

1 Einführung – Barbara Thomaß	1
Literatur	4
2 Grundlagen der Kommunikationsethik – Barbara Thomaß	5
2.1 Entwicklung der Kommunikationsethik als wissenschaftliche Disziplin	5
2.2 Disziplinäre und theoretische Zugänge	9
2.2.1 Traditionelle Zugänge der Philosophie	9
2.2.2 Ebenen der Kommunikationsethik	12
2.2.3 Geistes- und sozialwissenschaftliche Zugänge	13
2.3 Normative und deskriptive Kommunikationsethik	19
Literatur	23
3 Ethik im Journalismus – Beatrice Dernbach	27
3.1 Zur Einleitung: Die Relevanz der Ethik im Journalismus	28
3.2 Das Berufsfeld	32
3.3 Entwicklung der Forschung zur journalistischen Ethik	35
3.3.1 Ansätze der Individual-, Professions- und Systemethik ..	36
3.3.2 Professionsethik	37
3.3.3 Bedeutung der Institutionen-, Organisations-, Medien- oder Systemethik für die journalistische Ethik ..	38
3.3.4 Konstruktivistische Ansätze	39
3.3.5 Diskursethik in Redaktionen	40
3.3.6 Die kulturwissenschaftliche Perspektive	41
3.4 Strukturen der Professionsethik	42
3.4.1 Rechtliche Grundlagen	43
3.4.2 Institutionen der Selbstregulierung	44

3.4.3	Struktur und Zusammensetzung des Deutschen Presserates	49
3.4.4	Bestehende Normen und Kodizes	50
3.5	Problemfelder der Berufspraxis	64
3.5.1	Äußere und innere Pressefreiheit	64
3.5.2	Die Arbeit des Presserates in der Praxis	66
3.5.3	Ethik im Redaktionsalltag	69
3.5.4	Mögliche Wege zur Stärkung der Ethik im Journalismus	81
3.6	Fallstudie zur Diskussion	87
	Literatur	94
4	Ethik im Berufsfeld Public Relations – Günter Bentele	101
4.1	Zur Einführung: Fälle aus der PR-Praxis	102
4.2	Das Berufsfeld	103
4.2.1	Zur Definition des Berufsfelds	103
4.2.2	Die Struktur des Berufsfelds Public Relations/ Kommunikationsmanagement	103
4.3	Strukturen der Professionsethik	112
4.3.1	Gesetzesnormen, Ethik und die PR-Ethik: Zur Einordnung einer Ethik der Public Relations in einen größeren Kontext	112
4.3.2	Aufgaben und Funktionen einer Ethik der Public Relations	115
4.3.3	Organisatorische und gesellschaftliche Funktionen von PR-Ethik oder: Relevanz der PR-Ethik für die PR-Berufspraxis	118
4.3.4	Rechtliche Grundlagen der Public Relations	121
4.4	Institutionen der Selbstregulierung	125
4.4.1	Internationale und nationale Institutionen	125
4.4.2	Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR): Geschichte, Selbstverständnis, Arbeitsweise	125
4.4.3	Zur Arbeitsweise des DRPR	130
4.5	Bestehende Normen und Kodizes	133
4.5.1	International: Von der Declaration of Principles (Ivy L. Lee) bis zum Global Code der Global Alliance	133
4.5.2	National: Von den informellen Regeln des 19. Jahrhunderts bis zum Deutschen Kommunikationskodex	134
4.5.3	Einschätzung und Kritik der Kodizes	138

4.6	Ethische Problemfälle in der PR-Praxis	141
4.6.1	Die ersten Ratsfälle und der Fall Hunzinger	141
4.6.2	Schleichwerbung	143
4.6.3	„Verdeckte PR“ als Übel – Absendertransparenz als PR-Norm	144
4.6.4	Das Wahrheits- und Wahrhaftigkeitsproblem in der PR. Dürfen (oder müssen?) PR-Leute lügen?	146
4.7	Zentrale Normen und Werte und Spannungsfelder zwischen ihnen	150
4.8	Entwicklung der Forschung zur PR-Ethik	152
4.8.1	Forschung zum Thema PR-Ethik international und national	152
4.9	Die Fallstudie: Fake-News aus Tirol – Die Pistenraupe von Seefeld	162
4.9.1	Der Vorfall	162
4.9.2	Der ethische und rechtliche Nachklang in Österreich und Deutschland	163
4.9.3	Und die „Moral von der Geschicht“?	166
	Literatur	167
5	Ethik der Werbekommunikation – Nils S. Borchers	173
5.1	Einleitung	174
5.2	Das Berufsfeld „Werbung“	176
5.3	Forschungsstand	178
5.3.1	Definition und Systematisierung	178
5.3.2	Fundierung einer Werbeethik	180
5.3.3	Die Moral der Werbenden	183
5.4	Strukturen der Professionsethik	188
5.4.1	Rechtliche Grundlagen der Werbekommunikation	189
5.4.2	Institutionen der Selbstregulierung in der Werbekommunikation	192
5.4.3	Bestehende Normen und Kodizes	199
5.5	Problemfelder der Berufspraxis	206
5.5.1	Problematische Darstellungen	206
5.5.2	Problematische Produktion	208
5.5.3	Problematische Beeinflussungstechniken	211
5.5.4	Problematische Zielgruppen	213
5.6	Fallstudie	215
	Literatur	219

6	Ethik in der öffentlichen digitalen Kommunikation – Jessica Heesen	227
6.1	Die Foren	228
6.2	Entwicklung der Forschung zur Ethik der digitalen Kommunikation	231
6.3	Strukturen einer Ethik der digitalen Kommunikation	233
6.3.1	Rechtliche Grundlagen	237
6.3.2	Institutionen der Selbstregulierung	240
6.3.3	Bestehende Normen und Kodizes	244
6.4	Problemfelder der Praxis	246
6.5	Fallstudie zur Diskussion	253
	Literatur	258
7	Ausblick: Bestandsaufnahme und Desiderate zur Ethik der öffentlichen Kommunikation – Barbara Thomaß	263
	Literatur	270