

Inhalt

Vorwort	11
I. Einleitung:	
Der gläserne Mensch im Internet als ethisches Problem	13
1. Das digitale Zeitalter	13
1.1 Kommunikation im digitalen Zeitalter	13
1.2 Der Mensch als gläserner Mensch im digitalen Zeitalter	15
2. Der gläserne Mensch	16
2.1 Vom anatomischen Modell zur Metapher – Der gläserne Mensch damals und heute	16
2.2 Formen des gläsernen Menschen im Internet – Eine kleine Typologie	18
3. Ethische Problemstellung	20
4. Zum Ethikverständnis und zur Methodik dieser Arbeit	21
4.1 Das Internet als Herausforderung für die Medienethik	21
4.2 Ethik im Kontext des Internets – Ein (phänomenologisch-)hermeneutischer Zugang	24
4.3 Theologische Perspektiven in dieser Arbeit	28
5. Zum Aufbau dieser Arbeit	32
II. Kommunikation im Web 2.0 –	
Kommunikationstheoretische Perspektiven	35
1. Das Internet als Netz medialer Informations- und Kommunikationsräume	35
1.1 Das Internet	35
1.2 Das World Wide Web (WWW)	36
1.3 Das Web 2.0	36
1.4 Das Internet als Netz medialer Informations- und Kommunikationsräume	38
2. Soziale Netzwerke	40
2.1 Aufbau und Grundstruktur von sozialen Netzwerken am Beispiel von StudiVZ	42
2.1.1 Die Profilseite	42
2.1.2 Die Privatsphäre-Einstellungen	44
2.2 Kommunikation in sozialen Netzwerken am Beispiel von StudiVZ ..	51
Exkurs: Explizit und implizit kommunizierte persönliche Daten ..	51
3. Online-Bewertungsportale	55
3.1 Aufbau und Grundstrukturen von Online-Bewertungsportalen am Beispiel von spickmich.de und meine-anwaltsbewertung.de	57
3.2 Kommunikation in Online-Bewertungsportalen	63

4. Nutzungspraktiken und Software-Codes im Kontext von sozialen Netzwerken und Online-Bewertungsportalen	64
5. Fazit	72
III. Sichtbarkeit, Leiblichkeit, Personalität – Anthropologische Perspektiven	73
1. Sichtbarkeit als menschliche Lebensbedingung	73
1.1 Interpretationen der Paradiesgeschichte (Gen 2–3)	73
1.2 Sichtbarkeit im Kontext der Paradiesgeschichte	76
1.2.1 Scham – Das Versteckspiel	78
1.2.2 Verantwortung – Der Ruf aus dem Versteck	80
1.3 Räume im Kontext der Paradiesgeschichte	83
1.3.1 Der Garten Eden	83
1.3.2 Der Leib als Raum	85
1.3.3 Der Raum der Kommunikation	89
1.4 Fazit	92
2. Personalität	92
2.1 Geschichtlicher Hintergrund des Personbegriffs	94
2.1.1 ‚Person‘ als Bezeichnung eines einzelnen Menschen in seiner Individualität	94
2.1.2 ‚Person‘ und Trinitätslehre	95
2.2 Personverständnisse in der Tradition des modernen Subjektivismus	96
2.3 Personsein durch Anerkennung	100
2.4 Weder ‚innen‘ noch ‚außen‘ – Ein phänomenologisches Personverständnis	104
2.5 Zwischenfazit	108
2.6 Theologische Vertiefung: Die Person als der von Gott angesprochene Einzelne	110
2.7 Fazit: Die Person – Der angesprochene, in Anspruch nehmende und in Anspruch genommene Mensch als individuelles, leibliches Lebe- und Beziehungswesen	112
3. Achtung der Person – Dem Anderen persönlich in bedingungsloser Liebe begegnen	112
3.1 Die Bedeutung des einzelnen Menschen im Christentum	113
3.2 Die Bedingungslosigkeit der Liebe Gottes und der christlichen Nächstenliebe	113
3.3 Die persönliche Dimension der Liebe Gottes	115
3.4 Die Liebe Gottes als bedingungslose, aber persönliche Liebe zum Einzelnen	118
3.5 Nächstenliebe und Fürsorge	120
3.6 Fazit	123
4. Persönlichkeit	125
4.1 ‚Persönlichkeit‘ als Summe aller persönlichen Eigenschaften einer Person	126

4.2	Der leibliche Ausdruck und die (zwischen)leibliche Entwicklung der Persönlichkeitsstruktur	126
4.3	Das Verhältnis von Personalität und Persönlichkeit	128
 IV. Kommunikation im Web 2.0 im Horizont menschlicher Lebenswirklichkeit		129
1.	Computervermittelte Online-Kommunikation vor dem Hintergrund der leiblich-sichtbaren Existenz des Menschen	129
1.1	Gibt es ‚nicht-leibliche‘ Kommunikation?	129
1.1.1	„Bedeutung‘ als inhärentes Moment von Kommunikation	129
1.1.2	Das Erlernen von kommunikativem Handeln in (zwischen)leiblichen Begegnungen	130
1.1.3	Computervermittelte Online-Kommunikation – leiblich?	132
1.2	Die Abbildung und das Wahrnehmen von leiblichen Persönlichkeitsstrukturen in Online-Kommunikation	136
1.3	Die fehlende unmittelbare reziproke (zwischen)leibliche Interaktion in Online-Kommunikation	138
1.3.1	Die fehlende unmittelbare leibliche Interaktion als entlastendes Moment	139
1.3.2	Die fehlende unmittelbare leibliche Interaktion als defizitäres Moment	140
1.3.3	Die Kompensation der fehlenden unmittelbaren leiblichen Interaktion als Aufgabe der online Kommunizierenden	142
1.3.4	Die unmittelbare leibliche Interaktion als unumgängliche Grundbedingung für Online-Kommunikation	146
2.	Die identitätsstiftende Funktion von Sichtbarkeit im digitalen Zeitalter	147
2.1	Unreflektierte Sichtbarkeit im ‚rückensicheren Kulturmilieu‘	148
2.2	„Videor ergo sum“ – Reflektierte Sichtbarkeit im digitalen Zeitalter	149
3.	Die Lust, ein sichtbarer und die Angst, ein gläserner Mensch zu sein	152
3.1	Die Lust, ein sichtbarer Mensch zu sein I: Soziale Netzwerke	155
3.1.1	Gesteigertes Sichtbarkeitspotential in quantitativer Hinsicht	155
3.1.2	Gesteigertes Sichtbarkeitspotential in qualitativer Hinsicht	157
3.1.3	Weitere ‚Sonnenseiten‘ der Kommunikation in und mithilfe von sozialen Netzwerken	159
3.2	Die Angst, ein gläserner Mensch zu sein I: Soziale Netzwerke	161
3.2.1	Die unkontrollierbare potentielle Omnipräsenz im Web 2.0	161
3.2.2	Der unberechenbare Blick des Anderen	165
3.2.3	Der ‚Lock-In‘-Effekt	173
3.2.4	Weitere ‚Schattenseiten‘ der vergrößerten Sichtbarkeit in sozialen Netzwerken	175
3.3	Sichtbarkeit und Gläsernheit in Online-Bewertungsportalen	178
3.4	Die Lust, ein sichtbarer Mensch zu sein II: Online-Bewertungsportale	179
3.4.1	Gesteigerte und geschützte Sichtbarkeit der bewertenden Personen	179

3.4.2	Weitere ‚Sonnenseiten‘ von Online-Bewertungsportalen für bewertende Personen	182
3.4.3	Werbung in eigener Sache – Gesteigerte Sichtbarkeit der bewerteten Personen	185
3.5	Die Angst, ein gläserner Mensch zu sein II: Online-Bewertungsportale	187
	Exkurs: Die Wichtigkeit der Abstraktion von vorgegebenen Bildern einer Person	193
 V. Konkretion: Online-Bewertungsportale aus ethischer Perspektive		197
1.	Online-Bewertungsportale als Gegenstand juristischer Diskussionen	197
1.1	Das BGH-Urteil zum Fall „spickmich.de“ vom 23.06.2009	198
1.2	Einblicke in juristische Anfragen an das BGH-Urteil	204
1.3	Kritische Anfragen einer Ethikerin an einige juristische Diskussionspunkte	208
2.	Persönlichkeitsrechte im Kontext von Online-Bewertungsportalen aus ethischer Perspektive	209
2.1	Der Blick eines Juristen und der Blick einer theologischen Ethikerin auf den spickmich.de-Fall	209
2.2	Beschreibung der kommunikativen Abläufe bei spickmich.de	211
2.3	Personale Existenz, persönliche Entwicklung und die Grenzen des Rechts auf informationelle Selbstbestimmung	213
2.4	Achtung der Person im Kontext von Online-Bewertungsportalen	219
2.5	Zwischenfazit	225
3.	Das Pfarrerbewertungsportal hirtenbarometer.de – Eine kritische Betrachtung aus theologisch-ethischer Sicht	226
3.1	„Dialog auf Augenhöhe“?! – Aufbau, Funktionsweise und Selbstverständnis von hirtenbarometer.de	227
3.2	Einblicke in die Nutzung der Freitext-Kommentarfelder auf hirtenbarometer.de	229
3.3	Erste kritische Anmerkungen zu hirtenbarometer.de	231
3.4	Kirchliche Äußerungen zu hirtenbarometer.de gegenüber Spiegel-Online	232
3.5	Sichtbarkeit auf hirtenbarometer.de im Vergleich zu spickmich.de ..	234
3.5.1	Gemeinsamkeiten von hirtenbarometer.de und spickmich.de	234
3.5.2	Unterschiede zwischen hirtenbarometer.de und spickmich.de	234
3.5.3	Ergebnis des Vergleichs und mögliche Konsequenzen	235
3.6	„Dialog auf Augenhöhe“! – Zurück zum ‚Miteinander‘- statt ‚Übereinander‘-Reden	237
4.	Fazit: Online-Bewertungsportale aus ethischer Perspektive – Segen oder Fluch?	241
5.	Konsequenzen für den praktischen Umgang mit Online-Bewertungsportalen	242
5.1	Betreiber	242

5.2	Rechtsprechung	243
5.3	Medienpädagogik	244
5.4	Nutzer	245
5.5	Potentiell bewertete Personen	245
5.6	Gesellschaft	246
	Literaturverzeichnis	247