

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	9
Vorwort.....	11
I Einführung in Thematik und Termini.....	13
1 Notwendigkeit einer (neuen?) Medienethik.....	13
2 Begriffsbestimmungen.....	16
2.1 Medienethik.....	16
2.1.1 Grundbegriffe – Werte und Normen, Moral und Ethik.....	16
2.1.2 Definition – Moralphilosophie der Massenmedien.....	18
2.1.3 Grundlagen – von Aristoteles bis zu Habermas.....	19
2.1.4 Differenzierungen – Teilbereiche und Ethikfelder.....	20
2.1.5 Theoretische Ansätze – die Verantwortungsträger.....	21
2.2 Massenmedien.....	23
2.2.1 Definition – Medien der öffentlichen Kommunikation.....	23
2.2.2 Akteure – die verantwortlichen Medienhandelnden.....	24
2.2.3 Funktionen – Herstellung von Öffentlichkeit.....	25
2.3 Informationsgesellschaft.....	25
2.4 Globalisierung.....	26
II Warum braucht man medienethische Standards?.....	29
1 Einflussnahme der Medien auf die private und öffentliche Meinungsbildung.....	29
2 Einflussnahme der Medien auf das politische und wirtschaftliche Geschehen.....	32
3 Einflussnahme der Medien auf das soziokulturelle Geschehen.....	35
4 Einflussnahme der Medien auf vorherrschende Werte und Normen.....	38
III Welche medienethischen Richtlinien bestehen momentan?.....	41
1 Medienrecht – Mindeststandards journalistischen Handelns.....	41
2 Medienselbstkontrolle – das moralische Gewissen.....	44
2.1 Freiwillige Selbstkontrolle – Presserat und Werberat.....	45
2.2 Regulierte Selbstregulierung – FSK, FSF und FSM.....	47

IV	Übernehmen oder missbrauchen Massenmedien ihre Verantwortung?.....	51
1	Massenmedien zwischen Macht, Freiheit und Verantwortung.....	51
2	Verantwortungsübernahme durch Medienunternehmen – Grundsätze...	52
2.1	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk – ARD und Deutschlandradio.....	53
2.2	Privater Rundfunk – ProSiebenSat.1 Media AG und Bertelsmann AG.....	54
2.3	Printmedien – Axel Springer AG, Holtzbrinck Verlagsgruppe und taz.....	56
2.4	Neue Medien – Onlineangebote der klassischen Medien und MSN.....	57
3	Missbrauch und Beschädigung der Verantwortung durch die Massenmedien?.....	59
V	Welche Herausforderungen stellen sich der Medienethik momentan?.....	63
1	Veränderung der Medienlandschaft.....	63
1.1	Globalisierung der Medien – weltweite Vernetzung und Glokalisierung.....	63
1.2	Digitalisierung der Medien – Internet und unbegrenzte Programmanzahl.....	66
1.3	Medienkonzentration – Eigentumsballungen und Ein-Zeitungs-Kreise.....	67
1.4	Kommerzialisierung der Massenmedien – Fixierung auf Gewinnchancen.....	69
1.5	Individualisierung – Massenmedien als persönlicher Baukasten.....	71
2	Wandel von Kommunikation und Öffentlichkeit.....	73
2.1	Globalisierung und Fragmentierung – Welt- und Teilöffentlichkeiten.....	73
2.2	Informationsflut – beschleunigte Kommunikation im Datendschungel.....	74
2.3	Mediale Inszenierung – Ruhm für jedermann und symbolische Politik.....	75
2.4	Kulturelle Herausforderungen – Chancen und Risiken der Vernetzung.....	77
2.5	Weblogs und Laienreporter – Antworten des Publikums an die Medien.....	78

VI	Welche Probleme ergeben sich in der journalistischen Praxis?.....	83
1	Endogene Probleme.....	83
1.1	Organisatorische Zwänge – Zeitdruck und Personalabbau.....	83
1.2	Themenselektion – Auswahlprozesse und Medienagenda.....	85
1.3	Konstruktion der Realität – objektives Bild der Wirklichkeit?.....	87
1.4	Boulevardisierung – Unterhaltung, Tabubrüche und Emotionen.....	89
1.5	Persönlichkeitsrechte – Privates in der Öffentlichkeit.....	91
1.6	Stereotypisierung – mediale Klischees und blinde Flecken.....	93
2	Exogene Probleme.....	96
2.1	Einflussnahme politischer Interessen – Kriegsberichterstattung.....	96
2.2	Einflussnahme von Gerichten – Durchsuchungen und Lauschaktionen.....	98
2.3	Einflussnahme von PR und Marketing – Gefälligkeitsjournalismus.....	101
2.4	Einflussnahme des Publikums – Konsumenten und Laienreporter.....	103
VII	Wie prägt die globale Informationsgesellschaft Medien und Mensch?.....	105
1	Beschränkung von Ethikdebatten auf Fachkreise – kritikarme Massenmedien.....	105
2	Gestiegene Mediennutzungsdauer – kritikloser Konsum und Selbstdarstellung.....	108
VIII	Wie könnte man mit diesen Herausforderungen umgehen?.....	113
1	Strukturelle Prämissen – Pluralismus und Stakeholder-Orientierung.....	113
2	Organisatorische Optimierung – mehr Personal und weniger Zeitdruck.....	115
3	Ethikberatung – diskursive Konsensfindung, Ethikbeauftragte und Medienrat.....	116
4	Medienkodex – Richtlinien für die globalisierte Informationsgesellschaft.....	118
5	Qualitätskontrolle – Stiftung Medientest und Qualitätsprüfungsverfahren.....	121
6	Bildung für Macher und Nutzer – Medien- und Ethikkompetenz.....	123
7	Öffentlicher Diskurs – Medienkritik in Gesellschaft und Massenmedien.....	126

IX Wie könnte sich das Bild der Massenmedien weiterentwickeln?.... 129

Nachwort..... 133

Literaturverzeichnis..... 135