
Inhaltsverzeichnis

1 Grundlagen einer Ethik der „mediatisierten Welt“	1
1.1 Medienkritik als Kulturphänomen	3
1.2 Begriff des „Mediums“	6
1.3 Philosophische Rekonstruktion des Konzepts der Mediatisierung	13
1.4 „Mediatisierte Welten“ in einer mediatisierten Welt	21
Literatur	27
2 Zur Konzeption von Medienethik	31
2.1 Medienethik als angewandte Ethik	31
2.1.1 „Anwendung“ als „technische Kritik“	33
2.1.2 „Anwendung“ als Konkretion	35
2.2 Empiriebedarf der Medienethik	37
2.2.1 Mediale Funktionsebenen	42
2.2.2 Mediale Handlungsträger	44
2.3 Wissenschaftssystematischer Standort	47
2.3.1 Das Neue der Online-Medien: <i>User created content</i>	48
2.3.2 Öffentlichkeit als bürgerliche Erfindung	50
2.3.3 Ethik der öffentlichen Kommunikation 1.0	51
2.3.4 Öffentlichkeit als Prinzip der „Produsage“	52
2.3.5 „Aufmerksamkeit“ als Währung der „Produsage“	54
2.3.6 Ethik der öffentlichen Kommunikation 2.0	55
Literatur	57
3 Philosophische Perspektiven auf eine Ethik der mediatisierten Welt	63
3.1 Anthropologische Perspektive: Medialität	63
3.1.1 Der Mensch als <i>animal symbolicum</i>	66
3.1.2 Ontische Selbstreferenz des <i>animal symbolicum</i>	72

3.1.3	Sozialwissenschaftliche Bestimmungen des Menschen	73
3.1.4	Ontologische Deutung des <i>animal symbolicum</i>	76
3.2	Epochale Perspektive: „gewusste“ Mediatisierung	82
3.2.1	Medienethik als Philosophie	82
3.2.2	Ethik der mediatisierten Welt	85
	Literatur	88
4	Zentrale Begriffe einer Ethik der mediatisierten Welt	91
4.1	Authentizität	92
4.1.1	Wahrheit, Eigentlichkeit, Wahrhaftigkeit	95
4.1.2	Authentizität als Tugend des Kommunikators	97
4.1.3	Authentizität als Kompetenz des Rezipienten	99
4.2	Medienkompetenz	102
4.2.1	Medienkompetenz als pädagogischer Leitbegriff	103
4.2.2	Philosophische Theoriegebundenheit der Medienkompetenz.	104
4.2.3	Das aktuelle Kompetenzmodell der Bildungsforschung	106
4.2.4	Bezug zu Kommunikations- und Medienwissenschaften	107
4.2.5	Zur Normativität der Medienkompetenz.	109
4.2.6	Medienkompetenz als normativ-deskriptives Brückenprinzip	118
4.3	Medienqualität.	120
4.3.1	„Qualität“ als Moralverallgemeinerung	121
4.3.2	„Qualität“ als deskriptiv-abstraktes Charakteristikum	121
4.3.3	Medienqualität als implizites „Ranking“	121
4.3.4	„Medienqualität“ als empirio-normative Chimäre.	122
4.3.5	Medienqualität als Medienkompetenz	124
4.4	Wahrhaftigkeit.	126
4.4.1	Kurzer historischer Abriss	126
4.4.2	Zur Systematik der „Wahrhaftigkeit“	128
4.4.3	Medien als Wahrhaftigkeitsträger	133
4.4.4	Grenzen der Wahrhaftigkeit: „Bullshit“	136
	Literatur	137
5	Ethik der mediatisierten Welt als integrative Disziplin	147
5.1	Ethik der medialen Welt – integrativ?	147
5.1.1	Medienethik und/oder Kommunikationsethik?	148
5.1.2	Max Webers Postulat der „Werturteilsfreiheit“	150
5.1.3	Medienethik als normative Bezugsdisziplin	153

5.2	Methode(n) der Medienethik	155
5.2.1	Medienethik: philosophische Ethik medialer Praxis	156
5.2.2	Wissenschaftssystematik des kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschungsfeldes	163
5.2.3	Medienethik zwischen Philosophie sowie Kommunikations- und Medienwissenschaft(en)	167
5.3	Ausblick	172
	Literatur	174



<http://www.springer.com/978-3-658-05758-9>

Ethik der mediatisierten Welt

Grundlagen und Perspektiven

Rath, M.

2014, XI, 179 S. 10 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05758-9