

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 Globalisierung.....	63
1.2 Digitalisierung der Medien – Internet und unbegrenzte Programmanzahl.....	66
1.3 Medienkonzentration – Eigenumsballungen und Ein-Zeitungskreise.....	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 Datenschubel.....	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 Prämisse – 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