

Veranstaltungsreihe
BUSINESS **plus minus** ETHICS
Wirtschaft, Gesellschaft & Politik im Dialog

Prof. Dr. Christian Schicha
(*c.schicha@mediadesign-fh.de*)

„Fernsehen der Zukunft“ Information, Unterhaltung und Verantwortung im Internetzeitalter

20. November 2013
Bad Honnef

Fernsehen der Zukunft: Worum geht es?

- Veränderung der Medienarbeit und die Entwicklung der digitalen Gesellschaft
- Herausforderungen an das journalistische Arbeiten
- Gesellschaftsgestaltung mit und durch Medien

Fernsehen der Zukunft: Medienethische Herausforderungen

- Berichterstattung und Werbung
- Wertevermittlung und -vorstellung
- Wertekanon für den Journalismus

Fernsehen der Zukunft: Berichterstattung und Werbung

- Nur eine klare Trennung kann die Glaubwürdigkeit des Journalismus erhalten
- Die Transparenz über Auftraggeber von Sonderwerbformen ist unverzichtbar
- Ökonomische Interessen sind aufgrund der Rechtevermarktung aufzuzeigen
- Produkt-Placement ist unter gewissen Voraussetzungen zulässig
- Schleichwerbung ist abzulehnen

Fernsehen der Zukunft: Wertevermittlung und -vorstellung

- Medienerziehung
- Medienkritik durch die Medien
- Medienselbstkontrolle



Initiative Nachrichtenaufklärung



Initiative Qualität

IQ

im Journalismus



DEUTSCHER WERBERAT



Fernsehen der Zukunft: Wertekanon für den Journalismus

- Qualität durch Professionalität
- Beachtung von Relevanzkriterien
- Recherche durch Prüfung von mindestens zwei Quellen
- Transparenz durch Beachtung der Impressums
- Aktualität, aber nach dem Prinzip Gründlichkeit vor Schnelligkeit
- Unabhängigkeit vom Staat und der PR
- Ethik nach Kriterien von Verantwortung und Glaubwürdigkeit
- Das Ziel: Die Bildung von Vertrauen in die Berichterstattung zu verstärken

Links:

- www.netzwerk-medienethik.de
- www.initiative-qualitaet.de
- www.nachrichtenaufklaerung.de
- www.bildblog.de
- www.presserat.de
- www.werberat.de
- www.schicha.net

Literatur:

- Filipovic, A. / Jäckel, M. / Schicha, C. (Hrsg.): Medien- und Zivilgesellschaft. Weinheim und Basel 2012
- Schicha, C. / Brosda, C. (Hrsg.): Handbuch Medienethik, Wiesbaden 2010