

Sind „Bad News“ wirklich „Good News“?

Chart der Woche, 2023-KW02

12. Januar 2023

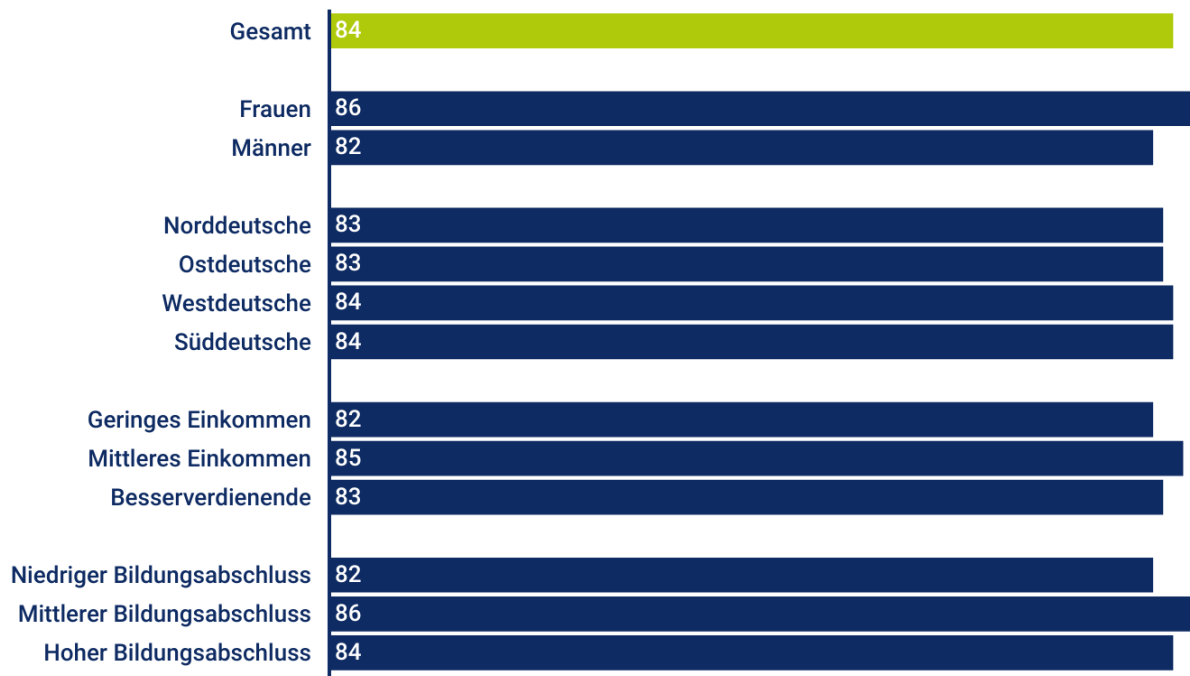


Sind "Bad News" wirklich "Good News"?

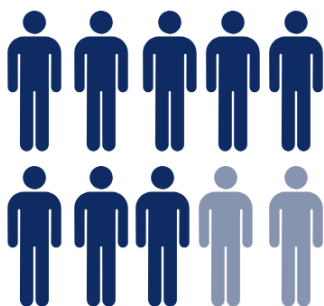
Sind "Bad News" wirklich "Good News"?

Von je 100 Befragten stimmen der Aussage zu:

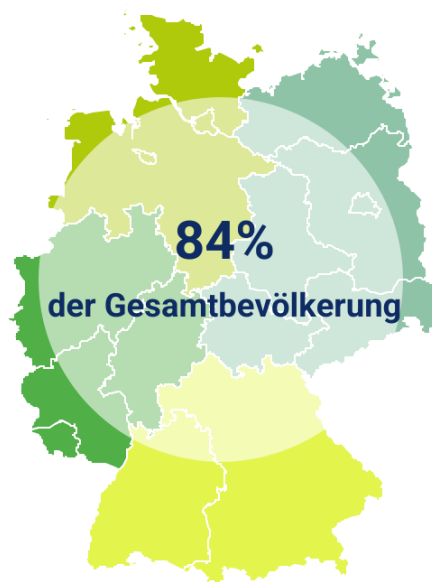
"Wenn ich Nachrichten sehe, höre oder lese habe ich das Gefühl, dass hauptsächlich negative Schlagzeilen verbreitet werden."



8 von 10



Bundesbürger
sind dieser Auffassung



Stiftung für
Zukunftsfragen
Eine Initiative von BAT

Von je 100 Befragten stimmen der Aussage zu:

"Wenn ich Nachrichten sehe, höre oder lese habe ich das Gefühl, dass hauptsächlich negative Schlagzeilen verbreitet werden."

8 von 10

84% — der Gesamtbevölkerung

Bundesbürger sind dieser Auffassung

Ergebnis

Aktuell sind mehr als acht von zehn Bundesbürger davon überzeugt, in den Nachrichten überwiegend negative Schlagzeilen zu sehen, zu hören oder zu lesen. Innerhalb der Bevölkerung herrscht dabei weitestgehend Einigkeit und das Geschlecht, der Wohnort, das Einkommen oder der Bildungshintergrund spielen keine Rolle.

Gründe

„Only bad news are good news“ ist ein bekannter Satz aus der Medienbranche. Schlechte Neuigkeiten verkaufen sich dieser Annahme nach besser als gute und erreichen häufig schneller die Aufmerksamkeit der Bevölkerung. Der Inhalt der Nachrichten ist dabei nicht entscheidend und kann von wirtschaftlichen Abschwüngen über Naturkatastrophen bis hin zu persönlichen Tragödien oder Verfehlungen reichen. Auch wenn manche schlechte Nachrichten durchaus positive Auswirkungen haben können (z. B. als Warnung dienend oder zur Anregung von Maßnahmen, um eine Verbesserung zu erreichen), so gehen diese fast immer mit negativen Folgen einher. Eine der gravierendsten ist der emotionale Tribut, den sie bei vielen Bürgern fordern können. Wenn sich die meisten Berichte um Kriege, Rezessionen, Klimakatastrophen, politische Verfehlungen, Skandale, Spaltungen und ähnliches drehen entsteht bei vielen ein Gefühl der Angst und der Hoffnungslosigkeit. Nicht selten gehen hiermit auch wirtschaftliche Sorgen einher, was wiederum zu einer höheren Sparquote führt. Dies kann dann bei Firmen mit dem Abbau von Arbeitsplätzen enden und so wird die Abwärtsspirale beschleunigt. Auch können zu viele schlechte Nachrichten einen Vertrauensverlust in Politiker, die Medien oder andere Institutionen auslösen und eine „Wir-gegen-sie“-Mentalität fördern. Diese Polarisierung erschwert es, Probleme auf konstruktive Weise anzugehen.

Prognose

Krisen und Herausforderungen hat es stets und wird es auch immer geben – und damit auch die negativen Schlagzeilen. Die Berichterstattung hierdrüber ist wichtig und richtig. Allerdings sehnt sich die große Mehrheit der Bevölkerung zusätzlich auch nach positiven Mitteilungen, will Perspektiven erfahren sowie sich an Erfolgen und Schönem erfreuen. Zukünftig wird in Zeitungen, im Internet, bei Fernseh- und Radiosendern daher auch diesen Bedürfnissen nachgekommen werden. Statt also nur über Arbeitsplatzabbau wird in Zukunft auch über neue Einstellungen zu lesen sein, statt nur von Hungersnöten und Kriegstoten zu berichten, wird auch über Entwicklungen und Verbesserungen informiert und statt einseitig nur Herausforderungen zu thematisieren wird auch von Chancen und Möglichkeiten zu lesen und zu hören sein.