

Call for Papers

Zur Jahrestagung der Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik
(gemeinsam mit dem Netzwerk Medienethik)

Web 2.0.

**Neue Kommunikations- und Interaktionsformen
als Herausforderung der Medienethik**

Termin: Do 12. - Fr 13. Februar 2009
Ort: Hochschule für Philosophie München
Aula der Hochschule für Philosophie. Kaulbachstr. 31,
80539 München (U-Bahnstation „Universität“)

Informationstechnologien durchdringen in den modernen Gegenwartsgesellschaften nahezu alle Lebensbereiche. Der Gebrauch des Hybridmediums Internet gehört dabei zur selbstverständlichen Form der Kommunikation. Die Nutzer kaufen dort ein, wickeln ihre Bankgeschäfte und Behördengänge ab, verschicken E-Mails und sind in zahlreichen Foren aktiv. In Deutschland sind mehr als 65% der Bevölkerung im Netz aktiv. Personen unter 30 Jahren nutzen dieses Medium fast vollständig. Rund 200 Millionen Menschen verfügen über einen Account bei „MySpace.com“ Diese Selbstdarstellungsplattform, die fast sechs Milliarden Seitenabrufe im Jahr vorweisen kann, ist vor drei Jahren von dem Medien-Tycoon Rupert Murdoch für 580 Millionen Dollar gekauft worden. In Deutschland haben 13% der Internetuser eine Profilseite im Netz. In den Vereinigten Staaten sind es bereits 50%. Durch derartige Foren können gewaltige Gewinne erwirtschaftet werden, da mit geringem Aufwand enorme Datenmengen erhoben werden können, die sich dann kommerziell nutzen lassen. Dies gilt auch für Google, wo Nutzerprofile angelegt werden, die sich entsprechend vermarkten lassen.

Ein wesentliches Merkmal des sogenannten "Web 2.0" besteht darin, dass Personen sich und ihre sozialen Beziehungen im Internet abbilden können. Hier scheinen die Grenzen zwischen dem Öffentlichen und dem Privaten zu verschwinden. Dies wird z.B. dann deutlich, wenn über Blogs als "Online Tagebücher" gesprochen und somit eine ursprünglich intime Textsorte mit einem öffentlichen Dokument in Verbindung gebracht wird.

Grundsätzlich stellt sich die Frage, inwiefern sich Kommunikationsprozesse im Zusammenhang von Internet und Gesellschaft innerhalb der „Social Software“ und in „Weblogs“ gestalten. Es ist zu fragen, welche ethischen Beurteilungskriterien für das Handeln und Unterlassen in den vielfältigen Ausprägungen im „Web 2.0“ geeignet sein könnten. Dabei ist zu klären, wie sich das Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement verändert hat und inwiefern sich neue Formen von Öffentlichkeiten in Netz herausbilden.

Im Gegensatz zu den traditionellen Massenmedien verfügt das Internet aufgrund seiner starken Feedbackorientierung über einen aktiven Rezipientenkreis. Inhalte werden nicht nur durch fixe Programmanbieter ins Netz gestellt, sondern Konsumenten werden zu Produzenten, indem sie eigene Beiträge publizieren, Foren sowie Blogs einrichten und aktiv in die Ausgestaltung des World Wide Web eingreifen.

Als Chance sei zunächst das *emanzipatorische Potenzial* dieses Mediums mit stärkeren *Partizipationsoptionen* hervorgehoben. Selbsthilfeforen und politische Artikulationsmöglichkeiten ermöglichen einen Übergang von der Zuschauerdemokratie zur Beteiligungsdemokratie. Gerade in den Ländern mit geringer Pressefreiheit bilden sich

Bloggerszenen heraus, die Missstände öffentlich machen und somit die staatliche Zensur umgehen. Selbsthilfegruppen können sich vernetzen und somit konstruktiv ihre Anliegen öffentlich diskutieren und transparent machen. Die *Vereinfachung von Routinetätigkeiten* im Netz kann Zeit und Geld sparen. Einkauf und Korrespondenz können bequem vom Rechner aus bewerkstelligt werden.

Auch als *effizientes Lehr- und Lernmedium* scheint das Web 2.0 prädestiniert zu sein. Die zeitliche und räumliche Informationsbeschleunigung ermöglicht eine effektive Nutzung multimedialer Kommunikationsräume. *Neue Formen der Heimarbeit* bilden sich heraus, wodurch idealtypischerweise die Vereinbarkeit von Beruf und Familie gefördert werden kann. Den Chancen stehen jedoch zahlreiche Risiken und Probleme gegenüber. Die *Informationsüberflutung* im digitalen Zeitalter erschwert eine effektive Nutzung des Netzes. Nach wie vor existieren erhebliche Defizite hinsichtlich der technischen, ökonomischen und soziokulturellen *Zugangsschranken* an der Internetkommunikation, die unter dem Schlagwort „Digital Divide“ subsumiert werden. Vor allem in armen Ländern hat nur ein kleiner, privilegierter Teil der Bevölkerung Zugang zum Internet. Nach wie vor besitzt der gesamte afrikanische Kontinent eine geringere Internetpräsenz als die Stadt New York und die Hälfte der Menschheit hat bis heute noch kein Telefon nutzen können.

Ein zentrales Problemfeld stellt zudem der in der Durchsetzung und z.T. auch in der Konzeption als *mangelhaft empfundene Datenschutz* und *die unzureichende Datensicherheit* dar. Die Frage nach dem Status von personenbeziehbaren Informationen im öffentlichen Raum ist dabei medienethisch höchst relevant. Dies gilt auch für die kommerzielle Auswertung von Daten zu Marketingzwecken. „Netzattacken“ durch Viren und anderer schädlicher Programme führen schließlich zu erheblichen Schäden und Unsicherheiten beim Nutzer.

Zudem bergen auch die Inhalte im Internet erhebliche Risiken. Der erleichterte Zugang zu Darstellungen von Gewalt und Pornographie sowie extremistische Inhalte stellen nicht nur den Jugendschutz vor neue Herausforderungen. Das Forschungsfeld des *Digital Content* beschäftigt sich hier mit den Wirkungen, die aus der Auswahl, Verbreitung und Veränderung von digitalisierter Information resultieren können.

Die Frage nach der *Wahrheit* der im Netz verbreiteten Informationen gehört zu den zentralen Problemfeldern einer Internetethik. Kein anderes Medium bietet ein derartiges Potenzial für die Verbreitung von Lügen, Gerüchten und Verschwörungstheorien. Da die für die klassischen Medien vorherrschende Impressumspflicht dort nicht angemessen zum Tragen kommt und zahlreiche Beiträge anonym oder unter einer falschen Identität im Internet erscheinen, kann die Verantwortlichkeit der Autorenschaft in vielen Fällen nicht geklärt werden. Somit schwindet auch die Hemmschwelle für Manipulationen. Die *digitale Bildbearbeitung* bietet hier zahlreiche Möglichkeiten, die in Kombination mit den leicht zugänglichen Verbreitungsmöglichkeiten des Web eine neue Herausforderung an die visuelle Kompetenz der Nutzer richtet. Das Problemfeld der *Täuschung* bezieht sich zusätzlich auf Plagiate von Onlinequellen. Hier werden u.a. Textteile anderer Autoren aus dem Netz kopiert und als eigene Beiträge deklariert. Wissenschaftliche Texte müssen zunehmend mit Plagiatfindern untersucht werden, um Urheberrechtsverletzungen aufzudecken, die sich auch beim „Herunterladen“ von Musikdateien, Filmen, Software und Texten ergeben.

Es stellt sich nun die Frage, in welcher Form sich ethische Standards und normative Theorieentwürfe zum Handeln und Unterlassen im globalen Netz entwickeln lassen können, die tragfähige Argumente, Begründungen und Orientierungen ermöglichen. Aufgrund der skizzierten Problemfelder und Risiken ergeben sich eine Reihe offener Fragen, die im Rahmen der nächsten Jahrestagung diskutiert werden können:

1. Kommunikation

- Inwiefern verändern digitale Handlungsbereiche (z.B. Briefsysteme, Bibliotheken, Datenbanken, Werbung, Videokonferenzsysteme, virtuelle Spielwelten) die Qualität der zwischenmenschlichen Kommunikation?
- Welche Konsequenzen ergeben sich daraus für die Kommunikationsbereiche der privaten-, wissenschaftlichen-, ökonomischen- und politischen Kommunikation?
- In welcher Form kann das Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement zum Thema der Medienethik werden?

- Wie lassen sich Debatten in Internetforen, Wikis und Blogs aus einer medienethischen Perspektive bewerten?
- Welche Optionen ergeben sich durch die Nutzung digitaler Kommunikationsforen für die Forschung und Lehre im Kontext der „Medienethik“?

2. Öffentlichkeit(en)

- In welcher Form kann die Grundkategorie „Öffentlichkeit“ im neuen Netz medienethisch bewertet werden?
- Inwieweit lassen sich die normativen Ansprüche an Öffentlichkeiten (u.a. Signal- und Warnfunktion, Kontroll-, Kritik- und Legitimationsfunktion, Transparenz, Allgemeine Zugänglichkeit und Allgemeinverständlichkeit) auf virtuelle Öffentlichkeiten übertragen?

3. Kommerzialisierung

- Welche moralischen Konflikte ergeben sich zwischen Profitmaximierung und Wohlfahrtsorientierung und inwiefern existiert ein Spannungsfeld zwischen Marktfreiheit und Regulierung im Internet?
- Welche medienethische Relevanz besitzt die Werbeüberflutung durch Spams, Bannerwerbung usw.?
- Kann im Netz die Trennung zwischen werblichen und redaktionellen Inhalten transparent gestaltet werden?

4. Datenschutz und -sicherheit

- Wie lässt sich der Anspruch auf Datenschutz und –sicherheit theoretisch begründen?
- Wie ist die Erstellung von Nutzerprofilen angesichts des Handelns mit und der kommerziellen Nutzung von Internetdaten medienethisch zu bewerten?

5. Online-Journalismus

- Inwiefern verändert sich das journalistische Umfeld und die Recherche durch die Nutzung des Internet?
- Nach welchen normativen Kriterien sollten sich die Informationsauswahl, die Produktion von Inhalten sowie die Präsentation und Distribution von Inhalten orientieren?

6. Inhalte

- Auf welchen Ebenen liegen die Problemfelder der konkreten Inhalte von Bildern und Texten im Internet und welche konkreten Maßnahmen sind aus medienethischer Perspektive legitim und wünschenswert, um moralisch fragwürdige Medieninhalte aufzuzeigen und zu begrenzen?
- Wie kann die notwendige Abwägung zwischen dem Jugendschutz einerseits und dem Zensurverbot andererseits bewerkstelligt werden?

7. Urheberrecht

- Auf welchen Ebenen und in welchen Kontexten werden urheberrechtliche Fragen im Web 2.0 tangiert?
- Welche Möglichkeiten gibt es, die Urheber vor dem Missbrauch ihrer Werke zu schützen?

8. Postulate

- Inwiefern lassen sich abstrakte (medien-)ethische Idealnormen wie Wahrheit, Wahrhaftigkeit, Gerechtigkeit, Öffentlichkeit, Partizipation, Verantwortung und Nachhaltigkeit auf die Praxis des Web 2.0 anwenden?
- Gibt es überhaupt Handlungsspielräume, um die Forderungen an eine „Netiquette“ (u.a. Transparenz, allgemeine Zugänglichkeit, Redlichkeit, Aufgeschlossenheit, Dialogbereitschaft, Neugierde und Offenheit für Argumente, Partizipation, Nachprüfbarkeit der Information, offene dezentrale Strukturen) in der Praxis durchzusetzen?

9. Institutionelle Selbstkontrolle

- Kann die Arbeit der bestehenden Medienselbstkontrollinstanzen für das Internet als effektiv angesehen werden und an welchem Punkt gibt es ggf. Verbesserungsmöglichkeiten?
- Welche Möglichkeiten gibt es, den Jugendschutz im Web 2.0 angemessen umzusetzen?

Die Tagung verfolgt den Anspruch, ethische und normative Dimensionen der Internetethik aus Sicht verschiedener wissenschaftlicher Disziplinen (Kommunikations- und Medienwissenschaft, Journalistik, Philosophie, Rechtswissenschaft, Informatik etc.) und ihrer jeweiligen Zugänge zu beleuchten. Erwünscht sind sowohl theoretische wie empirische Beiträge zur:

- Identifikation von medienethisch relevanten Problemfeldern im Web 2.0, sei es in den Bereichen Akteurverhalten, Medieninhalte, Mediennutzung oder –wirkung etc.
- Entwicklung und Begründung normativer Geltungsansprüche an Politik, Recht, Medien, Publikum etc.
- Abwägung von Handlungsbedürfnissen, sei dies auf der Ebene der Regulierung, einzelner Organisationen oder des individuellen Verhaltens etc.

Papers in Form von extended abstracts im Umfang von 3 bis 4 Seiten (inklusive Bibliografie) unter Angabe der aktuellen Anschrift werden bis zum **30. September 2008** in elektronischer Form an die Fachgruppensprecher erbeten.

Prof. Dr. Christian Schicha
Mediadesign Hochschule
Fachbereich Medienmanagement
Werdener Str. 4, 40227 Düsseldorf
Fon: ++49 (0)211/179 393-15, Fax: ++49 (0)211/179 393-17
E-Mail: c.schicha@mediadesign-fh.de, Homepage: www.schicha.net

Prof. Dr. Barbara Thomaß
Ruhr-Universität Bochum
Institut für Medienwissenschaft
Universitätsstr. 150, 44780 Bochum
Tel.: +49(0)234-32-24761, Fax: +49(0)234-32-14241
E-mail: Barbara.Thomass@ruhr-uni-bochum.de

Für die Auswahl der Tagungsbeiträge gelten die in der DGPK üblichen Kriterien:

1. Bezug zum Tagungsthema
2. Theoretische Fundierung
3. Relevanz der Fragestellung
4. Angemessenheit der Methode bzw. Vorgehensweise
5. Klarheit und Prägnanz der Darstellung.

Eine Publikation der Tagungsbeiträge ist beabsichtigt.