

Medienethische Kompetenzen für eine digitale Welt

Ein interdisziplinäres Prozessmodell. *Von Susanna Endres*

Abstract Medien sind von sozialisatorischer Bedeutung. Sie unterstützen die Entwicklung hin zum souveränen Subjekt. Medienkompetenz spielt in diesem Prozess eine wichtige Rolle, wobei deren ethische Dimension unter dem Eindruck der Digitalisierung an Relevanz gewinnt. Um diese Erkenntnis für die Praxis fruchtbar zu machen, untersucht der vorliegende Beitrag, wie bestehende Modelle von Medienkompetenz und ethischer Kompetenz zu einem Konzept medienethischer Kompetenz zusammengeführt werden können. Grundlage hierfür ist der Dreischritt „Sehen – Urteilen – Handeln“, anhand dessen ethische Fähigkeiten im Umgang mit digitalen Medienwelten diskutiert werden.

Was macht uns zu der Person, die wir heute sind? Knapp und verkürzt gesprochen, könnte man diese Frage als Zielmarke dessen verstehen, was den Begriff „Sozialisation“ ausmacht. Persönlichkeit entsteht nach einem solchen Verständnis in einem steten Wechselprozess zwischen Individuum und Umwelt (vgl. Zirfas 2018, S. 51). Dass den Medien in diesem Prozess eine zentrale Bedeutung zukommt, ist unumstritten. Der Begriff „Mediensozialisation“ beschreibt den Einfluss der Medien auf die Persönlichkeitsentwicklung des Menschen. Dieser Aspekt gewinnt mit der Digitalität und der damit verbundenen Verflechtung digitaler (Medien-)Welten an Bedeutung. Mediatisierungsprozesse haben Einfluss auf Sozialisationsprozesse und umgekehrt (vgl. Krotz 2021, S. 8 f.).

*Susanna Endres, M.A.,
ist Wissenschaftliche
Mitarbeiterin am
Zentrum für Ethik
der Medien und der
digitalen Gesellschaft
und Redakteurin
von Communicatio
Socialis.*

Mediensozialisation und Medienkompetenz

Mediensozialisation verweist nicht nur auf die Frage, welche Rolle Medien im Kontext der Persönlichkeitsentwicklung spielen. Vielmehr stehen auch individuelle Medienaneignungsprozesse im Fokus, wobei sich beide Bereiche gegenseitig bedingen (vgl. Aufenanger 2022, S. 59). In diesem Wechselprozess wird deren ethische Dimension deutlich: Versteht man Medien als Mittel mit sozialisatorischer Bedeutung, so schreibt man ihnen wichtige Funktionen zu. Medien, so die Annahme, helfen u. a. dabei, sich kreativ und innovativ auszudrücken, sich selbst und andere besser zu verstehen, Werte auszubilden und nicht zuletzt ein souveränes, selbstbestimmtes Subjekt zu werden. Zentrale Voraussetzung dafür ist die Fähigkeit, kompetent mit Medien umgehen zu können (vgl. Kutscher 2021, S. 5).

Nicht zuletzt aufgrund der Partizipationsmöglichkeiten digitaler Welten werden die Anforderungen an Medienkompetenz immer komplexer, wobei vor allem die ethische Dimension an Relevanz gewinnt (vgl. Prinzing 2019, S. 293). Medienethik wird so zu einer zentralen Bezugsgröße, zielt sie doch auf eine „Verbesserung unserer moralischen Kompetenz und auf eine Verbesserung unseres Habitus ab“ (Paganini 2018, S. 31). Doch was bedeutet ein solcher Rückbezug auf die Medienethik? Was macht den spezifisch ethischen Zugang zur Medienkompetenz aus? In diesem Beitrag soll exemplarisch im Rückgriff auf bestehende Konzepte zur Medienkompetenz und zur ethischen Kompetenz skizziert werden, welche Faktoren und Dimensionen für eine *medienethische Kompetenz* unter Berücksichtigung digitaler Medienumwelten zentral sind.¹

Ethische Kompetenzen für digitale Medienwelten

Jede:r kann im digitalen Raum produktiv tätig werden, Medienbeiträge verfassen, Nachrichten kommentieren, weiterleiten und liken. Digitale Medienwelten ermöglichen Teilhabe. Dies kann als Chance gewertet werden, geht jedoch zugleich mit einer gestiegenen Verantwortung auf Seiten der Mediennutzen-

1 Das hier vorgestellte Modell *medienethischer Kompetenz* erscheint ausführlich und ergänzt um eine kritische Diskussion des Kompetenzbegriffs sowie mit Bezügen zum Bildungsbegriff in: Susanna Endres (2023, i. E.): *Medienethische Bildung im digitalen Zeitalter. Überlegungen und Impulse zur Förderung medienethischer Kompetenzen im Rahmen offener Online-Kurse*. Wiesbaden.

den einher: Inwiefern werden Nachrichten geprüft, ehe sie gelikt oder weitergeleitet werden? Wer hinterfragt die Rechte an den Bildern, die per Social Media geteilt werden? Wie geht man mit verletzenden Online-Postings um? Fragen wie diese zeigen exemplarisch, mit was für Entscheidungssituationen Medien-nutzende Tag für Tag konfrontiert sind.

Doch wie könnten entsprechende Fragen aus ethischer Sicht *richtig* beantwortet werden? Was würde *ethische Kompetenz* in derartigen Fällen bedeuten? Eine naheliegende Option wäre, auf bestehende Werte- und Normenkataloge zurückzugreifen, die aufzeigen, was für ein Verhalten in welcher Situation mora-

lisch wünschenswert wäre. Ethikdidaktische Konzepte, die ein solches Vorgehen favorisieren, lassen sich in den Bereich der Moralerziehung einordnen. Allerdings bleibt bei einem solchen Vorgehen die Herausforderung bestehen, die Auswahl der Wertekataloge zu

Ausgehend von dem Impetus, die ethische Urteilsfähigkeit zu fördern, haben sich verschiedene Modelle ethischer Kompetenz herausgebildet.

begründen (vgl. Ammicht Quinn 2007, S. 26). Werte ändern sich über die Zeit hinweg und sind von Gesellschaft zu Gesellschaft verschieden. Zudem können in unterschiedlichen Situationen unterschiedliche Werte angemessen sein (vgl. Rath 2015, S. 13). Auch aus diesem Grund fokussieren sich alternative Konzepte der Ethikdidaktik auf die Förderung ethischer Urteilsbildung. Allerdings gilt auch für sie, einen Werterelativismus zu vermeiden: „Wenn moralische Urteile relativ sind, verlieren wir die Loyalität zu unserer Moral“ (Rippe 2006, S. 501 f.).

Ausgehend von dem Impetus, die ethische Urteilsfähigkeit zu fördern, haben sich in der Ethikdidaktik verschiedene Modelle ethischer Kompetenz herausgebildet. Die meisten von ihnen folgen dem Dreischritt „Sehen – Urteilen – Handeln“. Auf einer solchen Basis lässt sich ethische Kompetenz als das Vermögen, moralische Problemlagen „als ethisch relevant wahrzunehmen, ethische Diskurse konstruktiv zu strukturieren und innerhalb dieser einen wertbezogenen Standpunkt einzunehmen und zu vertreten“ (Feeser-Lichterfeld/Heyer 2010, S. 156) definieren. Versucht man ein solches Konzept auf das Feld der Medien – im wörtlichen Sinne einer Medienethik als Angewandter Ethik – *anzuwenden*, so ließe sich die Definition relativ einfach um den Zusatz „im Bereich der Medien“ ergänzen.

So eingängig obige Ergänzung erscheint, so voraussetzungsreich ist sie. Um fundierte Entscheidungen treffen zu können, ist auch ein Wissen um die Praxis, ihre Spezifika, Einschränkungen und Optionen relevant. Um moralische Prob-

lemlagen im Bereich der Medien überhaupt erst wahrnehmen zu können, ist es notwendig über ein grundlegendes Maß an Wissen, Fähigkeiten und Fertigkeiten in Bezug auf Medien zu verfügen. Zu berücksichtigen gilt dabei, dass „die Medien“ nicht zuletzt aufgrund ihrer sozialisatorischen Bedeutung kein Feld wie jedes andere sind. Medien begleiten die Menschen und nehmen Einfluss auf ihr Fühlen, Denken und Handeln. Sie formen den individuellen Blick auf das Selbst und auf die Welt und umgekehrt. Zugleich nehmen Medien in diesem Kontext eine wichtige Doppelfunktion ein: Sie sind nicht nur der Gegenstandsbereich, auf den sich ethische Kompetenzen beziehen, sondern zugleich selbst Aushandlungsort für Werte und Normen. Teilhabe am ethischen Diskurs setzt daher nicht nur theoretisches Wissen (z. B. zu ethischen Problemfeldern oder praktischen Fällen), sondern auch praktisches Können voraus. Medienethische Kompetenz sollte daher mehr sein als eine Form der *Anwendung* eines Konzepts der ethischen Kompetenz auf das Feld der Medien. Vielmehr gilt es beide Bereiche, ethische Theorie und mediale Praxis, gleichberechtigt zu verstehen. Medienethische Kompetenz kann in einem solchen Sinne verstanden werden als eine Integration von Konzepten zur ethischen Kompetenz und Medienkompetenz. Nachfolgende Ausführungen verstehen sich als ein exemplarischer Vorschlag dazu, wie eine solche Integration auf Basis des Dreischritts „Sehen – Urteilen – Handeln“ aussehen könnte.

Sehen – Wahrnehmungskompetenz

Voraussetzung für ethisches Handeln ist, dass man sich überhaupt erst dessen bewusst ist, dass man sich in einer ethischen Entscheidungssituation befindet. Aus eben diesem Grund steht zu Beginn des vorgeschlagenen Prozessmodells der Aspekt des Sehens – die Wahrnehmungskompetenz. Diese umfasst zwei Dimensionen: So geht es einerseits darum, die moralische Relevanz von Situationen wahrnehmen zu können (moralische Wahrnehmungskompetenz); andererseits darum, sich der Wandelbarkeit der Wertesysteme, die für die Beurteilung der jeweiligen Situationen relevant werden, bewusst zu sein (ethische Wahrnehmungskompetenz) (vgl. ebd., S. 156).

Moralische Wahrnehmungskompetenz

Um sensibel für ethische Entscheidungssituationen sein und diese wahrnehmen zu können, bedarf es einerseits der Sachkompetenz sowie einer grundlegenden Auswahl- und Ent-

scheidungskompetenz. Die Dimension der Sachkompetenz verweist auf zentrale Kenntnisse und Fähigkeiten über den jeweiligen Gegenstandsbereich – in diesem Fall der (digitalen) Medienwelt (vgl. Büsch 2017, S. 74f.). Damit nimmt sie Bezug zur Dimension der „Medienkunde“ von Baackes Medienkompetenzmodell (1996, S. 120). Dieses umfasst Kenntnisse über das verfügbare Medienangebot sowie die Fähigkeit dieses zu nutzen. Ein grundlegendes Funktionswissen ist aus medienethischer Sicht Voraussetzung dafür, überhaupt an der (digitalen) Medienwelt teilhaben und diese für die Gestaltung des eigenen Lebens und des gesellschaftlichen Zusammenlebens nutzen zu können.

Der Teilbereich der Auswahl- und Entscheidungskompetenz beschreibt die Fähigkeit, das vorhandene Medienangebot überblicken zu können und Bewertungen vorzunehmen. Sowohl im Hinblick auf Rezeptions- als auch Produktionsprozesse gilt es die bestehenden medialen Möglichkeiten zu kennen, um bewusst die Entscheidung für eine intensivere Auseinandersetzung mit einem medialen Artefakt treffen zu können. Dazu bedarf es grundlegender Relevanzkriterien und Strukturierungswissen. Die Auswahl- und Entscheidungskompetenz bezieht sich auch auf die Selbstwahrnehmung und damit auf die Frage, wie das Gesehene in bereits vorhandenes Wissen und in Erfahrungen eingeordnet werden kann. Die Formulierung entsprechender Kompetenzen kann daher nicht ohne Blick auf den Menschen als Individuum erfolgen: Wahrnehmungskompetenz in einem solchen Sinne umfasst nicht nur die Fähigkeit

Um ethische Herausforderungen in den Medien erkennen zu können, ist ein genaues Hinsehen und Entschlüsseln medialer Botschaften relevant.

aus einem bestimmten medialen Angebot auszuwählen, sondern auch, sich auf es einzulassen und bewusst hin- oder wegzusehen. Dabei geht es um die grundlegende moralische Frage, welchen Themen und Inhalten die und der Einzelne sich öffnet und wie das Gesehene interpretiert und zur eigenen Person in Beziehung gesetzt wird. Wahrnehmungskompetenz beinhaltet somit auch eine emotionale Komponente (vgl. Kruijff/Winkler 2010, S. 26). Um ethische Herausforderungen in den Medien erkennen zu können, ist ein genaues Hinsehen und Entschlüsseln medialer Botschaften relevant. Erst durch eine intensive Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen medialen Inhalten können ansonsten verborgen gebliebene Zwischentöne in Texten herausgehört oder Bedeutungsverweise in Bildern reflektiert werden.

Ethische Wahrnehmungskompetenz

Moral ist kein statischer Begriff. Er unterliegt einer permanenten zeitlichen, kulturellen und gesellschaftlichen Dynamik (vgl. Funiok 2005, S. 2). Für diese Wandelbarkeit gilt es sensibel zu sein. Die Reflexion zwischen den Unterschieden der eigenen moralischen Wahrnehmung und gesellschaftlichen Wertetrends sowie von miteinander konkurrierenden Werten und Normen wird insbesondere unter digitalen Bedingungen wichtig. Im Netz prallen unterschiedlichste Ansichten aufeinander und zugleich werden vertiefte Werte-Diskussionen aufgrund der medialen Gegebenheiten von z. B. Social-Media-Plattformen im Digitalen erschwert (vgl. Demmler u. a. 2015, S. 46). So gilt es die mediale Determiniertheit von Inhalten und Botschaften wahrzunehmen und zu reflektieren. Nur so können die den verschiedenen Kommunikationssituationen zugrundeliegenden spezifischen Ausdrucksweisen sowie die damit verbundenen moralischen Grundlagen eingeordnet werden. Aussagen, die beispielsweise im Chatverlauf eines Messenger-Dienstes üblich sind, können in einer E-Mail oder in einem Brief für Irritationen sorgen oder gar als beleidigend empfunden werden – und umgekehrt. Um die ethische Relevanz von Situationen im Medienbereich wahrnehmen zu können, bedarf es zudem der Fähigkeit, die den medialen Artefakten zugrundeliegenden Kommunikationsmodi korrekt einzuordnen. So macht es für eine medienethische Bewertung einen Unterschied, ob der jeweilige Fall dem Bereich der Unterhaltung, der strategischen Kommunikation oder dem Journalismus zuzuordnen ist. Entsprechende Differenzierungen werden im Digitalen zunehmend schwierig, da die Grenzen zwischen den Feldern verschwimmen. Umso mehr gilt es für entsprechende Tendenzen sensibel zu sein und Kenntnis über die im jeweiligen Feld vorherrschenden Normen zu haben. Nur so ist ein Erkennen von potenziellen Verstößen möglich. Und nur so können entsprechende Vorgaben in das eigene Medienhandeln integriert werden.

Aus medienethischer Sicht umfasst Urteilskompetenz die Fähigkeit, eine persönliche Werthaltung zu entwickeln bzw. weiterzuentwickeln.

Urteilen – Urteilskompetenz

Um die zentrale Frage der Ethik „Wie soll ich handeln?“ beantworten zu können, bedarf es ethischer Urteilskompetenz (vgl. Fenner 2020, S. 36). Aus medienethischer Sicht umfasst Urteilskompetenz die Fähigkeit, eine persönliche Werthaltung zu entwickeln bzw. weiterzuentwickeln. Damit untrennbar verbunden ist die Fähigkeit, sich auch mit der Werthaltung anderer ausei-

inanderzusetzen. Dies geschieht in erster Linie im Diskurs. Die Fähigkeit zum Umgang mit diskursiven Architekturen kann daher als eine wichtige Teildimension medienethischer Kompetenz angesehen werden.

Fähigkeit die eigene Werthaltung zu entwickeln

Individuelle Werthaltungen bilden die Grundlage dafür, um aus der Wahrnehmung einer konkreten Situation zu einem begründeten Urteil zu gelangen. Dazu bedarf es der Kompetenz unterschiedliche Perspektiven einzunehmen sowie ethische Prinzipien und Theorien zur Begründung von Werten und Einstellungen zu diskutieren. Ethisches Urteilen erfolgt sowohl auf kognitiver als auch auf emotionaler Ebene (vgl. Prinzing 2020, S. 494) und ist eng mit der Identität und dem Selbstbild des Menschen verbunden. Ethisches Urteilen agiert somit auf zwei Ebenen: Einerseits bestimmt das Individuum in Abwägungsprozessen darüber, welche Entscheidung es in einem Sachverhalt treffen möchte. Umgekehrt

nehmen die getroffenen Entscheidungen und hierauf folgenden Handlungen Einfluss darauf, wer das Individuum ist, wie es sich selbst wahrnimmt und wie es von anderen wahr-

Die Fähigkeit die individuellen Überzeugungen kritisch zu prüfen, kann als wichtiger Baustein medienethischer Kompetenz angesehen werden.

genommen wird. Moralische Urteile „sind daher nicht nur ichbestimmt, sondern auch ichbestimmend“ (Pfeifer 2020, S. 51). Werthaltungen und moralische Überzeugungen entwickeln sich – auch aufgrund medialer Eindrücke – stetig fort. Die Fähigkeit die individuellen, festgefühten Überzeugungen und Deutungsmuster kritisch zu analysieren und zu prüfen, kann damit als ein wichtiger Baustein medienethischer Kompetenz angesehen werden.

Nicht zuletzt werden an dieser Stelle auch Methodenkompetenzen relevant. Diese können als handwerkliche Basis dafür angesehen werden, in ethisch herausfordernden Situationen zu einem begründeten persönlichen Urteil zu gelangen. In der Ethik werden unterschiedliche Schemata zur Entscheidungsfindung angeboten, die häufig ausgehend von einer Analyse der Situation sowie zugrundeliegender Interessen und Konflikten unter Einbeziehung relevanter Werte und Normen zu einer Konklusion kommen (vgl. Fenner 2020, S. 81 f.). In der Medienethik wird demgegenüber meist die so genannte Potter-Box eingesetzt. Sie ermöglicht es auf Basis der Analyseschritte „Definition“, „Werte“, „Prinzipien“ und „Loyalitäten“ zu einem begründeten Urteil in medialen Kontexten zu gelangen (vgl. Christians et al. 2020).

Fähigkeit, sich mit der Werthaltung anderer auseinanderzusetzen

Indem persönliche Werthaltungen mit denen von anderen abgeglichen werden, kann die eigene Perspektive deutlicher bewusstwerden. Hierfür ist eine intensive Reflexion der Selbst- und Fremdwahrnehmung notwendig, wodurch Korrelationen zur Wahrnehmungskompetenz ersichtlich werden. Auch die Fähigkeit, das Gemachtsein von Medien zu erkennen, wird erneut relevant. So kann eine Auseinandersetzung mit fremden Werthaltungen nicht nur im Austausch mit einem *realen Gegenüber*, sondern auch mit Medienfiguren erfolgen. (Digitale) Medienwelten bieten eine Fülle an Angeboten, Werthaltungen von anderen in unterschiedlichsten Kontexten wahrzunehmen. Die in den Medien bereitgestellten Lebensgeschichten von zum Teil fiktiven Charakteren fungieren als Vorlagen für unterschiedliche Lebensentwürfe, die man adaptieren oder ablehnen kann. Keupp (2017, S. 158) bezeichnet Medien daher als gesellschaftlichen Baumarkt, der mit seinen vorgefertigten Identitätsbausätzen, die „individuelle Aufgabe der persönlichen Sinnproduktion“ erleichtert. Medien nehmen daher einerseits eine wichtige Funktion zur Erkundung fremder Werthaltungen ein; andererseits gilt es, die angebotenen Erzählungen und die Hintergründe ihrer Genese kritisch zu hinterfragen. Bezüge zur Dimension der Medienkritik des Medienkompetenzmodells von Baacke werden deutlich (1996, S. 120).

Damit eine aktive Auseinandersetzung mit Werthaltungen von anderen möglich wird, bedarf es bewusster Rezeption. Empathie und Einfühlungsvermögen werden wichtig. (vgl. Pfeifer 2020, S. 49). Zu beachten gilt dabei: Empathie kann zwar Mitgefühl erzeugen, was prosoziales Verhalten unterstützt, allerdings kann ein Übermaß an Situationen, die Empathie, Mitgefühl oder Mitleid provozieren auch zu empathischem Stress bzw. Mitleidsmüdigkeit führen (vgl. Roew/Kriesel 2017, S. 109).

Fähigkeit zum Umgang mit diskursiven Architekturen

(Digitale) Medienwelten stellen vielfältige Räume für den Austausch bereit und eröffnen damit unterschiedliche Wege des Austauschs z.B. über gesellschaftlich relevante Themen. Dieser läuft jedoch nicht immer reibungslos ab: Immer wieder treten ethische Herausforderungen u. a. in Bezug auf Glaubwürdigkeit, Anerkennung oder Teilhabe auf. Die Fähigkeit hiermit umzugehen und sich selbst auf ethisch-verantwortungsvolle Weise in den medialen Diskurs einzubringen werden wichtig.

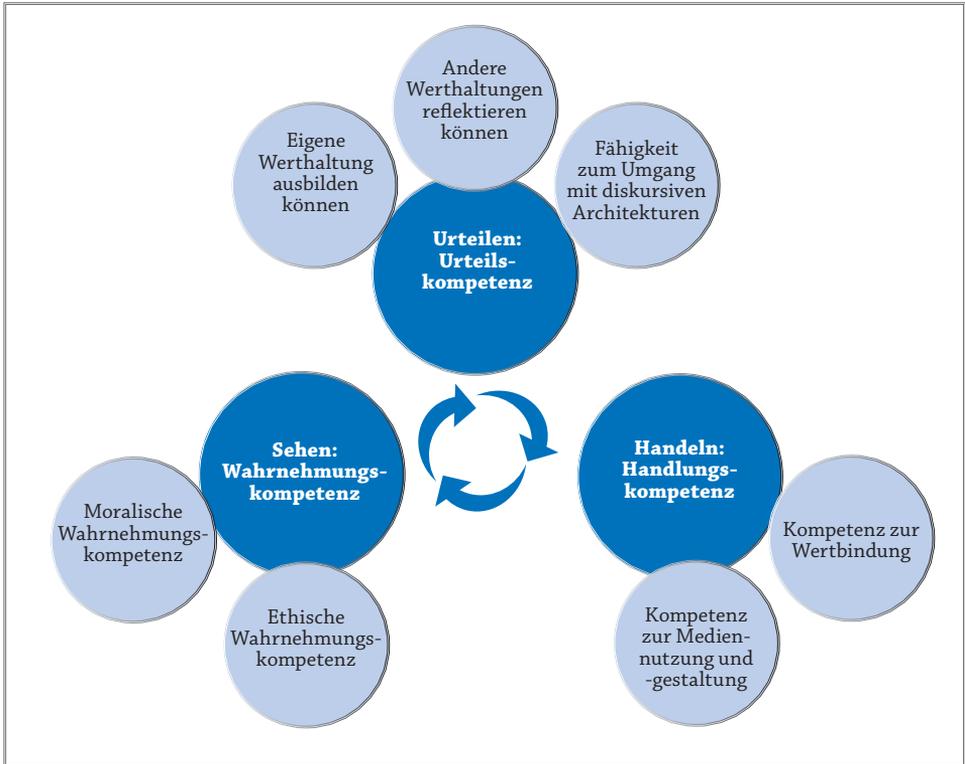
Die in den Medien bereitgestellten Lebensgeschichten von zum Teil fiktiven Charakteren fungieren als Vorlagen für unterschiedliche Lebensentwürfe.

Hilfreiche Impulse für einen Orientierungsrahmen bieten z. B. diskursethische Konzepte (spezifisch mit Blick auf medienethische Kontexte vgl. z. B. Arens 1996). Im Diskurs selbst werden auch Werte und Normen für das Zusammenleben verhandelt. Medienethische Kompetenz umfasst somit ein Verständnis für diskursive Strukturen sowie die Fähigkeit, diese auf sich selbst und das eigene Medienhandeln hin reflektieren zu können. Ziel ist es, hierdurch Teilhabemöglichkeiten am gesamtgesellschaftlichen Gestaltungsprozess der den (digitalen) Medien zugrundeliegenden Strukturen zu eröffnen (vgl. Feeser-Lichterfeld/Heyer 2010, S. 158).

Handeln – Handlungskompetenz

Die Handlungskompetenz bildet den Schlusspunkt ethischer Urteilsbildung. Damit der ethische Standpunkt tatsächlich in eine konkrete Handlung übersetzt wird, ist nicht nur ein kognitives Verständnis für *das Gute* relevant, sondern auch eine emotionale Bindung an die getroffene Entscheidung (vgl. Kruij/Winkler 2010, S. 25). Um die Folgen des individuellen Handelns im medialen Raum angemessen reflektieren zu können, sind bereichsspezifische Fähigkeiten unerlässlich. Diese beziehen sich auf die rezeptive wie auf die produktive Mediennutzung und verweisen damit auf die beiden zielorientierten Dimensionen Mediennutzung und Mediengestaltung des Medienkompetenz-Modells nach Baacke (1996, S. 120). Das mediale Handeln gilt es dabei ethisch-verantwortungsvoll auszugestalten. Impulse hierzu können z. B. Konzepte zur Mediennutzungsethik bieten (vgl. hierzu exemplarisch Funiok 2019).

Auf einer Meta-Ebene lässt sich abschließend die Kompetenz der Bedeutungswahrnehmung der Medien für Selbst- und Weltzugänge verorten. Das Erkennen der Bedeutung der Medien für die eigenen Wertvorstellungen, Haltungen und Sichtweisen wird sowohl im Hinblick auf die Medienrezeption als auch -produktion relevant. Zugleich zeigt sich hier, wie eng die Handlungskompetenz mit der Wahrnehmungs- und Urteilskompetenz verknüpft ist. Wahrnehmen, Urteilen, Entscheiden und Handeln gehen fließend ineinander über – da auch die Wahrnehmung selbst, so sie bewusst erfolgt – als aktive Handlung angesehen werden kann, der ein Entscheidungsprozess vorausgeht. Das hier vorgestellte Prozessmodell medienethischer Kompetenz kann somit als Zirkel bzw. Spirale verstanden werden, deren einzelne Teildimensionen sich gegenseitig bedingen und aufeinander aufbauen (vgl. Abb. 1).



Ausblick

Das hier vorgestellte Modell medienethischer Kompetenz rückt Mediennutzende und ihre individuelle Verantwortung in den Fokus. Dies erscheint angesichts der Vielzahl an Beteiligungsmöglichkeiten im Netz naheliegend. Zugleich ist zu bedenken, dass die Handlungsfreiheit des Individuums im Digitalen durch Dateninfrastrukturen und algorithmische Entscheidungssysteme zunehmend beschränkt wird. Die normative Zielvorstellung eines durch medienethische Kompetenzen gestärkten, selbstbestimmten Subjekts in digitalen Medienwelten muss deshalb eine Idealvorstellung bleiben (vgl. Reißmann/Bettinger 2022, S. 7). Dies bedeutet jedoch nicht, dass medienethische Kompetenzen obsolet werden. Im Gegenteil können sie dabei helfen, entsprechende Limitationen wahrzunehmen und mit diesen umzugehen. Sie können dabei helfen widerstandsfähig zu werden und Resilienz auszubilden (vgl. Grimm/Müller/Trost 2021, S. 144). Voraussetzung dafür ist, dass die individuelle Verantwortung der Mediennutzenden in Kontext gesetzt wird mit der Verantwortung weiterer Akteure wie z. B. Unternehmen, Platt-

Abbildung 1:
Das Prozessmodell
medienethischer
Kompetenz im
Überblick.

formen und staatlicher Institutionen. Eine zeitgemäße Medien-nutzungsethik ist somit darauf angewiesen, dass auch die Ver-antwortlichkeiten auf Meso- und Makroebene getragen werden – und dass Mediennutzende die Chance haben, beispielsweise durch Beteiligung am politischen Diskurs, die Rahmenbedin-gungen für die digitalen Medienwelten mit zu gestalten (vgl. Schicha 2019, S. 30 f.).

Literatur

- Ammicht Quinn, Regina (2007). „Vom Wert der Bildung“. In: Ammicht Quinn, Re-gina et al. (Hg.): *Wertloses Wissen? Fachunterricht als Ort ethischer Reflexion*. Bad Heilbrunn, S. 17-29.
- Arens, Edmund (1996): *Die Bedeutung der Diskursethik für die Kommunikations- und Medienethik*. In: Funiok, Rüdiger (Hg.): *Grundfragen der Kommunikations-ethik*. Konstanz, S. 73-96.
- Aufenanger, Stefan (2022): *Mediensozialisation*. In: Sander, Uwe/von Gross, Frie-derike/Hugger, Kai-Uwe (Hg.): *Handbuch Medienpädagogik*. Wiesbaden, S. 59-66, https://doi.org/10.1007/978-3-658-23578-9_8.
- Baacke, Dieter (1996): *Medienkompetenz – Begrifflichkeit und sozialer Wandel*. In: von Rein, Antje (Hg.): *Medienkompetenz als Schlüsselbegriff. Theorie und Pra-xis der Erwachsenenbildung*. Bad Heilbrunn, S. 112-24.
- Büsch, Andreas (2017): *Digital Natives and Digital Immigrants. Medienwelten und Medienkompetenz heutiger Schüler-, Lehrer- und Elterngenerationen*. In: Fi-scher, Christian (Hg.): *Pädagogischer Mehrwert*. Münster, S. 59-84.
- Christians, Clifford G. et al. (¹¹2020): *Media ethics: cases and moral reasoning*. Lon-don/New York.
- Demmler, Kathrin et al. (2015): *Werte – Medien – Pädagogik*. In: *merz. medien + erziehung*, 59. Jg., H. 3, S. 43-50.
- Feeser-Lichterfeld, Ulrich/Heyer, Martin (2010): *Handeln verantworten lernen. Anspruch und Möglichkeit ethischer Bildung*. In: Baranzke, Heike et al. (Hg.): *Handeln verantworten: Grundlagen, Kriterien, Kompetenzen*. Freiburg im Breisgau, S. 145-173.
- Fenner, Dagmar (2020): *Ethik. Wie soll ich handeln?* Tübingen.
- Funiok, Rüdiger (2019): *Verantwortung für einen (zunehmend) aufgeklärten und selbstbestimmten Mediengebrauch von Heranwachsenden. Moralisch-ethische Anfragen zur Medienbildung in digitalen Gesellschaften*. In: Stapf, Ingrid/Prin-zing, Marlis/Köberer, Nina (Hg.): *Aufwachsen in digitalen Gesellschaften. Zur Ethik mediatisierter Kindheit und Jugend*. Weinheim, S. 25-35.
- Grimm, Petra/Müller, Michael/Trost, Kai Erik (2021): *Werte, Ängste, Hoffnungen. Das Erleben der Digitalisierung in der erzählten Alltagswelt*. Baden-Baden.
- Keupp, Heiner (⁶2017): *Identität*. In: Schorb, Bernd/Hartung-Griemberg, Anja/Dallmann, Christine (Hg.): *Grundbegriffe Medienpädagogik*. München, S. 153-159.

- Krotz, Friedrich (2021): *Medienpädagogik und Mediatisierungsforschung*. In: Sander, Uwe/von Gross, Friederike/Hugger, Kai-Uwe (Hg.): *Handbuch Medienpädagogik*. Wiesbaden, S. 1-9, https://doi.org/10.1007/978-3-658-25090-4_22-1.
- Kruij, Gerhard/Winkler Katja (2010): *Moraltheoretische, entwicklungspsychologische und andragogisch-konzeptionelle Grundlagen ethischen Lernens*. In: Gisbertz, Helga/Kruij, Gerhard/Toksdorf, Markus (Hg.): *Ethisches Lernen in der allgemeinen Erwachsenenbildung*. Bielefeld, S. 5-55.
- Kutscher, Nadia (2021): *Digitalität, Digitalisierung und Bildung*. In: Bauer, Ullrich/Bittlingmayer, Uwe H./Scherr, Albert (Hg.): *Handbuch Bildungs- und Erziehungssoziologie*. Wiesbaden, S. 1-17, https://doi.org/10.1007/978-3-658-31395-1_59-1.
- Paganini, Claudia (2018): *Entwurf einer rekonstruktiven Medienethik. Analyse und Auswertung internationaler und nationaler Selbstverpflichtungskodizes*. München/Eichstätt.
- Prinzing, Marlis (2019): *Eingeboren? Oder nur eingewandert ins Digitale? Warum die Abkehr vom Mythos einer Generation von Digital Natives Voraussetzung einer verantwortungsorientierten Bildungs- und Gesellschaftspolitik ist*. In: Stapf, Ingrid/Prinzing, Marlis/Köberer, Nina (Hg.): *Aufwachsen mit Medien*. Baden-Baden, S. 281-296, <https://doi.org/10.5771/9783845293844-281>.
- Prinzing, Marlis (2020): *Emotion (Teil 22)*. In: *Communicatio Socialis*, 53. Jg., H. 4, S. 494-501, <https://doi.org/10.5771/0010-3497-2020-4-494>.
- Rath, Matthias (2015): *„Werte-volle“ Medien? Medienpädagogik zwischen Wertevermittlung und Werturteilskompetenz*. In: *merz. medien + erziehung*, 59. Jg., H. 3, S. 10-18.
- Reißmann, Wolfgang/Bettinger, Patrick (2022): *Digitale Souveränität und relationale Subjektivität. Neue Leitbilder für die Medienpädagogik?* In: *merz medien + erziehung*, 66. Jg., H. 6, S. 3-12.
- Roew, Rolf/Kriesel, Peter (2017): *Einführung in die Fachdidaktik des Ethikunterrichts*. Bad Heilbrunn.
- Schicha, Christian (2019): *Medienethik: Grundlagen – Anwendungen – Ressourcen*. München.
- Zirfas, Jörg (2018): *Einführung in die Erziehungswissenschaft*. Paderborn.