

MEDIENETHIK

WEBINAR



26. und 27. Juni sowie 4. und 5. Juli 2017, jeweils 19.00 – 20.15 Uhr online

WENN ALLE DÄMME BRECHEN – WELCHE WERTE GELTEN NOCH IM JOURNALISMUS?

Die Verpflichtung zu sorgfältiger Recherche, das Verbot von Diskriminierung oder die Trennung von Redaktion und Werbung sind journalistische Grundsätze, die nach wie vor gelten – theoretisch. Doch wer schert sich noch darum – in einer Zeit, da Medien ihre Funktion als Gatekeeper verloren haben und jedes Gerücht ungeprüft veröffentlicht wird? Im ungebremsen Nachrichtenstrom scheint Schnelligkeit über Wahrheit zu gehen und Sensationsberichterstattung – nach Möglichkeit live – über alles. Medien und Journalist_innen kämpfen um ihren Ruf, ihre Existenzberechtigung, ihr finanzielles Überleben. Sind alle Dämme gebrochen?

In diesem Webinar nehmen wir uns die Zeit, anhand aktueller Beispiele über medienethische Fragen zu diskutieren – kritisch und praxisnah.

Konzeption & Leitung: **Ulrike Schnellbach**, Journalistin, Trainerin, Moderatorin
Bernd Oswald, Medienjournalist, Trainer, Trendscout im digitalen Journalismus



26.06.2017

19.00 – 20.15

ERREGUNGSPOTENZIAL ALS NACHRICHTENFAKTOR?

Die Tagesschau zog heftige Kritik auf sich, als sie im Dezember 2016 zunächst nicht über den Freiburger Mordfall berichtete – es war gerade bekannt geworden, dass der Tatverdächtige ein Flüchtling ist. Dieser und ähnliche Fälle werfen die Frage auf: Ist die Tatsache, dass sich Menschen über ein Thema erregen, ein Nachrichtenfaktor wie Relevanz, Nähe, Prominenz? Ein Blick auf die Nachrichtenwert-Theorie und ihre Bedeutung für die praktische Themenauswahl in Zeiten, in denen auch ohne das Zutun der klassischen Medien alles bekannt wird.

Gäste: **Hans-Jürgen Arlt**, Publizist, Honorarprofessor für strategische Kommunikationsplanung an der Universität der Künste, Berlin; Autor der Studie: „Journalist oder Amateur – ein Beruf im Umbruch“, Otto-Brenner-Stiftung 2016 (mit Wolfgang Storz)

Linda Hinz, Nachrichtenchefin Focus online



27.06.2017

19.00 – 20.15

PARADOXER LIVE-WAHN: VIEL GENUTZT, VIEL KRITISIERT

Events, Unglücke, Anschläge: Wenn etwas auf der Welt passiert, reagieren viele Redaktionen mit Live-Tickern oder sogar Live-Streams. Die sind beim Publikum einerseits gefragt, stehen andererseits aber auch massiv in der Kritik: Zu viel Spekulation, zu wenig Überprüfung, kaum Erkenntnisgewinn. Wann sollte man die Finger von einer Live-Berichterstattung lassen? Und wenn man sich doch dafür entscheidet: Wie wird sie gut und gehaltvoll?

Gäste: **Lena Jakat**, Deskchefin Online, Süddeutsche Zeitung

Matthias Deiß, Reporter im ARD-Hauptstadtstudio



04.07.2017

19.00 – 20.15

KÖNNEN FACT-CHECKER DEN KAMPF GEGEN DIE FAKE-NEWS-WELLE GEWINNEN?

Klar, Falschinformationen gab es schon immer. Aber noch nie in einem solchen Ausmaß wie heute. 2016 mit den polarisierenden Wahlkämpfen in Großbritannien und den USA war ein Wendepunkt: Noch nie gab es so wenig Hemmungen, teilweise oder ganz falsche Informationen zu posten, oft aus niederen Beweggründen heraus. Für die Bundestagswahl 2017 steht ähnliches zu befürchten. Was können die journalistischen Factchecker dagegen noch ausrichten? Oder sind sie auf verlorenem Posten, weil immer mehr Menschen ins postfaktische Lager abdriften?

Gäste: **Christoph Kappes**, Geschäftsführer der Schmalbart Netzwerk UG

Stefan Voß, Dienstleiter Politik bei der dpa



05.07.2017

19.00 – 20.15

JOURNALISMUS UND PR – GETRENNTE WELTEN?

Werbung war schon immer eine wichtige Einnahmequelle für Medien. Daran ist nichts auszusetzen – solange die Nutzer eindeutig zwischen redaktionellem Inhalt und Anzeigen unterscheiden können. Doch mit Phänomenen wie Native Advertising und Corporate Publishing werden die Grenzen zunehmend fließend. Hinzu kommt, dass vor allem freie Journalistinnen und Journalisten häufig auf kommerzielle Auftraggeber angewiesen sind, um die niedrigen Honorare der Redaktionen auszugleichen. Journalisten machen keine PR und Redaktionen kennzeichnen werbliche Inhalte deutlich – sind diese Grundsätze obsolet? Und was bedeutet die zunehmende Vermischung für die Glaubwürdigkeit von Medien?

Gäste: **Edda Eick**, Referentin und Pressesprecherin Deutscher Presserat

Annette Floren, IT-Projektmanagerin, PR-Beraterin, Co-Autorin der Studie „Content-Marketing. Wie ‚Unternehmensjournalisten‘ die öffentliche Meinung beeinflussen“, Otto-Brenner-Stiftung 2016 (mit Lutz Frühbrodt)

