

„Datenschutz ist Menschenrecht“ – Privatsphäre und das Recht auf Informationsfreiheit

Georg Markus Kainz

Zusammenfassung

Wir stehen am Scheideweg – wie wird die Gesellschaft mit der jederzeit verfügbaren Überfülle an Informationen umzugehen lernen, die das Informationszeitalter mit sich bringt? Jeder hat jederzeit Zugang zu Information. Die Medien müssen ihre Rolle, die sie in der Gesellschaft spielen wollen, neu definieren. Das Informations- und Meinungsmonopol der Massenmedien ist durch den technischen Fortschritt mit der Erfindung des Internets verloren gegangen. Heute stellt sich nicht mehr die Frage, wie man an Informationen kommt, sondern welche Daten wie aufbereitet werden, wie interpretiert, wie verknüpft und wie verbreitet.

Globale Vernetzung

Der universell programmierbare Computer, die Möglichkeit, jegliche Information zu digitalisieren, und der Austausch von allen Daten über ein globales Netzwerk sind Erfindungen, die einen entscheidenden Einfluss auf die derzeitige Entwicklung unserer Gesellschaft und das Zusammenleben der Menschen haben. Wir stehen am Scheideweg – wie wird unsere Gesellschaft mit dieser jederzeit verfügbaren Überfülle an Informationen umzugehen lernen?

Heute stellt sich nicht mehr die Frage, wie man an Informationen kommt, sondern welche Daten werden wie aufbereitet, wie interpretiert, wie verknüpft und wie verbreitet. Mit dem Zeitalter der Aufklärung wurden erstmalig deutliche Grenzen zwischen der privaten und der öffentlichen Sphäre im Leben eines jeden Menschen gezogen. Diese Grenze zwischen privat und öffentlich bzw. privat und beruflich verschwimmt jedoch in einer Zeit, in der Pseudonyme verboten sind, „Soziale Netzwerke“ mit dem Echtnamen genutzt werden müssen und alle unsere Endgeräte eine weltweit eindeutige Kennung besitzen. Besonders für die klassischen Massenmedien stellt sich die Frage, wie sie ihre Rolle und ihre Aufgabe in einer Gesellschaft definieren, in der jeder jeden jederzeit in Echtzeit über alles, was auf dieser Welt geschieht, informieren kann.

Die Menschenrechte

Erst im Zuge der Loslösung Virginias vom Königreich Großbritannien wurde beim Konvent von Virginia am 12. Juni 1776 eine Grundrechteerklärung einstimmig verabschiedet. Hierbei wurde erstmalig ein Rechtekatalog von Bürgern für alle Bürger verabschiedet: die Geburtsstunde der modernen Bürgerrechte. Die Regeln dieses Grundrechtekataloges hatten einen großen Einfluss auf die Unabhängigkeitserklärung der Vereinigten Staaten von Amerika (1776)

sowie auf die US-amerikanische Bill of Rights und auf die französische Erklärung der Menschen- und Bürgerrechte (beide von 1789).

Das bürgerliche Erwachen

Mit dem Entstehen moderner, demokratischer Gesellschaften erwachte auch der Anspruch ihrer Bürger, bei politischen Entscheidungsprozessen mit eingebunden zu werden. Neue Grundwerte, die das Miteinander regeln sollten, sind aufgekommen: das Recht auf Privatsphäre und das Recht auf Information. Beide Prinzipien wurden als so wichtig für das Funktionieren einer bürgerlichen Gesellschaft erachtet, dass beide heute zu den Menschenrechten zählen.

Diese Prinzipien liegen jedoch seit jeher im Wettstreit miteinander. Sie müssen ständig in Balance gehalten werden. Es ist eine Frage der jeweiligen Gesellschaft, welchem Recht eine höhere Priorität eingeräumt wird. Im Zweifel wird bei jedem einzelnen Fall zwischen beiden Rechten abgewogen werden müssen und eine individuelle Entscheidung zu treffen sein.

Das Recht auf Information

Um aktiv an Entscheidungsprozessen teilhaben zu können, d.h. um mitreden und um entscheiden zu können, ist es notwendig, über alle Fragen und Hintergründe nachhaltig informiert zu sein. Der Bürger muss daher das Recht haben, über alle Vorgänge des Staates informiert zu sein. Er muss das Recht auf öffentliche Einsicht aller Dokumente und Akten der Behörden haben.

„Except as otherwise required by statute, matters of official record shall be made available, in accordance with published rule, to persons properly and directly concerned, except information held confidential for good cause found.“ (Freedom of Information Act, 1966, 5 U.S.C. § 552)

Dieses Informationsbedürfnis beschränkt sich jedoch nicht nur auf die Daten und Fakten, die Bestandteil einer Entscheidungsvorlage sind. Aufgrund der Vielzahl und der Komplexität der notwendigen Entscheidungen beschränkt sich die bürgerliche Beteiligung zumeist auf die Delegation der Einzelentscheidungen an Parteien und Repräsentanten, die bei wiederkehrenden Wahlen beauftragt werden, den Wählerwillen treuhänderisch für eine Zeitperiode wahrzunehmen.

Da Aufgaben und Funktionen an Funktionäre und Politiker delegiert werden, entsteht ein zusätzliches Bedürfnis, nicht nur Informationen aus der Sphäre des Öffentlichen zu erhalten. Der Wähler verlangt auch über Vorgänge aus der Sphäre des Privaten seiner politischen Vertreter informiert zu werden, da er mehr über den Charakter und die Motivation der jeweiligen Akteure erfahren möchte, an die er die Aufgaben der Regierung delegiert. Daher dürfen im öffentlichen Interesse bei „Personen des öffentlichen Lebens“ Informationen aus deren Privatsphäre berichtet werden. Daraus entstand das Recht, jederzeit über alles informiert zu sein, und damit auch über Vorgänge zu erfahren, die eigentlich im Bereich der Privatsphäre vor den neugierigen Augen der Öffentlichkeit geschützt sein sollten. Diese Aufgabe haben die Medien übernommen, die in ihrer Arbeit besonders geschützt sind.

„That the freedom of the press is one of the greatest bulwarks of liberty and can never be restrained but by despotic governments.“ (Virginia Declaration of Rights 1776, Article 12)

Das Recht auf Privatsphäre

Mit dem Aufkommen des Bürgertums wurden Persönlichkeitsrechte auf alle Bevölkerungsschichten ausgeweitet, unabhängig von ihrer Herkunft. Der Mensch als Individuum erhält als Einzelperson Grundrechte und Rechtsansprüche zuerkannt. Die Menschenwürde umfasst das Recht auf Privatsphäre, das jedem Menschen das Recht auf einen persönlichen Bereich gibt, in dem er unbehelligt von äußeren Einflüssen sein Recht auf freie Entfaltung der Persönlichkeit wahrnehmen kann und sich frei und ungezwungen verhalten kann, ohne befürchten zu müssen, dass Dritte von seinem Verhalten Kenntnis erlangen. Neben dem Schutz der eigenen Wohnung, dem der eigenen Geschäftslokale und dem Recht am eigenen Bild ist insbesondere auch die private Kommunikation durch das Post- und Fernmeldegeheimnis geschützt.

„The right of the people to be secure in their persons, houses, papers, and effects, against unreasonable searches and seizures, shall not be violated, and no Warrants shall issue, but upon probable cause, supported by Oath or affirmation, and particularly describing the place to be searched, and the persons or things to be seized.“ (Bill of Rights, 1791, 4th Amendment)

Über Themen, die nicht durch die Privatsphäre geschützt werden, kann daher berichtet und in der Öffentlichkeit diskutiert werden. In unterschiedlichen Rechtskreisen mit ihren unterschiedlichen kulturellen Hintergründen werden Privatsphäre und Informationsfreiheit jedoch unterschiedlich gewichtet und sind ständig bedroht, von singulären Interessen beschnitten zu werden.

Die Betonung der Individualität und die daraus abgeleitete Privatsphäre sind relativ neu und wurzeln in der westlichen Kultur. Hingegen besteht besonders in jenen Kulturen, die ein Gruppeninteresse, egal ob religiös oder politisch motiviert, über das Individuum stellen, kaum Verständnis für den Schutz der Privatsphäre. Das Gleiche gilt für Gesellschaften, die sich angegriffen fühlen und meinen, ihren Lebensstil gegen einen inneren oder äußeren Feind verteidigen zu müssen.

Die Redefreiheit

Eine öffentliche Meinungsbildung setzt neben der Informationsfreiheit auch voraus, dass Diskussionen und Meinungsäußerungen nicht durch Zensur unterdrückt werden können und dass Meinungsvielfalt gesichert wird. Jedem Bürger wird das Recht eingeräumt, seine Meinung auf jede Art frei und öffentlich zu äußern und Äußerungen anderer zu empfangen: Man darf also frei reden, schreiben und drucken, vorbehaltlich der Verantwortlichkeit für den Missbrauch dieser Freiheit.

„La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l’homme: tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l’abus de cette liberté, dans les cas déterminés par la loi.“ (Erklärung der Menschen- und Bürgerrechte (*Déclaration des Droits de l’Homme et du Citoyen*, 1789, Artikel 11)

Die Pressefreiheit

Die freie Meinungsbildung soll durch die Presse, durch Rundfunk, TV und die anderen Medien gewährleistet werden. Diese besondere Bedeutung wird durch Gewährung einiger Privilegien unterstrichen, die die Gesellschaft Verlagen und Medienunternehmen einräumt. Eigentlich wäre ein vorrangiges Privileg freier Medien, dass sie keinerlei Zulassung bedürfen. Das Recht, Medien herausgeben zu dürfen, ist jedoch zumeist durch Lizenzen und Staatsverträge reglementiert. Medienstaatsverträge oder sehr hohe Investitionssummen regeln, dass nicht jeder die Möglichkeit hat, ein Medium herauszugeben. Es haben sich so Verlage herausgebildet, die somit quasi ein Monopol auf die Meinungsbildung besitzen. Durch diese Markteintrittshürden teilen sich einige Anbieter den klassischen Medienmarkt untereinander auf. In Österreich wird diese Konzentration besonders deutlich durch die Austria Presse Agentur (APA). Ihre Genossenschafter sind einige Verlagsgruppen mit 15 österreichischen Tageszeitungen und der ORF (Offenlegung/Impressum, Firmenbuchnummer: 93359v).

Diese Konzentration auf einige wenige Unternehmen, die Medienoligarchie, hat allerdings direkte Auswirkungen auf die Meinungsvielfalt. Leser, Zuhörer und Zuseher verteilen sich dadurch auf wenige Anbieter, die so jeweils enorme Reichweiten erzielen können. Durch die hohe Verbreitung können diese Medien dann direkt Einfluss auf die Meinungsbildung nehmen, bis hin zur „veröffentlichten Meinung“, die einen Wunschzustand darstellt, bei der der Berichterstatte seine eigene Meinung als Allgemeingut und gesellschaftlichen Konsens darstellt, mit der Absicht, so direkt Einfluss auf die öffentliche Meinung zu nehmen.

In ihrer täglichen Arbeit übernehmen die Medien die Aufgabe eines Gatekeepers, der entscheidet, welche Nachrichten die Leser erreichen und wie diese gewichtet und interpretiert werden (vgl. White 1950). Jedes Medium folgt bei der Auswahl und Interpretation von Informationen einer Unternehmenslinie, die vom Herausgeber festgelegt wird. Anhand dieser generellen Norm wird entschieden, welche Informationen den Weg in die Berichterstattung finden und so den Bürger überhaupt erreichen. Aufgrund der Möglichkeit, die öffentliche Meinung prägen zu können und gestaltend im politischen Diskurs mitwirken zu dürfen, definieren sich die Medien gerne als vierte Macht im Staate. Allerdings unterwerfen sich Redaktionen auf publizistischer Ebene bestimmten, selbstauferlegten Richtlinien, einem Pressekodex oder Ehrenkodex, in dem Arbeitsweise und Verhaltensnormen vorgeschrieben werden. Jede einzelne Meldung muss überprüft und recherchiert sein, jede Meinung durch ihre Gegenmeinung in Relation gestellt werden, jede Nachricht und alle Fakten deutlich von Meinungen und Kommentaren abgegrenzt werden. Der Rezipient geht davon aus, dass die Meldungen überprüft und wahrheitsgemäß dargestellt werden, daher wird den Massenmedien auch eine hohe Glaubwürdigkeit zuerkannt.

Primäre Aufgabe der klassischen Medien mit ihren Redaktionen ist die Sichtung, Bewertung und Kontrolle von Informationen. Aus der fast unendlich erscheinenden Fülle an täglichen Meldungen wird entschieden, welche Informationen überhaupt die Öffentlichkeit erreichen. Neben dem Filtern von Nachrichten werden durch Recherchen gezielt die Tätigkeiten von Politikern und Unternehmen kontrolliert. Neben ihrer kontrollierenden Funktion berichten Medien aber auch über die politischen Konzepte, die Entscheidungen und Planungen einzelner Parteien und Politiker und werden somit Mittler zwischen den gewählten Vertretern und der öffentlichen Verwaltung auf der einen Seite und dem Wahlvolk auf der anderen Seite. Je einflussreicher ein Medium ist, desto stärker wird neben der kontrollierenden Funktion die gestalterische Möglichkeit, direkt auf die Entscheidungen der politischen Prozesse und ihre Repräsentanten Einfluss zu nehmen. Um nun diesen gestalterischen Einfluss zu steigern, gilt es die Reichweite zu steigern, denn je höher die Beachtung eines Mediums ist, desto größer sind die Möglichkeiten, gestalterisch im Sinne des Herausgebers tätig werden zu können.

Die Jagd nach der Quote

Mit der Reichweite steigt nicht nur die politische Bedeutung eines Mediums, sondern sie ist gleichzeitig die Basis für die Finanzierung und das wirtschaftliche Überleben des Mediums. Der Preis für eine Werbeschaltung, die Schaltkosten, richten sich jeweils nach der Verbreitung und steigen folglich mit der Reichweite. Je höher die Marktdurchdringung ist, desto höher sind die Werbeerlöse. Die Hauptkunden, die die Medien finanzieren, sind jene Unternehmen, Parteien und Politiker, die eigentlich kontrolliert werden sollten.

Die Unabhängigkeit der Medien ist nur garantiert, wenn sie wirtschaftlich nicht von einer Stelle abhängig sind. Daher erfolgen Zusammenstellung und Gestaltung des Mediums auch im Hinblick auf deren Vermarktbarkeit. So manche seriöse Information ist auf dem Altar des Populismus geopfert worden, und das Schielen auf die Quote oder Auflage hat so manche Geschichte ans Tageslicht gezerrt, die besser im Schatten der Privatsphäre verblieben wäre.

Die privat finanzierten Medien müssen ihre Käufer finden und unterliegen damit gleichen Regeln wie die Politiker auf der Suche nach den Wählermehrheiten.

Das Internet

Mit dem Internet als weltweitem Datennetz haben die klassischen Medien einen neuen Distributionskanal gewonnen, der jedoch aufgrund der Angst vor allem Neuen – und um die etablierten Distributionskanäle nicht zu kannibalisieren – nur zögerlich genutzt wird. Radio und TV können statt über Funk nun auch über das Netz ausgestrahlt werden, und Zeitungen und Magazine können nicht nur per Post und Boten, sondern auch elektronisch verbreitet werden. Das Internet vereint alle Vorteile der klassischen Massenmedien in sich: Nachrichten können, wie bei den elektronischen Medien (z.B. Radio), in Sekundenschnelle verbreitet werden, Gefühle können genauso wie in Film und TV transportiert werden, Stimmungen und grandiose Bilder finden wie in den Magazinen ihre Leser, und Nachrichten können in aller Tiefe mit allen Hintergrundinformationen analysiert und kommentiert werden wie in den Printmedien.

Die Innovation, die den Medien im Internet erstmalig in dieser Form zur Verfügung steht, ist ein direkter Rückkanal, bei dem der Konsument ohne Medienbruch zeitnah reagieren kann, seine Zustimmung oder aber seine eigene Meinung ausdrücken kann, um diese dann sogar direkt mit allen anderen Konsumenten auszutauschen. Keine der bisherigen Mediengattungen hatte bisher so unmittelbar Kontakt zu ihren Nutzern. Ein bidirektionaler Dialog der Nutzer mit ihren Medien war nicht möglich. Brief und Telefon waren die einzigen Möglichkeiten, um mit den Redaktionen Kontakt aufzunehmen. Leserbriefe sowie die Seher- und Hörerreaktionen sind als Meinungsbild nicht in den Markt zurückgeflossen, sondern dienen (neben der Marktforschung) maximal den Redaktionen als eine Form des Feedbacks. Die öffentliche Meinung wurde nur in Form einer veröffentlichten Meinung dargestellt, die eines der Instrumente war, um Meinungsbildung zu betreiben. Leserbriefe, die veröffentlicht wurden, wurden unter diesem Gesichtspunkt ausgewählt.

Mit dem Internet kann der Leser das passive Eck des Konsumenten verlassen und aktiv in den Berichterstattungsprozess eingreifen. In Echtzeit können Berichte und Meldungen kommentiert werden, Fakten korrigiert und richtiggestellt werden, Meinungen bestärkt oder verrissen werden. Der Redakteur muss sich einem öffentlichen Diskurs stellen. Zumeist besteht direkt im Anschluss an eine Meldung die Möglichkeit für den Leser, diese zu kommentieren und zu diskutieren. Diesen Diskussionsbeitrag können wiederum andere Leser kommentieren. So entsteht ein direkter Diskurs zwischen Redakteur und Leser, indem die Arbeit der Journalisten einer steten Kontrolle durch ihre Rezipienten ausgesetzt ist. Diese Leserbeteiligung ist anonym oder nur für registrierte Nutzer möglich. Die einzelnen Beiträge werden jedoch zumeist gegengelesen, um eine gewisse Kontrolle über die sogenannten Postings zu behalten.

Bei Internetangeboten, bei denen die Nutzer keine Möglichkeit bekommen, sich aktiv zu beteiligen, kann die Diskussion dadurch nicht unterbunden werden, sondern wird lediglich auf andere Plattformen verdrängt, auf die der Verlag dann noch weniger Einfluss hat.

Die Demokratisierung der Berichterstattung

Neben den klassischen Massenmedien können alle Internetnutzer das Web selber als Plattform zum Publizieren nutzen, ohne durch irgendwelche technischen oder finanziellen Barrieren gehindert zu sein. Unter dem Begriff „Web 2.0“ werden jene Techniken zusammengefasst, die es jedem Nutzer ermöglichen, vom Konsumenten selber zum Verleger zu werden [siehe dazu den Beitrag von Mirko Tobias Schäfer in diesem Band, Anm. d. Hg.]. Waren bisher hohe Investitionen notwendig, so kann man im Web ohne jegliche Aufwände mittels kostenloser Angebote beginnen, Nachrichten zu posten, die unmittelbar weltweit abrufbar sind. Wer ein eigenständiges Angebot produzieren möchte, das für andere Nutzer nicht von den Angeboten der professionellen Medien zu unterscheiden ist, kann dies erreichen, ohne dass relevante Kosten anfallen. Im Netz steht die millionenschwere Verlagsseite gleichrangig im Wettbewerb mit der privaten Amateurseite: Dadurch ist die private Seite ein gleichwertiger Mitbewerber um die Gunst der Leser.

Im Internet kann jeder seine Meinung äußern und die gleichen Rezipienten erreichen, die auch die Massenmedien ansprechen, dies allerdings ohne große Hürden, wie Lizenzen oder hohe Investitionssummen in eigene Infrastruktur überwinden zu müssen. Damit wurden die Berichterstattung und das Meinungsmonopol aus den Händen einiger Weniger, sprich der Massenmedien, gerissen.

Waren die Einzugsgebiete bisher räumlich beschränkt, so ist kaum aufgefallen, dass ein großer Teil der Nachrichten von einer überregionalen Mantelredaktion oder von Agenturen angeliefert wurde. Im Netz werden diese Angebote dadurch jedoch zu austauschbaren Einheitsprodukten. Da die Agenturen diese Nachrichten auch privaten Websitebetreibern anbieten, oder aber Nachrichten einfach abgeschrieben werden, wird dieser Eindruck noch verstärkt. Die klassischen Medien haben so schrittweise ihr Informationsmonopol im Netz verloren (vgl. Pew Research Center 2008). Heute gibt es keinen Internetnutzer mehr, der sich ausschließlich bei einem Medium informiert. Waren es die Zeitungen, die den Nachrichtenmix produziert haben, so sorgt jeder Leser heute für seinen individuellen Mix, indem er mehrere Informationsquellen parallel nutzt.

Blogger im Zeitalter der Realtime-News

Das Internet, als reine Infrastruktur, ist ein weltweites Datennetz von vernetzten Computern und Rechnernetzwerken zum Datenaustausch mittels technisch normierter Internetprotokolle. Es ermöglicht die Nutzung von Internetdiensten und hat eine Menge an neuen Medienformen hervorgebracht, die in Summe so wichtig geworden sind, dass man heute die Online-Medien selbst als eigene Mediengattung ansieht.

Am weitesten verbreitet sind die unzähligen (Web-)Blogs, die Internettagebücher, in denen User ihren täglichen Kommentar über die Welt aus ihren Augen abgeben (vgl. <http://cmscrawler.com/>). Rein subjektiv gefärbt wird über alles und jeden geschrieben, und diese Gedanken werden im Web veröffentlicht.

Die meisten Blogs sind auch nur so interessant wie Tagebücher – sie sind maximal für die direkte Umgebung von Interesse. Entsprechend gering sind damit auch die Anzahl der jeweiligen Leser der einzelnen Blogs. Die meisten Leser werden durch Mundpropaganda auf einzelne Beiträge oder einzelne Blogger aufmerksam (gemacht).

Bei Blogs, die sich bestimmten Themen widmen und über einen Zeitraum hinweg regelmäßig in gleichbleibender Qualität geschrieben werden, kann eine wachsende Fangemeinde entstehen, die regelmäßig deren Beiträge liest. Gerade bei Special-Interest-Themen haben Blogger den klassischen Medien den Rang abgelaufen (siehe z.B. <http://techcrunch.com/>). Hier steht nicht mehr das Medium für den Inhalt, sondern der einzelne Redakteur oder Blogger. Die einzelnen Einträge sind für jedermann sichtbar und über Suchmaschinen auffindbar, wenn man Beiträge zu einem Thema sucht.

Auch wenn die große Mehrheit an Blogs das Niveau privater Tagebücher nicht übertrifft und diese kaum Beachtung finden, so liegt die Stärke der Blogs darin, dass abertausende Blogger

täglich über alles und über jeden schreiben. Wenn irgendwo auf der Welt etwas passiert, irgendein Blogger wird es mitbekommen und darüber schreiben. Die Frage ist nicht, ob über ein Thema ein Blog geschrieben wurde. Zu jedem Thema gibt es den Spezialisten, der darüber in seinem Blog schreibt. Die entscheidende Frage ist nur, jeweils den richtigen Blog zu finden.

Über Suchmaschinen werden diese Nachrichten dann Bestandteil des individuellen Nachrichtemix. Bei Ereignissen ist mittlerweile sogar ein Wettbewerb ausgebrochen, wie viele Sekunden es dauert, bis das Ergebnis in der Wikipedia dokumentiert ist. Lange bevor die klassischen Massenmedien überhaupt reagieren können, hat die Webgemeinde bereits begonnen, über das Ereignis zu diskutieren. Hierbei werden die Leser zwischen einzelnen Blogs hin und her geschickt und aufgefordert, eine eigene Meinung abzugeben.

Die klassischen Medien mit ihrer Bekanntheit und Glaubwürdigkeit besitzen einen hohen Markenwert unter ihren Lesern, der ihren Webangeboten auch zuerkannt wird. Gerade durch Crossmedia-Angebote gelingt es relativ einfach, im Netz Fuß zu fassen und auch im Internet schnell Leser zu finden. Der Internetuser benutzt zur Orientierung im Netz jedoch neben Linkempfehlungen von Freunden hauptsächlich Suchmaschinen, die für den größten Anteil an Besuchern in den einzelnen Angeboten verantwortlich sind. Bei der Gewichtung der Suchergebnisse spielen bekannte Marken jedoch eine untergeordnete Rolle.

Microblogs als Kurznachrichten

Beim Benutzen von Suchmaschinen muss der User bereits im Vorhinein wissen, welche Informationen er erhalten möchte; d.h. man muss wissen, was man sucht. Suchmaschinen sind daher optimal, wenn man sich konkret informieren oder zu einem Thema recherchieren möchte. Suchmaschinen treten allerdings nicht in Konkurrenz zu den klassischen Massenmedien. Denn das Prinzip von Nachrichten ist, dass die Ereignisse zumeist ungeplant passieren und in Form von aktuellen Meldungen zeitnah zum dahinterliegenden Ereignis verbreitet werden. Die Nachrichtenmeldungen sollen dabei so neutral und objektiv wie möglich präsentiert werden und von Kommentaren deutlich getrennt sein, um dem Rezipienten eine eigene Einordnung zu ermöglichen. Der Nachrichtenkonsument ist daher auf jemanden angewiesen, der das Ereignis mitbekommt und dann davon berichtet. Der Leser möchte eine Zusammenfassung der Ereignisse der letzten Zeit bekommen, wobei der Leser, als Ergebnis unserer schnelllebigen Zeit, viel ungeduldiger geworden ist und viel zeitnäher und in kürzeren Intervallen informiert werden möchte. Eine der primären Aufgaben der Verlage ist die Sichtung und Kanalisierung von Nachrichten.

Im Internet prasseln jedoch unablässig Nachrichten auf den User ein, und es fehlt die Zeit, diese jeweils zu kommentieren oder auch nur zu lesen. Statt unzählige Nachrichtenquellen und Blogger zu beobachten, folgt man nur noch ein paar Microbloggern, die die Funktion des Gatekeepers übernehmen (vgl. Werner 2011). Statt einen ganzen Beitrag im Blog zu schreiben, wird, wie in einem Telegramm, nur noch auf das Ereignis hingewiesen und mit ein paar Stichwörtern der Link zur Nachricht kommentiert. Dem Nutzer ist die Möglichkeit gegeben, einige dieser Microblogs zu abonnieren, um sich so seinen höchstpersönlichen Nachrichtenfeed zu-

sammenzustellen. Hier übernehmen die Microblogger die Aufgabe der Nachrichtenagenturen, die unermessliche Nachrichtenfülle zu sichten, ohne jedoch den gleichen Bedingungen und Regelungen unterworfen zu sein, die für Nachrichtenagenturen und Verlagsangebote gelten. Jeder einzelne Blogger entscheidet für sich persönlich, nach welchen Kriterien die Nachrichtenauswahl erfolgt, entscheidet für sich selber, ob die Nachricht überprüft wurde, entscheidet für sich selber, ob eine Aussage gegengeprüft wurde. Für die Rezipienten besteht im Netz keinerlei Möglichkeit mehr, die Qualität und Glaubwürdigkeit einer einzelnen Meldung oder eines einzelnen Bloggers zu überprüfen, da technisch gesehen keinerlei Unterschied zwischen den einzelnen Webseiten besteht. Beide Seiten stehen gleichrangig im Internet, werden gleichrangig von den Suchergebnissen dargestellt und auch bei den Verlinkungen besteht kein Unterschied zwischen Blogger und Verlag oder Nachrichtenagentur.

Je höher der eigene Anspruch an die redaktionelle Qualität eines Verlages ist, desto neutraler wird versucht, eine Nachricht darzustellen und die Meldungstexte zu formulieren. Der Leser bekommt so den Eindruck, dass es in der eigenen Verantwortung liege, diese Meldung selber in Relation zu anderen Meldungen zu stellen und sich eigenständig eine Meinung zu bilden. Er übersieht hierbei jedoch, dass er ja nur einen gefilterten Nachrichtenstream zu sehen bekommt und die Qualität und Seriosität in der Selektion und Auswahl der Agentur lag und nicht in der Darstellung und Formulierung der einzelnen Meldung. Der redaktionelle Vorgang der Aufbereitung von Nachrichten und Meinungen passiert im Zuge der Gatekeeper-Funktion und nicht im Formulieren: Welche Nachricht wird durchgelassen und welcher Experte kommt zu Wort?

Blogger leben jeweils nach ihren eigenen höchstpersönlichen Regeln und filtern jeweils nach persönlichen Gesichtspunkten. Hierbei sind sie keinerlei Beschränkungen unterworfen und müssen sich auch nicht gegenüber Ethikkommissionen oder dergleichen rechtfertigen. Frei nach dem Motto „Der Zweck heiligt die Mittel“ kann jeder Blogger seine persönlichen Ziele verfolgen und versuchen, seine Leser und damit seinen Einfluss zu maximieren. Für den User besteht damit die Gefahr, der ja von einer neutralen Berichterstattung aufgrund der neutralen Sprache von Qualitätsmedien ausgeht, nur ein gefiltertes Bild der Nachrichtenlage, ohne die persönlichen Filter der Blogger zu kennen, zu erhalten. Im besten Fall erfolgt eine unqualifizierte Auswahl aufgrund von Dilettantismus eines einzelnen Bloggers. Im schlimmsten Fall können, wenn ein Blogger bestimmte Interessen von Lobbygruppen verfolgt, manipulierte und gefälschte Nachrichten verbreitet werden. Gezielt werden hier dann Blogger von Werbeagenturen zu Werbezwecken genutzt, um Werbeaussagen getarnt als Meldungen zu verbreiten. Das Gleiche gilt bei politischen Auseinandersetzungen wie z.B. in Krisengebieten. Problematisch für den User ist, dass Blogger genauso schnell wieder verschwinden, wie sie auftauchen können. Es besteht keine langjährige Tradition oder ein Markenwert, den man als Qualitätsmerkmal heranziehen kann. Der Leser ist selber verantwortlich, die Qualität der Quelle, die Seriosität und Professionalität jedes einzelnen Bloggers, dem er folgt, zu beurteilen, um nicht jeder „Zeitungssente“ aufzusitzen.

Veröffentlichte Privatsphäre in Sozialen Netzwerken

Das Privatleben von „Personen des öffentlichen Lebens“ war schon immer – zumindest teilweise – eingeschränkt. Es muss im öffentlichen Interesse sein, wenn die Massenmedien über einzelne Aspekte des Privatlebens berichten wollen. Alle anderen Bereiche bleiben weiterhin durch die Privatsphäre geschützt.

Bei Personen, die in ihrer Funktion als leitende Angestellte oder Politiker häufig öffentliche Auftritte wahrnehmen und im Namen ihrer Unternehmen bzw. Parteien Statements abgeben, geht somit die Grenze, was privat und was öffentlich ist, verloren. Öffentliche Auftritte im Privatleben werden wie alle anderen öffentlichen Auftritte bewertet und unterliegen nicht dem Schutz der Privatsphäre, da alles, was sie tun und sagen, dem Unternehmen oder der Partei zugerechnet wird. Diese Personen haben damit keine Möglichkeit mehr, privat eine anders lautende Meinung als die veröffentlichte Meinung der Organisation zu haben. Diese Einschränkung gilt jedoch nur für die wenigen öffentlichen Repräsentanten einer Organisation. Für alle anderen Menschen gibt es eine private Meinung, die im Privatleben gilt und die nicht mit jener der Firma, in der sie arbeiten, übereinstimmen muss.

In Sozialen Netzwerken wird die Grenze zwischen privat und öffentlich jedoch weitaus schneller aufgelöst. Wenn Soziale Netzwerke wie Microblogs (z.B. Twitter) sowohl beruflich wie privat genutzt werden und man in beiden Sphären mit der gleichen Identität aktiv ist, ist die Privatsphäre verloren. Alle privaten Postings stehen gleichrangig neben den dienstlichen Äußerungen. Vergleichbar wäre dies mit der Situation, wenn man alle privaten Briefe mit dem Geschäftspapier schreiben müsste.

Da ein Nutzer jedoch mehrere Accounts betreiben kann, besteht die Möglichkeit, im Netz zwischen den verschiedenen privaten und öffentlichen Rollen, die er einnimmt, zu unterscheiden. Mehrere Accounts, über die man sich öffentlich zu jeweils einem Thema äußert und einen Account, der zum Austausch von privaten Meldungen genutzt wird. Somit werden professionell aufbereitete Nachrichten nicht mit belanglosem Gezwitscher (Tweets und Statusmeldungen), Privatmeinungen nicht mit offiziellen Äußerungen vermischt. [*Vgl. zur Frage des Rollenmanagements den Beitrag von Ulrike Hugl in diesem Band, Anm. d. Hg.*]

In diesem Sinne ist es problematisch, wenn der User durch den technischen Betreiber gezwungen wird, nur mehr einen Account nutzen zu dürfen, und alle Postings unter einer Identität verfassen muss. Private Meinung, ein persönlicher Witz und ein fachlicher Beitrag stehen dann gleichwertig nebeneinander.

Das Internet als globales Gedächtnis

Unabhängig von der Problematik, wie Soziale Netzwerke im beruflichen Umfeld eingesetzt werden – dies wird sich arbeitsrechtlich regeln lassen –, stehen wir an einem Scheideweg, wie wir in Zukunft das Recht auf Privatsphäre erhalten können. Mit der Vernetzung ist technisch etwas passiert, auf das es gesellschaftspolitisch und soziologisch noch keine Antwort gibt und über dessen Konsequenzen wir uns noch gar nicht bewusst sind. Jeder von uns hinterlässt stän-

dig Daten im Netz. Zunächst wären da die von uns bewusst gesetzten Spuren, wie unsere Postings, Kommentare und Tweets, die wir zwar wissentlich produzieren, über deren öffentliche Wirkkraft und Nachhaltigkeit wir jedoch keinerlei Vorstellung haben. Jede Einzelmeldung, egal wann und in welchem Zusammenhang und Umfeld getätigt, steht für immer im Raum, so als ob sie gerade jetzt getätigt worden wäre. Wir lernen, dass Persönlichkeiten der Geschichte und deren Tätigkeiten immer nur aus dem Blick der damaligen Zeit bewertet werden dürfen. Eine Gnade, die für unsere Postings und Meinungsäußerungen nicht gilt. Egal in welchem Gemütszustand wir posten oder welches emotionale Ereignis eine Aussage motiviert hat – der Satz als Einzelnes bleibt für immer genau so stehen, wie dieser verfasst wurde, und kann jederzeit zitiert und, was noch viel schlimmer ist, interpretiert werden. Wir hören zwar öfters, dass das Netz nie vergisst, aber über die Konsequenzen, was das für jeden Einzelnen von uns bedeutet, machen wir uns kaum Gedanken, sondern posten fleißig weiter, diskutieren fleißig weiter, kommentieren fleißig weiter. Mit dem Internet sind die Dimensionen Raum und Zeit verloren gegangen. Egal wann und wo ich etwas gesagt habe, ob in der Arbeit, im Urlaub, im Ausland, heute oder vor Jahren, die Information steht jetzt und hier zur Verfügung.

Ein Netz mit unseren Freunden

Neben den Daten, die jeder einzelne Nutzer aktiv selber produziert, entstehen darüber hinaus ununterbrochen Daten durch Dritte.

Fotos, die Freunde aufgenommen haben und posten, dokumentieren für alle Zeit, wann man wo mit wem war. Diese Fotos von Dritten können aufgenommen und publiziert werden, ohne dass der Einzelne davon überhaupt erfährt. Fotos können somit im Netz willkürlich kommentiert und diskutiert werden.

Aus Bequemlichkeit oder unwissentlich werden gesamte Adressverzeichnisse und Kalender, mit Namen, Adressen, Geburtsdaten etc. Anbietern zur Verfügung gestellt, die damit sämtliche Kontakte und Freunde kennen, ohne dass man selber dort Mitglied wäre. [Vgl. zum „Social Engineering“ den Beitrag von Innerhofer-Oberperfler in diesem Band, Anm. d. Hg.]

Tratsch und „Hörensagen“ erhält eine völlig neue Dimension. In Online-Diskussionen wird der einzelne Nutzer zur Unterstützung einer Aussage virtuell als Zeuge hinzugezogen, ohne selber überhaupt von dieser Diskussion etwas zu erfahren. Postings Dritter an die (Social Media) Wall oder an den Twitter-Feed eines Nutzers werden von den Lesern oft so interpretiert, als ob der User dies selber gepostet hätte, frei nach dem Motto „Da die Aussage auf der Wall oder im Feed des User steht, scheint dieser zuzustimmen“ – ohne dass der User diese Postings jedoch verhindern könnte.

Mit den Smartphones sind Fotoapparat bzw. Filmkamera heute jederzeit dabei. Da das Phone noch dazu ständig mit dem Internet verbunden ist und es direkt Fotos und Videos live in das Internet und die Sozialen Netzwerke übertragen kann, ohne sich extra einloggen zu müssen, entsteht hier eine neue Form von Live-Berichterstattung, die nicht nur bei politischen Auseinandersetzungen und polizeilichen Übergriffen eine neue Form von Öffentlichkeit geschaffen hat. Gerade bei Jugendlichen häufen sich die Fälle, in denen Mobbing zu einer Art neuem

Internet-Pranger wird. Gewaltexzesse, Saufereien, sexuelle Übergriffe werden gefilmt und im Internet veröffentlicht, ohne dass die Opfer die Möglichkeit haben einzuschreiten und dagegen etwas zu unternehmen. Welcher Schaden mit aus dem Kontext gerissenen Zitaten angerichtet werden kann, ist hinlänglich bekannt: Durch den Umstand, dass Zeit und Raum mit dem Netz technisch verloren gegangen sind, wird diese Unsitte zur Normalpraxis.

Ein Netz aus vielen Datenquellen

Eine dritte Gruppe von Daten sind jene Daten, die automatisch im Hintergrund über den User generiert werden und im Zuge der Überwachung anfallen. Alle Geräte protokollieren ständig alles, was wir machen, wo wir uns bewegen, mit wem wir kommunizieren. Immer mehr Geräte kommen dazu, die Daten und Profile über uns generieren. Mit dem Handy haben wir einen Peilsender in der Tasche, der bei Smartphones nicht nur beim Telekomprovider ein Bewegungsprofil von uns ermöglicht. Via App können zahlreiche Anbieter diese Information über uns generieren. Nicht nur die Fotokamera versteckt die genaue Position und Zeit der Aufnahme im Foto. Eine Information, die, wenn das Bild einmal im Internet gelandet ist, von jedem ausgelesen werden kann.

Nicht nur der Routenplaner gibt unsere Fahrtstrecken dem Anbieter preis. Da diese Technik vorhanden ist, wird die Ortung des Fahrzeugs gleich in immer mehr Autos direkt eingebaut, damit Versicherungen und Werkstätten diese Informationen auch zur Verfügung haben. Mit dem Internet der Dinge werden immer mehr Haushaltsgeräte ihre Informationen im Netz preisgeben. Diese Liste ließe sich beliebig fortsetzen, da wir ja von immer mehr „smarten Geräten“ umgeben sind.

Durch die technische Innovation und die fortschreitende Vernetzung unseres Lebens ist die Privatsphäre verloren gegangen, und erst jetzt beginnt langsam eine gesellschaftspolitische Diskussion, wie wir eine menschenrechtskonforme Privatsphäre zurückgewinnen könnten. Die Vertreter des Staates und die Betreiber unterstellen in der Diskussion immer den Best Case und verharmlosen die Gefahren, damit es zu keinen Reglementierungen der technischen Innovationen kommt und der Datenhunger weiter ungebremst gestillt werden kann.

Data-Mining durch Verknüpfen und Interpretieren

All diese Daten sind wertvoll geworden, weil sie verknüpfbar sind und neben Behörden auch von Konzernen und Verbrechern für ihre Zwecke genutzt und missbraucht werden können. Uns fehlt nur die Vorstellung darüber, was mit all diesen Daten gemacht werden kann. So war früher der Eintrag von Name und Adresse im Telefonbuch verpflichtend. (Eine Geheimnummer kostete extra und musste extra beantragt werden.) Man hatte doch auch ein eigenes Interesse, gefunden zu werden, damit man angerufen werden konnte. Wer den Namen und den Ort kannte, konnte die Adresse und Telefonnummer in dem öffentlichen Verzeichnis, sprich dem Telefonbuch finden. Heute sind diese Informationen im Netz zu finden. Man kann jemanden suchen, ohne den Ort zu kennen, und findet so zum Beispiel auch heraus, ob die gesuchte Person mehrere Wohnsitze hat, oder es besteht die Möglichkeit, gleich nach Personen mit mehre-

ren Wohnsitzen zu suchen. Eine Information, die frei interpretiert und genutzt werden kann. Mit dem Wissen über die Adresse kann nun mittels Google Maps herausgefunden werden, wie die Wohngegend ist, und ohne vom Schreibtisch aufstehen zu müssen können Luftbilder des Hauses und der Umgebung betrachtet werden. Nur wer Böses denkt, könnte diese Information zum Erkunden von Fluchtwegen und Einstiegsmöglichkeiten nutzen. Mittels Google Streetview kann jeder einen Blick auf die Fassade und die geparkten Autos werfen. Über die Adresse ist auch sogleich die Information gegeben, welche Gewerbebetriebe an dieser Adresse gemeldet sind, oder es können Fotos, die mit dieser Adresse verbunden sind, betrachtet werden. Mehr noch, mit ein bisschen mehr Aufwand sind eventuell sogar die Postings in Foren und in Sozialen Netzwerken, die von dieser Adresse aus gemacht wurden, auffindbar.

Global gesehen sind wir nur ein Sandkorn, doch dank Suchmaschinen und Social-Media-Tools sind wir und alle Informationen, die irgendwo über uns gespeichert sind, für den, der etwas über uns als Einzelperson erfahren möchte, auf Knopfdruck und ohne Aufwand und Kosten jederzeit verfügbar, frei zur weiteren Verwendung und Interpretation.

Ausblick

Das Funktionieren einer bürgerlichen, demokratischen Gesellschaft setzt das Recht auf Privatsphäre und das Recht auf Information voraus. Deshalb gibt es allgemein anerkannte Menschenrechte. Die Abwägung, welchem Recht im Einzelfall der Vorzug oder der höhere Stellenwert eingeräumt wird, ist eine Frage der jeweiligen Gesellschaft. In unserer Gesellschaft hat die Privatsphäre derzeit einen sehr hohen Stellenwert, wir sind jedoch von der technischen Entwicklung überrollt und bemerken gar nicht deren Auswirkungen. Privatsphäre ist wie Luft, man vermisst sie erst, wenn sie weg ist.

Literatur

Bill of Rights (1791): 4th Amendment.

Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen (1789): Artikel 11.

Freedom of Information Act (1966): 5 U.S.C. § 552.

Virginia Declaration of Rights (1776): Article 12.

Werner, Karsten (2011): *Twitter als Alternative zu RSS-Readern*. Abgerufen unter: <http://netzwertig.com/2011/10/26/sorge-um-die-zukunft-des-google-reader-twitter-als-alternative-zu-rss-readern/> [Stand vom 10.07.2012].

White, David M. (1950): „The Gate Keeper“. A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*, 27 (3), S. 383–390.

Weblinks

<http://cmscrawler.com/tool/> [Stand vom 10.07.2012].

[http://techcrunch.com/Pew Research Center \(2008\): *Internet Overtakes Newspapers As News Outlet*.](http://techcrunch.com/Pew_Research_Center_(2008):_Internet_Overtakes_Newspapers_As_News_Outlet.) Abgerufen unter: <http://www.people-press.org/2008/12/23/internet-overtakes-newspapers-as-news-outlet/> [Stand vom 10.07.2012].