

# Inhalt

<b>1 Medienethik und die «Anderen» – Einführung mit praktischen Beispielen</b>	7
<b>2 Von Medienethik zu Berufsethik in PR und Journalismus</b>	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
<b>3 Die Genderperspektive in den Medien</b>	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
<b>4 Der, die, das «Andere» in den Medien</b>	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

<b>5 Differenz(setzung)en und gesellschaftliche Ungleichheitslagen</b>	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
<b>6 Medienethik und Umgang mit Differenzsetzungen – Fazit und Ausblick</b>	177