
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Medienethische Bildung – wozu eigentlich?	1
1.2	Fragehorizont und Zielsetzungen	5
1.3	Vorgehensweise und Aufbau der Untersuchung	9
2	Forschungszugang: Von der Theorie zur Praxis & zurück	15
2.1	Theoretische Verortung: Medienethik als Teil der philosophischen Ethik	16
2.1.1	Annäherung an begriffliche Grundlagen: Ethik & Moral	16
2.1.2	Medienethik im Theorie-Praxis-Dialog: Zum Empiriebedarf der Medienethik	17
2.1.3	Zunehmende Institutionalisierung des Fachbereichs	19
2.2	Medienethik als Teil der Angewandten Ethik	22
2.2.1	Aufgaben der Medienethik als Angewandte Ethik	22
2.2.2	Ideal- und Praxisnormen	23
2.2.3	Das Top-down-Modell der Angewandten Ethik	26
2.2.4	Das Bottom-up-Modell der Angewandten Ethik	27
2.2.5	Das holistische Modell der Angewandten Ethik	28
2.3	Hintergründe zum gestaltungsorientierten Forschungszugang	31
2.3.1	Begründungen für einen Design-based Research-Ansatz	31
2.3.2	Phasen der gestaltungsorientierten Forschung	33
2.3.3	Wissenschaftler:innen als Grenzgänger:innen	35

2.3.4	Problempräzisierung: Was soll erreicht werden?	37
2.3.5	Theoriebasierung: Literatur und Erfahrungen auswerten	41
3	MedienETHIK: Ethisch-philosophische Grundlagen	43
3.1	Zur Entwicklung medienethischer Diskurse	43
3.1.1	Individualethische Konzeptionen der Medienethik	43
3.1.2	Systemtheoretische Perspektiven auf die Medienethik	45
3.1.3	Medienethik aus der Praxis selbst heraus	46
3.1.4	Theologische Perspektiven auf die Medienethik	48
3.1.5	Case Studies	50
3.1.6	Öffnung des medienethischen Diskurses für neue Themenfelder	50
3.1.7	Wer trägt Verantwortung?	53
3.1.8	Publikumsethische Perspektiven: Das Publikum als Verantwortungsträger	56
3.2	Von der Publikumsethik zu einer Ethik der Mediennutzenden	66
3.2.1	Neue Möglichkeitsräume: Neue Verantwortungsdimensionen?	66
3.2.2	Private Verantwortung	68
3.2.3	Pädagogische Verantwortung	77
3.2.4	Öffentliche, staatsbürgerliche Verantwortung	79
3.2.5	Verantwortungsdimensionen und Wirkkreise	81
3.3	Mensch, Medien, Moral	82
3.3.1	Medien und die Frage nach dem Ich	84
3.3.2	Überlegungen zum Ich im digitalen Raum	87
3.3.3	Zielvorstellung: Freie Selbstentfaltung im Netz?	89
4	MEDIENethik: Perspektiven auf den Gegenstandsbereich	93
4.1	Herausforderungen	93
4.2	Annäherungen an den Medienbegriff	95
4.2.1	Medium: Perspektiven und Charakteristika	95
4.2.2	Vermittlungsfunktion von Medien	98
4.3	Wirklichkeit und Medienwirklichkeit	102
4.3.1	„Wirklichkeit“ des Abgebildeten	102
4.3.2	„Wirklichkeit“ der Abbildung	104
4.3.3	„Wirklichkeit“ der Medienrezeption	105

4.4	Medienethik im digitalen Zeitalter	108
4.4.1	Software	111
4.4.2	Datenbanken – datenförmige Konstruktion von Welt	112
4.4.3	Digitale Netzwerklogiken	115
4.4.4	Digitale Materialität	118
4.4.5	Konsequenzen für medienethische Bildungsangebote	122
5	Medienethische Bildung und Kompetenzen	125
5.1	Grundsätzliche Positionsbestimmungen	125
5.1.1	Bildungsverständnisse	126
5.1.2	Ethik und Bildung	130
5.1.3	Lernen und Bildung	133
5.2	Strukturale Medienbildung und ihre ethischen Bezüge	136
5.2.1	Wissensbezug: Was kann ich wissen?	136
5.2.2	Handlungsbezug: Was soll ich tun?	138
5.2.3	Grenzbezug: Was darf ich hoffen?	138
5.2.4	Biografiebezug: Was ist der Mensch?	139
5.2.5	Medienbildung & medienethische Bildung	140
5.3	Bildungsprozesse anregen	142
5.3.1	Zentrale Herausforderungen	142
5.3.2	Konsequenzen für die Kursgestaltung	144
5.3.3	Zum Bildungspotenzial von Texten	146
5.3.4	Zum Bildungspotenzial visueller Artikulationsformen	149
5.3.5	Zum Bildungspotenzial audiovisueller Artikulationsformen	156
5.3.6	Zum Zusammenwirken der medialen Darstellungsformen	159
5.4	Bildung als Ergebnis von Lernprozessen: Medienethische Kompetenzen	162
5.4.1	Ethikdidaktische Zugänge	164
5.4.2	Medienethische Kompetenz	167
5.4.3	Sehen – Wahrnehmungskompetenz	176
5.4.4	Urteilskompetenz & Umgang mit diskursiven Architekturen	184

5.4.5	Medienethisch Handeln & Gestalten	196
5.4.6	Bezüge: Frankfurt-Dreieck zur Bildung in der digital vernetzten Welt	202
6	Schritte zur Entwicklung eines didaktischen Designs	213
6.1	E-Learning: Lernen mit digitalen Medien	214
6.1.1	E-Learning: Zugänge und Formen	214
6.1.2	Warum ein Online-Kurs? Chancen des E-Learnings	217
6.1.3	MOOCs: Massive Open Online Courses	218
6.1.4	Konsequenzen für die Kursentwicklung	229
6.2	Wege des Lernens: Grundlagen der Web-Didaktik	233
6.3	Um was es geht: Themen und Ziele	237
6.3.1	Die Sachkategorie: Entwicklung einer Wissenslandkarte	238
6.3.2	Von der Wissenslandkarte zur Kursstruktur	240
6.3.3	Taxonomien kompetenzorientierter Lehrziele	241
6.4	Wie es geht: Möglichkeiten zur Förderung von Kompetenzen	247
6.4.1	Wissensarten und -einheiten	247
6.4.2	Gestaltung von rezeptiven Wissenseinheiten	248
6.4.3	Gestaltung von interaktiven Wissenseinheiten	251
6.4.4	Gestaltung von kooperativen Wissenseinheiten	254
6.4.5	Zur medialen Form der Wissenseinheiten	256
7	Einblicke in die Praxis	261
7.1	Praxiszugänge	262
7.1.1	Begründung des Feldes: Hintergründe zur Lernplattform	262
7.1.2	Fokussierungen bei der Erhebung und Auswertung der Praxiserfahrungen	265
7.2	Kursporträts: Auswertung bestehender Prototypen	267
7.2.1	Angebote für Studierende: Medienethische CLASSIC vhb-Kurse	267
7.2.2	OPEN vhb-Kurse	275
7.2.3	Zusammenführung der Ergebnisse	278
7.3	Praxiserfahrungen und -perspektiven	279
7.4	Erfahrungen und Perspektiven der Lehrenden	286
7.4.1	Befragte und Leitfragen	286

7.4.2	Initierende Textarbeit und Fallzusammenfassungen	289
7.4.3	Kategorienbildung	291
7.4.4	Analyse der Interviews mit den Fachexperten	296
7.4.5	Fazit	311
7.5	Erfahrungen und Perspektiven von Kursinteressierten	313
7.5.1	Ein Bildungsangebot für Erwachsene	313
7.5.2	Die Zielgruppe und das Internet: Einstellungen und Kompetenzen	315
7.5.3	Wer interessiert sich für ethische Themen?	320
7.5.4	Befragte und Leitfragen	322
7.5.5	Initierende Textarbeit, Fallzusammenfassungen und Kategorienbildung	325
7.5.6	Analyse der Interviews	339
7.5.7	Fazit	423
7.6	Präzisierungen und Konsequenzen für das Kursdesign	438
7.6.1	Was zeichnet medienethische Kompetenzen in der Praxis aus?	438
7.6.2	Wie können medienethische Kompetenzen gefördert werden?	439
8	Exemplarische Umsetzung im Praxisfeld	443
8.1	Rahmenbedingungen	443
8.1.1	Zur anbietenden Plattform	443
8.2	Didaktisches Design	444
8.2.1	Kursaufbau – Inhaltliche Schwerpunkte	444
8.2.2	Kursrahmen & didaktische Konsequenzen	448
8.2.3	Gestaltung von rezeptiven Wissenseinheiten	450
8.2.4	Gestaltung von interaktiven Wissenseinheiten	457
8.2.5	Gestaltung von kooperativen Wissenseinheiten	461
8.2.6	Kurstilistik und mediale Darstellungsformen	466
8.2.7	Kurstitel: Anstand im Netz	473
9	Designerprobung	483
9.1	Feldbeobachtungen	484
9.2	Praxisperspektive der Kursnutzenden	486
9.2.1	Befragte und Leitfaden	486
9.2.2	Initierende Textarbeit und Fallzusammenfassungen	488

9.2.3	Hintergründe der Befragten: Gruppe A und B im Vergleich	488
9.2.4	Kategorienbildung	495
9.2.5	Analyse der Interviews	501
9.2.6	Fazit: Ergebnisse der Kursevaluation	583
9.2.7	Ausblick: Medienethische Erfahrungen in und durch E-Learning-Umgebungen	591
10	Rückbezüge: Theorie und Praxis im Dialog	607
10.1	Vielfältige Ansprüche und Bedürfnisse berücksichtigen	609
10.2	Dialog mit der Praxis	612
10.3	Multiperspektivität anstatt Wertneutralität anstreben	615
10.4	Medienethische Anschlusskommunikation fördern	619
10.5	Lehrenden & Lernende im E-Learning	621
10.6	Zum Spannungsfeld <i>Ethik & Ästhetik</i> : Potenziale für eine medien-ethische Bildung?	628
10.7	Emotionale und kognitive Dimensionen gleichermaßen berücksichtigen	633
11	Fazit: Folgerungen aus den zentralen Forschungsergebnissen	637
11.1	Zum Potenzial gestaltungsorientierter Forschungsansätze für die Medienethik	637
11.2	Impulse für eine Mediennutzungsethik im digitalen Zeitalter	639
11.2.1	Private Verantwortung für den eigenen Mediengebrauch	639
11.2.2	Pädagogische Verantwortung gegenüber Heranwachsenden	640
11.2.3	Öffentliche, staatsbürgerliche Verantwortung	641
11.2.4	Ableitung möglicher Themen und Inhalte	642
11.3	Begriffliche Einordnungen: Medienethische Bildung und Kompetenz	643
11.3.1	Impulse aus der Medienbildung	643
11.3.2	Ein Arbeitsmodell zur medienethischen Kompetenz	643
11.4	Zur wahrgenommenen Relevanz medienethischer Kompetenzen in der Praxis	646
11.4.1	Theoretische Verortung: Relevanz aus medienethischer Perspektive	646

11.4.2	Praktische Erfahrungen: Relevanzeinschätzung der Kursanbietenden	646
11.4.3	Relevanzeinschätzung von Kursinteressierten und -nutzenden	647
11.4.4	Perspektiven auf mögliche Zielgruppen des Kursangebots	647
11.5	Gestaltungsprinzipien für medienethische E-Learning-Angebote	649
11.6	Folgerungen aufgrund praktischer Erfahrungen	655
11.6.1	Der Bedarf an und die Gestaltung von medienethischen Bildungsangeboten	655
11.6.2	Perspektiven: Chancen und Potenziale für Fortentwicklungen	656
11.7	Ausblick	659
Literatur	663