
Medienethik und die „Anderen“

Bärbel Röben

Medienethik und die „Anderen“

Multiperspektivität
als neue Schlüsselkompetenz



Springer VS

Bärbel Röben
Attendorn, Deutschland

ISBN 978-3-531-18554-5
DOI 10.1007/978-3-531-19114-0

ISBN 978-3-531-19114-0 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2013

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media
www.springer-vs.de

Inhalt

1 Medienethik und die «Anderen» – Einführung mit praktischen Beispielen	7
2 Von Medienethik zu Berufsethik in PR und Journalismus	25
2.1 Moral, Werte, Normen – Grundlagen der Medienethik	25
2.2 Berufsethik – Entwicklung und aktuelle Trends	32
2.3 Von PR- und Presserat bis META-Preis – Regulierungsinstrumente	47
2.4 Multiperspektivität – eine Frage der Ethik in Journalismus und PR	67
3 Die Genderperspektive in den Medien	71
3.1 Blickwechsel – Von der Frauen- zur Geschlechterforschung	71
3.2 «Rollenspiele» – Geschlechterbilder in den Medien	79
3.3 Männerberuf oder Frauendomäne? – Medienproduktion in Journalismus und PR	90
3.4 Andere Rezeption? – Mediennutzung und -wahrnehmung von Männern und Frauen	102
4 Der, die, das «Andere» in den Medien	109
4.1 Grenzziehungen – Das «Fremde» und das «Eigene»	109
4.2 Das Dilemma mit den Klischees – Medienbilder von MigrantInnen	114
4.3 Sprachlos? – MigrantInnen in der Medienproduktion	123
4.4 Mediale Integration durch Zielgruppenansprache? – Rezeption und Ethnomarketing	134

5	Differenz(setzung)en und gesellschaftliche Ungleichheitslagen	147
5.1	Sortierungen – Vielfalt in gesellschaftlichen Machtdiskursen	147
5.2	Abgehängt? – Hartz IV in den Medien	151
5.3	Leistung zählt – Behinderte Menschen in den Medien	158
5.4	«Normalität» im Wandel – Homosexuelle in den Medien	170
6	Medienethik und Umgang mit Differenzsetzungen – Fazit und Ausblick	177