlich weniger relevant sind und durch Fachbezeichnungen wie »Mindestlohn«, »Kurzarbeitergeld« und »Aktienbetrug« schwer einzuordnen sind. Journalist*innen unterschätzen hier aber gleichzeitig auch, was Preteens für wichtig halten. Preteens wissen vermutlich, dass Meldungen aus dem gesellschaftspolitischen Bereich, die deutliche Veränderungen für die Bürger*innen mit sich bringen, wichtig sind. Vermutlich sind dies Themen, die sie nicht ohne Anlass suchen würden, von denen sie aber erwarten, dass sie für Heranwachsende in ihrem Alter wichtig sind, wenn sie altersgerecht aufbereitet werden.
Zum anderen liegen Journalist*innen richtig, wenn es um (erfundene) Meldungen aus der Influencer*innen-Szene (Popkultur) geht, z. B. um »BibisBeautyPalace« und »PewDiePie«. Sie sind für viele Grundschulkinder (noch) nicht so bedeutsam. Gleichzeitig unterschätzen die befragten Journalist*innen von Kindernachrichten die Bedeutung dieser Meldungen aus der für Preteens relevanten Jugendkultur (Influencer*innen). Zwar haben die Meldungen zum gesellschaftspolitischen Engagement von Bibi und Gronkh auch für Preteens keinen herausragenden Nachrichtenwert, dennoch sind sie für die Zielgruppe der Preteens wichtiger, als sich Journalist*innen von Kindernachrichten vorstellen können (Abb. 3).

Wo Journalist*innen den Nachrichtenwert für Preteens und Kinder unterschätzten

Bei einigen Meldungen lag die Einschätzung des Nachrichtenwerts durch die Journalist*innen deutlich unter dem

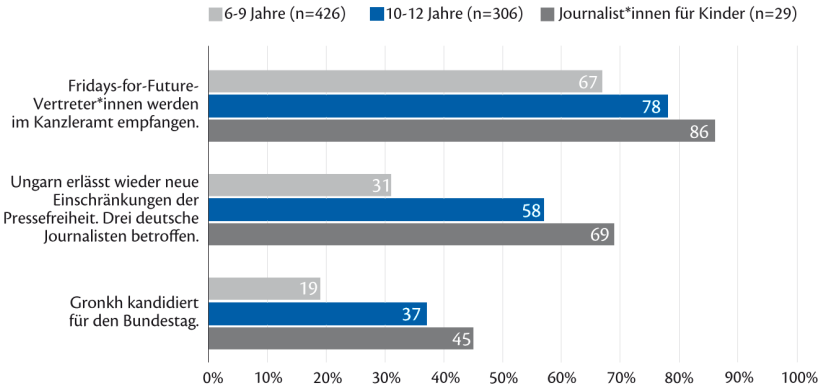

Abb. 2: Items, bei denen Journalist*innen dicht an der Zielgruppe 10-12 Jahre lagen

beigemessenen Nachrichtenwert von Preteens und Kindern. Der Meldung von einer Überschwemmung in Italien, bei der auch Kinder betroffen waren, messen Kinder (81 %) und Preteens (83 %) beispielsweise einen höheren Nachrichtenwert bei als Journalist*innen (66 %; Abb. 4).

Unterschiedlich war auch die Einschätzung des Nachrichtenwerts der Meldung zur Eröffnung eines Abenteuerspielplatzes im eigenen Wohnort. Vermutlich gingen die Journalist*innen von einem Format aus, das sich überregional positioniert und in welches diese regional gebundene Meldung nicht passt. Trotzdem ist es wichtig, den sehr hohen Nachrichtenwert bei Grundschulkindern und Preteens wahrzunehmen. Beispielsweise könnte nach Zugängen gesucht werden, wie Meldungen, die für die Freizeitgestaltung von Kindern bedeutsam sind, ihren Platz in einem überregionalen Format finden könnten. Ähnliches wie bei der Meldung zur Eröffnung eines Abenteuerspielplatzes gilt vermutlich auch für die Meldung über neue Mädchen-Volleyballmannschaften, bei der die Journalist*innen »nur« 13 Prozentpunkte neben der Einschätzung der Grundschulkinder lagen.

Nahezu keinen Nachrichtenwert sahen die Journalist*innen von Kindernachrichten in der (erfundenen) Meldung, dass Uli Hoeneß ein neues Schlupfloch für Steuererleichterungen gefunden hat. Da Grundschulkinder vermutlich weder den Namen »Ulrich Hoeneß« noch den Begriff »Schlupfloch für Steuererleichterungen« kennen, hat diese Meldung nur für einen sehr kleinen Teil (16 %) einen Nachrichtenwert. Bei den Preteens hingegen ist es gut jedes vierte Mädchen bzw. jeder vierte Junge. Vermutlich ist es vor allem der VIP-Status von Uli Hoeneß, den Preteens kennen – oder auch nur vermuten.

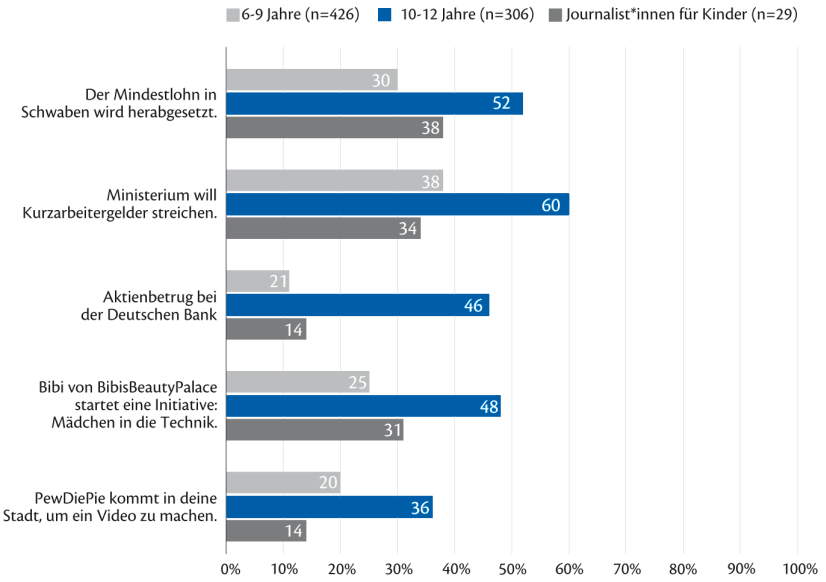

Abb. 3: Items, bei denen Journalist*innen tendenziell näher an der Zielgruppe 6-9 Jahre lagen, das Interesse der Preteens aber unterschätzten

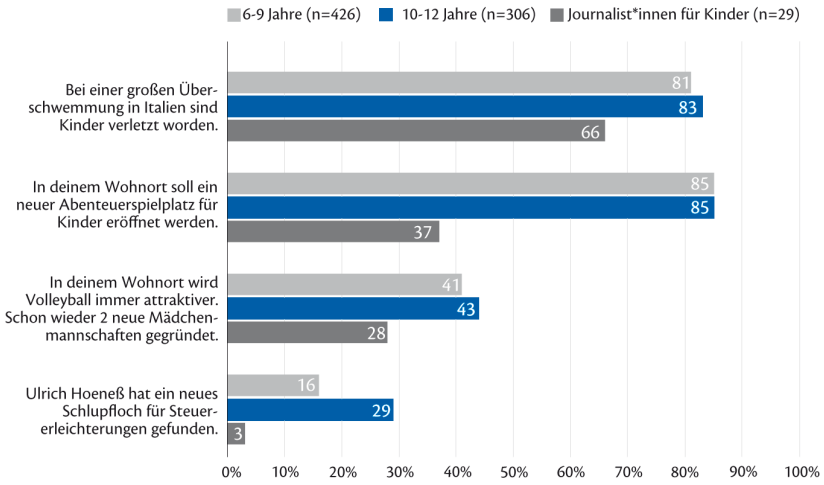

Abb. 4: Items, bei denen Journalist*innen den Nachrichtenwert für ihre Zielgruppe unterschätzten

Wo Journalist*innen den Nachrichtenwert für Grundschulkinder und Preteens überschätzten

Eine Meldung, der Journalist*innen von Kindernachrichten deutlich mehr Nachrichtenwert zuweisen als Kinder und Preteens, ist zum Beispiel die (erfundene) Meldung, dass Made My Day und TikTok kostenpflichtig würden (Abb. 5).

Ein Hintergrund für die niedrige Einschätzung des Nachrichtenwerts bei Kindern ist vermutlich die aktuell fehlende Relevanz, denn TikTok wird von nur einem sehr kleinen Teil der 6- bis 7-Jährigen (6 %), und nicht mal jedem/jeder fünften 8- bis 9-Jährigen (16 %) genutzt. Erst bei den 10- bis 11-Jährigen steigt die Nutzung deutlich an (39 %), um bei den 14- bis 15-Jährigen den Höhepunkt (76 %) zu erreichen (IZI, 2021). Bei den Jüngsten könnte auch fehlendes Verständnis des Wortes »kostenpflichtig« hinzukommen. Faktisch hätte die Meldung Konsequenzen für den Alltag von Kindern und Preteens. Hier liegen Journalist*innen also richtig, wenn sie die Meldung als wichtig erachten.

Auch bei der Nachricht über die Proteste in Belarus und der damit verbundenen militärischen Aufrüstung liegen die

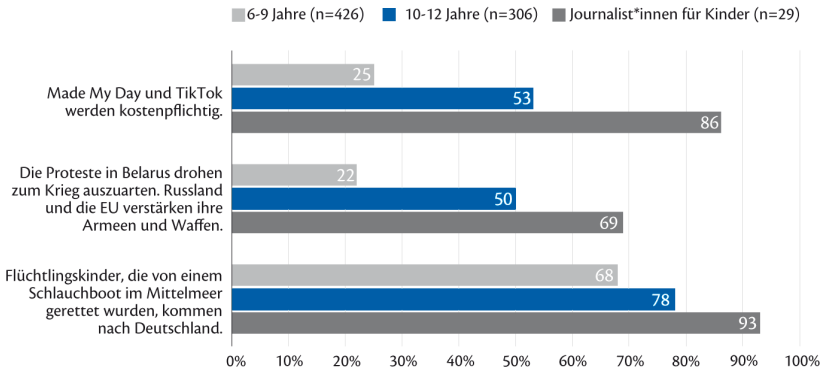

Abb. 5: Items, bei denen Journalist*innen den Nachrichtenwert für Kinder und Preteens überschätzten

Journalist*innen in ihrer Einschätzung des Nachrichtenwerts deutlich über den Kindern und Preteens, vermutlich, weil sich die Bedeutung der Meldung für die Heranwachsenden nicht sofort erschließt. Auch hier ist es Aufgabe der Journalist*innen, die potenzielle Bedeutung von Nachrichten für Kinder und Preteens abzuschätzen und die Nachricht dann altersangemessen zu vermitteln.

Wie Kinder und Journalist*innen ihre Einschätzung des Nachrichtenwerts begründen

Die befragten Heranwachsenden und Journalist*innen wurden bei 4 Meldungen gebeten, ihre Einschätzung des Nachrichtenwerts frei zu begründen. Methodisch wurden die transkribierten Aussagen u. a. qualitativ nach Hinweisen hinsichtlich Nachrichtenfaktoren und -wert interpretiert und in Bezug auf die Bedeutung einer qualitätsorientierten Berichterstattung für Kinder und Preteens gedeutet.

Die (erfundene) Meldung »Die Proteste in Belarus drohen zum Krieg auszuarten. Russland und die EU verstärken ihre Armeen und Waffen« beispielsweise erachten jedes fünfte Kind (22 %), die Hälfte aller Preteens (50 %), jedoch 7 von 10 der befragten Journalist*innen für berichtenswert. Ihre Begründungen lassen sich dann im Sinne der Nachrichtenwerttheorie vergleichen.

Begründungen, warum die Meldung keinen Nachrichtenwert hat

Sollen die befragten Grundschulkinder begründen, warum sie diese (erfundene) Meldung nicht als wichtig erachten, argumentieren einige mit Desinteresse: »Das interessiert mich nicht« (Junge, 8 Jahre) oder »Weil mich das nicht betrifft.« (Junge, 12 Jahre)

Journalist*innen im Kinderbereich sprechen nicht von Desinteresse, sondern von fehlender Nähe: »[Es ist] zu weit weg. Nur wenige Kinder haben Bezug [dazu].« (Journalistin, 46 Jahre, Radio/Fernsehen/Podcast)

Neben mangelndem Interesse argumentieren mehrere Preteens zudem mit einer bewahrpädagogischen Haltung, wie ein 12-Jähriger formuliert: »Da sollten sich Kinder nicht mit auseinandersetzen.« »Das ist zu ernst für Kinder«, sagt ein 10-Jähriger. Bei einigen Kindern und Preteens schwingt in ihrer Begründung, warum sie die Meldung nicht aufnehmen würden, das Gefühl der Machtlosigkeit mit, denn »Kinder können da nichts dran ändern« (Junge, 10 Jahre). Manchmal ist es aber auch Gleichgültigkeit gegenüber den Geschehnissen. So formuliert eine 10-Jährige: »Es gibt so viele Konflikte und man muss nicht immer alles mitkriegen.« Ein 10-jähriger Junge begründet: »Ich wohne zum Glück nicht da.«

Mehrfach wurde der Meldung kein Nachrichtenwert zugewiesen, weil keine Nähe erkannt wurde. Eine 8-Jährige formuliert beispielsweise: »Interessiert mich nicht, kenne die Länder nicht«; eine 6-Jährige argumentiert: »Ich weiß gar nicht, wo das ist.« Vermutlich gehören schon die Namen Belarus und EU für viele Grundschulkinder nicht zu deren Wortschatz. Auch die Formulierung »Russland und die EU verstärken ihre Armeen und Waffen« wird vermutlich für viele Grundschulkinder nicht eindeutig klar sein. »Weil ich nicht verstehe, was das bedeutet.« (Junge, 7 Jahre) Die Einschätzung des Nachrichtenwerts hängt eng mit dem Verständnis der Worte und Zusammenhänge zusammen.

Begründen Journalist*innen, warum sie nicht »auf jeden Fall« über diese Meldung berichten würden, werden weder bewahrpädagogische noch fehlende Handlungsmacht oder Gleichgültigkeit als Argumente angebracht. Sie argumentieren mit der fehlenden Nähe der Meldung, denn es sei »weit weg für die Kinder hier« (Journalistin, 45 Jahre, Bereich Radio/Podcast), oder mit Respekt vor einer emotionalen Überforderung. Entsprechend wird mehrfach formuliert, es sei »zwar ein aktuelles Thema«, das aber »tendenziell Angst« mache. Daher würden einige Journalist*innen das Thema »wenn überhaupt nur« ansprechen, um den »Konflikt [zu] erklären« (Journalistin, 33 Jahre, Bereich Audio-/TV-Nachrichten).

Die Argumentationslinie »Kriege machen mir Angst« (Mädchen, 12 Jahre) findet sich auch bei den befragten Kindern und Preteens, denn, wie es ein 11-Jähriger ausdrückt, »weil das Wort ›Krieg‹ dabei ist, habe ich Angst«.

Zu einer qualitätsorientierten Berichterstattung für Kinder gehört es entsprechend, die an einem Ereignis bzw. einer Meldung beteiligten Länder in ihrer räumlichen, kulturellen oder politischen Bedeutung explizit namentlich zu nennen und hinsichtlich ihrer Lage und Bedeutung zum Land der Zielgruppe zu verorten, ohne Heranwachsende emotional zu überfordern.

Begründungen, warum die Meldung keinen Nachrichtenwert hat

Valenz (Wichtigkeit des Konflikts, der Kriminalität, des Schadens und des Erfolgs):

Rund die Hälfte derjenigen Grundschulkinder und Preteens, für die die Meldung wichtig war, begründet den hohen Nachrichtenwert mit dem Verweis auf die Bedeutung von Krieg, »weil Kriege immer ganz schlimme Folgen haben« (Mädchen, 8 Jahre), weil »ein Krieg bedroht das Leben vieler Menschen« (Junge, 12 Jahre). Beides sind Begründungen im Rahmen des Nachrichtenfaktors Schaden. Oft sprechen Kinder davon, dass »wenn es Krieg gibt, leiden immer viele Menschen, wichtig, das zu verhindern« (Junge, 9 Jahre), oder »Kriege sind wichtig und gefährlich« (Mädchen, 8 Jahre), was als Begründungen im Rahmen des Nachrichtenfaktors Konflikt zu werten wäre. Dies lässt die Vermutung zu, dass bestimmte Schlüsselwörter wie »Krieg« für Heranwachsende (zu Recht) mit einer hohen negativen Bedeutung assoziiert werden.

Auch bei den befragten Journalist*innen von Kindernachrichten ist dies die meistgenannte Begründung, um die Meldung aufzugreifen. »Eine sich anbahnende kriegerische Auseinandersetzung in Europa, insbesondere mit Beteiligung der EU, ist eindeutig ein wichtiges Nachrichtenthema.« (Journalist, 33 Jahre, Bereich Audiovisuell/TV)

Die Aufgabe qualitätsorientierter Berichterstattung für Kinder ist es, über zentrale Ereignisse und Entwicklungen mit hoher Valenz altersangemessen zu berichten, ohne dass Kinder von der Negativität dieser Nachrichten überfordert werden, aber Erfolge als positiv erkennen können.

Nähe (räumliche, kulturelle, politische Relevanz/Betroffenheit):

Eine ganze Reihe von Kindern und Preteens begründet ihre Entscheidung mit dem Nachrichtenfaktor räumliche Nähe, wie etwa ein 7-jähriger Junge: »Weil das in Europa ist.« Andere betonen die länderübergreifende Bedeutung, argumentieren also mit dem Nachrichtenfaktor des Grades der Betroffenheit durch das Ereignis, wie beispielsweise ein 7-Jähriger: »Weil so was die ganze Welt betrifft.« Für einige Kinder besteht eine familiäre Betroffenheit, z. B. »weil es da um das Land geht, aus dem mein Vater kommt«, wie ein 7-Jähriger berichtet. Diese Argumentationslinie findet sich auch bei den Journalist*innen: Die »EU [ist] betroffen und damit auch Deutschland (...). [Das] kriegen Kinder vermutlich irgendwo anders mit und benötigen Erklärung, die wir liefern können.« (Journalistin, 31 Jahre, Bereich Audiovisuell/TV/Online)

Qualitätsorientierte Nachrichten für Kinder benennen mögliche Nähe und Beziehungen für Kinder und Preteens, ohne Kinder dabei emotional zu überfordern.

Status (regionale und nationale Zentralität, Bedeutung der Ereignisregion und Prominenz):

Für einige Kinder ist »EU« ein bekannter Begriff und entsprechend können sie die Bedeutung der Ereignisregion identifizieren, wie ein 8-Jähriger, der beschreibt: »Das ist ein Krieg auf europäischem Gebiet.« Eine Ausnahme stellen 2 Preteens dar, die die beteiligten Akteure in dem Konflikt mit Namen nennen können. Ein 10-Jähriger kommentiert: »Der Putin macht immer Stress.« Einige Kinder wissen, vermutlich durch Äußerungen der Eltern, um den Status von Russland: »Russland mischt sich ja überall ein, da müsste man dringend mal was machen.« (Mädchen, 7 Jahre) Sie aktivieren Wissensbausteine, die sie aus Gesprächen mit den Eltern mitgenommen haben: »Russland ist nicht mehr so stark wie früher, sagt Papa.« (Mädchen, 8 Jahre) Kinder und Preteens bekommen, u. a. aus den Gesprächen mit den Eltern, einzelne Versatzstücke eines komplexen Ereignisses mit.

Journalist*innen sehen diese Zusammenhänge und formulieren zum Beispiel: »Wir orientieren uns an den ›großen‹ Nachrichten. Wenn das dort ein Thema ist, erklären wir auch Hintergründe auf der Kinderseite.« (Journalistin, 33 Jahre, Print)

Qualitätsorientierte Kindernachrichten helfen, die Rollen der beteiligten Parteien und Zusammenhänge altersgemäß zu vermitteln.

Dynamik (Überraschung und Komplexität der Verlaufsstruktur):

Im Sinne der Nachrichtenwertdimension Dynamik argumentiert ein 9-Jähriger: »Hier ergibt sich das Szenario eines Krieges. Das mag ich nicht und es interessiert mich, ob man da noch was anderes macht.« Er beschreibt eine angenommene Verlaufsstruktur und möchte wissen, wie und wer hier den weiteren Verlauf verändern könnte. Eine 9-Jährige kommentiert die Meldung im Hinblick auf mögliche Folgen: »Einen weiteren Konflikt können wir nicht gebrauchen, das setzt Flüchtlingsströme in Bewegung.«

Diese Verlaufsdimension findet sich auch in den Aussagen einiger Journalist*innen wieder. Ein Journalist beschreibt: »[Es wäre] kein Nachrichtenthema bei diesem Auslöser, sondern ein Thema für eine längere Erklärung/Einordnung, wenn wir es nicht in den vergangenen Tagen mehrfach verfolgt/erklärt haben.« (Journalist, 39 Jahre, Bereich Audio/Hörfunk/Podcast)

Qualitätsvolle Berichterstattung für Kinder thematisiert die Verlaufsstruktur gut nachvollziehbar, greift wichtige Themen nicht nur einmal auf und zeigt Verläufe, aber auch Alternativen auf.

FAZIT

Es gibt Meldungen, bei denen Journalist*innen von Kindernachrichten den Nachrichtenwert einer Meldung tendenziell ähnlich einschätzen wie ihre Zielgruppe selbst. Dies umfasst die Bereiche Schaden bei Tieren, Erfolg von Heranwachsenden und Meldungen mit Identifikationspotenzial wie z. B. über Ballkinder bei einer Weltmeisterschaft.

Bei mindestens 5 von 19 abgefragten Meldungen sind die Journalist*innen in ihrer Einschätzung dichter an den Kindern, was vor allem mit einer Unterschätzung des Nachrichtenwerts von für Preteens relevanten Meldungen einhergeht. Hierbei handelt es sich um gesellschaftspolitische Meldungen über den Mindestlohn, Kurzarbeitergeld und Aktienbetrug, denen Kinder (6 bis 9 Jahre) ähnlich wie Journalist*innen von Kindernachrichten wenig Bedeutung beimessen, die für eine Reihe von Preteens jedoch relevant wären. Im Sinne einer politischen Grundbildung und einem Anknüpfen an die Interessen von Heranwachsenden ist es wichtig, die älteren Kinder und Preteens in ihrer Interessenlage hier nicht zu unterschätzen.

Dasselbe gilt bei Bezügen zur populären Jugendkultur wie zu BibisBeautyPalace oder PewDiePie. Bei einigen Meldungen liegt die Einschätzung des Nachrichtenwerts durch die befragten Journalist*innen dichter an den Preteens (10 bis 12 Jahre). Dies umfasst Meldungen zur politisch engagierten Jugendkultur wie beispielsweise Fridays for Future oder die Nachricht, dass Gronkh für den Bundestag kandidiert. Insofern liegt die Vermutung nahe, dass Journalist*innen die Bedeutung dieser Meldungen anerkennen, das entsprechende gesellschaftliche Engagement von Bibi Claßen (von BibisBeautyPalace), der erfolgreichsten Influencerin in Deutschland, jedoch nicht so hoch bewerten. Hier wäre es wichtig, Kinder in ihren Vorlieben ernst zu nehmen und Chancen zu erkennen, selbst wenn einem die Influencerin persönlich nicht sympathisch ist.

Wo Kinder und Jugendliche deutlich mehr Nachrichtenwert sehen als Journalist*innen, sind Meldungen mit starkem regionalem Bezug und regionaler Bedeutung, wie z. B. die Eröffnung eines Abenteuerspielplatzes oder die Gründung von Mädchen-Volleyballmannschaften vor Ort. Dies liegt vermutlich daran, dass die meisten befragten Journalist*innen bei überregionalen Medien arbeiten. Dennoch ist es wichtig, die Chance des Nachrichtenwerts Nähe, der Problematik bzw. des Erfolgs von Kindern zu erkennen und zum Beispiel exemplarisch aufzuzeigen, was Kinder in ihrem Umfeld bewegen können.

Wo Journalist*innen deutlich mehr Nachrichtenwert zuschreiben als Kinder und Preteens, ist bei Meldungen über die Einführung der Kostenpflicht von Made My Day und TikTok, über das Aufrüsten in Belarus und die Rettung von geflüchteten Kindern aus dem Mittelmeer. Dies sind Meldungen, bei denen Kinder und Preteens vermutlich die Nachrichtenwertdimensionen Nähe und Valenz (Bedeutung) für sich (noch) nicht erkennen können. Hier ist es ein Zeichen von Qualitätsjournalismus, die Themen so zu vermitteln, dass Kinder und Preteens die Bedeutung der Meldung verstehen und die Relevanz für sich selbst erkennen.

Zusammenfassend lässt sich formulieren: Qualitätsjournalismus für Kinder kennt die High-interest-Themen von Kindern, weiß, wie Meldungen mit hohem Nachrichtenwert so präsentiert werden, dass sie für Kinder Anknüpfungspunkte bieten und die Entwicklung verstehbar, aber nicht emotional überfordernd aufgezeigt wird. Wahrgenommen werden aber auch das Interesse von (einer Reihe von) älteren Kindern an gesellschaftspolitischen Meldungen und die Frage, wie sich für die (noch) nicht so interessierten Kinder Anknüpfungspunkte und z. B. Nähe und Valenz von Themen verdeutlichen lassen. Bei Meldungen aus der Jugendkultur erkennt Qualitätsjournalismus für Kinder die Chancen nicht nur bei den offensichtlich gesellschaftlich notwendigen Themen wie Fridays for Future, sondern auch dort, wo Populärkultur für Heranwachsende faszinierend, für Erwachsene aber relativ uninteressant ist. Denn professionelles Handeln im Bereich Journalismus für Kinder heißt, die Zielgruppe ernst zu nehmen und ihnen Wege aufzuzeigen, wie sie die Ereignisse der Welt verstehen und sich selbst positionieren können. ■

ANMERKUNG

[1] *Durchgeführt von iconkids & youth international. Die Befragung wurde in einem repräsentativen Sample, quotiert nach Alter, Geschlecht und Migrationshintergrund der befragten Kinder, Schulabschluss des Haushaltsvorstands, Verteilung nach Bundesländern und Gemeindegrößenklassen sowie dem Familienstand der Mutter (150 BIK-Sample-Points) durchgeführt. Es fanden Face-to-Face-Befragungen durch speziell geschulte jugendliche Interviewer*innen mittels standardisiertem Fragebogen im Rahmen der Mehrthemenumfrage iconKIDS bus & iconYOUTH bus (persönliche Interviews, in home, CAPI) statt. Feldzeit war 9. März bis 14. April 2021. Der Stichprobenfehler beträgt im ungünstigsten Fall ± 3,03 %.*

LITERATUR

Eilders, Christiane (1997). Nachrichtenfaktoren und Rezeption: Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Informationen. *Opladen: Westdeutscher Verlag.*

Eilders, Christiane (2016). Journalismus und Nachrichtenwert. In Martin Löffelholz & Liane Rothenberger (Hrsg.), Handbuch Journalismustheorien (S. 431-442). *Wiesbaden: Springer VS.*

Eilders, Christiane & Wirth, Werner (1999). Die Nachrichtenwertforschung auf dem Weg zum Publikum: Eine experimentelle Überprüfung des Einflusses von Nachrichtenfaktoren bei der Rezeption. Publizistik, *44(1), 35-57.*

Götz, Maya & Kleine-Besten, Caroline (2021). What makes a story newsworthy for children and adolescents? TelevIZIon *34(E), 18-24.*

IZI (2021). TikTok noch beliebter bei Kindern und Jugendlichen. *Pressemitteilung vom 9.7.2021. Verfügbar unter: https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/presse/Pressemitteilungen/PM_TikTok.pdf [9.11.21]*

Schulz, Winfried (1976/1990). Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. *Freiburg/München: Alber Broschur.*

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

van't Riet, Jonathan & Kleemans, Mariska (2021). What drives selection of online children's news articles? Journalism *(16. April 2021). https://doi.org/10.1177/14648849211010157*

DIE AUTORIN

Maya Götz, Dr. phil., ist Leiterin des IZI und des PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL, München.