ER

Edition Ethik

Herausgegeben von Reiner Anselm
und Ulrich H. J. Körtner

Band 11

Christina Costanza und Christina Ernst (Hrsg.)

Personen im Web 2.0

Kommunikationswissenschaftliche, ethische und anthropologische Zugänge zu einer Theologie der Social Media

Edition Ruprecht
Inh. Dr. Reinhilde Ruprecht e.K.

Mit 2 Tabellen. Für die Umschlagabbildung wurde die Grafik »Cartoon Crowd, Link Web« verwendet, © Higyou | Dreamstime.com.

FSC
Mix
Produktgruppe aus vorbildlich bewirtschafteten Wäldern, kontrollierten Herkünften und Recyclingholz oder -fasern
Zert.-Nr. GFA-COC-1229
www.fsc.org
© 1996 Forest Stewardship Council

„Dieses Hardcover wurde auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt. FSC (Forest Stewardship Council) ist eine nichtstaatliche, gemeinnützige Organisation, die sich für eine ökologische und sozialverantwortliche Nutzung der Wälder unserer Erde einsetzt."

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte Daten sind im Internet über http://dnb.ddb.de abrufbar.
Eine eBook-Ausgabe ist erhältlich unter DOI 10.2364/3846900826.

© Edition Ruprecht Inh. Dr. R. Ruprecht e.K., Postfach 17 16, 37007 Göttingen – 2012
www.edition-ruprecht.de

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk einschließlich seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urhebergesetzes bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlags. Diese ist auch erforderlich bei einer Nutzung für Lehr- und Unterrichtszwecke nach § 52a UrhG.

Satz: Christina Costanza
Layout: mm interaktiv, Dortmund
Umschlaggestaltung: klartext GmbH, Göttingen
Druck: CPI buchbücher.de GmbH, Birkach

ISBN: 978-3-8469-0082-6 (Print), 978-3-8469-0083-3 (eBook)

Inhaltsverzeichnis

Vorwort
Interdisziplinäre Zugänge zu einer Theologie der Social Media **7**
Christina Costanza, Christina Ernst

Geleitwort **16**

Anthropologie des Web 2.0?
Die Bedeutung eines theologisch-anthropologischen Zugangs
für die Internetethik **17**
Alexander Filipović

Sichtbar entzogen
Medienwissenschaftliche und theologische Deutung von
Selbstdarstellungspraktiken auf Facebook **32**
Christina Ernst

„XYZ hat dich angestupst“
Romantische Erstkontakte bei Facebook – ein Schnittstellenphänomen? **48**
Konstanze Marx

Datenschutz in Sozialen Netzwerken als Schutz freier
Persönlichkeitsentfaltung **73**
Christoph Gieseler

„Ich hab’ nichts zu verbergen!“
***Persönlich-Sein* und *Person-Sein* im Web 2.0** **94**
Anne-Kathrin Lück

„All Mankind as Our Skin“
Wie wir uns im Global Village auf die Welt bringen **108**
Vera Dreyer

Fernanwesenheit
Personsein im Social Web im Lichte der Theologie **127**
Christina Costanza

Kirche 2.0 – zwischen physischer, virtueller und geistlicher Gemeinschaft 146
Karsten Kopjar

Kommunikationsräume der Kirchen mit Digital Natives eröffnen 166
Andrea Mayer-Edoloeyi

Auf dem Weg zu einer Ethik der Verbundenheit Kommunikationstheoretische, ethische und anthropologische Hinweise zum Personsein im Web 2.0 188
Thomas Zeilinger

Literaturverzeichnis 201

Autorenverzeichnis 218

Personen- und Sachregister 219

Einleitung

Interdisziplinäre Zugänge zu einer Theologie der Social Media

Christina Costanza, Christina Ernst

1. Hinführung

> „Als der kleine Louis auf Facebook zur Welt kam, war seit Tagen schon alles vorbereitet für das Ereignis: Der Vater hatte den Sohn im Netzwerk angemeldet, ein Online-Profil erstellt, die Personalien eingetragen. Nur das Geburtsdatum fehlte noch. Bald darauf nahm die Mutter in einer Hamburger Gebärklinik ihren Neugeborenen in den Arm. Es war ein kühler, nebliger Herbsttag des Jahres 2010. Der Vater füllte feierlich das Datumsfeld aus. Noch rasch ein Foto dazu, und der nunmehr jüngste Netzbürger begann sein Dasein auf dem Planeten Facebook. Die Eltern, beide Studenten, wollten ihren Jungen von Anfang an dabeihaben im sozialen Netzwerk, im Kreis der Freunde, der Familie. Alle sollten Anteil nehmen können an seinem Leben [...]. Louis ist jetzt anderthalb Jahre alt, und seine Chronik bei Facebook füllt sich stetig. Der Kleine wächst auf als Teil eines Netzwerks, das bereits 901 Millionen Nutzer umfasst. Er ist ‚on' seit dem ersten Tag seines Lebens".[1]

Soziale Netzwerke wie Facebook, Blog- und Mikroblogging-Dienste wie Twitter, kollaborative Wissensprojekte wie Wikipedia oder interaktive Dienste wie Google Maps werden – wie viele andere Soziale Medien[2] auch – integraler Teil des Alltags vieler Nutzer. Für eine steigende Anzahl unter ihnen ist der Begriff des *Nutzers*[3] dabei nur noch im uneigentlichen Sinne zu gebrauchen: Denn Menschen, die mit Social Media aufwachsen oder intensiv mit ihnen arbeiten, nehmen die Dienste des Web 2.0 nicht etwa mehr oder weniger regelmäßig für bestimmte Aufgaben in Anspruch, sondern auf sie trifft zu, was Piotr Czerski als Selbstverständnis der sogenannten *Digital Natives* folgendermaßen formuliert: „Wir benutzen das Internet nicht, wir leben darin und damit".[4] Mittlerweile gilt dies für immer mehr Menschen – wie für Louis – bereits vom ersten Tag ihres Lebens an.

---

1 Dworschak, Manfred/Rosenbach, Marcel/Schmundt, Hilmar, Planet der Freundschaft, in: DER SPIEGEL 19/2012, S. 124f; online unter http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-85586231.html [23.7.2012].

2 Zum Begriff der Social Media bzw. des Web 2.0 vgl. unten 2. in dieser Einleitung.

3 Aus Gründen sprachlicher Konvention wird der Nutzerbegriff in dieser Einleitung wie auch in den Beiträgen des Bandes i.d.R. dennoch verwendet; die oben beschriebene Transformation des „Nutzer"-Verhaltens ist dabei immer mitzulesen. – Im Folgenden sind die maskulinen Formen inklusiv gemeint.

4 Czerski, Piotr, Wir, die Netz-Kinder, ZEIT ONLINE, 23.02.2012, http://www.zeit.de/digital/internet/2012-02/wir-die-netz-kinder [25.7.12]. Vgl. zu Begriff und Phänomen der Digital Natives den Beitrag von Andrea Mayer-Edoloeyi in diesem Band.

Neue Arten der Mediennutzung, neue Kommunikationsstrukturen und neue Alltagspraktiken entstehen. Gesellschaftliche Diskurse und Meinungsbildungsprozesse werden ebenso verändert wie individuelle Selbstdarstellungs- und Kommunikationsformen. Durch das Internet und hier insbesondere durch den Bereich der Social Media bilden sich virtuelle Räume aus, in denen soziale Interaktion und Kommunikation stattfinden. Diese knüpfen an die Offline-Realitäten der Akteure an und erweitern und transformieren sie: Online- wie Offline-Kontexte gehören zur Lebenswelt und verschränken sich miteinander. Die Folge ist eine Vervielfältigung und Erweiterung von Lebensweisen, Selbstbeschreibungen, Handlungsoptionen und Erlebnismöglichkeiten menschlichen Personseins.

Sowohl die Medientheorien als auch die Theologie sind durch diese Entwicklungen mit einem gesteigerten Kontingenzbewusstsein konfrontiert, das mit dem Bedeutungszuwachs virtueller Wirklichkeiten zusammenhängt. Dies führt zum einen zu Verunsicherungen über die eigene personale Identität, die zunehmend durch Spannungen und Diskontinuitäten geprägt scheint. Zum anderen eröffnen sich neue Möglichkeiten zur Selbstverwirklichung und zu einem experimentellen Umgang mit der eigenen Selbst- und Weltwahrnehmung. Gerade im Umgang mit den neuen Medien und im Kommunikations- und Interaktionsraum des Web 2.0 üben sich die Akteure darin, virtuelle Räume zu produzieren, sich in ihnen zu bewegen und Erfahrungen aus diesem Umfeld in ihr Alltagsleben zu integrieren. Mögliche und wahrscheinliche Folge ist ein stärkeres Bewusstsein von den eigenen schöpferischen Fähigkeiten in der Selbst- und Weltgestaltung.

Die hier angedeuteten Transformationsprozesse betreffen sowohl die Selbstverständigung jeder Person über sich und ihre (soziale) Umwelt als auch die Gestaltung interpersonalen, d.h. gesellschaftlichen Zusammenlebens. Wie andere gesellschaftliche Institutionen und Akteure sind auch die Kirchen zur Auseinandersetzung mit dem Wandel durch die Social Media herausgefordert. Nehmen die Kirchen ihren Auftrag nach weltweiter Verkündigung des Evangeliums ernst, so müssen sie sich fragen: Wie kann Glaubenskommunikation in medialen und virtuellen Umgebungen stattfinden? Wie kann das Evangelium so kommuniziert werden, dass es auch die traditionell kirchenferneren Angehörigen postmoderner Milieus erreicht? Wie verändert sich die Wirklichkeitswahrnehmung von Individuen durch ihr Handeln im virtuellen Raum?

Diese Fragestellungen gilt es, theologisch zu reflektieren. Traditionelle theologische Konzepte – insbesondere aus der theologischen Ethik und Anthropologie – sind in Auseinandersetzung mit den genannten Entwicklungen anzuwenden, zu überprüfen und gegebenenfalls weiterzudenken. Dabei ist die Theologie auf einen interdisziplinären Dialog mit empirischen Wissenschaften angewiesen, um zu einer sachgerechten und differenzierten Wirklichkeitsbeschreibung zu gelangen.

Ein solcher interdisziplinärer Dialog war das Anliegen der Tagung „Personen im Web 2.0 – Theologische Perspektiven“, die im September 2011 an der Theologi-

schen Fakultät der Georg-August-Universität in Göttingen stattfand.[5] Der vorliegende Sammelband präsentiert die Schwerpunkte unserer Diskussion. Durch Beiträge aus Kommunikations- und Medienwissenschaften, Linguistik, Rechtswissenschaften und Theologie kommt die Vielgestaltigkeit der Social Media und der auf sie bezogenen Praktiken aus verschiedenen Perspektiven in den Blick.[6] Ihren gemeinsamen Fokus gewinnen sie in der Frage nach den Transformationen, die menschliches Personsein in individueller und sozialer Perspektive durch Social Media erfährt.

Zur Hinführung wird im Folgenden zunächst der Wandel des Internets hin zum sogenannten *Web 2.0* umrissen (2.). Vor diesem Hintergrund sind die Herausforderungen und Anknüpfungspunkte für eine *Theologie der Social Media* aufzuzeigen (3.), von woher sich abschließend der Aufbau des Bandes erklärt (4.).

2. Das Phänomen der Social Media

Wurde das Internet zunächst als Massenmedium zur schnellen und weitreichenden Verbreitung von Informationen genutzt, so hat sich dieses Modell eines linearen Datenflusses zwischen Sender und Empfänger mittlerweile hin zu einer Netzstruktur verändert. In diesem „Web 2.0" werden Kommunikation und Datenaustausch transversal. Hauptmerkmal des Web 2.0 ist die gemeinsame Erstellung von Daten, die von vielen Nutzern gleichzeitig produziert, bearbeitet, gesammelt, verknüpft und konsumiert werden. Die Nutzer sind nicht länger nur Konsumenten oder nur Produzenten von Informationen, sondern beides zugleich und werden daher als „Prosumer" bezeichnet.[7]

Dieser Wandel des Internets wird zumeist durch den Begriff „Web 2.0" markiert, der erstmals 2004 von Tim O'Reilly verwendet wurde.[8] In dieser Wendung drückt sich die Wahrnehmung einer sprunghaften und qualitativen Veränderung des Internets aus, das sich von einer ersten Version (Web 1.0) auf eine neue Version mit neuen Funktionen (Web 2.0) gewandelt habe. Dem widerspricht Jan Schmidt, der den Wandel von Medientechnologien und -praktiken prozesshafter und von Beginn an im Phänomen des Internets angelegt sieht. Schmidt bevorzugt den Be-

5 Wir danken der Hanns-Lilje-Stiftung Hannover für die großzügige Förderung dieser Tagung und des vorliegenden Sammelbandes sowie der Theologischen Fakultät der Georg-August-Universität Göttingen und der Graduiertenschule für Geisteswissenschaften Göttingen für die finanzielle Unterstützung der Tagung.

6 Beiträge der linguistischen Tagungssektion „Sprache und Personen im Web 2.0" erscheinen in einem Sektionsband in der Reihe „Hildesheimer Beiträge zu den Medienwissenschaften", herausgegeben von Kristina Bedijs und Karoline-Henriette Meyer-Holz.

7 Zur Entwicklung des Internets hin zum Web 2.0 vgl. Schmidt, Jan, Das Neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0, Konstanz 2009, bes. S. 11–38.

8 O'Reilly, Tim, What is Web 2.0. Design patterns and business models for the next generation of software, in: O'Reilly Blog, 30.09.2005. Verfügbar unter http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html [20.05.2012].

griff des „Social Web“, wenn es um den neu entstehenden und schnell wachsenden Bereich der Social Media geht.[9] Neben der Beschreibung der interaktiven Technologien sowie der verschiedenen Programme und Plattformen wie Soziale Netzwerke, Wikis, Online-Spiele, Musik- und Filmportale bezieht Schmidt vor allem die mit diesen Sozialen Medien verbundenen Nutzungspraktiken in seine Analyse ein. Eine große Rolle spielen hier mobile Endgeräte als technische Ergänzung der Internetdienste. Mit Hilfe von Smart Phones und immer kleineren und leistungsfähigeren Laptops kann überall und in jeder Situation auf Angebote des Web 2.0 zugegriffen werden. Online- und Offline-Kontexte verschränken sich so zunehmend. Social Media nutzen und fördern diese Verflechtungen bewusst. Anstatt eine anonyme oder pseudonyme Kommunikation oder die Erschaffung einer zweiten Identität zu unterstützen – wie es noch in den 1990ern Paradigma und Praxis war –, beziehen sich Social Media zumeist auf bestehende soziale Kontakte und die korrekten persönlichen Daten der Nutzer und binden immer häufiger auch deren jeweils aktuellen Aufenthaltsort ein. Sie werden genutzt, um bereits bestehende Kontakte zu pflegen, zu intensivieren, manchmal auch neu aufzubauen.

Diese umfassende Präsenz von Medien und ihre Integration in physische Umgebungen und soziale Praktiken werden vielfach als linearer Prozess dargestellt: Die Ausbreitung von Medientechnologien, die Vervielfältigung und Expansion der Social Media und die steigende Nutzung solcher Online-Medien fördern medial vermittelte Kommunikation und Interaktion, die von vielen Medienkritikern als defizitär bewertet wird. Die Zwischenschaltung von Medien und die fehlende physische Kopräsenz zwischen Kommunikations- und Interaktionspartnern führe zu einer Regression des Sozialverhaltens und der Bindungsfähigkeit; durch das Internet würden lokale und temporale Bezüge aufgehoben und eine Ortlosigkeit und Entfremdung der Nutzer gefördert; Kontakte aus Sozialen Netzwerken – wie die immer wieder mit Anführungsstrichen als solche in Frage gestellten Facebook-„Freunde“ – seien keine zuverlässige soziale Ressource.[10] Lange war auch die Möglichkeit, sich im Internet eine zweite Identität zu erschaffen, in Online-Spielen wie Second Life oder in Foren sein Geschlecht zu ändern, sich eine völlig andere Lebensgeschichte

9 Zu diesen Begriffen vgl. Schmidt, Netz, S. 11–38 und ders., Schmidt, Jan, Was ist neu am Social Web? Soziologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen, in: Zerfaß, Ansgar/Welker, Martin/Schmidt, Jan (Hg.), Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 1: Grundlagen und Methoden. Von der Gesellschaft zum Individuum, Köln 2008, S. 18–40.

10 Bekannte Positionen, die sich allerdings noch nicht auf Social Media beziehen, sind hier Baudrillard, Jean, Die Agonie des Realen, Berlin 1978 und Postman, Neil, Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie, Frankfurt a.M. 1985. Einschlägig für derartige Kritik an digitalen Medien sind Carr, Nicholas, Wer bin ich, wenn ich online bin... und was macht mein Gehirn solange? Wie das Internet unser Denken verändert, München 2010; Turkle, Sherry, Alone Together. Why We Expect More From Technology and Less From Each Other, New York 2011, dt. Ausgabe: Verloren unter 100 Freunden. Wie wir in der digitalen Welt seelisch verkümmern, München 2012 sowie Lanier, Jaron, Gadget. Warum die Zukunft uns noch braucht, Berlin 2010.

zu erfinden oder sich über einen Avatar eine fantastisch aufgeladene Identität zu geben, als Weltflucht und Selbstentfremdung und als höchst bedenklich angezeigt.[11]

Andere Medienwissenschaftler heben positive Auswirkungen der Social Media hervor: Soziale Netzwerke bieten mit einer großen Anzahl locker verbundener Kontakte soziale Ressourcen, die soziale Aufmerksamkeit und Anerkennung, berufliche Kontakte oder eine Ressource von Lebenserfahrung und Alltagswissen zur Verfügung stellen. Gerade bei steigender Mobilität helfen Social Media dabei, Freundschaften zu pflegen, werden zunehmend zur Partnersuche genutzt oder dienen der schnellen Orientierung und der Suche nach sozialen Kontakten in neuen Umgebungen. Weil durch Soziale Netzwerke oder Dienste wie Twitter jeder die Möglichkeit hat, seine Meinung oder Informationen in kürzester Zeit an eine Vielzahl anderer Menschen mitzuteilen, unterstützen Social Media demokratische und dezentrale Strukturen und können zivilgesellschaftliches Engagement erleichtern.[12]

Jenseits der Abwägung von Chancen oder Gefahren ist festzuhalten, dass gerade durch die Ausbreitung des Bereichs der Social Media die Komplexität von Online-Medien und Medienpraktiken und die Verflechtungen von Mensch und Technik gestiegen sind. Binäre Modelle, in denen Online- und Offline-Bereich, (physische) Realität und (oft als „Nichtrealität" missverstandene) Virtualität einander gegenübergestellt werden, greifen zu kurz. Ebenso erscheint auch eine Trennung räumlich vorgestellter Sphären von öffentlichem und privatem Leben nicht mehr aussagekräftig.[13] Statt das „Ende der Privatheit"[14] oder umgekehrt „Verfall und Ende des öffentlichen Lebens [und die] Tyrannei der Intimität"[15] zu diagnostizieren, erscheint es angemessener, die Pluralität des Phänomens der Social Media wie auch der Transformationsprozesse wahrzunehmen, die mit ihrer Einbindung in Alltagspraktiken einhergehen. Die Kombination verschiedenster traditioneller Medien

11 Zu dieser These einer möglichen Abkopplung von der physischen Welt durch das Eintauchen in virtuelle Umgebungen vgl. Bente, Gary/Krämer, Nicole C./Petersen, Anita, Virtuelle Realitäten (Internet und Psychologie – Neue Medien in der Psychologie Bd. 5), Göttingen u.a. 2002. – Inzwischen ist die verbreitete Meinung hier, dass Online- und Offline-Identitäten der Nutzer von Online-Spielen oder sozialen Netzwerken eng miteinander verknüpft werden und die Erschaffung einer zweiten Identität seltene Ausnahme ist. Vgl. zu diesem Paradigmenwechsel und für Literaturhinweise Thimm, Caja, Ethische Fragen im Kontext von Second Life. Die große Freiheit in virtuellen Welten?, in: Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik 11, Heft 1/2009, S. 49–56.

12 Vgl. Filipović, Alexander/Jäckel, Michael/Schicha, Christian (Hg.), Medien- und Zivilgesellschaft, Weinheim 2012. Einen Überblick über aktuelle Theorie- und Praxismodelle zur Bedeutung von Social Media für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft bieten Michelis, Daniel/Schildhauer, Thomas (Hg.), Social Media Handbuch: Theorien, Methoden, Modelle und Praxis, 2. aktualisierte und erw. Aufl., Baden-Baden 2012.

13 Zur Verflechtung von Online- und Offline-Lebensbereichen und der damit einhergehenden Transformation kommunikativer Praktiken vgl. die Beiträge von Christina Ernst und Konstanze Marx in diesem Band.

14 Whitaker, Reg, Das Ende der Privatheit. Überwachung, Macht und soziale Kontrolle im Informationszeitalter, München 2002.

15 Sennett, Richard, Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität, Frankfurt a.M. 1987.

im Hybridmedium Internet, das Nebeneinander privater oder halböffentlicher Zweierkommunikation, monologischer Selbstdarstellung oder Gruppendiskussionen, die Mischung von bekannten und fremden, sichtbaren und unsichtbaren Interaktionspartnern und Zuschauern und die technologischen Entwicklungen fordern ein immer höheres Maß an Medienkompetenz. Virtuell bilden sich soziale Räume heraus, in denen sich Kommunikations- und Interaktionsstrukturen verändern, neue Regeln ausgehandelt werden, neue Handlungsoptionen entstehen, aber auch die Notwendigkeit bewusster Grenzziehung. In den hier versammelten Beiträgen geht es um solche Fragen, die sich Mediennutzern als handelnden Personen in medialen Umwelten stellen.

3. Was ist eine „Theologie der Social Media"?

Durch die dargestellten Transformationen der medialen Lebenswelten, welche mit den technologischen und sozialen Entwicklungen im Zusammenhang mit den virtuellen Wirklichkeiten des Web 2.0 einhergehen, ist die als Wirklichkeitswissenschaft begriffene Theologie auf ihrem eigenen Gegenstandsfeld herausgefordert. Als Wirklichkeitswissenschaft bezieht sie sich auf Selbstwahrnehmungen, Interaktionsformen und Normsysteme als Phänomene erfahrbarer Wirklichkeit, die sie aus ihrer spezifisch theologischen Perspektive heraus deutet. Um in ihrer Wirklichkeitsdeutung sachgemäß zu sein, muss sich die Theologie in Aufnahme, Zustimmung und Kritik mit den Erkenntnissen empirisch arbeitender Gesellschafts- und Lebenswissenschaften auseinandersetzen. Ihr Anliegen ist es, lebensweltliche Phänomene in den christlichen Symbolkontext einzuordnen. So gelangt sie zu Interpretationen, die eine dem christlichen Glauben entsprechende Wirklichkeitswahrnehmung explizieren. Biblische Theologien wie auch traditionelle theologische Entwürfe bilden den Horizont solcher theologischer Reflexion christlicher Wirklichkeitswahrnehmung und werden zugleich durch sich wandelnde Lebenswelten und aktuelle Problemstellungen stets aufs Neue herausgefordert. So expliziert Theologie religiöse Praxis und Wirklichkeitssicht und tritt dabei selbst in einen Prozess der Überprüfung und Reformulierung ihres Wirklichkeitsverständnisses ein. Aktuell erweisen sich gerade die Social Media als ein Lebensbereich, der die Theologie solchermaßen fordert, aber auch anschlussfähig ist für theologische Wirklichkeitsdeutung.

Eine „Theologie der Social Media" hat es mit solcher wirklichkeitserschließenden Deutung in den Lebens- und Kommunikationsräumen zu tun, die durch Social Media eröffnet und strukturiert werden. Dabei ist neben den Spezifika von Social Media deren Einbettung und Integration in andere Lebensbereiche entscheidend. Der Ort solcher Wechselwirkung und Integration verschiedener Handlungsfelder und Lebenswirklichkeiten ist der Mensch, der in ihnen agiert, kommuniziert, seine Identität ausbildet und lebt. Daher ist eine Theologie der Social Media wesentlich theologische Anthropologie und theologische Medienethik. Als theologische Anth-

ropologie fragt sie nach Selbstverständnis und Lebensweisen des Menschen, der in durch Social Media geprägten Umwelten steht. Sie unternimmt eine Deutung solcher Selbstbilder vor dem Hintergrund klassischer theologischer Menschenbilder und ist zugleich um Reformulierung und um die theologische Fundierung oder Erweiterung menschlicher Selbst- und Weltdeutung bemüht. Als theologische Medienethik fragt sie danach, welche neuen Werte und Transformationen von Wertvorstellungen mit den Social Media einhergehen und welche Vorstellungen eines guten und gelingenden Lebens mit ihnen verbunden sind. Indem sie christliche Wertvorstellungen im Bereich der Social Media zur Sprache bringt, gibt sie Handlungsorientierung, macht auf Gefahren und Fehlentwicklungen wie auch auf neue Handlungsmöglichkeiten aufmerksam, wie sie sich aus christlicher Perspektive darstellen.

Im Fokus der theologischen Auseinandersetzung mit dem Internet und digitalen Medientechnologien stand lange Zeit der Bereich der Virtual Reality. Hier wurden insbesondere Simulationen wie in Online-Spielen (vor allem MUDs) und in Parallelwelten wie Second Life wahrgenommen. Der thematische Fokus lag auf der Begriffsbestimmung des Virtuellen und seinem Verhältnis zur Realität bzw. Wirklichkeit.[16] Wie eingangs skizziert, ist es den Bewohnern des Social Web jedoch zu einer Selbstverständlichkeit geworden, dass Social Media nicht minder reell sind als die Wirklichkeiten der eigenen Offline-Lebenskontexte. Die theologische Forschung zu den Praktiken des personalen Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagements im Social Web[17] steht freilich in den Anfängen. Dieser Band will deshalb verschiedene Perspektiven für eine solche Forschung aufzeigen.

Angeknüpft werden kann dabei an verschiedene Arbeiten aus dem Bereich theologischer Medienethik, in welchen die netzförmigen Kommunikationsformen unter physisch Abwesenden sowie mediale Praktiken innerhalb der Social Media unter dem Leitbegriff der Gottebenbildlichkeit reflektiert werden. Diese wird größtenteils schöpfungstheologisch,[18] teils auch trinitätstheologisch[19] interpretiert. Insgesamt betonen diese medienethischen Arbeiten das Potential des Internets, partizipative Strukturen, reziproke Kommunikation und soziale Verbundenheit zu fördern. Dabei wird häufig die Verantwortlichkeit des Menschen dafür betont, wie er seine so-

16 Vgl. beispielsweise Nord, Ilona, Realitäten des Glaubens. Zur virtuellen Dimension christlicher Religiosität, Praktische Theologie im Wissenschaftsdiskurs Bd. 5, Berlin/New York 2008; Wessely, Christian/Larcher, Gerhard (Hg.), Ritus – Kult – Virtualität, Theologie im kulturellen Dialog Bd. 5, Regensburg/Wien 2000.

17 Vgl. Schmidt, Netz.

18 Andrea König entfaltet ihre Position im Rahmen eines umfassenden mediengeschichtlichen und medienethischen Überblicks, der jedoch die Entwicklung des Web 2.0 nur andeuten kann. Vgl. König, Andrea, Medienethik aus theologischer Perspektive. Medien und Protestantismus; Chancen, Risiken, Herausforderungen und Handlungskonzepte, Marburg 2006.

19 So aus katholischer Perspektive Kos, Elmar, Verständigung oder Vermittlung? Die kommunikative Ambivalenz als Zugangsweg einer theologischen Medienethik, Frankfurt a.M. 1997. Als evangelische Position vgl. Gräb, Wilhelm, Medien, in: ders. (Hg.), Handbuch Praktische Theologie, Gütersloh 2007, S. 149–161.

ziale Umwelt gestaltet und seine Freiheit nutzt.[20] Daneben werden die technologischen Merkmale digitaler und sozialer Medien sowie der Erzeugung, Verarbeitung, Übermittlung und Speicherung von Daten dargestellt und theologisch beleuchtet.[21]

Aktuell ist eine verstärkte theologisch-medienethische Auseinandersetzung auch mit den Social Media zu beobachten.[22] Als Beitrag zu dieser Debatte sollen die hier vorliegenden Überlegungen zu einer Theologie der Social Media dazu anregen, die Herausforderung der Theologie durch die Social Media sowie die theologische Deutung des Web 2.0 und anderer medialer Phänomene in konstruktiver Kritik, aber auch mit Experimentierfreude zu betreiben und dabei neben der theologischen Ethik auch die Dogmatik ins Spiel der Gedanken zu bringen.

4. Zum Aufbau dieses Sammelbandes

Entsprechend der eben skizzierten Doppelperspektive einer Theologie der Social Media werden in den Beiträgen dieses Bandes sowohl dogmatische, besonders anthropologische, als auch ethische Perspektiven auf das Personsein im Social Web eingenommen. Die kommunikationstheoretische Fragestellung tritt dem Thema entsprechend in allen Beiträgen hinzu, in einigen nimmt sie entsprechend der interdisziplinären Ausrichtung der Tagung den Schwerpunkt ein. Gerahmt wird die Reihe der Beiträge durch Alexander Filipovićs Überlegungen zum Verhältnis von (Internet-)Ethik und Anthropologie sowie durch Thomas Zeilingers Ausblick auf eine „Ethik der Verbundenheit“, in der kommunikationstheoretische, ethische und anthropologische Überlegungen zum Personsein im Social Web zusammengeführt werden. Die innerhalb dieses Rahmens stehenden acht Beiträge schreiten einen Denkweg ab, der bei Phänomenen personaler Kommunikation in Sozialen Netzwerken, besonders Facebook, beginnt. Christina Ernst, Konstanze Marx, Christoph Gieseler und Anne-Kathrin Lück beschäftigen sich aus den Perspektiven der theologischen Ethik, der Sprachwissenschaft und der Rechtswissenschaft mit Fragen der Selbstdarstellung von Personen, der Kontaktaufnahme mit anderen Personen und des Schutzes persönlicher Daten. Der Blick wird anschließend von Facebook als Paradebeispiel des Sozialen Netzwerks ausgeweitet auf prinzipielle Fragen des

20 Vgl. dazu die Beiträge in Wunden, Wolfgang (Hg.), Freiheit und Medien, Münster 2005 sowie Pirner, Manfred/Rath, Matthias (Hg.), Homo Medialis. Perspektiven und Probleme einer Anthropologie der Medien, München 2003.

21 Die aktuellste und umfassendste Übersicht über informationsethische Zugänge und ihre Wahrnehmung durch die Theologie bietet Greis, Andreas, Identität, Authentizität und Verantwortung. Die ethischen Herausforderungen der Kommunikation im Internet, München 2001. Als Beitrag aus protestantischer Sicht, der die Entwicklung des Internets bis Ende der 1990er thematisiert, vgl. Haese, Bernd-Michael, Hinter den Spiegeln – Kirche im virtuellen Zeitalter des Internet, Praktische Theologie heute Bd. 81, Stuttgart 2006.

22 Diese wird online für den deutschsprachigen Raum durch das „Netzwerk Medienethik“ (www.netzwerk-medienethik.de) und für den europäischen Kontext durch das „European Christian Internet Conference Network“ (ECIC; www.ecic.info) gebündelt. Vgl. weiter die Zeitschrift IRIE: International Review of Information Ethics, Stuttgart 2004ff (www.i-r-i-e.net).

Personseins im Social Web, einmal aus kommunikationswissenschaftlicher (Vera Dreyer), einmal aus theologischer Perspektive (Christina Costanza). Schließlich wenden sich zwei Beiträge der Kommunikation des Evangeliums im Social Web zu (Karsten Kopjar, Andrea Mayer-Edoloeyi).

Der Erschließung des Bandes dient ein Sach- und Personenregister; ein ausführliches Literaturverzeichnis gibt Hinweise zur Weiterarbeit an einer Theologie der Social Media, zu der dieser Band ein Impuls sein soll.

Geleitwort

Seit Jahren ist deutlich, dass die rasanten Transformationen im Bereich der Medien, die Entwicklung des Internet zum Web 2.0 und der wachsende Bereich der Social Media auch die kirchliche Praxis betreffen und herausfordern: Wie können die Kirchen im Web 2.0 präsent sein? Wie können die neuen Medien zur Kommunikation des Evangeliums verantwortlich genutzt werden? Welcher Umgang ist hier theologisch angemessen? Inzwischen wird in Landeskirchen und Kirchengemeinden an vielen Stellen reagiert: durch die Präsenz von Kirchengemeinden in Sozialen Netzwerken, durch blogähnlich aufbereitete Sites kirchlicher Institutionen, durch die Vergabe von Preisen für herausragende kirchliche Internetangebote, aber auch durch Einrichtungen wie Chatseelsorge und virtuelle Trauerräume. Lokale und überregionale Internetprojekte experimentieren mit den neuen Kommunikationsformen: Die Konfirmanden- und Jugendarbeit auf Facebook sind hier ebenso zu nennen wie Twitter-Gottesdienste, Barcamps oder Gedenkseiten für Verstorbene. Mit der Plattform evangelisch.de bündelt die EKD Initiativen im Bereich der neuen Medien und klassische kirchliche Medienangebote wie Radioandachten und Pressemitteilungen. Internetbeauftragte aller Landeskirchen sorgen für eine koordinierte Internetarbeit der EKD.

Was freilich zu vertiefen ist, ist eine sorgfältige wissenschaftlich-theologische Reflexion sich derart verändernder kirchlicher Kommunikationspraxis. Diese nutzt den virtuellen Raum als Raum von religiöser Kommunikation und von Kommunikation über Religion. Dabei sind sowohl der virtuelle Kommunikationsraum als auch die in ihm sich vollziehenden und sich wandelnden Kommunikationen deutungsoffen und deutungsbedürftig. Will die Theologie als Reflexion gelebter Religion verstanden sein, fordert der virtuelle Raum daher eine eigene Theologie, eine *Theologie der Social Media*.

Mit der Göttinger Tagung „Personen im Web 2.0“, gefördert durch die Hanns-Lilje-Stiftung, wurde im September 2011 ein Anstoß gegeben, eine solche Theologie zu entwickeln. Die daraus hervorgegangenen Beiträge des vorliegenden Sammelbandes nehmen das theologisch valente Thema des Personseins im Web 2.0 aus verschiedenen Disziplinen und Perspektiven in den Blick. Es tun sich, wie exemplarisch gezeigt wird, zahlreiche Herausforderungen für eine *Theologie der Social Media* auf, die – so die Programmatik von Tagung und Veröffentlichung – an den Schnittstellen von Theorie und Praxis interdisziplinär anzusetzen hat. Die Hanns-Lilje-Stiftung unterstützt nach der Tagung nun auch diese Veröffentlichung. Wir wünschen allen Leserinnen und Lesern eine anregende Lektüre, auf dass die gewonnenen Einsichten die weitere theologische Auseinandersetzung mit den Social Media befördern.

Dr. Christoph Dahling-Sander
Sekretär der Hanns-Lilje-Stiftung

Anthropologie des Web 2.0? Die Bedeutung eines theologisch-anthropologischen Zugangs für die Internetethik[1]

Alexander Filipović

Abstract

Am Beispiel der von Jan Schmidt beschriebenen Nutzungspraktiken des Neuen Netzes, die als Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement beschrieben werden, diskutiert dieser Beitrag Wechselwirkungen zwischen empirischer Nutzer- und Nutzungsforschung und philosophisch-ethischer Deutung dahinter liegender Menschenbilder. Dabei wird die These vertreten, dass empirische Sach- und normative Sinnebene durch die Anthropologie aufeinander bezogen werden und diese so erst einen ethischen Zugriff ermöglicht. Abschließend werden Perspektive und Leistung einer theologischen Anthropologie für die Internetethik am Beispiel eines entsprechenden Identitäts- und Beziehungsverständnisses benannt.

1. Einleitung

Die empirische Erforschung neuer Internetphänomene, die üblicher Weise unter dem Stichwort Web 2.0 zusammengefasst werden, interessiert sich unter anderem für die Frage, warum Menschen Angebote wie Social Networking Sites oder Videoplattformen nutzen oder warum sie bloggen, Blogs lesen, twittern oder Twitter-Usern folgen.[2] Es sind die Daten über den Menschen, über seine Motive, Erwartungen, Praktiken und Kommunikationsweisen, die von der sozialempirischen Forschung erhoben werden und mit denen dargestellt werden soll, mit was für Phänomenen wir es da zu tun haben. Jan Schmidt beispielsweise hat in verschiedenen Anläufen drei Praktiken der Social Web-Nutzung analysiert. Im Umgang mit Social Web-Anwendungen offenbaren sich drei zentrale „kollektiv geteilte Verwendungsweisen".[3] Diese empirisch rekonstruierten Verwendungsweisen sind in seiner Formulierung Identitätsmanagement, Beziehungsmanagement und Informationsma-

1 Dieser Beitrag geht auf einen Vortrag zurück, der im September 2011 auf der Tagung „Personen im Web 2.0 – Theologische Perspektiven" an der Theologischen Fakultät der Georg-August-Universität in Göttingen gehalten wurde.

2 Im Folgenden wird in der Regel die maskuline Form geschlechter-inklusiv verwendet.

3 Schmidt, Jan/Lampert, Claudia/Schwinge, Christiane, Nutzungspraktiken im Social Web – Impulse für die medienpädagogische Diskussion, in: Herzig, Bardo/Meister, Dorothee M./Moser, Heinz/Niesyto, Horst (Hg.), Jahrbuch Medienpädagogik 8. Medienkompetenz und Web 2.0, Wiesbaden 2010, S. 255–270, hier: S. 258.

nagement. Mit anderen Worten: Menschen, die im Neuen Netz[4] ‚unterwegs sind', nutzen die Angebote zum Management ihrer Identität, ihrer Beziehungen und ihrer Informationen.

Identität, Beziehung und Information – man könnte sie die sozialwissenschaftlich generierte funktionale Trias des Neuen Netzes nennen. Diese funktionale Beschreibung betont, dass sich das Internet, wie wir es heute kennen, vor allem aus *dem* Grund in dieser Weise entwickelt hat, weil es spezifische Funktionen erfüllt bzw. wichtigen menschlichen Bedürfnissen entgegenkommt. Der vorliegende Beitrag nimmt diese material ziemlich ‚dicke' Aussage über die Menschen als Nutzer des Internets zum Anlass, nach der Möglichkeit und der Bedeutung eines theologisch-anthropologischen Zugangs für die Internetethik zu fragen. Empirische Nutzer- und Nutzungsforschung soll anhand des erwähnten Beispiels in ihrer ethisch-anthropologischen Relevanz analysiert werden mit dem Ziel, die Rolle der (theologischen) Anthropologie für die Internetethik zu skizzieren. Ich berühre dabei sowohl methodische als auch inhaltliche Fragen.

Mit diesem Ziel und der Rezeption von ursprünglich sozialwissenschaftlichen Kategorien für ein anthropologisches Ethikkonzept ergeben sich eine Vielzahl von systematischen Problemen, die mehr oder weniger jede medienethische Fragestellung betreffen, aber die im theologischen Kontext eine zusätzliche Dimension bekommen. Zunächst beschreibe ich im zweiten Abschnitt das erwähnte Beispiel der sozialempirischen Rekonstruktion von Nutzungspraktiken. Davon ausgehend frage ich nach dem Status dieser empirischen Aussagen im Verhältnis zu normativen Fragen. Im dritten Teil untersuche ich zunächst methodisch den Zusammenhang von Ethik und Anthropologie.[5] Der vierte Teil setzt ebenfalls mit einer methodischen Frage ein, die auf die Möglichkeit einer geeigneten theologischen Anthropologie abzielt. Damit leite ich dann über zu inhaltlichen Überlegungen zu der Frage, welche materialen Elemente einer christlichen Anthropologie für eine Internetethik geeignet sind. Meine Leitfragen sollen sein:

- Wie werden Identitätsmanagement, Beziehungsmanagement und Informationsmanagement als kollektiv geteilte Verwendungsweisen in kommunikationssoziologischer Perspektive rekonstruiert? Wie ist das Verhältnis dieser empirischen Leistung zu ethischen Überlegungen zu sehen? Ist Empirie gleich schon Anthropologie?
- Welchen Status haben anthropologische Überlegungen für die Medienethik bzw. welche Anforderungen bestehen für eine ethisch relevante Anthropologie?

4 Der Ausdruck „das Neue Netz" wird von Jan Schmidt in verschiedenen Publikationen ungefähr gleichbedeutend mit der Bezeichnung „Web 2.0" verwendet. Vgl. z.B. Schmidt, Jan, Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0, Konstanz 2009.

5 In den Abschnitten 2. und 3. greife ich zum Teil wörtlich zurück auf meinen Text Filipović, Alexander, Identität, Beziehung und Information. Systematische Überlegungen zu einer Anthropologie des Web 2.0 in medienethischer Perspektive, in: Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik 11 (2009), S. 61–65.

- Wie kann eine theologische Anthropologie aussehen, die als Grundlage für eine theologische Netzethik dienen kann?

2. Die Empirie der Internetnutzung und ihr wissenschaftlicher Status

2.1 Nutzungspraktiken: Von der Empirie zu einem heuristischen Konzept

Der zitierte kommunikationssoziologische Ansatz Schmidts untersucht die Innovationen im Bereich von Soft- und Hardware im Hinblick auf ihre Auswirkungen auf Nutzungspraktiken:

> „Sowohl die Vielfalt der [...] Anwendungen und Nutzungskontexte als auch die unterschiedlichen Grade ihrer Diffusion machen deutlich, dass eine Betrachtung zu kurz greift, die sich entweder isoliert auf einzelne Anwendungen oder alleine auf spezifische Einsatzfelder konzentriert. Stattdessen erscheint es ratsam, den Blick auf die unterschiedlichen Nutzungspraktiken zu richten, also kollektiv geteilte Verwendungsweisen im Umgang mit den Social Web-Anwendungen in den Fokus zu rücken.“[6]

Soft- und Hardwarestrukturen werden dabei nicht als Determinanten von Praktiken verstanden, sondern als Möglichkeitsbedingungen oder Rahmen für kreative und autonome Nutzungen, die zum Teil gar nicht bei der Soft- und Hardwareherstellung bezweckt worden sind. Es interessieren also soziale Prozesse der Online-Kommunikation, die einer Forschung zugänglich sind, wenn „man kollektiv geteilte Gebrauchsweisen oder Praktiken untersucht, in denen individuelle und strukturelle Elemente zusammen fließen“.[7] Dieser sozialwissenschaftliche, „praxistheoretische“ Zugriff startet mit der Erkenntnis, „dass sich in der Nutzung von Social Software Verwendungsgemeinschaften herausbilden, das heißt Gruppen von Personen, die eine Anwendung in ähnlicher Art und Weise nutzen“.[8]

In das Zentrum der Aufmerksamkeit rücken damit Regeln und Regelmäßigkeiten, Strukturen und „dominierende[...] Handlungskomponenten“,[9] die nicht nur vorschreibend wirken und der Handlung äußerlich oder vorgeordnet sind, sondern die in ihrem Vollzug, also als und nur als Praxis, realisiert werden. Das Social Web oder das Neue Netz wird unter Rückgriff auf das interaktionistische Paradigma (Giddens) in diesem Sinne als eine „Struktur“ und als eine „Praxis“ verstanden, die (teil-)öffentliche Online-Kommunikationen ermöglicht und stabilisiert.

6 Schmidt/Lampert/Schwinge, Nutzungspraktiken, S. 258.
7 Schmidt, Jan, Social Software: Onlinegestütztes Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement, in: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen 19 (2006), S. 37–47, hier: S. 38.
8 Schmidt, Social Software, S. 38 unter Rückgriff auf Höflich, Joachim R., Mensch, Computer und Kommunikation. Theoretische Verortungen und empirische Befunde, Frankfurt am Main 2003.
9 Schmidt/Lampert/Schwinge, Nutzungspraktiken, S. 266.

> „Verbindendes Element zwischen der Mikro-Ebene des individuellen Handelns und der Makro-Ebene der überindividuellen Strukturen ist das Konzept der Nutzungspraxis: In ihr manifestieren sich situative Nutzungsabsichten der Akteure."[10]

Das Neue Netz wird nicht von seiner formal-technologischen Seite aus analysiert, sondern von den Verwendungsweisen der Menschen her. Diese Gebrauchsweisen des Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagements werden mittels Befragung, Codierung und Systematisierung erhoben.[11] Das Ergebnis: Menschen nutzen Internetangebote vermehrt und in neuer Weise in identitätsrelevanter Hinsicht (durch die Pflege von Profilseiten, durch die Publikation von Texten in persönlichen Weblogs), im Hinblick auf Beziehungen (durch Versenden von Kontaktgesuchen, durch die Kommentierung von persönlichen Statusmeldungen, durch Beobachtung der Beziehungen von Freunden) und im Hinblick auf den Umgang mit Informationen (durch das Teilen von Links, die Recherche bei social bookmarking-Diensten, das Abonnieren eines RSS-Feeds).

Diese Nutzungspraktiken lassen sich auch in anderen empirischen Untersuchungen zur Social Web Nutzung erkennen, wodurch sie eine hohe Plausibilität beanspruchen können.[12] Die drei unterschiedenen Nutzungspraktiken spiegeln ebenfalls die in der Entwicklungspsychologie systematisierten Entwicklungsaufgaben Jugendlicher. Drei Dimensionen allgemeiner Identitätsentwicklung können unterschieden werden:[13] (a) Die personale Dimension der Ausbildung von Identität, (b) die Beziehungsdimension der Ausbildung von Identität, und (c) die gesellschaftliche und sozioinstitutionelle Dimension. Die Autoren der Studie „Heranwachsen im Social Web" diskutieren entsprechend ihre Ergebnisse

> „entlang der drei zentralen Entwicklungsaufgaben, denen sich insbesondere Jugendliche gegenübersehen und die sie – unter anderem – mit Hilfe von Angeboten des Social Web zu bewältigen versuchen: Die Selbstauseinandersetzung, die mit Praktiken des Identitätsmanagements korrespondiert [...], die Sozialauseinandersetzung, die Formen des Beziehungsmanagements notwendig macht [...] sowie die

10 Schmidt, Jan, Was ist neu am Social Web? Soziologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen, in: Zerfaß, Ansgar/Welker, Martin/Schmidt, Jan (Hg.), Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 1: Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum, Köln 2008, S. 18–40.

11 Schmidt, Jan, Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie, Konstanz 2006, S. 172f.

12 Vgl. neben der Studie „Heranwachsen mit dem Social Web" des Hans-Bredow-Instituts in Hamburg und der Universität Salzburg (Schmidt, Jan/Hasebrink, Uwe/Paus-Hasebrink, Ingrid [Hg.], Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen, Berlin 2009) etwa die JIM-Studie 2007: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, JIM 2007. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Online verfügbar: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf07/JIM-Studie2007.pdf [29.03.2012]; auch die jüngeren JIM-Studien sind hier instruktiv.

13 Vgl. im Rückgriff auf die Arbeiten des Sozialpsychologen Augusto Palmonari den Text Dekovic, Maja/Noom, Marc J./Meeus, Wim, Expectations regarding development during adolescence. Parental and adolescent perceptions, in: Journal of Youth and Adolescence 26 (1997), S. 253–272, hier besonders S. 259f.

> Sachauseinandersetzung, die durch das Informationsmanagement unterstützt wird […].“[14]

Durch die wissenschaftliche Arbeit in Richtung einer sozialwissenschaftlichen Theorie der Nutzung des Neuen Netzes tendiert das empirische Ergebnis geteilter Nutzungspraktiken im wissenschaftlichen Forschungsverlauf dann aber klar zu einem Erklärungsmuster, indem das Ergebnis für zukünftige Untersuchungen im Vorgriff auf die Empirie als Hypothese am Anfang einer empirischen Untersuchung steht. Die sozialwissenschaftlich generierte funktionale Trias der Nutzung des Neuen Netzes stellt also einen empirisch herausgearbeiteten und analytisch verwendeten Rahmen zur Interpretation verschiedener Untersuchungen dar.

2.2 Die Empirie und das Gute und Richtige

Wir haben eine sozialwissenschaftlich-empirische Gewissheit, dass Menschen das Neue Netz nutzen, um ihre Identitäts-, Beziehungs- und Informationsarbeit zu verrichten. Verrät uns dieses Ergebnis etwas über die Frage, wie wir das Web 2.0 bewerten und gestalten sollen? Diese Frage betrifft das Verhältnis von Empirie und Ethik. In wissenschaftlichen Kontexten wird das Verhältnis zwischen Empirie und Ethik von empirisch arbeitenden Forscherinnen und Forschern wenig problematisiert: Normativ-vorschreibende Überlegungen selbst oder Aussagen, die auf einem expliziten normativen Standpunkt beruhen, werden nicht berücksichtigt. Moral als Thema empirischer Forschung kommt meist nur in dem Sinne vor, dass Moral im Sinne vorfindlicher sittlicher Werte und Normen ‚erhoben‘ wird. Diese meist der alleinigen Verpflichtung auf die empirisch-sozialwissenschaftliche Methode geschuldete Perspektive führt die Einschätzung mit sich, moralische Behauptungen seien nicht der Wahrheit (oder der Falschheit) fähig. Moral zählt nur als empirisches Phänomen, und nicht als etwas, über das ein Urteil hinsichtlich des Sollens gefällt werden kann oder gar muss. Das ist eine ganz andere Zugriffsweise als die Beurteilung und Reflexion von Moralität. Ethik reflektiert eine Moral (die Praxis des guten und richtigen Handelns), aber sie geht über eine soziologische Beobachtung hinaus, weil sie „unter der erkenntnisleitenden Maxime des Urteils über das Sollen“[15] denkt. Der Medien- und Kommunikationswissenschaft, die sich in einem langen Prozess von einer normativen Geisteswissenschaft hin zu einer empirisch-sozialwissenschaftlichen Disziplin entwickelt hat, fällt es schwer, der Medien- und Kommunikationsethik einen angemessenen Platz in Forschung und Lehre zuzuweisen, so dass Medien- und Kommunikationsethik auch eher von anderen Disziplinen aus vorangetrieben wird.[16]

---

14 Schmidt/Hasebrink/Paus-Hasebrink, Heranwachsen mit dem Social Web, S. 268.

15 Mieth, Dietmar, Moral und Erfahrung I. Grundlagen einer theologisch-ethischen Hermeneutik, Freiburg, Schweiz [4]1999, S. 35.

16 Vgl. für eine recht aktuelle Bilanz Raabe, Johannes, Jenseits der Festtagsreden. Zum Stand der Ethik in der Kommunikationswissenschaft. in: Averbeck-Lietz, Stefanie/Klein, Petra/Meyen, Mi-

Die Problematik ist eingebunden in die letztlich wissenschaftstheoretische und theoretisch-philosophische Frage nach der Möglichkeit von objektiver (wissenschaftlicher) Erkenntnis. Wie auch immer man die momentane wissenschaftstheoretische Debatte zu beurteilen hat, so ist deutlich, dass ein reiner Positivismus empiristischen Zuschnitts theoretisch nicht mehr vertreten werden kann. Es scheint sich stattdessen ein pragmatischer Wahrheits- und Wissenschaftsbegriff durchzusetzen: Wahrheit ist nicht irgendwo vorhanden und kann nicht einfach hervorgeholt werden, sondern eine Wahrheit als objektive Erkenntnis entsteht in Folge einer erfolgreichen alltäglichen oder wissenschaftlichen Problemlösung. Das ist keine nur individuelle, sondern (allein weil sie auf Sprache zurückgreift) eine soziale Leistung. – Diese nur kurz angedeuteten Aspekte sind Grundannahmen einer postempiristischen Wissenschafts- und Erkenntnistheorie, wie sie vor allem durch Thomas S. Kuhn und Richard Rorty im Rückgriff auf den Pragmatismus und Wittgenstein angestoßen wurden.[17] In diesem Licht ist die Befragung von Social Web-Nutzern eine Praxis, die nicht ohne implizite normative Vorstellungen auskommt und schon selber eine Regelbefolgung darstellt, da sie an vergangene Forschungen anschließt und deren Regeln repliziert und/oder aktualisiert.

Die sich in der Wissenschaftstheorie durchsetzende Anerkennung der Kontingenz und der normativen Imprägnierung allen empirischen Forschens muss nun aber nicht dazu führen, diese Methode der Generierung von Wissen als irrelevant für die Medienethik zu kennzeichnen. Matthias Rath setzt für die Klärung der Bedeutung der empirischen Forschung für die Medienethik beim naturalistischen Fehlschluss an und stellt heraus, dass die Ergebnisse empirischer Forschung in der Ethik keine begründende Funktion haben können. Er sieht die positive Funktion der Empirie für die Medienethik darin, dass sie „das Feld umreißt, die Struktur- und Handlungsbedingungen benennt, unter denen dann ethisch auszuweisende Prinzipien angewandt, normative Regeln formuliert und moralischer Konsens argumentativ hergestellt“[18] werden.

Dieser zuzustimmenden Perspektive ist die Sichtweise hinzuzufügen, dass empirische Forschungsergebnisse wie angedeutet kein wert- und normfreies, objektives Wissen darstellen und nicht die Wirklichkeit im Sinne eines Spiegels repräsentieren. Die von Schmidt identifizierten Nutzungspraktiken repräsentieren nicht eine

chael (Hg.), Historische und systematische Kommunikationswissenschaft. Festschrift für Arnulf Kutsch, Bremen 2009, S. 287–308. Hier hinzuzufügen ist der Verweis auf das inzwischen erschienene Handbuch (Schicha, Christian/Brosda, Carsten, Handbuch Medienethik, Wiesbaden 2010), die Schriften-Reihe „Kommunikations- und Medienethik“ (darin bereits erschienen: Filipović, Alexander/Jäckel, Michael/Schicha, Christian [Hg.], Medien- und Zivilgesellschaft, Weinheim 2012) und die Zeitschrift „Communication Socialis“, die kurzfristig ein spezifisch medienethisches Profil erhalten wird.

17 Vgl. Kuhn, Thomas S., The Structure of Scientific Revolutions, Chicago 1962; Rorty, Richard, Philosophy and the mirror of nature, Princeton, N.J. 1979.

18 Rath, Matthias, Empirische Perspektiven, in: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hg.), Handbuch Medienethik, Wiesbaden 2010, S. 136–146.

Wirklichkeit, sondern sie sind ein Deutungsvorschlag[19] dessen, was wir als Realität bezeichnen. Schon Schmidt arbeitet systematisierend und abstrahiert von der bloßen Messung, und er überschreitet damit die rein quantitative Methode. Diese Deutung, diese Evaluation von Realitäten ist hoch relevant für die Medienethik, wenn sie denn als solche, also als Deutung und Evaluation verstanden wird. Sie kann reflexives Nachdenken über Moralfragen und eine entsprechende Theorieentwicklung anregen, prägen und voranbringen.

Der evaluative Charakter dieser Forschungspraxis zeigt sich zudem, wenn Menschen über ihre Nutzungs-Motive befragt werden. Die Selbst-, Fremd- und Weltverhältnisse, die hier im Grunde abgefragt und systematisiert werden, sind selbst im engen Sinne moralische Verhältnisse, die nicht immer schon da sind, sondern die im Moment der Frage, der Antwort und der Deutung der Antwort in bestimmter Weise herangezogen werden und für die immer Gründe eine Rolle spielen. Versetzen wir uns in denjenigen, der gefragt wird, warum er oder sie eine Social Web-Anwendung nutzt: Die Antwort, z.B. „Beziehungen pflegen", transportiert moralische Überzeugungen, die schon in ihrer sprachlichen und narrativen Verfasstheit Bezüge zu ganzen sittlichen Konzepten aufweisen. Insofern Ethik als Reflexionstheorie ihre genuine Aufgabe auch in der deutenden Beschreibung von moralischen Überzeugungen sieht, nimmt die hier herangezogene Art empirischer Forschung an diesem ethischen Projekt teil. Das bedeutet für die Ethik ihrerseits nicht, dass sie es für sich selbst aufgeben soll, Realitäten zu deuten. Sie tut dies in einer von normativen Vorannahmen geprägten Weise und weniger im Modus der Befragung und der Aggregation von Daten. Warum aber soll diese Art der Realitäts-Deutung weniger zutreffend sein als der Modus empirischer Forschung? Die Ethik kann sich für die Realitätsdeutung der empirischen Forschung interessieren und ihr die im Kern moralischen Selbstdeutungen von Menschen entnehmen, und die empirische Sozialforschung kann die Realitätsdeutung der Ethik im Hinblick auf eine Ergänzung ihrer Vorstellung von Faktizität nutzen.

Sollenssätze aufzustellen ohne Reflexion auf die tatsächlichen Zustände kann einerseits kaum eine praktische Wirkung entfalten, und die Sachlage alleine kann andererseits noch nicht das Gute und Gerechte begründen. Es erscheint dann als die entscheidende ethische Herausforderung für die Begründung von sittlichen Einsichten, „Sachverhaltsforschung und Sinnerforschung"[20] plausibel zu vermitteln. Für das Projekt einer in dieser Weise recht verstandenen empiriebezogenen Ethik, oder für das Projekt einer Ethik als Wirklichkeitswissenschaft, spielt die Erfahrung im Sinne der empirischen Tatsachenerforschung *und* die Experienz im Sinne der hermeneutischen Sinnerforschung je eine wichtige Rolle.[21]

19 Schmidt, Social Software, S. 172.

20 Mieth, Moral und Erfahrung I, S. 148.

21 Vgl. für diese Unterscheidung Mieth, Dietmar, Moral und Erfahrung II. Entfaltung einer theologisch-ethischen Hermeneutik, Freiburg, Schweiz 1998.