

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	9
1 Begründungen und Argumentationsweisen der Medienethik .....	11
1.1 Gegenstand und Berechtigung .....	11
1.1.1 Medienethik – eine Arbeitsdefinition .....	11
1.1.2 Unterbereiche einer integrativen Medienethik .....	14
1.1.2.1 Begründungen der Medienordnung .....	14
1.1.2.2 Berufsethos der Medienschaffenden .....	15
1.1.2.3 Wirtschafts- und Unternehmensethik .....	16
1.1.2.4 Ethik der Medienrezeption .....	16
1.1.2.5 Internet- oder Netzethik .....	17
1.1.3 In Frage gestellte Relevanz .....	18
1.1.4 Umstrittene Wissenschaftlichkeit .....	21
1.1.5 Entwicklung im deutschen Sprachraum .....	24
1.2 Ethik: Wissenschaftliche Beschäftigung mit der Moral .....	34
1.2.1 Unterscheidung von Moral und Ethik .....	34
1.2.2 Deskriptive und normbegründende Ethik .....	35
1.2.3 Verschiedene Begründungen der Pflicht, moralisch zu handeln .....	38
1.2.3.1 Tugendethik .....	38
1.2.3.2 Utilitarismus und Konsequentialismus .....	40
1.2.3.3 Pflichtethik (Deontologie) und Diskursethik .....	41
1.2.3.4 Vertragstheorien .....	42
1.2.3.5 Wertethik .....	42
1.2.3.6 Postmoderne Ethik .....	43
1.2.4 Normen, Ideal- und Praxisnormen .....	44
1.2.5 Werte, Wertewandel, Wertekultur .....	46
1.3 Medienethik als Bereichsspezifische Ethik .....	52
1.3.1 Verhältnis von Angewandter zu Allgemeiner Ethik .....	52
1.3.2 Normbegründung in der Angewandten Ethik .....	54
1.3.3 Medienethik – Kooperationsfeld von Medienwissenschaft und philosophischer Ethik .....	59

1.3.4	Naturalistischer (deskriptivistischer) und normativistischer Fehlschluss.....	61
1.4	Verantwortung als ethische Schlüsselkategorie.....	63
1.4.1	Karriere des Verantwortungsbegriffs .....	63
1.4.2	Dimensionen der Verantwortung.....	68
1.4.3	Wichtige Typen und Voraussetzungen der Verantwortung .....	75
1.4.4	Verantwortung – nur ein regulatives, kein inhaltliches ethisches Prinzip.....	77
1.5	Funktion und Grenzen von Moral und Ethik .....	80
1.5.1	„Steuerungsressource Moral“ – Die Bedeutung von Moral und Ethik für individuelles und soziales Handeln.....	80
1.5.2	Aufgaben der Ethik gegenüber der Moral: Kritik an der Instrumentalisierung und Mithilfe bei der Durchsetzung von Moral .	83
1.5.3	Recht und Moral .....	87
2	Ethik der Medienordnung und Medienpolitik .....	90
2.1	Öffentlichkeit als Legitimationsprinzip neuzeitlicher Demokratien .....	90
2.1.1	Bedeutung der Medien für politische Kommunikation .....	90
2.1.2	Kontrollierende und integrierende Funktion öffentlicher Meinung .....	92
2.1.3	Modelle gelingender öffentlicher Kommunikation .....	93
2.2	Bedingungen und Herausforderungen medialer Politikvermittlung.....	95
2.2.1	Erleichterung von Verstehen und kritischer Beurteilung.....	96
2.2.2	Informations- und Aufklärungsorientierung trotz Inszenierung	96
2.2.3	Politische Bildung durch Information und durch Unterhaltung	98
2.2.4	Arbeitsteilung zwischen Forumszeitungen und Boulevardmedien.....	100
2.2.5	Erhalt von Glaubwürdigkeit der Medien.....	101
2.2.6	Wahrung der Grenzen von Öffentlichkeit .....	101
2.3	Akteure und Formen heute notwendiger Medienkontrolle.....	103
2.3.1	Merkmale der „Mediengesellschaft“ .....	103
2.3.2	Regulierung als Antwort auf das Marktversagen beim meritorischen Gut „Medienqualität“ .....	105
2.3.3	Elemente eines gesellschaftlichen Regulierungsnetzwerks.....	106
2.3.4	Europäische Medienpolitik .....	109
2.3.5	Internationale Erklärungen und Konventionen .....	111
2.4	Jugendschutz als Beispiel für regulierte Selbstregulierung .....	114

---

2.4.1	Begründungen für die Notwendigkeit des Jugendmedienschutzes .....	114
2.4.2	Zusammenwirken von staatlicher Regulierung und Medienselbstkontrolle .....	115
3	Medienethik als Unternehmens-Ethik.....	119
3.1	Wirtschaftsethik als Verbindung ökonomisch und ethisch rationalen Handelns .....	119
3.2	Unternehmensethik: Konkrete Umsetzungen korporativer Verantwortlichkeit .....	121
3.3	Ethik von Medienunternehmen.....	124
4	Berufsethik der Medienschaffenden.....	127
4.1	Ethik des Journalismus .....	128
4.1.1	Grundaufgabe und Qualitätsdimensionen des Informationsjournalismus.....	129
4.1.2	Kernpunkte und Vertretung des journalistischen Ethos .....	132
4.1.3	Ethik des Bildjournalismus.....	136
4.1.4	Ethik im Kontext redaktioneller Qualitätssicherung .....	139
4.2	Ethik der Produzenten von Unterhaltung.....	141
4.3	Ethik der Public Relations .....	143
4.4	Ethik der Werbung und Propaganda .....	147
4.5	Genre-Transparenz als zentrale Forderung.....	151
4.5.1	Hybridbildungen als Problem.....	151
4.5.2	Verlässliche Bestimmung des Kommunikationstyps als Lösung.....	152
5	Publikums- und Nutzerethik.....	155
5.1	Berechtigung und zutreffende Benennung .....	155
5.2	Pflicht- und verantwortungsethische Perspektive.....	157
5.2.1	Staatsbürgerliche Mitverantwortung für die Medien .....	157
5.2.2	Verantwortung für sich selbst und die eigene Freizeit .....	160
5.2.3	Verantwortung für Heranwachsende .....	161
5.3	Bedürfnis- und glücksethische Perspektive .....	163
5.3.1	Rechtfertigung von Bedürfnissen als ethischer Ausgangspunkt .....	163

---

5.3.2	Konsumfreiheit und Konsumentensouveränität .....	165
5.3.3	Kategorien zur Bewertung eines kultivierten Bedürfnislebens .....	166
5.3.4	Verankerung der Bedürfnisethik in der Verantwortungsperspektive.....	169
5.3.5	Glücksethische Überlegungen .....	170
5.4	„Medienökologische“ Perspektive.....	170
5.5	Verantwortliche Mediennutzung als Teil von Medienkompetenz.....	172
6	Ethik des Internets.....	175
6.1	Professions- und Unternehmensethik der Informationstechnologie.....	178
6.2	Verantwortung für ins Netz gestellte Inhalte.....	179
6.3	Meinungsfreiheit und Bürgerjournalismus .....	182
6.4	Verhinderung der Exklusion (Digital Divide) .....	185
6.5	Spielen in virtuellen Welten .....	187
	Literaturverzeichnis.....	191
	Namensregister.....	216
	Sachregister .....	221