Zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit. Soziale (digitale) Netzwerke aus philosophischer Sicht. In: Forschung & Lehre 3/2011

#### STANDPUNKT

Christoph Markschies

173 Das mit der Didaktik

NACHRICHTEN

176 Schavan regt Gründung von Bundesuniversitäten an

Boris Holzer

Sozialkapital oder Hypothek?

Die Ambivalenz der Netzwerke

Nikolaus Forgó | Tina Krügel

182 Mit oder ohne Zustimmung?

Soziale Netzwerke und der Datenschutz

Pro & Contra

186 Brauchen Wissenschaftler Facebook, Twitter und Co.?

Simone Dietz

Zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit

Soziale (digitale) Netzwerke aus philosophischer Sicht

Uwe Hasebrink

Identität, Beziehung und Information

Wer nutzt soziale Netzwerke?

Nicola Döring

Pflege von sozialen Kontakten und Beziehungen

Zur Psychologie der Netzwerk-Nutzer

Michael Backes

Bild mit Verfallsdatum

Möglichkeiten und Grenzen der Sicherheitssoftware X-pire

#### HOCHSCHULRECHT

**Hubert Detmer** 

18. Jahrgang in Fortführung der Mitteilun-

gen des Deutschen Hochschulverbandes

Herausgegeben im Auftrage des Präsidi-

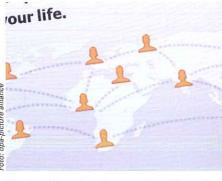
ums des Deutschen Hochschulverbandes

ISSN: 0945-5604; erscheint monatlich

Bernhard Kempen, Univ.-Professor, Dr.

Von "Checks and Balances" an deutschen Universitäten Zu aktuellen Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts

# Soziale Netzwerke



Facebook und andere soziale Netze haben in wenigen Jahren weltweit enorme Reichweiten und einige von ihnen ungeahnte ökonomische Erfolge sowie politische Bedeutung erzielt. Neben den großen Vorteilen wird auch immer wieder vor den Risiken gewarnt. Beiträge zu den vielen Facetten des sozialen Net-7.05

Soziale Netzwerke ..... 180

# Hochschulrecht



Die Freiheit der Wissenschaft muss immer wieder erstritten werden. Gefährdet wird sie aktuell u.a. durch Entwicklungen hin zu einer durch und durch hierarchisierten Hochschule. Dieser aber hat das Bundesverfassungsgericht Grenzen gesetzt. Eine Analyse aktueller Entscheidungen.

Von "Checks and Balances"..... 196

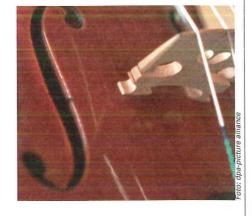


3|11 Forschung & Lehre

Die Rechtsstellung der Hochschullehrer in der Universitätsmedizin hat sich in den letzten Jahren deutlich verändert bedingt durch die rechtliche Verselbständigung der Universitätsklinika und die Einführung von Chefarztverträgen. Aktuelle Urteile stärken die Rechtsstellung der klinisch tätigen Hochschulleh-

Aktuelle Entscheidungen . . . . . . . 214

# Dr. art. und Dr. mus.



Soll es eine "künstlerische Promotion", einen Doktor der Kunst oder der Musik geben? Ist die damit verbundene Entwicklung aus der Sicht der Künste und insbesondere aus der der Wissenschaften gerechtfertigt? Oder ist sie als hochschulpolitische Fehlentwicklung zu beurteilen?

Ein Bärendienst......218

# WISSENSCHAFTSSPRACHE

Konrad Ehlich | Hans Joachim Meyer

202 Das Deutsche und die wissenschaftliche Mehrsprachigkeit Fakten und Forderungen

USA

Christoffer H. Grundmann

205 Wenn Marketing das Sagen hat Strategien universitärer Selbstdarstellung in den USA

#### UNIVERSITÄT

Christiane Bender

206 Studieren bedeutete für mich Aufbruch Impressionen aus der alten und der neuen Universität

Klaus Zierer

210 Janusköpfig

Chancen und Grenzen von Forschungsprojekten

#### MEDIZINRECHT AKTUELL

Dirk Böhmann

Arbeitsrecht in der Hochschulmedizin Aktuelle Entscheidungen zu Chefarztverträgen

## **PROMOTION**

Peter M. Lynen

Die Verleihung des Dr. art. und Dr. mus. Ein Bärendienst für Kunst und Wissenschaft

#### RUBRIKEN

222 Forschung: Ergründet und entdeckt

Zustimmung und Widerspruch

225 Lesen und lesen lassen

Entscheidungen aus der Rechtsprechung

227 Steuerrecht

228 Karriere

Akademischer Stellenmarkt

259 Fragebogen II: Zu Ende gedacht - Hanns Hatt

260 Exkursion

# Design-Konzept

Agentur 42, Mainz

# Titel-Foto:

fotolia/Spectral-Design

Grafik und Lavout

Robert Welker

Weitere Mitarbeiter dieser Ausgabe: Kathrin Hofmann, Dr., Rechtsanwältin im

Deutschen Hochschulverband Ulrike Preißler, Dr., Rechtsanwältin im Deutschen Hochschulverband Birgit Ufermann, Rechtsanwältin im Deutschen Hochschulverband

Beiträge, die mit Namen oder Initialen des Verfassers gekennzeichnet sind, stellen nicht in jedem Falle die Meinung der Re daktion oder des Herausgebers dar. Für unverlangt eingesandte Manuskripte kan keine Haftung übernommen werden.

»Pronuntiatio sermonis in sexu masculino ad utrumque sexum plerumque porrigitur.« (Corpus Iuris Civilis Dig. L, 16, 195) Zitierweise: Forschung & Lehre

Verlag und Redaktion:

Rheinallee 18-20, 53173 Bonn Tel : (02 28) 902 66-15 Fax: (02 28) 902 66-90

E-Mail: redaktion@forschung-und-lehre.de Internet: www.forschung-und-lehre.de

#### Druck:

Saarländische Druckerei und Verlag GmbH, 66793 Saarwellingen

Abonnement 70,00 Euro zzgl. Porto. Für Mitglieder des DHV durch Zahlung des Verbandsbeitrages. Einzelpreis 7,00 Euro zzgl. Porto.

#### Bankverbindung:

Commerzbank AG Bonn Kto.-Nr. 0 268 367 200 | BLZ 370 800 40

#### Anzeigenabteilung Gabriele Freytag, Tel.: (0228) 902 66-39

Angelika Miebach, Tel.: (0228) 902 66-23 Rheinallee 18, 53173 Bonn Fax: (0228) 902 66-90 E-Mail: anzeigen@forschung-und-lehre.de

Preisliste Nr. 40 vom 1.1.2011

Forschung & Lehre wird auf chlorfreiem Papier gedruckt und ist recyclebar

# Druckauflage

28.860 Exemplare (IVW 4/2010)



Vizepräsidenten: (1. Vizepräsidentin)

(43 Jahrgänge)

Präsident:

Johanna Hev. Univ.-Professorin, Dr.

**Deutscher Hochschulverband** 

Bernd Helmig, Univ.-Professor, Dr. Josef Pfeilschifter, Univ.-Professor, Dr. Ilona Rolfes Univ.-Professorin, Dr. Ulrich Schollwöck Univ-Professor Dr. Daniela Wawra, Univ.-Professorin, Dr.

#### Ehrenpräsident

Hartmut Schiedermair, Univ.-Professor, Dr.

#### Geschäftsführer: Michael Hartmer, Dr.

Geschäftsstelle des

#### Deutschen Hochschulverbandes Rheinallee 18, 53173 Bonn,

Internet: www.hochschulverband.de

E-Mail: dhv@hochschulverband.de

#### Forschung & Lehre Kuratorium:

Manfred Erhardt, Professor, Dr. Wolfgang Frühwald, Univ.-Professor, Dr. Horst-Albert Glaser, Univ.-Professor, Dr. Peter Heeser Max G. Huber, Univ.-Professor, Dr. Hans Mathias Kepplinger, Univ.-Professor, Dr., Steffie Lamers Franz Letzelter, Dr Reinhard Lutz, Dr.

Kurt Reumann, Dr. Joachim Hermann Scharf, Prof. Dr., Dr., Dr., h.c. Hartmut Schiedermair Univ-Professor, Dr. Andreas Schlüter, Dr. Joachim Schulz-Hardt, Dr Hermann Josef Schuster, Dr Werner Siebeck Margret Wintermantel, Univ.-Professor, Dr.

## Redaktion:

Karl-Heinz Reith

Felix Grigat, M. A. (verantwortl, Redakteur) Michael Hartmer, Dr. Friederike Invernizzi, M.A. Ina Lohaus Vera Müller, M. A

# Zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit

Soziale (digitale) Netzwerke aus philosophischer Sicht

SIMONE DIETZ | Was ist privat, was öffentlich? Die Grenzlinie verschwimmt zusehens. Mehrdeutigkeit hat das Sagen, in der analogen Welt ebenso wie in der digitalen. Problematisch wird dies aber dann, wenn sie von den Beteiligten nicht durchschaut wird. Ein Beitrag zur besseren Unterscheidung.

st eine Kneipe ein öffentlicher Ort?
Wer sie aufsucht, muss damit rechnen, dort beliebigen Personen zu begegnen, während Gespräche durch einen akustischen Paravent aus Hintergrundmusik meist so verdeckt werden, dass privat bleiben kann, was man seinem Gegenüber mitteilt. Die Wirtin, die dem betrunkenen Gast den Zutritt verweigert, macht ihr privates Hausrecht geltend, der Journalist, der über prominente Besucher berichtet, beruft sich

auf öffentliches Interesse. Eine Kneipe ist ein Ort zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit: für die Gäste ein öffentlicher Raum des Sehens und Gesehenwerdens, in dem sie gleichwohl private Gespräche führen möchten; für die

Wirtin privates Eigentum, das sich für sie dann richtig bezahlt macht, wenn es zu einer 'öffentlichen Institution' geworden ist.

Eine ähnlich mehrdeutige Stellung nehmen soziale Netzwerke ein. Mit der Eingrenzung auf Mitglieder handelt es sich um private Gemeinschaften, intern können Netzwerke die Funktion einer Gruppenöffentlichkeit haben, in der die Mitglieder sich vor anderen darstellen und Aufmerksamkeit und Anerkennung erfahren oder sich über gemeinsame Ziele verständigen. Problematisch wird die Mehrdimensionalität privater und öffentlicher Bezüge erst dann, wenn sie von den Beteiligten nicht durchschaut wird oder dazu führt, dass ihre Handlungen gegenläufige Effekte erzeugen.

#### **Eindruck wirksamer Kontrolle**

Wer würde eine Kneipe aufsuchen, von der bekannt wäre, dass ihr Besitzer alle Gespräche, die dort geführt werden,

»Ohne Aufmerksamkeit von anderen wäre unser privates Leben ein steriles Vakuum einsamer Verrichtungen.«

aufzeichnen lässt, um die Informationen nach eigenem Gutdünken an andere weiterzugeben? Tatsächlich geht Facebook, der Plattform-Betreiber des derzeit größten sozialen Netzwerks im Internet, genau so vor. Doch das hält Millionen Nutzer nicht davon ab, auf Facebook private Informationen preiszugeben. Teilweise geschieht dies aus Unkenntnis darüber, dass sie mit ihrer Mitgliedschaft dem Betreiber ein Nutzungsrecht an allen dort "geposteten" In-

halten eingeräumt haben, zum großen Teil aber auch trotz des Wissens darum. Hohe Teilnehmerzahlen und die erfolgreiche Verankerung der sozialen Netzwerke im Alltag vieler (vor allem jugendlicher) Mitglieder machen die Plattform als Kommunikationsforum, als Ort der Selbstdarstellung und der sozialen Kontakte so attraktiv, dass die vom Betreiber verlangte Gegenleistung des uneingeschränkten Nutzungsrechts auf ihre Daten in Kauf genommen wird. Die Möglichkeit, für das eigene Profil, für die kommunizierten Inhalte und Bilder Zugangssperren gegen andere Mitglieder einzurichten, erzeugt den Eindruck einer wirksamen Kontrolle über die eigene Privatsphäre und lässt in den

> Hintergrund treten, dass für den Betreiber keine dieser Sperren gilt. Nicht die Geringschätzung der Privatsphäre ist es, die solches Nutzerverhalten motiviert, sondern die Gering-

schätzung des Risikos und nicht zuletzt der unmittelbar erfahrene Wert des sozialen Netzwerks für das private Leben. Die Tatsache, dass die eigene Kommunikation mit Freunden und Fremden als Datensammlung gespeichert und analysiert, in beliebiger Weise neu verknüpft, als ökonomisches Gut von anderen verwertet und auf dem Markt hoch taxiert wird, bleibt gegenüber dem konkreten Alltagsinteresse am direkten Austausch abstrakt. Unerwünschte Werbung wird von kaum jemandem als ernsthafter Angriff auf die Privatsphäre gefürchtet, während die fehlende Möglichkeit, sich gegen Datenmissbräuche wie Betrug, Verleumdung etc. wirksam zur Wehr setzen zu können, als Sonderproblem eingeordnet wird, das man nicht auf sich selbst bezieht.

#### AUTORIN

Simone Dietz ist Professorin für Philosophie an der Heinrich Heine-Universität Düsseldorf. Ihre Forschungsschwerpunkte sind u.a. Medien und Gesellschaft, die normative Dimension von Lüge und Vertrauen sowie Menschenrechte.

# »Kommunikation mit anderen ist kein Nullsummenspiel.« unbegrenzten Zahl von Personen Einblick in meine Freizeitaktivitäten, meine Vorlieben und Abneigungen oder geeigne

ne Vorlieben und Abneigungen oder meinen derzeitigen 'Beziehungsstatus' zu gewähren, ist kein genereller Verzicht auf Privatsphäre, sondern eine Form ihrer Gestaltung. Die Summe der privaten Informationen über eine Person ist keine endliche, fixierte Menge, die mit jeder Mitteilung spürbar kleiner wird. Sie verändert sich im subjektiven Erleben mit jedem Tag und jeder neuen Entscheidung, auch wenn bestimmte Identifikationsmerkmale als stabile Bezugsgrößen bestehen bleiben. Kommunikation mit anderen ist kein Nullsummenspiel. Beliebig erweiterbar sind allerdings nicht die subjektiven Verfügungsrechte über private Informatio-

Der Wert der Privatsphäre

Die Privatsphäre hat ihren Wert nicht

darin, dass sie um jeden Preis abge-

schottet wird, sondern darin, dass es in meiner Verfügung liegt, mit wem ich sie

teilen möchte und in welcher Weise.

Ohne die Aufmerksamkeit von anderen

wäre unser privates Leben ein steriles

Vakuum einsamer Verrichtungen. Die

Entscheidung, einer großen oder sogar

nen. Wer sie anderen überlässt, gibt etwas ab, was sich nicht an anderer Stelle neu hinzugewinnen lässt. In der alltäglichen Kommunikation er-

scheint der Wert der privaten Informationen flüchtig, die unerbittliche Langfristigkeit gespeicherter Daten wird als solche (zunächst) nicht wahrgenommen. Deshalb wird in der Entscheidung zwischen der Teilnahme an sozialen Netzwerken unter Abtretung privater Verfügungsrechte und dem Verzicht auf Teilnahme zum Schutz eigener Rechte

eher der Verzicht als Einschränkung subjektiver Handlungsmöglichkeiten erfahren.

#### Wirksamer Schutz

Soziale Netzwerke dienen privaten und öffentlichen Zwecken, sie können als Freundschaften eher intrinsischen, als Seilschaften eher instrumentellen Wert für die Beteiligten haben. Das Internet

als technisches Medium solcher Netzwerke kann zwar jedem dieser Zwecke dienen, im Vergleich mit anderen Medien eignet es sich aber für man-

che Zwecke besonders gut, für andere hingegen eher schlecht. Besonders gut geeignet ist es für spontane, dynamische Vernetzungen, für Vernetzung zwischen anonymen Teilnehmern und für globale Reichweiten. Schlecht geeignet ist es als Speichermedium mit Dokumentcharakter für die Flüchtigkeit und Einzigartigkeit des Moments, für die Überschaubarkeit persönlicher Risiken in der alltäglichen Kommunikation und für den Schutz der Privatsphäre im Sinn der Verfügung über persönliche Informationen. Anders als im Umgang mit lokalen privaten oder öffentlichen Räumen haben sich bei der Nutzung des Internets als virtuellem Kommunikationsraum bisher kaum medienspezifische soziale Konventionen und wirksame rechtliche

# »Im Internet haben sich bisher kaum medienspezifische soziale Konventionen gebildet.«

Sanktionsmöglichkeiten zum Schutz privater Rechte gebildet. Die Hoffnung bleibt, dass die Stärke des Internets, dynamische Vernetzungen großer Reichweite herzustellen, dafür genutzt wird, diesen Schutz wirksam einzuklagen.

