

Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hg.)

Positiver Journalismus

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hrsg.)
Positiver Journalismus
Köln: Halem, 2017

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2017 Herbert von Halem Verlag, Köln

Zuerst erschienen im UVK Verlag, Konstanz, 2015 (978-3-86764-646-8)

978-3-7445-1033-2 (Print)
978-3-7445-1035-6 (ePDF)

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Schanzenstr. 22, 51063 Köln
Tel.: +49(0)221-92 58 29 0
E-Mail: info@halem-verlag.de
URL: <http://www.halem-verlag.de>

Inhalt

Positiver Journalismus – einführende Gedanken <i>Christin Fink</i>	7
1 Exklusion durch legitimierende Geste: Zum sprachlichen Paradoxon des positiven Journalismus am Beispiel HIV/AIDS <i>Thomas Christian Bächle</i>	19
2 Dialektik des Negativen: Probleme des positiven Journalismus <i>Oliver Bidlo</i>	37
3 Wenn Friedensjournalismus in die Sackgasse führt <i>Daniel Gehrman</i>	49
4 Chaotische Fernwelt – getrennte Lebenswelten: Auslandsberichterstattung zwischen negativem und positivem Journalismus <i>Kai Hafez / Anne Grüne</i>	99
5 Positive Kriminal- und Gerichtsberichterstattung <i>Bernhard Kramer</i>	113
6 Im Auge des Jokers: Stockfotos in journalistischen Medien <i>Evelyn Runge</i>	123
7 Negativer Journalismus ist mehr als „Bad News“: Die Berichterstattung der Eurokrise in der deutschsprachigen Presse <i>Katharine Sarikakis / Lisa Winter</i>	141

8	Konstruktiver Journalismus als Einladung zum Diskurs: Eine berufsethische Reflexion über den Spielraum für eine positivere Berichterstattung <i>Christian Sauer</i>	173
9	China im Spiegel der Printmedien: Wertende Berichterstattung und ihre Perzeption am Beispiel China <i>Caja Thimm / Katrin Witsch</i>	183
10	Positiver Journalismus als konstruktive Konfliktbearbeitung: Qualitätsjournalismus in der Auslandsberichterstattung <i>Irmgard Wetzstein</i>	207
	Autoren.....	217

Christin Fink

Positiver Journalismus – einführende Gedanken

Journalismus hat seinem normativen Selbstverständnis nach die Aufgabe, die gesellschaftlich relevante Welt wahrheitsgemäß und *objektiv* darzustellen. Es geht also um *Neutralität* und weder um positive noch um negative Akzentuierung.

Doch wer die Tageszeitung aufschlägt oder die Abendnachrichten sieht, erfährt viel über Unfälle, Mord und Totschlag, über Streiks und Pleiten, Korruption und Skandale, über Krisen, Konflikte und Kriege. Im Vergleich dazu scheinen Meldungen über Siege, Fortschritt und Wachstum oder gar lobende Worte über gute Politik deutlich rarer. Der Mainstream-Journalismus ist – so macht es den Eindruck – überwiegend negativ.

Begreift man den Journalismus in idealtypischer Weise und unter dem Gebot der Neutralität als Abbild der Wirklichkeit, muss entweder die Welt überwiegend negativ sein (was hier als Hypothese bezweifelt wird) oder, naheliegender: Der Journalismus erfüllt sein Ideal nicht, sondern verzerrt die Wahrnehmung in negativer Weise, und zwar mit – wie noch zu zeigen sein wird – erheblichen negativen Folgen.

Dass der Negativitätsbias im Journalismus existiert, wird selten reflektiert und noch seltener bewusst von Journalisten zugegeben. Eine der wenigen bemerkenswerten Aussagen hierzu stammte jüngst von Tony Gallagher in einer Radiodokumentation:

„Crime is going down, but you wouldn't know that from looking at national media because we still cover the same number of crimes, the same number of murderous trials, so there is a danger that we are not reflecting the world.“¹

¹ Gallagher, zit. n. Beckett (2015).

Ist der Journalismus also so neutral, wie er von sich behauptet? Offensichtlich nicht. Und: Wenn ein negativer Journalismus hingenommen wird, warum denken wir nicht über seinen Konterpart, einen positiven Journalismus, nach?

Ähnlich wie die *Positive Psychologie*² an der herkömmlichen Psychologie kritisierte, sie sehe statt durch eine konstruktive durch eine defizitäre Brille, indem sie sich überwiegend mit psychischen Störungen, nicht aber mit den Bedingungen des angestrebten Normalzustands, psychischer Gesundheit, auseinandersetzt, herrscht auch im herkömmlichen Journalismus derzeit noch die Vorstellung vor, gesellschaftliche Missstände dadurch zu bekämpfen, dass man sie medial im doppelten Wortsinne „behandelt“.

Ein bewusst *positiver* Journalismus, ein Journalismus, der von der positiven Psychologie inspiriert ist und insofern ausdrücklich auf das Positive fokussiert, wäre ein vollkommen anderer Ansatz, der zu einer völlig neuen Wahrnehmung der Medien führen und womöglich zu einer Lösung der vom kostenfreien Internet indizierten Medienkrise würde. In den englischsprachigen Medien finden sich bereits Beispiele, etwa die Good-News-Section von ABC news,³ der Huffington Post⁴ und zahlreicher weiterer Medien. Zeitungen, die sich ausschließlich auf positiven Journalismus verlegen, sind selten. Ein Beispiel sind die Positive News⁵, die auch als Printausgabe erscheinen.

Das vorliegende Buch setzt sich mit dieser Alternative des positiven Journalismus analytisch auseinander. Es möchte eine theoretische und berufspraktische Diskussion über positiven Journalismus in deutschsprachigen Medien anregen.

Begriffsbestimmung

In der Literatur findet sich der Begriff des positiven Journalismus kaum. In einer der raren Quellen wird er als „seltene Spezies des Journalismus, die sich die Verbreitung von Erfolgsmeldungen zur Hauptaufgabe gesetzt hat“⁶, definiert.

² Der Begründer dieser psychologischen Subdisziplin oder Schule ist Martin Seligman. Weitere wichtige Vertreter der Happiness-Forschung sind Ed Diener und Soja Lyubormisky.

³ http://abcnews.go.com/US/Good_News

⁴ <http://www.huffingtonpost.com/good-news>. Kritisch hierzu Sauer in diesem Band.

⁵ <http://positivenews.org.uk>

⁶ Siegert (1997), S. 165.

Eine **Abgrenzung** zu anderen journalistischen Genres ist aufgrund von Überschneidungen nicht trennscharf möglich.

So fokussiert etwa auch der *Friedensjournalismus*⁷ (Peace Journalism) auf positive Aspekte und hat pazifistische, deeskalierende Ziele, ist aber thematisch entsprechend limitiert.

Der im deutschsprachigen Raum weniger bekannte *lösungsorientierte Journalismus* (Solutions Journalism) greift gesellschaftliche Probleme auf, bleibt aber nicht bei einer Problembeschreibung stehen, sondern sucht nach Lösungsmöglichkeiten, die er zugleich propagiert.

Weniger proaktiv ist der ebenfalls hierzulande eher unbekanntere *präventive Journalismus* (Preventive Journalism). Auch dieser nimmt eine problemfokussierte Sichtweise ein, liefert jedoch keine eigenen Lösungsvorschläge und ist insofern weniger subjektiv und präskriptiv. Er thematisiert aufkommende bzw. mögliche Probleme im Sinne eines Frühwarnsystems in einer frühen Phase öffentlich, sodass diese möglichst gar nicht erst entstehen.

Neben diesen Big-Picture-Perspektiven, die gesellschaftliche Probleme positiv bearbeiten, kann im *Nutzwert-, Ratgeber-, Service- oder Verbraucherjournalismus*⁸ (Service Journalism) auch eine journalistische Herangehensweise als tendenziell positiv bezeichnet werden, die stärker auf das Individuum, also den Rezipienten, und dessen lebenspraktische Probleme eingeht. Hier wird der Leser, Hörer und Zuschauer eher als Kunde betrachtet, dessen Bedürfnisse aufgegriffen und dem entsprechende nutzenstiftende Tipps geliefert werden.

All diese journalistischen Genres haben positive Aspekte und können insofern als Teilmenge betrachtet werden. Sie sind mit dem positiven Journalismus im hier verstandenen Sinne jedoch nicht identisch.

Als erste Annäherung an eine **Begriffsbestimmung** wird hier folgende Grundannahme vorgeschlagen: Positiver Journalismus ist ein journalistisches Genre, das beim Rezipienten *positive* kognitive, affektive und motivationale **Wirkungen** hervorzurufen *beabsichtigt*. Damit stellt positiver Journalismus einen normativen – gegebenenfalls sogar pädagogischen⁹ – Ansatz dar.

Diese Sichtweise betrachtet es als sinnvoller, positiven Journalismus nicht von der Art der Berichterstattung, sondern von den beabsichtigten Wirkungen her zu definieren. Es handelt sich also um eine Definition, die am *Output*, nicht beim Input ansetzt. Denn ein positiver Journalismus, der aus-

⁷ Vgl. Kempf (2004) u. a.

⁸ Vgl. Brandstetter (2014), Eickelkamp (2011), Fasel (2004), Gröschl (2013) u. a.

⁹ Dies ist insbesondere dann zu bejahen, wenn die Medien neben Familie und Bildungs- bzw. Erziehungseinrichtungen als weitere Sozialisationsinstanz betrachtet werden.

schließlich positive Ereignisse und Situationen thematisiert, würde unweigerlich zu einer einseitigen Verkürzung und Verzerrung der Weltwahrnehmung führen.

Positiver Journalismus im hier verstandenen Sinne muss aber nicht auf positive *Themen bzw. Inhalte* (Siege, Erfolge, Einigungen, Lösungen etc.) limitiert sein. Genauso entscheidend ist die *Form*, insbesondere die *Sprache*. Negative Tatsachen können insofern auch Gegenstand positiver Berichterstattung sein, wenn diese positiv – etwa lösungsorientiert – formuliert werden oder einen positiven Ausblick erhalten. Die Gefahr der Schönfärberei ist dabei natürlich zu berücksichtigen.

Ausgehend von der hier vertretenen wirkungsorientierten Begriffsauffassung ergeben sich drei Erkenntnisfelder, die wir in den folgenden Zeilen explorativ und in den Beiträgen dieses Buchs selektiv bearbeiten möchten:

- **Ursachen:** Weshalb sind die Medien tendenziell negativ?
- **Wirkungen:** Welche kognitiven, affektiven und motivationalen Wirkungen hat negative Berichterstattung?
- **Bewertung:** Ist negativer Journalismus ausschließlich schlecht und positiver Journalismus immer gut? Welche Kritik ist am positiven Journalismus zu üben?

Ursachen

Weshalb ist die Berichterstattung überwiegend negativ? „Bad News“ sind „Good news“ – heißt es. Negative Schlagzeilen scheinen die Aufmerksamkeit stärker auf sich zu ziehen und sind insofern tatsächlich verkaufsfördernder. Die Medien liefern also einfach das, wonach offensichtlich die größte Nachfrage besteht.

In der Psychologie geht man von einem allgemeingültigen *Negativitätsbias* bzw. einer starken *Negativitätsdominanz* aus.¹⁰ Demnach reagieren wir als Menschen sowohl affektiv als auch kognitiv häufig stärker auf negative Stimuli als auf positive. So ist etwa die Verlustaversion der meisten Individuen ausgeprägter als der Drang zur Nutzenmaximierung.

¹⁰ Vgl. Rozin und Royzman (2001); Baumeister et al. (2001).

Geht man von der Tabula-rasa-Annahme eines John Locke aus,¹¹ derzufolge der Mensch erst durch Erfahrungen geformt wird, müsste es sich bei der Negativitätsdominanz um eine Prägung durch Erziehung und Sozialisation handeln. Neben der kontextgebundenen Prägung sind genetische Dispositionen für die Negativitätstendenz nach heutigen Erkenntnissen jedoch zum Teil mitverantwortlich.¹²

Neben genetischen Faktoren und der frühkindlichen Prägung durch Elternhaus und Schule haben die Medien über negativen Journalismus also einen vermutlich vergleichsweise geringen Anteil an der Ursache für den Negativitätsbias. Die Medien sollten sich ihrer Verantwortung dennoch bewusst sein.

Wirkungen

Welche kognitiven und affektiven Wirkungen hat negative Berichterstattung auf die Rezipienten? Hierfür halten die allgemeine und die Medienpsychologie sowie insbesondere auch die Medienwirkungsforschung diverse Anhaltspunkte bereit.

Bekannt ist etwa der *Agenda-Setting-Effekt*, demzufolge die Häufigkeit von Themen positiv mit ihrer kognitiven Präsenz in der Publikumsagenda korreliert.¹³ Mit anderen Worten denken die Menschen naturgemäß stärker über die Themen nach, mit denen sie medial konfrontiert werden. Sind die Inhalte überwiegend negativ, dominieren auch die negativen Gedanken.

Im Rahmen des *Second-Level-Agenda-Setting* kommt es zu Framing- und Priming-Effekten. Mittels *Framing* wird der Rahmen abgesteckt, was zum Thema gehört und was nicht. Es werden auf diese Weise eine Problemdefinition, Erklärungsmuster und moralische Bewertungen geliefert, die der Rezipient je nach eigener Reflexionsfähigkeit mehr oder minder übernimmt. So können Journalisten bewusst oder unbewusst einen positiven oder negativen Rahmen für einen Berichterstattungsgegenstand liefern. Die mediale Wahrnehmung und die anschließende öffentliche Diskussion finden überwiegend nur noch in dem einmal gesetzten Rahmen statt. Ist dieser negativ gesetzt, ist eine positive Berichterstattung praktisch ausgeschlossen.

¹¹ Vgl. Locke (1690).

¹² Vgl. McGuffin et al. (1996).

¹³ Vgl. McCombs und Shaw (1972).

Die negativen und positiven *kognitiven* und *motivationalen* Wirkungen lassen sich durch Loss- and Gain-Frames erklären. *Loss-Frames* sind Rahmensetzungen, in denen Verluste betont werden, die einem Furchtappell entsprechen. Veranschaulichen kann man sich dies etwa am Beispiel der Berichterstattung über die als moralisch und ökologisch als richtig empfundene Stromerzeugung. Im Loss-Frame wird auf die Gefahren des Atomstroms hingewiesen – besonders eindrucksvoll war dies naturgemäß nach den Vorkommnissen von Fukushima der Fall. Um die Bevölkerung dazu zu bewegen, die Stromwende durch Wählerstimmen politisch zu unterstützen oder beim eigenen Strombezug auf Solaranlagen oder Ökostrom umzusteigen, haben Loss-Frames eine begrenzte Wirksamkeit. Empirischen Erkenntnissen zufolge – insbesondere im Zusammenhang mit einem gesunden Lebensstil – entfalten positive Rahmensetzungen, also *Gain-Frames*, eine stärkere motivationale Wirkung.¹⁴ Um im gleichen Beispiel zu bleiben: Hier würden nicht die Gefahren und Belastungen der herkömmlichen Stromerzeugung thematisiert, sondern die positiven Aspekte der nachhaltigen Stromproduktion – idealerweise verbunden mit persönlichen Wert- oder Nutzensvorstellungen.

Beim *Priming* ist die Häufigkeit, mit der Themen in den Medien auftauchen, mit kognitiven (wie beim Agenda-Setting) und affektiven Wirkungen im Sinne von Einstellungsänderungen positiv korreliert.¹⁵ Themen, die in den Medien dominant behandelt werden, ziehen also nicht nur verstärkt in das Denken der Menschen ein, sondern beeinflussen auch deren Einstellungen. Grundsätzlich kann von negativen affektiven Wirkungen durch negative Themen oder negative Sprache ausgegangen werden. Leser, Hörer und Zuschauer neigen also zu einer negativeren Einstellung, nachdem sie sich mit negativer Berichterstattung auseinandergesetzt haben. Die negative Einstellung ist nicht auf den Berichterstattungsgegenstand beschränkt, sondern manifestiert sich als negative Grundeinstellung und überträgt sich auf andere Gegenstände, mit denen sich das Individuum im Anschluss auseinandersetzt.

In diesem Zusammenhang ist die empirische Studie der dänischen Journalistin Cathrine Gyldenstad ausgesprochen aufschlussreich.¹⁶ Gyldenstad legte Rezipienten journalistische Texte vor, die sich mit negativen Ereignissen auseinandersetzten. Für die Kontrollgruppe wurden die Texte in der ursprüng-

¹⁴ Vgl. Jones et al. (2003); Rothman et al. (1993).

¹⁵ Vgl. Iyengar und Kinder (1987); Fazio und Olson (2003).

¹⁶ Vgl. Gyldensted (2011).

lichen Sprache belassen, wogegen die Beiträge für die Untersuchungsgruppe nach den Erkenntnissen der positiven Psychologie umgetextet wurden. Die Leser aus der Untersuchungsgruppe zeigten im Vergleich zur Kontrollgruppe deutlich positivere affektive Wirkungen.

War der Eigenanteil der Medien an der Verursachung des Negativitätsbias im Sinne eines Teufelskreises vergleichsweise gering, muss bei den Wirkungen negativer Berichterstattung eine weitaus größere Verantwortung von Journalisten und Medien festgestellt werden.

Bewertung

Wie sind negative und positive Berichterstattung vor dem Hintergrund der journalistischen Ethik und der gesellschaftlichen Verantwortung des Journalismus zu beurteilen? Ist negativer Journalismus ausschließlich schlecht und positiver Journalismus immer gut? Welche Kritik ist am positiven Journalismus zu üben?

Selektiert der positive Journalismus im Rahmen seiner Gatekeeper-Funktion ausschließlich positive Themen und Inhalte, so werden – wie oben schon angesprochen – große Teile der gesellschaftlichen Realität ausgeblendet. Es käme so zu einer *Verkürzung* der Realitätswahrnehmung. Dies kann weder Sinn noch Zweck eines positiven Journalismus sein.

Werden negative Themen positiv dargestellt, kann es zu einer Wirklichkeits*verzerrung* kommen. Diese wäre ebenfalls nicht wünschenswert. Wie ebenfalls bereits angesprochen, kann es jedoch schon als erheblicher Fortschritt betrachtet werden, wenn die Berichterstattung nicht bei der Problembeschreibung stehen bleibt, sondern Lösungsmöglichkeiten aufzeigt. Diese muss der Journalist nicht zwingend selbst entwickeln; er kann auch Experten zu Wort kommen lassen. Insbesondere ist es aus ethischen Erwägungen heraus vorzuziehen, mehrere Lösungsalternativen aufzuzeigen.

Die Ausführungen zum *Framing* haben gezeigt, dass Journalisten zu Beginn der Berichterstattung über einen spezifischen Gegenstand bewusst oder unbewusst Rahmensetzungen vornehmen, welche die weitere Wahrnehmung und Diskussion kanalisieren. Insbesondere bei Berichterstattungsgegenständen, bei denen es keinen eindeutigen gesellschaftlichen Konsens darüber gibt, ob dieser grundsätzlich als eher positiv oder eher negativ beurteilt wird, verlangt das Gebot der journalistischen Neutralität, den Sachverhalt ungefärbt darzustellen. Berücksichtigt man die oben dargestellten im-

mensen kognitiven, affektiven und motivationalen Wirkungen einer Berichterstattung, erscheint bei indifferenten Themen die Wahl einer positiven Sprache legitim.

Überblick über die Beiträge des Bandes

Aufgrund des bislang kaum berührten Forschungsstandes ist die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem positiven Journalismus – wie ausgeführt – noch als explorativ einzustufen. Die Beiträge in diesem Band gehen selektiven Forschungsfragen nach, die eine oder alle vier der oben genannten Fragen anhand eines spezifischen Berichterstattungsgegenstandes aufgreifen.

Thomas Christian Bächle greift die Berichterstattung über das Thema *HIV/AIDS* auf. Ursprünglich eine todbringende Krankheit, die vor allem mit zwielichtigen Gestalten assoziiert wurde, hat der medizinische Fortschritt ihr den Schrecken genommen und eine subtilere, positivere Berichterstattung – beispielsweise über unschuldig Infizierte, die trotzdem ein „normales Leben“ führen können – ermöglicht. Diese Darstellungen sind jedoch oft nur vermeintlich positiv, denn zum einen besteht die Gefahr der Marginalisierung des Krankheitsbildes und zum anderen werden die Infizierten in der Wahrnehmung nicht wirklich die Normalen, sondern bleiben die Andersartigen und Ausgegrenzten.

Oliver Bidlo befasst sich in seinem Beitrag mit den *Hürden*, die einer positiven Berichterstattung im Wege stehen. Er entwickelt hierbei drei Argumentationsstränge. Der erste stellt die Dialektik des Negativen dar. Der zweite berücksichtigt die korrigierende und desintegrative Funktion von negativem Journalismus. Schließlich steht das Fortschrittsdenken, das auf der Kritik des Gegebenen basiert, einem positiven Journalismus entgegen.

Daniel Gehrmann greift den bereits angesprochenen *Friedensjournalismus*, der als thematisch fokussierte Ausformung des positiven Journalismus betrachtet werden kann, auf. Dieses journalistische Genre untersucht der Autor sehr grundständig und detailliert. Dabei deckt er nicht nur kritikwürdige Annahmen auf (etwa, dass Gewalt immer auf bestehenden Konflikten beruhe), sondern zeigt auch auf, dass die mit Friedensjournalismus verbundenen Zielsetzungen nicht zwingend erfolgreich sein müssen und sogar das Gegenteil vom Beabsichtigten bewirken können.

Kai Hafez und *Anne Grüne* widmen sich der *Auslandsberichterstattung* und stellen fest, dass über ferne Länder überwiegend ein krisenhaftes Bild gezeichnet wird. Obwohl die „Nahwelt“, hier die westliche Welt, auch negativ wahrgenommen wird, gilt sie doch als stabil bis harmonisch. Viele Länder Asiens, Afrikas und Lateinamerikas dagegen befinden sich offenbar stets im Ungleichgewicht, sei es naturbedingt (Naturkatastrophen) oder gewaltbezogen (Kriege und Konflikte). Die Autoren eruieren Ursachen und Wirkungen dieser Berichterstattung.

Den Gefahren einer positiven *Kriminal- und Gerichtsberichterstattung* geht *Bernhard Kramer* nach. *Zorro*, *Robin Hood*, *Arsène Lupin* oder der Hauptmann von *Köpenick* – bei all diesen literarischen Figuren handelt es sich juristisch gesehen um Verbrecher, denen jedoch vonseiten der Leserschaft Sympathie und Hochachtung entgegengebracht werden – sei es, weil den Armen geholfen wird, die Diebe herausragend clever oder bemitleidenswert waren. Diese Archetypen bilden häufig die Blaupause für die mitunter positive journalistische Berichterstattung tatsächlicher Straftäter. Der Archetyp des *Alfred Dreyfus* wird bemüht, wenn ein nach journalistischer Einschätzung zu Unrecht verurteilter Mensch juristisch rehabilitiert werden soll. All diese positiven Wertungen sind gefährlich. Verbrechen bleibt Verbrechen, unabhängig von Sympathie und ehrenwertem Motiv.

Evelyn Runge befasst sich mit den positiven Wirkungen von in der Berichterstattung eingesetzter *Stockfotografie*. Dass das Bildmaterial zu einem journalistischen Text nicht nur spezifisch und „on demand“ im Rahmen von Dokumentarfotografie erstellt wird, sondern Redaktionen mehr und mehr auf Stockfotos zurückgreifen, also auf Bilder, die ohne konkreten Anlass auf Vorrat produziert und in Bilddatenbanken zum Verkauf angeboten werden, ist ein ungebremster Trend. Sie sind zeit- und ortlos, prinzipiell eben unkonkret, aber oft von ausgeprägter Kunstfertigkeit und Aussagekraft. Positive Texte benötigen eine solche positive Bilderwelt.

Katharine Sarikakis und *Lisa Winter* greifen die aktuelle Eurokrise und insbesondere die Rolle Griechenlands hierbei auf, um anhand einer empirischen Untersuchung aufzuzeigen, dass negative Berichterstattung weitaus *mehr als nur* „*Bad News*“ ist. Insbesondere zeigen die beiden Autorinnen, dass der vermeintlich negative Journalismus sich zur Aufgabe macht, komplexe Zusammenhänge zu erklären. Ähnlich wie beim Friedensjournalismus ergeben sich erst dann Probleme, wenn – wie generisch im Sportjournalismus – eine *Wir-gegen-sie-Dramaturgie* ins Spiel kommt, also weniger auf die Situation denn auf einzelne Personen oder Personifizierungen fokussiert wird.

Weder einem bestimmten Berichterstattungsgegenstand noch einer konkreten Darstellungsform widmet sich *Christian Sauer*. Sein Beitrag ist vielmehr der Bewertungsfrage zuzuordnen, inwiefern positiver Journalismus tatsächlich positiv ist. Aus einer berufsethischen Perspektive heraus diskutiert er, welcher Handlungsspielraum für Journalisten überhaupt für eine positive Berichterstattung besteht. Seine Reflexion unternimmt der Autor an einigen Beispielzeitschriften wie der „Landlust“. Auch der positive Journalismus kommt um das Negative nicht ganz herum, so Sauer.

Irmgard Wetzstein wendet sich (wie Hafez und Grüne) ebenfalls der *Auslandsberichterstattung* zu. Ihr geht es um eine konstruktive Konfliktbearbeitung und ihr Fokus liegt auf dem Qualitätsjournalismus. Während der Friedensjournalismus normativ fragt, wie Journalismus funktionieren soll, geht die Autorin der Frage nach, was er leisten kann. Sie greift dabei einen außerjournalistischen Bereich, die Mediationsforschung und -praxis, als alternativen Zugang auf und vergleicht beide Systeme. Anhand einer empirischen Studie zeigt sie die Möglichkeiten einer konstruktiven Konfliktbearbeitung durch Qualitätsjournalismus auf.

Literatur

- Baumeister, R.F.; Bratslavsky, E.; Finkenauer, C.; Vohs, K.D. (2001): Bad Is Stronger Than Good, in: Review of General Psychology, 5. Jg., S. 323-370.
- Beckett, C. (2015): Beyoncé, cute kittens or relentless tragedy? Is good news really news at all?, in: The Guardian, 01.02.2015, <http://www.theguardian.com/media/2015/feb/01/beyonce-cute-kitten-tragedy-news> [12.03.2015].
- Brandstetter, B. (2014): Verbraucherjournalismus, Konstanz.
- Eickelkamp, A. (2011): Der Nutzwertjournalismus. Herkunft, Funktionalität und Praxis eines Journalismustyps, Köln.
- Fasel, C. (2004): Nutzwertjournalismus, Konstanz.
- Fazio, R.; Olson, M. (2003): Implicit measures in social cognition research. Their meaning and use, in: Annual Review of Psychology, 54. Jg., S. 297-327.
- Gröschl, J. (2013): Praxishandbuch Ratgeber-/Nutzwertjournalismus, Aachen.
- Gyldensted, C. (2011): Innovating News Journalism Through Positive Psychology. University of Pennsylvania Scholarly Commons, http://repository.upenn.edu/mapp_capstone/20/ [09.04.2014].
- Iyengar, S.; Kinder, D.R. (1987): News that matter: Television and American opinion. American politics and political economy, Chicago.

- Jones, L.W.; Sinclair, R.C.; Courneya, K.S. (2003): The Effects of Source Credibility and Message Framing on Exercise Intentions, Behavior and Attitudes: An Integration of the Elaboration Likelihood Model and Prospect Theory, in: *Journal of Applied Social Psychology*, 33. Jg., S. 179-196.
- Kempf, W. (2004). Friedensjournalismus, in: Sommer, G.; Fuchs, A. (Hrsg.): *Krieg und Frieden. Handbuch der Konflikt- und Friedenspsychologie*, Weinberg, S. 439-451.
- Locke, J. (1690/2000): *Versuch über den menschlichen Verstand*, Hamburg.
- McCombs, M.; Shaw, D. (1972): The agenda-setting function of mass media, in: *Public Opinion Quarterly*, 36. Jg., Nr. 176-187.
- McGuffin, P.; Katz, R.; Watkins, S.; Rutherford, J. (1996): A Hospital-Based Twin Register of the Heritability of DSM-IV Unipolar Depression, in: *Archives of General Psychiatry*, 53. Jg., S. 129-136.
- Rothman, A.J.; Salovey, P.; Antone, C.; Keough, K.; Martin, C.D. (1993): The Influence of Message Framing on Intentions to Perform Health Behaviors, in: *Journal of Experimental Social Psychology*, 29. Jg., S. 408-433.
- Rozin, P.; Royzman, E. (2001): Negativity bias, negativity dominance, and contagion, in: *Personality and Social Psychology Review*, 5. Jg., 296-320.
- Siegert, R. (1997): Positiver Journalismus. Aufklärerische Öffentlichkeit im Zusammenspiel des Publizisten Rudolph Zacharias Becker mit seinen Korrespondenten, in: Jäger, H.-W. (Hrsg.): *Öffentlichkeit im 18. Jahrhundert*, Göttingen, S. 165-185.