

Abstracts

Deutsch

Klaus-Dieter Altmeyden: Journalismus und soziale Verantwortung

Wenn die journalistische Berichterstattung nicht mit den Wahrnehmungen der Betroffenen und Beteiligten übereinstimmt, endet dies regelmäßig in einer Medienschelte. Doch Medien und Journalismus, so die These in diesem Beitrag, sind nicht das Gleiche. Das hat Folgen auf mehreren Ebenen. Während der Journalismus soziale Verantwortung für eine professionelle Berichterstattung zu übernehmen hat, liegt die soziale Verantwortung der Medien darin, den Journalismus mit den für eine qualitative Berichterstattung notwendigen Ressourcen auszustatten. Durch dieses Modell ist es möglich, erstens einen Referenzpunkt zu finden, um soziale Verantwortung zu messen, und zum zweiten wird es dadurch möglich, Adressaten für die Übernahme sozialer Verantwortung zu finden. Plädiert wird aus diesen Gründen für ein Ressourcenmodell der sozialen Verantwortung von Medien und ein Prozessmodell der professionellen Berichterstattung als soziale Verantwortung des Journalismus.

Klaus Arnold: Kann guter Journalismus unmoralisch sein? Zum Verhältnis von Qualität und Ethik in den Medien

Sind Ethik und Qualität im Journalismus das Gleiche oder handelt es sich hier um zwei verschiedene Konzepte? In dem Artikel wird herausgearbeitet, dass es bei den entsprechenden wissenschaftlichen Diskursen durchaus Überschneidungen gibt. So wird bei ethischen und qualitativen Standards mit sehr ähnlichen Begründungsmustern argumentiert. Allerdings ist das Qualitätskonzept stärker markt- und praxisorientiert: Publikumserwartungen, Operationalisierungsfragen und evaluative Verfahren spielen hier eine deutlich größere Rolle als bei der journalistischen Ethik. Zusammengefasst lässt sich sagen, dass es im Ethikdiskurs um die fundamentale Frage der Begründung des richtigen journalistischen Handelns geht, während der Qualitätsdiskurs fragt, wie ein Produkt beschaffen sein muss, damit es im gesellschaftlichen und marktwirtschaftlichen Sinn gut und nützlich ist.

Walter Hömberg / Johannes Karasek: Der Schweißfleck der Kanzlerkandidatin. Bildmanipulation, Bildfälschung und Bildethik im Zeitalter der digitalen Fotografie

„Bilder lügen nicht“, sagt der Volksmund. Ist dieses Vertrauen gerechtfertigt? Der Aufsatz beschäftigt sich mit den Möglichkeiten und Methoden der Bildfälschung und Bildmanipulation, die fast so alt sind wie die Fotografie selbst. An Beispielen aus der Geschichte wird gezeigt, wie durch Retusche und Montage Bildinhalte verfälscht worden sind. In der Gegenwart hält die digitale Fotografie ganz neue Möglichkeiten der Bildbearbeitung bereit. Welche Methoden sind legitim? Wo beginnen Missbrauch, Lüge und Fälschung? Die Verfasser diskutieren diese Fragen, und sie plädieren für einen verantwortungsvollen Umgang mit der digitalen Bildbearbeitung, die als Teilgebiet einer umfassenden Bildethik verstanden wird.

Englisch

Klaus-Dieter Altmeyen: Journalism and Social Responsibility

Unless the news coverage doesn't correspond with the perception of the involved and concerned people regularly a scolding of the media is following. However, the argument in this contribution is that media and journalism is not the same. This has several implications. Whereas journalism is responsible for professional news coverage the social responsibility of the media lies in the fact that they have to equip the editorial offices with the essential resources. This model, firstly, makes it possible to find a point of reference for measuring social responsibility. Secondly, it enables to address people or organisations to assume social responsibility. For this reasons, it is advocated for a resource model of social responsibility of media firms and a process model of professional news coverage as social responsibility of the journalism.

Klaus Arnold: Can Good Journalism be Immoral? On the Relationship of Quality with Ethics in Media

This article deals with the question whether ethics and quality in journalism are alike or are based on two different conceptions. The author found out that overlappings of both fields can be found in correspon-

ding scholarly disputations. Ethical as well as qualitative standards use similar models of reasoning. However, the qualitative conception is more directed to fields of marketing and practising: Considering expectations of people, questions of operating measures and evaluating systems are far more important in quality considerations than in ethics of journalism. Summerized, the difference could be put in the following way: In ethical disputations the main question is asking for the reasons of good journalistic writing while in disputations on quality the main question is how a product must be made in such a way that it is good and useful in the sense of marketing and social functioning.

Walter Hömberg / Johannes Karasek: The Sweat Spot of the Woman Candidate for Presidency. Manipulation, Fake and Ethics of Pictures in the Age of Digital Photography

There is a common saying „Pictures do not lie“. In this article the authors put the question whether this saying is reliable. They point out that manipulations and fakes of pictures are as old as photography itself. They present historic examples of fakes by retouching and montage which changed the original content of pictures. At present, digital photography offers new additional possibilities to work on pictures. The questions are: What methods are legitimate? When is the borderline crossed to misuse, lie and fake? Discussing these questions the authors plead for a responsible use of digital means to treat photos which procedure must be understood as part of a general picture ethics.