

Inhalt

Marlis Prinzing, Matthias Rath, Christian Schicha, Ingrid Stapf
Einleitung: Neuvermessung der Medienethik 9

Teil I: Fachgeschichte und Fachzukunft

Rüdiger Funiok
Hauptthemen und Autoren in der Entwicklung der
deutschsprachigen Kommunikations- und Medienethik 20

Larissa Krainer
Medienethik als Aufgabe inter- und transdisziplinärer
Reflexionsleistung. Ein Beitrag zur deutschsprachigen
Fachgeschichte und Fachzukunft 35

Bernhard Debatin
Das Ende der journalistischen Ethik? Gedanken zur Verortung
des Journalismus im 21. Jahrhundert am Beispiel der USA und
zur Neubestimmung seiner ethischen Aufgabe 56

Stephen J. A. Ward
Radical Media Ethics: New Wine in New Bottles 74

Teil II: Begriffe, Theorien und Systematisierung der Medienethik

Jessica Heesen
Ein Fels in der Brandung? Positionen der Medienethik zwischen
verflüssigtem Medienbegriff und schwankender Wertebasis 86

Nina Köberer
Medienethik als *angewandte Ethik* – eine wissenschafts-
systematische Verortung 99

Matthias Rath
„The media, stupid!“ Überlegungen zu einer Medienethik als
Ethik des medialen Zeitalters 114

Saskia Sell

Neuvermessung der Kommunikationsfreiheit: Dimensionen
eines normativen Prinzips 125

Christian Schicha

Medienöffentlichkeit und Medienethik – Herausforderungen
durch Neue Medien und Medienakteure 140

Teil III: Mediale Spannungsfelder und Anwendungsfelder im Fokus

Stefanie Averbeck-Lietz, Christina Sanko

Kommunikationsethik im Feld der Wirtschaft –
Praktischer Diskurs oder Moralisierung? Konzeption eines
Forschungsprojektes und Fallstudie 162

Sebastian Ring, Rüdiger Funiok

Harmloses Als-Ob, nützliches Lebenstraining, problematische
Menschenbilder – Braucht es eigene ethische Maximen für
Computerspiele? 177

Natascha Rother

Journalistische Ethik und Verantwortungszuschreibung im Falle
medialer Skandalisierung 191

Alexander Filipović

Ungleichheit in der vernetzten Gesellschaft.
Der Zusammenhang von Internetnutzung und sozialer
Ungleichheit in medienethischer Perspektive 206

Teil IV: Neuvermessung Medienregulierung

*Tobias Eberwein, Susanne Fengler, Matthias Karmasin,
Colin Porlezza, Stephan Ruß-Mohl*

Eine Frage des Gewissens?
Zur Wirksamkeit journalistischer Selbstregulierung
unter den Bedingungen des Medienwandels 223

Stephan Russ-Mohl

Die Rätsel der Media Accountability. Warum sich Medienethik
mit Verhaltensökonomie beschäftigen sollte 243

<i>Marlis Prinzing, Roger Blum</i> Medienregulierung zwischen normativen Anforderungen und faktischen Defiziten	258
<i>Ingrid Stapf</i> Überlegungen zur Neuvermessung der Medienregulierung – 10 Thesen	273
Teil V: Theorie-Praxis-Transfer und Methoden	
<i>Matthias Rath und Peter Welchering im Gespräch</i> „Medienethik findet überwiegend in den Sonntagsreden statt“	302
<i>Marlis Prinzing</i> Medienethik und die Praxis. Positionen und Erfahrungen aus Journalismus, Regulierung und Ausbildung	311
<i>Matthias Rath</i> Methode(n) der Medienethik. Grundzüge eines integrativen Methodenkonzepts für die Medienethik	329
<i>Michael Litschka</i> Wirtschaftsethische Methoden für die Medienethik? Zur Bedeutung von „Szenarien“ in der empirischen Medienethik	353
Teil VI: Institutionalisierung der Medienethik, Aus- und Weiterbildung	
<i>Marlis Prinzing</i> „Mir sind die Augen geöffnet worden.“ Medienethik – oft Stiefkind in der Ausbildung – braucht dringend mehr Raum	370
Die Autorinnen und Autoren	390