



Bad News are Good News heißt es unter Medienleuten. Gemeint ist, dass sich schlechte Nachrichten scheinbar besser verkaufen. Es macht aber einen Unterschied, ob wir schlechte oder gute Nachrichten konsumieren. Der häufige Konsum von „schlechten Nachrichten“ kann auch zu einer verzerrten Sicht der Welt führen.

vgl. <https://journalistikon.de/konstruktiver-journalismus> (2024-08-28)

Doch was zeichnet gute Nachrichten aus? Initiativen wie der „Konstruktive Journalismus“ weisen darauf hin, wie wichtig es ist, nicht beim Beschreiben von Problemen stehen zu bleiben, sondern auch Lösungen ins Spiel zu bringen.

vgl. www.sueddeutsche.de/medien/konstruktiver-journalismus-man-wirbt-immer-1.4477884 (2024-08-28)

Andere Initiativen, wie das Projekt gapminder und das Projekt Dollar Street, versuchen mit Fakten einer verzerrten, meist zu negativen Sicht der Welt entgegenzuwirken. Dafür werden Fakten zu wesentlichen (globalen) Trends graphisch aufbereitet.

Vgl. www.gapminder.org (2024-08-28)

Die meisten Menschen im Westen sehen in den Medien Bilder von Kriegen, Gewaltverbrechen und anderen Katastrophen. Dies führt, gepaart mit der Funktionsweise des menschlichen Gehirns, zu einer überdramatisierten Weltsicht. Demnach würden wir in einer Welt leben, die immer schlechter wird. Hans Rosling zeigt u.a. in seinem Buch Factfulness auf, dass das nicht stimmt. So gibt es in den Bereichen Gesundheit oder Bildung global sehr positive Entwicklungen.

vgl. Rosling, H., Rönnlund, A. R. & Rosling, O. (2018). Factfulness. Wie wir lernen, die Welt so zu sehen, wie sie wirklich ist. Berlin: Ullstein, S. 24 bis 25.

Medien tragen also einen wesentlichen Teil dazu bei, wie wir die Welt sehen. Sie spielen aber auch eine Rolle dabei, ob und wie wir diese Welt gestalten. In demokratischen Gesellschaften, in denen Meinungs- und Pressefreiheit herrscht, sollen sich alle an der Meinungsbildung betei-

ligen können. Journalist:innen im privatwirtschaftlich geführten Pressewesen oder in öffentlich-rechtlich geführten Rundfunkanstalten kommt dabei in Ländern wie Deutschland oder Österreich eine zentrale Rolle zu.

vgl. www.bpb.de/politik/grundfragen/deutsche-verhaeltnisse-eine-sozialkunde/138737/medien (Stand: 2021-11-25)

Die Qualität journalistischer Arbeit lässt sich unterschiedlich bemessen. Vielfalt, Richtigkeit, Vollständigkeit, Wahrhaftigkeit, Transparenz und Universalität wären geeignete Maßstäbe. Ob die Orientierung am Markt bzw. dem Publikum dazu gehört, ist umstritten.

www.medienwiki.org/index.php/Journalistische_Qualit%C3%A4t (Stand: 2021-11-25)

Der gesellschaftlichen Verantwortung von Medien versuchen Einrichtungen wie der österreichische Presserat mit ethischen Standards gerecht zu werden. Diese werden in Form eines Ehrenkodex vertreten.

www.presserat.at/show_content.php?hid=2 (2024-08-28)

Ein guter Medienkonsum kann Menschen zu einer informierten und aktiven Teilhabe an der Gesellschaft anregen. Der Medienkonsum hat sich aber stark gewandelt. Mit den digitalen Medien bekamen Konsument:innen eine aktivere Rolle, die Möglichkeiten zur Medienproduktion haben sich vervielfacht und sind leichter zugänglich. Das Verhalten der Konsument:innen wird für Unternehmen damit leichter erfassbar. Im Gegenzug wird die Gestaltung der persönlichen Datenspur im Internet für Konsument:innen zur Herausforderung. Zudem zeigen sich bzgl. Quantität und Qualität im aktuellen Medienkonsum auch problematische Züge wie Internetsucht oder Fake News. Neben der Verantwortung der Medien wird damit für Konsument:innen ein reflektierter Umgang mit Medien zunehmend wichtiger. Das Wissen um Verfügbarkeit, Hintergründe und Absichten von Texten oder audiovisuellen Beiträgen kann dabei hilfreich sein und zu einer kritischen Bewertung von Quellen und deren bewusster Auswahl beitragen.