

## **Ethik des Internets**

Das Internet ist das Leitmedium des 21. Jahrhunderts. Es ist eine längst weltumspannende Infrastruktur für den Austausch von Daten, auf der sich (nahezu) in Echtzeit Informationen aller Art verbreiten lassen. Es bietet zahllose Kommunikationsräume, in denen sich Menschen über alle nur denkbaren Facetten des Lebens austauschen und so soziale Beziehungen pflegen oder neu knüpfen. Zudem ist es ein Werkzeug geworden, mit dem eine wachsende Zahl von ökonomischen Transaktionen abgewickelt werden können. Und bereits jetzt sind Entwicklungen im Bereich der Mobilkommunikation und des ‚Ubiquitous Computing‘ absehbar, die die Allgegenwart des Internets noch verstärken werden. Vor diesem Hintergrund hat der vorliegende Beitrag das Ziel, wesentliche Merkmale der internetbasierten Kommunikation darzustellen und darauf aufbauend ethisch relevante Positionen und Aspekte zu diskutieren, die aus dem Umgang mit dem Internet resultieren.

### **Das Internet als separate Sphäre?**

In den 1990er Jahren war es weit verbreitet, das Internet als Sphäre zu betrachten, die von der ‚echten Welt‘ getrennt existiert. Diese Sichtweise war nicht zuletzt deswegen so erfolgreich, weil sie an populärkulturelle Vorstellungen vom ‚Cyberspace‘ und ‚Virtual Realities‘ anschließen konnte, wie sie sich in Büchern (z.B. *Neuromancer* von William Gibson) oder Filmen (z.B. der Matrix-Trilogie) artikulierten. Weitere Nahrung erhielt sie durch populärwissenschaftliche Arbeiten, z.B. von Howard Rheingold (1994) oder Sherry Turkle (1998) zu Identitätsbildung und ‚virtuellen Gemeinschaften‘ in der Online-Kommunikation. Diese stellten die Potenziale von Chaträumen oder Onlineforen heraus, Menschen beim Experimentieren mit Identitätsentwürfen zu unterstützen und Prozesse der Vergemeinschaftung zu fördern, die einzig auf computervermittelter Kommunikation basierten. Aber auch Online-Spiele wie World of Warcraft oder die frei gestaltbare ‚virtuelle Welt‘ von Second Life unterstützten die Vorstellung vom Internet als einem eigenen Ort, der losgelöst von den Konventionen des alltäglichen Miteinanders existiere.

Ethisch relevant sind diese Vorstellungen insofern, weil sie (explizit oder implizit) davon ausgingen, dass Online und Offline unterschiedliche handlungsleitende Werte und Normen gelten würden bzw. gelten sollten. Die Möglichkeit beispielsweise, in einem Chatroom oder einer grafisch aufwändig gestalteten Umgebung in eine andere Identität schlüpfen und Persönlichkeitsfacetten, Fantasien und Wünsche ausleben zu können, galt vielen frühen

Erschienen in: Heesen, Jessica (Hrsg.) (2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart: J.B. Metzler. S. 284-292.

Nutzerinnen\* als Verheißung, um als beengend empfundenen Formen der sozialen Kontrolle oder auch tatsächlicher Stigmatisierung, z.B. auf Grund von sexuellen Vorlieben oder körperlichen Beeinträchtigungen, zu entgehen (vgl. dazu ausführlicher den Forschungsüberblick bei Döring 2003, 347-300). Die Sets von Regeln und Konventionen, die in vielen online formierten Gruppierungen aus sich selbst heraus entstanden und das soziale Miteinander regulierten, wurden wiederum als Beleg gedeutet, dass sich im Internet basisdemokratisch-libertäre Ideale verwirklichen ließen (vgl. Beck 2006, 165-170). Mit der „Unabhängigkeitserklärung des Cyberspace“ (Barlow 1996) entstand sogar ein einflussreiches Manifest, das die Vorstellung vom Internet als Raum mit eigenen Normen und Formen der sozialen Organisation kultivierte, der insbesondere gegen staatliche Kontrolle verteidigt werden müsse:

„Governments of the Industrial World, you weary giants of flesh and steel, I come from Cyberspace, the new home of Mind. On behalf of the future, I ask you of the past to leave us alone. [...] You have no sovereignty where we gather. [...] Your legal concepts of property, expression, identity, movement, and context do not apply to us. They are all based on matter, and there is no matter here. Our identities have no bodies, so, unlike you, we cannot obtain order by physical coercion. We believe that from ethics, enlightened self-interest, and the commonweal, our governance will emerge“ (ebd., o.S.).

Zwar wirkt diese Vorstellung in Spuren noch bis in die Gegenwart nach, doch inzwischen ist weithin akzeptiert und durch viele Studien belegt, dass Online und Offline keine getrennten Sphären sind, sondern vielmehr auf vielfältige Weise miteinander verflochten sind, sich also wechselseitig durchdringen. Dies gilt auf einer sehr grundlegenden Ebene: Die Materialität der kommunikationstechnischen Infrastrukturen, auf denen das Internet aufbaut, und die Körperlichkeit seiner Nutzerinnen verbinden die ‚echte Welt‘ mit den Kommunikationsräumen des Internets. Die bei Barlow artikulierte Vorstellung, online existiere keine Materie und Identitäten hätten keine Körper, ist zwar rhetorisch eindringlich, aber eben auch faktisch falsch. Hinzu kommt, dass wir zwar die Möglichkeit haben, im Internet mit Personen oder Organisationen in Kontakt zu treten, zu denen wir bislang keinerlei Verbindung hatten. Doch für viele Anwendungen, gerade im Bereich der sozialen Medien gilt, dass Menschen dort soziale Kontakte pflegen, die außerhalb von Plattformen wie Facebook oder Twitter ankern (vgl. Schmidt 2011). Dies wiederum bringt mit sich, dass sie existierende Werte und Konventionen (wie Ehrlichkeit, Verlässlichkeit oder Authentizität) in die Interaktionen einbringen, also das Handeln online an ähnlichen ethischen Maßstäben messen, wie das Handeln außerhalb des Internets.

Erschienen in: Heesen, Jessica (Hrsg.) (2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart: J.B. Metzler. S. 284-292.

Damit soll nicht gesagt sein, dass keine Unterschiede zwischen Kommunikationssituationen im Internet und denen mit Kopräsenz oder anderen Formen der Medienvermittlung (wie Telefon, Brief oder Fernsehen) existieren. Das Verhältnis ist allerdings komplexer, als es die simple Vorstellung von den zwei separaten Sphären einerseits wie auch von einer Bedeutungslosigkeit des medientechnischen Kontextes andererseits nahelegen würde: Das Internet schafft eine Vielzahl von unterschiedlichen Kontexten für menschliche Interaktion. Im Umgang damit können Nutzerinnen sich an etablierten Praktiken orientieren, also praktisches Wissen und normative Maßstäbe aus anderen Situationen übertragen – oder aber versuchen, sich gemeinsam mit anderen auf neue, zumindest aber adaptierte Praktiken zu einigen.

Inwiefern diese Prozesse der Medienaneignung, ob individuell oder auf der Ebene ganzer (Sub-)Kulturen und Gesellschaften gesehen, dann tatsächlich zu einer eigenständigen Ethik führen und inwiefern bestimmte Prinzipien übertragen werden, ist somit eine empirische Frage, die kaum auf der allgemeinen Ebene ‚des‘ Internet zu beantworten ist. Der folgende Abschnitt diskutiert daher Vorschläge, wie sich Bereiche der Internetkommunikation differenzieren lassen, um ihre ethisch relevanten Aspekte treffend systematisieren zu können.

### **Hybridmedium Internet**

Technisch gesehen umfasst das Internet jegliche Form des Datenaustauschs zwischen digitalen Rechnern, die mit Hilfe spezifischer technischer Protokolle und Standards koordiniert bzw. organisiert werden. Seit den Anfängen in den 1960er und 1970er Jahren, spätestens aber mit der Etablierung des World Wide Web (WWW) in den 1990er Jahren, hat es sich zu einem weltumspannenden Netzwerk von buchstäblich unzähligen, miteinander verbundenen Servern und Endgeräten (vom Arbeitsplatzrechner über das heimische Notebook bis hin zum Smartphone) entwickelt (vgl. Abbate 1999). Diese rasante Verbreitung und gesellschaftliche Etablierung ist darauf zurückzuführen, dass technisch nicht festgelegt ist, welche Art von Daten im Netzwerk fließen. Anders gesagt: Auf der Grundlage vernetzter Computer bauen zahlreiche einzelne Dienste, Kommunikationsgattungen und Angebote auf. Sie unterscheiden sich in ihrer technischen Funktionsweise, v.a. aber im sozialen Gebrauch, den Menschen von ihnen machen.

*Dienste* sind grundlegende Formen des Datenaustauschs auf der Grundlage der technischen Struktur des Internet, z.B. E-Mail, Chat oder FTP (für File Transfer Protocol; Datenaustausch). Mittlerweile dominiert das World Wide Web (WWW), das erst in den frühen 1990er Jahren entstand, die Wahrnehmung vom Internet, insbesondere auch weil es

Erschienen in: Heesen, Jessica (Hrsg.) (2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart: J.B. Metzler. S. 284-292.

zwischenzeitlich viele der vormals separierten Dienste integriert hat. So nutzen beispielsweise zahlreiche Personen inzwischen kein separates E-Mail-Programm oder einen eigenen Chat-Client, sondern greifen auf webbasierte Angebot wie beispielsweise Googlemail oder web.de bzw. Chat-Funktionalitäten auf Plattformen wie Facebook zurück.

Damit sind einzelne *Angebote* angesprochen: Der Internetdienst WWW beinhaltet eine buchstäblich unüberschaubare Vielzahl von Plattformen, Portalen und einzelnen Webseiten. Diese reichen von weltweit millionenfach genutzten Angeboten wie Facebook, Wikipedia, Amazon, YouTube oder Ebay über journalistische Angebote wie tagesschau.de und Webauftritte von Unternehmen, politischen Parteien oder Kirchen bis hin zu thematisch spezialisierten Diskussionsforen und Communities wie z.B. „www.ich-habe-ein-pferd.com“ oder „www.radflirt.de“. Hinzu kommen zahllose Webseiten von Einzelpersonen, seien es Filmstars oder Musiker, Politiker oder Wissenschaftler – oder seien es Privatpersonen, die ihre Familie, ihre Hobbies oder ihre Urlaubserinnerungen mit anderen teilen wollen.

Eng mit internetfähigen mobilen Geräten, also Smartphones und Tablet PCs verbunden, ist das Prinzip der *Applications* oder kurz: Apps. Dies sind einzelne Programme, die in der Regel auf bestimmte Funktionen oder Einsatzzwecke spezialisiert sind; teilweise sind sie eine Alternative zum Aufruf von Homepages im Web-Browser, teilweise erschließen sie eigenständige Inhalte, Informationsdienste und Spielwelten oder ähnlichem. Sie setzen üblicherweise eine Internetverbindung voraus, um den Datenaustausch von und zum mobilen Gerät zu leisten, aber auch um überhaupt auf dem Gerät installiert werden zu können.

Die Vielfalt der einzelnen Angebote und Apps lässt sich wiederum nach *Gattungen* klassifizieren. So können z.B. – ohne Anspruch auf Vollständigkeit – Netzwerkplattformen, Suchmaschinen, Stadt- oder Gemeindeportale sowie Shopping-Plattformen voneinander unterschieden werden. Gattungen der Internetkommunikation fassen also jeweils eine Vielzahl von Angeboten zusammen, die bestimmte formale Gemeinsamkeiten aufweisen, z.B. im Hinblick auf die Kommunikationsformen, die sie unterstützen, oder die Prinzipien, nach denen Inhalte angeordnet sind.

Über solche Klassifikationsversuche hinausgehend liegen mittlerweile zahlreiche Vorschläge vor, die Formen und Folgen der netzbasierten Kommunikation überblicksartig-systematisch zu diskutieren, z.B. aus soziologischer (Schelske 2007; Papsdorf 2013), aus sozialpsychologischer (Döring 2003) oder aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive (Beck 2006; Schweiger/Beck 2010; Fraas et al. 2012).

Um ethische Konfliktfelder und mögliche Lösungen identifizieren zu können, sind die genannten Systematisierungen aber nur ansatzweise geeignet. Stattdessen wird im

Erschienen in: Heesen, Jessica (Hrsg.) (2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart: J.B. Metzler. S. 284-292.

vorliegenden Beitrag eine Unterscheidung von verschiedenen Modi der Internetkommunikation vorgeschlagen, die teilweise auf Systematisierungen aus den genannten Quellen beruht, diese aber auch um kommunikationssoziologische Gedanken erweitert. Demnach ist das Internet als „Hybridmedium“ (Höflich 2003) zu verstehen, das verschiedene Dienste, Angebote und kommunikative Gattungen auf einer technischen Grundlage zusammenführt. Zudem, und das ist in diesem Zusammenhang entscheidend, unterstützt es verschiedene Kommunikationsmodi, die vormals auf andere Medienformen verteilt waren (vgl. zum Konzept der Kommunikationsmodi auch Hölig 2014).

Drei grundlegende Kommunikationsmodi lassen sich in der Internetkommunikation unterscheiden:

- (1) Das *Publizieren* bzw. die ‚*One to many*‘-Kommunikation: Dieser Modus verweist auf Kommunikationsprozesse, die typisch für Massen- bzw. Broadcastmedien sind. Ein ‚Sender‘, in der Regel eine journalistische Redaktion, verbreitet Informationen an eine Vielzahl von verstreuten und untereinander nicht verbundenen ‚Empfängern‘. Auch im Internet finden wir diesen Modus vor, z.B. bei publizistischen Angeboten wie „Spiegel Online“, „tagesschau.de“ oder „kicker.de“.
- (2) Die *Konversation* bzw. die ‚*One to one*‘- oder ‚*One to few*‘-Kommunikation: Dieser Modus verweist auf dialogische Kommunikation, in der die Rollen von ‚Sender‘ und ‚Empfänger‘ regelmäßig wechseln. Außerhalb des Internets verbinden wir diesen Modus mit der Face-to-Face-Kommunikation, aber auch mit Medien der interpersonalen Kommunikation wie dem Brief oder dem Telefon. Online finden wir ihn z.B. bei der E-Mail und in Chat-Systemen, aber auch bei Apps wie WhatsApp oder bei der Internet-Telefonie über Skype.
- (3) Die *Mensch-Maschine-Interaktion* (oder ‚*Human-Computer-Interaction*‘): Sie wird in Situationen aktiv, in denen softwareseitig bestimmte Transaktionen, z.B. der Kauf von Waren oder die Einreichung eines Formulars bei einer Behörde, unterstützt und abgewickelt werden. Auch die Vielzahl der Fälle von ‚*Information Retrieval*‘, von der Suche über Suchmaschinen über das Nachschlagen in Online-Enzyklopädien bis hin zur Recherche in spezialisierten Datenbanken, fallen hierunter.

Die Perspektive auf Kommunikationsmodi liegt also in gewisser Weise quer zur Unterscheidung von Angeboten oder Gattungen, denn wir können bei einem konkreten Angebot durchaus verschiedene Modi finden. Journalistische Webseiten bieten mittlerweile z.B. in der Regel auch Kommentarfunktionen zu ihren Artikeln an. Auf redaktionell erstellte Beiträge, die im Modus des Publizierens kommuniziert werden, kann also

Erschienen in: Heesen, Jessica (Hrsg.) (2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart: J.B. Metzler. S. 284-292.

Anschlusskommunikation unter den Nutzerinnen folgen, die im Modus der Konversation stattfindet. Beim kostenpflichtigen Abruf von Artikeln aus dem Online-Archiv des Nachrichtenanbieters würden zudem Modi der Mensch-Maschine-Kommunikation (bei der Recherche in der Datenbank) und der Transaktion (bei der Bezahlung des Artikels) aktiviert. Hinzu kommt, dass sich auch zwischen den Modi Bereiche der Konvergenz finden lassen. So verwischt die iPhone-App ‚Siri‘ zumindest auf der Oberfläche von Kommunikation die Grenzen zwischen Konversation und Mensch-Maschine-Kommunikation: Die Nutzerin eines Smartphones kann in natürlicher Sprache Anfragen in das Smartphone sprechen, die von der App erkannt und beantwortet, bei Unklarheiten hingegen durch Nachfragen geklärt werden. So wird der Anschein eines Gesprächs mit der ‚persönlichen Assistentin‘ Siri erweckt. Dennoch: Zu unterschiedlichen Modi werden diese genannten Kommunikationsformen, weil sie mit jeweils eigenen und unterscheidbaren Bündeln von Erwartungen einhergehen, die – wie später noch verdeutlicht wird - wiederum in unterschiedlichen Gebrauchsweisen bzw. Praktiken münden.

### **Systematisierung ethischer Probleme des Internets**

In den vergangenen etwa 20 Jahren, in denen sich das Internet gesellschaftlich etabliert hat, sind eine Reihe von Vorschlägen gemacht worden, ethische Probleme der neuen Informations- und Kommunikationstechnologie systematisch aufzulisten. Beck (2010, 133ff.) folgend, lassen sich drei Typen der Systematisierung unterscheiden:

- (1) *Systematisierung nach diskursethischen Prinzipien*: Dieser Zugang zu ethischen Fragestellungen orientiert sich an übergreifenden ethischen Prinzipien. Unter Rückgriff auf die Habermas'sche Diskursethik und Theorie des kommunikativen Handelns (Habermas 1981; 1991) diskutiert Beck exemplarisch die Prinzipien Verständlichkeit, Wahrheit, Wahrhaftigkeit sowie zusätzlich die Menschenwürde, die als grundlegende Maßstäbe menschlicher Kommunikation und Interaktion auch im Internet gelten (sollen). Sie müssen in spezifischen Situationen konkretisiert werden, um handlungsleitend zu wirken – z.B. in geteilten Erwartungen darüber, ob Kommunikation auf einer Plattform nur mit Klarnamen stattfinden soll, oder ob Pseudonyme oder gar völlig anonyme Kommunikation möglich ist. Damit hängen wiederum Erwartungen an die Authentizität und Aufrichtigkeit von Kommunikation zusammen, die beispielsweise das Anlegen von ‚Fake-Profilen‘ untersagen oder zumindest als Bruch der kommunikativen Normen ächten (vgl. Heise 2013).

- (2) *Systematisierung nach Funktionsbereichen*: Dieser Zugang wird z.B. von Debatin (1999) vertreten, der das Internet als Handlungsfeld auffasst, das sich – zumindest analytisch – in verschiedene Funktionsbereiche untergliedern lässt. Konkret nennt er die Funktionsbereiche Wissen, Freiheit und Identität, in denen jeweils unterschiedliche ethische Probleme existieren, sich aber auch jeweils spezifische Mechanismen und Institutionen der (Selbst-)Regulierung herausgebildet haben. Im Funktionsbereich Wissen beispielsweise stellt sich das Problem, die Qualität und Nachprüfbarkeit online vermittelter Informationen zu beurteilen (was wiederum den übergreifenden Wert der Wahrheit berührt). Lösungen für dieses Problem können zum einen darin bestehen, etablierte Mechanismen der Qualitätssicherung auf die Online-Kommunikation zu übertragen: So gelten das Prinzip des ‚Peer Review‘ bei akademischen Texten oder die im Pressekodex niedergelegte Standards der journalistischen Arbeit auch online (vgl. Baum 2010, 199ff). Zum anderen können neue Mechanismen entstehen, wie das Beispiel der Wikipedia zeigt: Dort beruht die Qualitätssicherung der enzyklopädischen Artikel darauf, dass jede einzelne Änderung kenntlich und nötigenfalls rückgängig gemacht wird; zudem existiert zu jedem Eintrag eine separate Diskussionsseite, auf der Konflikte über Formulierungen oder die Überprüfbarkeit von Aussagen ausgetragen und beigelegt werden können (vgl. Pentzold 2007).
- (3) *Systematisierung nach konkreten Problemfeldern*: Ein dritter Zugang zu ethischen Fragen der Online-Kommunikation orientiert sich an einzelnen Konflikt- oder Problemfeldern. Hierzu liegen z.B. bei Schwenk (2002) und Funiok (2007) eine Reihe von Vorschlägen vor. Stärker als die beiden zuvor genannten Zugänge kann diese Form der Systematisierung zu spezifischen und anschaulichen Katalogen von Ethik-Problemen führen, die andererseits aber nur dann nicht beliebig wirken, wenn sie auch die Maßstäbe offen legen, an denen sie ethische Forderungen aufstellen oder Diskrepanzen zwischen Sollen und Sein diagnostizieren.
- Schelske entwickelt beispielsweise seinen Katalog von ethischen Problemen in vernetzten Medien anhand der Leitfrage „Wann, wie und wodurch werden Menschen daran gehindert, an dem Ideal eines ‚guten‘ Lebens in der Informations- und Netzwerkgesellschaft teilzunehmen?“ (2007, 154). Davon ausgehend unterscheidet er sieben Problembereiche, denen er jeweils ein Ideal zuordnet:

„Zugangsschranken: Im Ideal sollen alle einen Zugang zum Internet haben.

Kommerzialisierung: Im Ideal ordnet sich das Gemeinwohl nicht der Ökonomie unter.

Informationsflut: Im Ideal ist vollständige Informationstransparenz gegeben.

Erschienen in: Heesen, Jessica (Hrsg.) (2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart: J.B. Metzler. S. 284-292.

Soziale Technikfolgen: Im Ideal hat Technik nur positive Folgen.

Wahrheit und Glaubwürdigkeit: Im Ideal kommunizieren wir alle die Wahrheit.

Fragwürdige Inhalte: Im Ideal werden Freiheitsrechte gewahrt.

Datensicherheit: Im Ideal existiert Datensicherheit und freier Datenzugriff gleichzeitig“ (ebd.).

In jedem dieser Bereiche finden sich faktisch allerdings Bedingungen, die im Widerspruch zu diesen Idealen stehen – so verhindern z.B. Unterschiede in Bildung, Kompetenzen und Einkommen einen tatsächlich freien und gleichberechtigten Zugang zum Internet, etc. Dadurch treten alltäglich Entscheidungs- und Abwägungsprobleme auf, wie wir unser individuelles Handeln mit allgemeinen Idealen und ethischen Prinzipien in Einklang bringen können.

### **Kommunikationsmodi und ihre ethischen Aspekte**

Die Beschäftigung mit ethischen Entscheidungsproblemen führt vor Augen, dass individuell-situatives Handeln auch im Internet immer in normative Strukturen eingebettet ist.

Insbesondere Höflich (2003) hat unter Bezug auf die Mikrosoziologie von Erving Goffman (1977) herausgearbeitet, dass Situationen der Online-Kommunikation jeweils eigene Rahmungen besitzen, also Bündel von Erwartungen an das eigene Handeln wie auch an das Handeln der kommunikativen Gegenüber, die die konkrete Interaktion anleiten. Diese Rahmungen entstehen durch wiederkehrende Interaktionen, in denen die Beteiligten ihr Handeln aneinander ausrichten und so im wörtlichen Sinne erwartbar machen. Im Lauf der Zeit bilden sich daraus geteilte Konventionen und Normen, oder allgemeiner: Regeln heraus. Dabei sind zwei Formen zu unterscheiden: Adäquanzregeln legen fest, welcher Kommunikationskanal – also welches Medium, welcher Dienst oder welches konkrete Angebot – für bestimmte kommunikative Zwecke zu nutzen ist. Sie geben also Aufschluss über die Eignung spezifischer kommunikativer Optionen für spezifische kommunikative Zwecke. Ein Messaging-Dienst wie WhatsApp beispielsweise hat sich für viele Formen des privaten Austauschs etabliert, gilt aber weiterhin als inadäquat für Kondolenzschreiben. Wenn die Entscheidung für einen bestimmten Kanal bzw. ein bestimmtes Angebot gefallen ist, kommen prozedurale Regeln ins Spiel. Sie beeinflussen den konkreten Ablauf der Kommunikation, also z.B. den Einsatz von Emoticons oder Aktionswörtern beim Chatten oder die Form einer geschäftlichen Anfrage per E-Mail.

Eine solche regelorientierte Perspektive kann also die Frage beantworten, wie es im Internet auch zwischen vormals einander völlig unbekanntenen Personen zu gelingender Kommunikation und sogar zum Gefühl der wechselseitigen Verbundenheit kommen kann:

Erschienen in: Heesen, Jessica (Hrsg.) (2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart: J.B. Metzler. S. 284-292.

Dazu ist nicht zwingend emotionale Nähe oder ein tatsächliches Gemeinschaftsgefühl vonnöten, sondern es genügt die gemeinsame Orientierung an geteilten Adäquanz- und prozeduralen Regeln. Teilnehmerinnen einer Mailingliste, regelmäßige Besucherinnen des Kommentarbereichs einer Nachrichtenplattform oder aktive Nutzerinnen der Wikipedia folgen (jeweils eigenen) Konventionen und Routinen, mit denen sie ihr Handeln wechselseitig erwartbar machen, und es sind diese geteilten Vorstellungen vom ‚richtigen‘ Handeln in den jeweiligen Kommunikationsräumen, die den Zusammenhalt stiften. Nicht regelkonformes Verhalten hingegen wird sanktioniert, wobei die Bandbreite von Ignorieren der ‚Newbies‘ über konstruktive Kritik bis hin zum aggressiven ‚Flaming‘ reichen kann.

Folgt man diesen Gedanken, lassen sich die in der Online-Kommunikation anfallenden ethischen Abwägungen aus Nutzersicht wie folgt ausdrücken:

- Abwägungen der Medienwahl, die durch Adäquanzregeln gerahmt werden: Ist in der konkreten Situation, in der ich mich befinde und für die konkreten kommunikativen Ziele, die ich verfolge, eine bestimmte Internet-Anwendung ethisch angemessen?
- Abwägungen des Mediengebrauchs, die durch prozedurale Regeln gerahmt werden: Wie kann ich in der konkreten Nutzung einer Anwendung ethischen Maßstäben folgen?

Die Maßstäbe, an denen sich Medienwahl und Mediengebrauch messen lassen müssen, sind wiederum vom Kommunikationsmodus abhängig, der (wie oben beschrieben) zentral über unterschiedliche Erwartungen an das Handeln der beteiligten Akteurinnen bestimmt wird. Den von Beck (2010) vorgeschlagenen Typen der Systematisierung ethischer Probleme der Internetkommunikation lässt sich also eine weitere Systematisierung an die Seite stellen, die sich an den drei beschriebenen Kommunikationsmodi im Internet orientiert.

(1) Ethische Probleme des *Publizierens*: Weil dieser Modus v.a. mit der Tätigkeit journalistischer Medien verbunden ist, fallen in diesen Problembereich viele (potenzielle) Konflikte, die in der Medienethik des Journalismus (vgl. Brosda 2010) thematisiert werden und sich an Erwartungen knüpfen, die z.B. die Wahrheit der publizierten Informationen, sorgfältige Recherche oder die Wahrung von Persönlichkeitsrechten und Würde bei der Berichterstattung über Personen betreffen. Diese Prinzipien gelten auch für den Online-Journalismus, und es gibt eine Reihe von Institutionen, die als Teil der freiwilligen Selbstkontrolle bzw. der regulierten Selbstregulierung ihre Einhaltung kontrollieren und Verstöße sanktionieren.

(QUERVERWEIS „Freiwillige Selbstregulierung“)

Weil das Internet aber zu einer Transformation des Journalismus beiträgt (vgl.

Neuberger 2009), treten neue Akteure auf den Plan, für die sich korrespondierende Erwartungen und Institutionen der Regulierung ethischer Konflikte erst herausbilden. So sind für Laien die technischen Hürden massiv gesunken, Informationen aller Art einem Publikum zugänglich zu machen; dies führt dazu, dass eine Person auch ohne journalistische Expertise und Selbstverständnis auf YouTube, Twitter oder in einem Blog unter Umständen mehrere hundert oder mehrere tausend andere Menschen erreichen kann. Ab wann diese „persönlichen Öffentlichkeiten“ (Schmidt 2011, 107-134) nicht mehr der privat-persönlichen Kommunikation dienen, sondern in den Modus des Publizierens eintreten, lässt sich nicht eindeutig festlegen. Klar ist aber, dass mit gesteigener Reichweite auch Erwartungen an entsprechende Angebote artikuliert werden, ethische Prinzipien des Publizierens einzuhalten, z.B. was die Wahrung der Privatsphäre von Dritten oder die Kennzeichnung von Elementen strategischer Kommunikation im Sinne von Sponsoring oder PR angeht.

(QUERVERWEIS „Ethik der Public Relations“)

Ein weiterer Aspekt des Wandels von Online-Öffentlichkeit ist das Eintreten von technischen Intermediären in den Prozess des Filterns, Aufbereitens und Verbreitens von Informationen. Der Online-Journalismus wie auch neue Akteure der publizistischen Laien-Kommunikation sind für die Herstellung von Reichweite in wachsendem Maße auf Dienste angewiesen, die Unternehmen wie Google, Facebook oder Twitter bereitstellen. Diese verstehen sich in der Regel als ‚Plattformen‘, versuchen ihre eigene Rolle also so zu rahmen, dass sie als neutrale Mittler nicht für die Inhalte selbst verantwortlich gemacht werden können, die andere mit ihrer Hilfe verbreiten (vgl. Gillespie 2010). Allerdings sind in jüngerer Zeit insbesondere im Zusammenhang mit der wachsenden Aufmerksamkeit für die Rolle von Algorithmen für die Herstellung von Öffentlichkeit auch vermehrt Erwartungen laut geworden, solche Intermediäre nicht nur an Maßstäben der Mensch-Maschine-Interaktion (s.u.) zu messen, sondern als publizistische Akteure zu behandeln. (QUERVERWEIS „Algorithmen“)

- (2) Ethische Probleme der *Konversation*: Dieser Problembereich besitzt enge Berührung mit Ansätzen einer Kommunikationsethik der Online-Kommunikation, die aus individualethischen Überlegungen (vgl. z.B. Wolff 2007) oder den oben bereits erwähnten diskursethischen Prinzipien hergeleitet ist. Situationen der dialogischen Kommunikation sind demnach auch im Internet von Erwartungen an die Wahrhaftigkeit, Authentizität, Verständlichkeit, Reziprozität o.ä. gerahmt, die den

wechselseitigen Austausch und die Koorientierung der Kommunizierenden gewährleisten. Ein Bruch mit diesen Erwartungen kann also das Gelingen von Verständigung verhindern oder zumindest in der Enttäuschung von in das Gegenüber gesetztem Vertrauen münden, was wiederum zukünftige Kommunikation unwahrscheinlicher macht.

Diese Erwartungen sind uns aus anderen dialogischen Situationen vertraut, ob in der Face-to-Face-Kommunikation oder beim Einsatz von traditionellen Medien der interpersonalen Kommunikation wie dem Telefon oder dem Brief. Die technologischen Besonderheiten der digital-vernetzten Kommunikation bringen aber veränderte Bedingungen für Konversationen mit sich, wie sich unter Rückgriff auf boyd (2008) zeigen lässt. Sie stellt heraus, dass Internetkommunikation persistent (also dauerhaft gespeichert), kopierbar und durchsuchbar ist. Das wiederum hat zur Konsequenz, dass die Reichweite von Äußerungen potentiell beliebig skalieren kann, also die Größe des Publikums für eine Äußerung, ein Foto oder Video technisch zunächst nicht festgelegt ist. Damit werden aber grundlegende Annahmen und Erwartungen, die den Modus der Konversation rahmen, im Internet brüchig: Kommunikative Grenzüberschreitungen (Beleidigungen, Lügen, etc.) beispielsweise kommen auch in Face-to-Face-Situationen oder am Telefon vor, sind dort aber flüchtig und auf das Gespräch beschränkt. Online hingegen sind sie auch Wochen oder Monate später noch auffindbar und können sich unter Umständen rasant verbreiten. Ethische Problemfelder wie das Cyber-Mobbing oder auch die ‚Shitstorms‘, bei denen einzelne Personen, Unternehmen o.ä. im Zentrum einer Lawine von Schmähungen und Kritik stehen, lassen sich daher auch als unintendierte Folge von technischen Innovationen deuten, die den Modus der Konversation um Aspekte der Persistenz, Kopierbarkeit und Durchsuchbarkeit von Kommunikation erweitern.

- (3) Ethische Probleme der *Mensch-Maschine-Interaktion*: Der dritte grundlegende Modus der Internetkommunikation wirft ebenfalls eine Reihe von Problemfeldern auf. Zunächst sind grundsätzliche Fragen nach der ethischen Dimension in der Technikgestaltung berührt, die eben auch die Gestaltung informationstechnischer Systeme, oder noch konkreter die Entwicklung von internetbasierten Anwendungen und Diensten betreffen. (QUERVERWEIS „Technikphilosophie“) Neben Erwartungen an die Effizienz und Effektivität solcher softwaretechnischen Systeme, die in der Usability-Forschung untersucht werden, spielen zunehmend auch Kriterien wie die Barrierefreiheit oder die ‚sustainability‘ von Softwaresystemen eine Rolle für

die Technikentwicklung.

Ein anderer ethisch relevanter Bereich der Mensch-Maschine-Interaktion betrifft die Integrität der eingesetzten informationstechnischen Systeme. Bei online getätigten Transaktionen (eine Überweisung, ein Kauf, ein behördliches Formular, etc.) gilt z.B. die Erwartung, dass personenbezogene Daten geschützt und sicher sind, also das Recht auf informationelle Selbstbestimmung gewahrt bleibt. (QUERVERWEIS „Informationelle Selbstbestimmung“) Zudem sollten Nutzerinnen darauf vertrauen können, dass die gewünschte Transaktion auch tatsächlich vollzogen wird, dass also Vertragstreue existiert und man nicht in betrügerischer Absichten getäuscht wird (wie z.B. beim ‚Phishing‘ oder dem Identitätsdiebstahl (QUERVERWEIS „Cyberkriminalität“).

Ein weiterer ethisch relevanter Bereich der Mensch-Maschine-Interaktion betrifft Entwicklungen im „*Information Retrieval*“, bei denen Softwaresysteme als (wahrgenommener) Interaktionspartner auftreten, also als „Informationsassistenten“ (Kuhlen 1999) oder „virtuelle Helfer“ (Krämer 2008) agieren. Mit wachsender Handlungsfähigkeit dieser programmierten Agenten, und mit ihrer steigenden Verbreitung in unterschiedlichen gesellschaftlichen Sphären steigt auch die Anforderung daran, ihre ethischen Implikationen zu reflektieren und bei der (Weiter-)Entwicklung zu berücksichtigen. Dies betrifft u.a. Fragen der informationellen Autonomie ihrer menschlichen Gegenüber oder auch der Zuschreibung von Verantwortung für folgenreiche Entscheidungen auf Grundlage von Informationen, die auf Missverständnissen zwischen Nutzerin und Informationsassistent beruhen.

## **Fazit**

Dieser Beitrag sollte einen Überblick über das Trägermedium Internet und seine ethisch relevanten Merkmale und Problemstellungen geben. Er hat dazu der verbreiteten These, das Internet sei eine eigenständige Sphäre, die losgelöst von der ‚realen Welt‘ existiere, die Erkenntnis gegenüber gestellt, dass internetbasierte Interaktionen untrennbar mit unserer übrigen sozialen Welt verbunden sind. Dies liegt auch daran, dass es als ‚Hybridmedium‘ eine Vielzahl von kommunikativen Angeboten vereint, die vormals auf unterschiedliche Medien verteilt waren. Vor allem am Nebeneinander der Kommunikationsmodi des ‚Publizierens‘, der ‚Konversation‘ sowie der ‚Mensch-Maschine-Interaktion‘ lässt sich dieser hybride Charakter des Internet veranschaulichen.

Erschienen in: Heesen, Jessica (Hrsg.) (2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart: J.B. Metzler. S. 284-292.

Zudem diene diese Unterscheidung dazu, bisherigen Vorschlägen zur Systematisierung ethischer Aspekte nach ethischen Prinzipien, nach Funktionsbereichen oder nach konkreten Problemfeldern eine weitere Systematisierung an die Seite zu stellen, die explizit kommunikationssoziologisch argumentiert: Menschen richten in der Online-Kommunikation ihr Handeln an Adäquanzregeln und prozeduralen Regeln aus, die auch beinhalten, welche Medienwahl bzw. welcher Mediengebrauch in konkreten Situationen ethisch angemessen ist. Diese Abwägungen hängen wiederum grundlegend mit dem Kommunikationsmodus zusammen, in den Menschen eintreten. Es macht somit ethisch beispielsweise einen Unterschied, ob Informationen im Modus des Publizierens an ein breites Publikum verteilt oder im Modus der Konversation einem einzelnen Kommunikationspartner mitgeteilt werden. Auch das Wissen darüber, ob ich mit einer tatsächlichen Person oder mit einem softwarebasierten Angebot, also etwa einer Datenbank oder einem virtuellen Agenten interagiere, mich mithin im Modus der Mensch-Maschine-Interaktion befinde, wirkt sich auf ethische Abwägungen aus.

Ein genereller Vorteil einer Orientierung an Kommunikationsmodi ist, dass diese zu einem gewissen Grad unabhängig von technischen Innovationen, insbesondere aber von den Konjunkturen einzelner Angebote und Anbieter sind. Mit ihrer Hilfe lässt sich vielmehr sogar nachzeichnen, wie die Entwicklung von internetbasierten Kommunikationstechnologien mit regelmäßigen Zyklen der Anpassung, Umformung und Stabilisierung von kommunikativen Rahmungen inklusive ethischer Maßstäbe vorstattengegangen ist. Allerdings ist nicht garantiert, dass es auch in Zukunft möglich ist, die hier beschriebenen drei Modi ausreichend klar voneinander abzugrenzen, um ihnen heuristischen Wert zu geben. So ließe sich argumentieren, dass die wachsende Verbreitung von Smartphones und Tablet PCs in Verbindung mit dem Bedeutungsgewinn sozialer Medien bereits längst die Konvergenz von Konversation und Publikation befördert hat, weil die Reichweite kommunikativer Äußerungen nicht mehr eindeutig abgrenzbar ist. Zudem ist unstrittig, dass in bisher unbekanntem Maße technische Intermediäre in die publizistische Vermittlung eintreten, weil Algorithmen an die Seite des Journalismus bei der Auswahl, Filterung und Aufbereitung von Informationen treten und für die Nutzerinnen Nachrichtenströme kanalisieren, aggregieren und personalisieren. Schließlich greifen zur Marktreife gelangte Technologien der ‚Augmented Reality‘ oder des ‚Ubiquitous Computing‘, die bereits seit Jahren diskutiert werden, inzwischen fundamental in Situationen der Face-to-Face-Kommunikation ein, wie an den Auseinandersetzungen um die Folgen von ‚Google Glass‘ und anderer internetfähiger Kleidungsstücke für die Privatsphäre bereits ansatzweise deutlich wird. All diese

Erschienen in: Heesen, Jessica (Hrsg.) (2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart: J.B. Metzler. S. 284-292.

Entwicklungen fordern nicht nur die Kommunikations- und Medienforschung heraus, sondern werfen auch ihre eigenen ethischen Probleme auf, die wissenschaftlich wie gesellschaftlich zu diskutieren sind.

*\* Bei Personenbezeichnungen, die nicht geschlechtsneutral sind, benutze ich statt der stets etwas sperrigen Doppelschreibweise oder nur der männlichen Form im Text durchgängig das generische Femininum. Männer sind immer mit gemeint.*

## **Literatur**

Abbate, Janet: *Inventing the internet*. Cambridge, Mass./London 1999.

Barlow, John P.: A Declaration of the Independence of Cyberspace (08.02.1996). In: [https://w2.eff.org/Censorship/Internet\\_censorship\\_bills/barlow\\_0296.declaration](https://w2.eff.org/Censorship/Internet_censorship_bills/barlow_0296.declaration) (02.07.2015).

Beck, Klaus: *Computervermittelte Kommunikation im Internet*. München/Wien 2006.

Beck, Klaus: Ethik der Online-Kommunikation. In: Wolfgang Schweiger/Klaus Beck (Hg.): *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden 2010, 130-155.

boyd, danah michele: *Taken out of Context. American Teen Sociality in Networked Publics*. Berkeley, Cali. 2008. In: <http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf> (02.07.2015).

Baum, Achim: Deutscher Presserat. In: Christian Schicha/Carsten Brosda (Hg.): *Handbuch Medienethik*. Wiesbaden 2010, 186-216.

Brosda, Carsten: Journalismus. In: Christian Schicha/Carsten Brosda (Hg.): *Handbuch Medienethik*. Wiesbaden 2010, 257-277.

Debatin, Bernhard: Ethik und Internet. Zur normativen Problematik von Online-Kommunikation. In: Rüdiger Funiok/Udo F. Schmälzle/Christoph H. Werth (Hg.): *Medienethik – die Frage der Verantwortung*. Bonn 1999, 274-293.

Döring, Nicola: *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. Göttingen/Bern/Toronto/Seattle<sup>2</sup>2003.

Fraas, Claudia/Meier, Stefan/Pentzold, Christian: *Online-Kommunikation. Grundlagen, Praxisfelder und Methoden*. München 2012.

Funiok, Rüdiger: *Medienethik. Verantwortung in der Mediengesellschaft*. Stuttgart 2007.

Gillespie, Tarleton: The politics of 'platforms'. In: *New Media & Society* 12/3 (2010), 347-364.

Erschienen in: Heesen, Jessica (Hrsg.) (2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart: J.B. Metzler. S. 284-292.

Goffman, Erving: *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*. Frankfurt a.M. 1977 (engl. 1974).

Habermas, Jürgen: *Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt a.M. 1981.

Habermas, Jürgen: *Erläuterungen zur Diskursethik*. Frankfurt a.M. 1991.

Heise, Nele: ‚Doing it for real‘ – Authentizität als eine kommunikationsethische Grundlage onlinebasierter Forschung. In: Martin Emmer/Alexander Filipović/Jan-Hinrik Schmidt/Ingrid Stapf (Hg.): *Echtheit, Wahrheit, Ehrlichkeit. Authentizität in der Online-Kommunikation*. Weinheim/Basel 2013, 88-109.

Höflich, Joachim R.: *Mensch, Computer und Kommunikation. Theoretische Verortungen und empirische Befunde*. Frankfurt a.M./Berlin/Bern/Bruxelles/New York/Oxford/Wien 2003.

Hölig, Sascha: *Informationsorientierte Kommunikationsmodi zwischen Massen- und interpersonaler Kommunikation*. Baden-Baden 2014.

Krämer, Nicole C.: *Soziale Wirkungen virtueller Helfer. Gestaltung und Evaluation von Mensch-Computer-Interaktion*. Stuttgart 2008.

Kuhlen, Rainer: *Die Konsequenzen von Informationsassistenten - Was bedeutet informationelle Autonomie oder wie kann Vertrauen in elektronische Dienste in offenen Informationsmärkten gesichert werden?* Frankfurt a.M. 1999.

Neuberger, Christoph: Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs. In: Christoph Neuberger/Christian Nuernbergk/Melanie Rischke (Hg.): *Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung*. Wiesbaden 2009, 19-105.

Papsdorf, Christian: *Internet und Gesellschaft. Wie das Netz unsere Kommunikation verändert*. Frankfurt a.M./New York 2013.

Pentzold, Christian: *Wikipedia. Diskussionsraum und Informationsspeicher im neuen Netz*. München 2007.

Rheingold, Howard: *Virtuelle Gemeinschaft. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers*. Bonn/Paris/Reading, Mass./Menlo Park, Cali./New York/Don Mills, Onta./Wokingham, Engl./Amsterdam/Milan/Sydney/Tokyo/Singapore/Madrid/San Juan/Seoul/Mexiko City/Taipei 1994.

Schelske, Andreas: *Soziologie vernetzter Medien. Grundlagen computervermittelter Vergesellschaftung*. München/Wien 2007.

Schmidt, Jan-Hinrik: *Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0*. Konstanz 2011.

Erschienen in: Heesen, Jessica (Hrsg.) (2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart: J.B. Metzler. S. 284-292.

Schweiger, Wolfgang/Beck, Klaus (Hg.): *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden 2010.

Schwenk, Johanna: *Cyberethik. Ethische Problemstellungen des Internets und Regulierungsansätze aus Sicht der Online-Nutzer*. München 2002.

Turkle, Sherry: *Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internet*. Reinbek 1998 (engl. 1995).

Wolff, Oliver Jan: *Kommunikationsethik des Internets. Eine anthropologisch-theologische Grundlegung*. Hamburg 2007.

*Jan-Hinrik Schmidt*