



# Auf der Suche nach der digitalen Ethik

## Diskussionen über Medien, Menschen und Maschinen

---

**Das Internet verändert unsere Kommunikation und auch die Art, wie Menschen miteinander umgehen. Die digitalen Optionen scheinen grenzenlos. Dabei geraten jedoch zuweilen die Risiken aus dem Blick. Dies gilt etwa, wenn Meinungsfreiheit mit Mobbing oder dem vermeintlichen Recht verwechselt wird, im Internet Hass zu säen. Dabei bleiben dann Menschenwürde und Toleranz auf der Strecke. Und auch die Informationsvielfalt der Online-Welt ist manchmal kleiner als vermutet. Das ist dann der Fall, wenn Algorithmen oder Endgeräte uns nur eine begrenzte Auswahl an WWW-Inhalten sichtbar machen. Im Rahmen der 10. Medienversammlung der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) diskutierten am 28. Juni in Köln mehr als 150 Teilnehmer über Meinungsmacher und Meinungsmacht im Internet. Dabei lautete die zentrale Frage: „Welche digitale Ethik brauchen Mensch und Maschine?“**

Der Vorsitzende der LfM-Medienkommission, **Prof. Dr. Werner Schwaderlapp**, wies zum Auftakt der Veranstaltung im Kölner Medienzentrum KOMED darauf hin, dass es für die menschliche Online-Kommunikation ausreichend Erfahrungen und Kriterien gebe, um im moralischen Sinn „gutes Handeln“ zu erreichen. Allerdings müssten unsere Erkenntnisse über verantwortungsbewusste Kommunikation in der digitalen Welt stärker umgesetzt werden. Anders sei dies an der Schnittstelle zwischen Menschen und Maschinen. Für diesen Bereich fehle es noch an Wissen, um in der Big-Data-Welt der Online-Algorithmen entscheiden zu können, was im ethischen Sinne für gutes Handeln erforderlich sei. Der LfM-Direktor **Dr. Jürgen Brautmeier** konkretisierte diese Ausführungen. Er urteilte, gegen Hass und Hetze im Internet helfe außer Regulierung vor allem Aufklärung. Gehe es hingegen um die Bedeutung von Algorithmen und Intermediären für Meinungsvielfalt oder -macht, fehle es noch an Wissen über die Relevanz solcher Vermittler. „Was machen diese Maschinen mit Informationen?“, fragten Brautmeier und auch Schwaderlapp.

**Prof. Dr. Petra Grimm**, Leiterin des Instituts für Digitale Ethik der Hochschule der Medien Stuttgart, erläuterte in einem Impulsvortrag, warum es einer digitalen Ethik bedarf. In einer Always-Online-Gesellschaft würden die Grenzen zwischen Online und Offline verschwimmen („Onlife“). Big Data, das Internet der Dinge und Virtual Reality führten darüber hinaus zu einer digitalen Revolution, die neue Normen für moralisch gutes Handeln erforderlich mache. Deshalb setze ein „gutes, gelingendes Leben“ in einer digitalen Welt eine Erweiterung der allgemeinen Medienethik voraus. Dabei gehe es darum, „wertebezogene Digitalkompetenzen“ zu fördern, lautete Grimms kategorischer Imperativ. Erforderlich sei eine „vernünftige Selbstbestimmung“, bei der aus Autonomie und Freiheit letztlich auch Verantwortung für das eigene Handeln resultieren müsse. Verantwortung in der digitalen Welt aber sei ein komplexes Problem, betonte die Stuttgarter Professorin. Sie erläuterte, einerseits bedeute die Internet-Welt wachsende Verantwortung, weil die Folgen des Online-Handelns im weltweiten Datennetz zunehmen. Andererseits aber herrsche auch ein Verlust an Verantwortungsgefühl, weil die Konsequenzen des eigenen kommunikativen Handelns im WWW oft nicht direkt sichtbar seien. Schließlich führten Algorithmen und Big Data dazu, dass eine individuelle Verantwortlichkeit unmöglich werde und eine Art „Verantwortlichkeitsdiffusion“ entstehe. Aus diesen Prozessen resultiere, dass der Homo Digitalis seine Selbstverantwortung ständig hinterfragen müsse.

Als größte ethische Herausforderungen einer digitalen Ethik nannte Grimm außer unmittelbare Gefährdungspotenziale von Medieninhalten auch den Konflikt zwischen Big Data und Privatsphäre sowie verletzendes Kommunikationsverhalten im Internet, Meinungsmacht (Intermediäre, Filter Bubble) und die psychischen Belastungen durch Virtual-Reality-Anwendungen. Alles in allem gehörten zu einer digitalen Ethik nicht nur eine wertorientierte Digitalkompetenz, sondern auch risikoarme Technologien, verantwortungsvolle Politik und eine vorausschauende (Selbst-)Regulierung, beschrieb Grimm zukünftige Herausforderungen.

Dass im Internet vieles publiziert wird, was Menschen von Angesicht zu Angesicht nie so äußern würden, wird bei Phänomenen wie Cybermobbing oder Hate Speech deutlich. **Sabine Kelm-Schmidt**, erste stellvertretende Landrätin des Ennepe-Ruhr-Kreises, berichtete, sie werde online oft mit anonymen Beleidigungen „tief unter der Gürtellinie“ konfrontiert. „Anfangs fand ich das sehr verletzend“, be-

kannte die SPD-Politikerin, die Mitglied der LfM-Medienkommission ist. Inzwischen versuche sie sich sachlich zu wehren. Wenn es nicht mehr um Fakten gehe, sei aber eine Grenze überschritten, ab der eine inhaltliche Auseinandersetzung unmöglich werde. Generell sei im Internet die Hemmschwelle für Lügen und Verleumdungen sehr gering, befand



>lfm: MEDIEN  
VERSAMMLUNG

Kelm-Schmidt. Eine ähnliche Einschätzung äußerte auch **Caroline Frank**, die für die Landesarbeitsgemeinschaft Lesben in NRW Mitglied der LfM-Medienkommission ist. Sie forderte allerdings eine genauere sprachliche Differenzierung. Nicht alle Anfeindungen seien Hate Speech. Oft handle es sich „nur“ um Anfeindungen, Beschimpfungen oder Infragestellungen. Dann sei eine Auseinandersetzung mit Argumenten noch möglich. Umso mehr versuche sie, sachlich zu reagieren und zugleich möglichst viele Medienschaffende für den Umgang mit sprachlichen Ausdrucksmitteln zu sensibilisieren.

Einen Einblick in die Leser-Kommentare bei Online-Angeboten von Zeitungen gab **Izabela Koza**. Die Digitalredakteurin des Kölner Stadt-Anzeigers berichtete von 500 bis 3.000 Social-Media-Kommentaren pro Tag, die es zu kontrollieren und zu moderieren gelte. Wenn es um Themen wie Flüchtlinge oder Tierschutz gehe, werde schnell unsachlich kommentiert. Ihre eigenen Facebook-Postings würden in der Regel von zwanzig bis fünfzig Nutzern kommentiert. Dies geschehe oft unsachlich und gipfle manchmal auch in Drohungen. „Ich lese nicht alles komplett“, gestand die Redakteurin. Nur so könne sie sich gegen Beleidigungen und Hass persönlich schützen. Grundsätzlich gelte es, zunächst zu moderieren und zu kommentieren. Wenn dies nicht ausreiche, müssten Postings gelöscht werden. Koza räumte ein, dass die Angst vor sogenannten Trollen, welche die Internetkommunikation destruktiv und provokativ stören, manchmal auch dazu führe, dass Redakteure vor bestimmten Themen zurückschreckten. Sie selbst etwa vermeide entsprechende Postings kurz vor Dienstschluss, weil sie befürchte, dass die Online-Diskussion während ihrer Abwesenheit bis zum nächsten Tag eskalieren könne.

**Dr. Niklas Haberkamm**, Rechtsanwalt der Kölner Kanzlei Lampmann, Haberkamm & Rosenbaum, unterstrich, Hate Speech im Internet sei eine Persönlichkeitsverletzung. Ein Großteil der Rechtsverletzungen im Internet aber werde nicht sanktioniert. „Daran dürfen wir uns nicht gewöhnen“, rief er dazu auf, mehr Strafanzeigen zu stellen. Geschwindigkeit und Reichweite im Internet sowie die Tatsache, dass sich Online-Inhalte nicht komplett löschen lassen, könne bei Opfern zu existenziellen Krisen führen. „Seelische Gewalt ist Körperverletzung“, sagte der Rechtsexperte. Werde dies im Internet zunehmend geduldet, drohe eine weitere Verrohung. Deshalb müsse auf Unterlassung und Löschung der inkriminierten Inhalte geklagt werden. Allerdings seien bei anonymen Beleidigungen die rechtlichen Mittel meist begrenzt. Um einen anonymen Online-Pranger zu verhindern, müsse dringend der Gesetzgeber tätig werden, forderte Haberkamm. Digitalredakteurin Koza merkte in diesem Zusammenhang an, in jüngster Zeit werde auch immer häufiger unter Angabe von Klarnamen beleidigt.

Dass nicht nur Beleidigungen, Hassreden oder andere negative Formen menschlicher Online-Kommunikation unsere demokratische Kultur bedrohen, sondern eventuell auch technische Anwendungen eine Gefahr für die Medien- und Meinungsvielfalt darstellen können, wurde beim zweiten Teil der Medienversammlung deutlich. **Prof. Dr. Katharina Zweig** vom Fachbereich Informatik der Technischen Universität Kaiserslautern demonstrierte in einem Impulsvortrag, wie Algorithmen bei Suchmaschinen oder Social Media darüber entscheiden, welche Informationen wen erreichen. Nutzerdaten und mathematische Methoden sollten dabei helfen herauszufinden, was für einzelne Nutzer interessant und relevant sei, erklärte die Informatikerin. Nach welchen Kriterien bei der Selektion, Bewertung und Sortierung vorgegangen werde, bleibe allerdings intransparent. Dabei seien die dafür verwendeten Algorithmen keinesfalls wertfrei, sondern „von Menschen geschaffen worden“. Zweig zweifelt daran, dass Algorithmen Relevanz messen können. Umso energischer stellte sie die Frage, wer die Auswirkungen von Algorithmen auf die Gesellschaft kontrolliere. Erforderlich seien „Beipackzettel“, die über Zielvorgaben, Modellannahmen und Nebenwirkungen von Algorithmen aufklärten. Um dieses Ziel zu erreichen, so erklärte die Sozioinformatik-Professorin, habe sie gemeinsam mit Lorena Jaume-Palasi, Lorenz Matzat und Matthias Spielkamp die Initiative Algorithm Watch gegründet.

Wie Suchmaschinen unser Weltbild prägen können, stellte anschließend **Pascal Jürgens** dar. Der wissenschaftliche Mitarbeiter am Institut für Publizistik der Universität Mainz vertrat die These, objektive Suchmaschinen seien eine Utopie. Vielmehr lieferten Google & Co. auf Algorithmen basierende Ergebnisse, die nicht neutral und stattdessen der Einflussnahme vieler Interessen ausgeliefert seien.

Weil es nur eine große Suchmaschine gebe, spiele diese eine zentrale Rolle, genieße bei den Nutzern großes Vertrauen, agiere aber im Grunde völlig intransparent. „Wir wissen nicht, wie Intermediäre funktionieren“, warnte Jürgens davor, dass Anbieter wie Google oder Facebook immer häufiger darüber entscheiden, welche Ausschnitte des World Wide Web



überhaupt für wen sichtbar werden. Risiken dieser Entwicklung seien Medienkonzentration und Marktmanipulation, die Benachteiligung von Minderheiten, Zensur durch totalitäre Staaten, Manipulation und Falschinformationen, Filterblasen und Wissensklüfte. Umso wichtiger seien Methoden, um das Agieren von Intermediären beobachten und analysieren zu können, sowie gesellschaftliche Prozesse für Kritik und rechtsstaatliche Prozesse zur Korrektur von Marktmacht.

**Sabine Frank**, Leiterin des Bereiches Jugendschutz und Medienkompetenz bei der Google Germany GmbH, wehrte sich bei der abschließenden Podiumsdiskussion gegen Kritik, Google sei gefährlich für die Meinungsvielfalt. Schließlich gebe es auch jenseits von Suchmaschinen viele Informationswege. Darüber hinaus schaffe Google keine eigenen Inhalte, sondern sei „nur ein Wegweiser“. Den Suchalgorithmus offenzulegen sei allerdings nicht möglich. Schließlich sei dieser Kern des Betriebsgeheimnisses und könne nur noch verzerrte Ergebnisse liefern, wenn Online-Anbieter damit beginnen könnten, ihre Angebote exakt auf den Algorithmus abzustimmen. Die US-Handelsaufsicht Federal Trade Commission (FTC) habe indes nach Auswertung einer umfangreichen Algorithmus-Dokumentation keinerlei Manipulationen feststellen können. Frank erläuterte, der Suchalgorithmus von Google basiere auf 200 Kriterien, die mehr als 500 Mal pro Jahr verändert würden. Zu diesem Zweck führe Google jährlich mehr als 20.000 Experimente durch. Im Übrigen bemühe sich das Unternehmen, nicht dazu beizutragen, dass – etwa durch unbedachte Auto-Complete-Verknüpfungen – Persönlichkeitsrechte verletzt werden. Als stellvertretende Vorstandsvorsitzende der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. (FSM) unterstrich die Google-Jugendschützerin, es gebe inzwischen eine Reihe von Tools, mit denen Google- oder YouTube-Nutzer bedenkliche Inhalte melden könnten. Alle Hinweise würden von Google-Mitarbeitern geprüft und gegebenenfalls auch Löschungen vorgenommen.

Rechtsanwalt Haberkamm kritisierte, Google biete mittlerweile zwar eine Fülle von Optionen, umstrittene Inhalte zu melden. Diese Tools aber seien unübersichtlich, wenig transparent und „oft nicht effektiv genug“. In der Praxis gestalte sich die Zusammenarbeit deshalb oft schwierig. „Die Verantwortung für Google wird größer“, mahnte der Medienrechtsexperte und verwies auf die marktbeherrschende Stellung des Online-Konzerns. Weil der Unternehmenssitz in den USA sei, könnten rechtliche Ansprüche oft kaum durchgesetzt werden, wünschte sich Haberkamm, dass Google in Deutschland eine Tochtergesellschaft schaffe, die als juristische Person fungiere.



LfM-Direktor Brautmeier formulierte bei seinem Fazit zur Medienversammlung, die von Dennis Horn und Christina Quast moderiert wurde, es gehe darum, bei Online-Nutzern ein größeres Bewusstsein für selbstbestimmtes und verantwortbares Handeln zu schaffen. Im Kantschen Sinne gelte es, kritisch den eigenen Verstand einzusetzen. In Bezug auf die dominante Position von Google merkte Brautmeier an, eine Offenlegung des Suchalgorithmus könne nicht verlangt werden, sehr wohl aber müssten Überprüfbarkeit und eventuell Missbrauchsaufsicht gegeben sein.

Der Medienkommissionsvorsitzende Schwaderlapp gab abschließend zu bedenken, in Deutschland fehle ein Pendant zur FTC, das unter dem Gesichtspunkt der Meinungsvielfalt Einsicht in die Algorithmen von Google verlangen könnte. Schließlich seien die Algorithmen nicht wertneutral, sondern von Menschen gemacht, denen auch Fehler unterlaufen könnten. In Bezug auf das Thema digitale Ethik kam Schwaderlapp zu dem Schluss, ein „Appell an die digitale Zivilcourage“ reiche vielleicht nicht aus, um dem Dilemma entgegenzuwirken, dass die vermeintliche Online-Demokratisierung der Kommunikation dazu führe, dass vielen Stammtisch-Parolen plötzlich zu großer Reichweite verholfen werde. Umso mehr begrüßte der Vorsitzende der LfM-Medienkommission ein Projekt des Stuttgarter Instituts für Digitale Ethik, bei dem „10 Gebote der Digitalen Ethik“ erarbeitet werden sollen.

*Dr. Matthias Kurp*