

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