



Marlis Prinzing / Matthias Rath /
Christian Schicha / Ingrid Stapf (Hrsg.)
Neuermessung der Medienethik
Bilanz, Themen und Herausforderungen
seit 2000

Reihe: Kommunikations- und
Medienethik
2014, Ca. 270 Seiten
broschiert
ca. € 34,95
ISBN 978-3-7799-3002-0
Voraussichtlicher Erscheinungstermin:
Juli 2014

Die globale Medienentwicklung und die Digitalisierung stellen die Kommunikations- und Medienethik vor neue Herausforderungen. Begriffe (z.B. „Publikum“) und Modelle der Medienethik (z.B. „Professionsethik“) stehen in Frage. Theoretische Zugänge sowie normative Institutionalisierung und praktische Umsetzung ethischer Prinzipien scheinen nicht mehr zeitgemäß. Faktenprüfung, Anonymität, Opferschutz – manches muss überdacht werden, der medienethische Orientierungsbedarf wächst, neue Handlungsempfehlungen u.a. zur Medienbildung sind überfällig. Dieser Band greift aktuelle Fragen aus wissenschaftlicher und aus praktischer Sicht auf und unternimmt erstmals eine multi-perspektivische Neuermessung.

www.juventa.de

BELTZ JUVENTA

Mit Beiträgen von:

- Stefanie Averbek-Lietz
- Roger Blum
- Bernhard Debatin
- Tobias Eberwein
- Susanne Fengler
- Alexander Filipović
- Rüdiger Funiok
- Jessica Heesen
- Matthias Karmasin
- Gernot Lehr
- Nina Köberer
- Larissa Krainer
- Michael Litschka
- Colin Porlezza
- Marlis Prinzing
- Matthias Rath
- Sebastian Ring
- Natascha Rother
- Stephan Ruß-Mohl
- Christina Sanko
- Saskia Sell
- Ingrid Stapf
- Stephen Ward
- Peter Welchering



Bestellcoupon

Ich/wir bestellen von Beltz Juventa

Expl. Marlis Prinzing / Matthias Rath /
Christian Schicha / Ingrid Stapf (Hrsg.)
Neuermessung der Medienethik
ca. € 34,95; ISBN978-3-7799-3002-0

Bitte senden Sie mir regelmäßig Informationen über
neue Beltz Juventa-Bücher per E-Mail

Meine Anschrift:

.....
.....

E-Mail:

X
Datum/Unterschrift



**Bitte richten Sie Ihre
Bestellung an**
RML Rhenus Medien Logistik
GmbH & Co. KG
Justus-von-Liebig-Str. 1
86899 Landsberg am Lech
Tel. 08191/97000-622
Fax:08191/97000-405
E-Mail: bestellung@beltz.de