

# **Ethiek in de Nieuwe Media**

## **Inhoudsopgave**

Inleiding.....	3
Wat is ethiek?.....	4
Ethische theorieën.....	5
Ethiek in analoge en digitale media .....	7
Ethiek en het internet .....	9
Verantwoordelijkheid .....	11
Oplossingen .....	12
Media Controle .....	13
Quotes .....	15
Bronvermelding .....	16

## **Inleiding**

Het idee voor dit essay ontstond tijdens de minor Content in Motion die ik afgelopen jaar volgde. Gedurende de minor kregen we onder andere de opdracht een fictief online personage te ontwikkelen en ervoor te zorgen dat men dit personage online zou gaan volgen. Uiteindelijk was het de bedoeling dat het personage in een vliegtuig naar Barcelona zou stappen, maar nooit op de bestemming zou aankomen. Een andere opdracht in de module Transmedia was het ontwikkelen van een transmediacampagne, waarbij zich een verhaal ontvouwt over verschillende mediaplatformen. Alles moest zo geloofwaardig mogelijk overkomen. Het moest een originele storyline zijn in het hedendaagse Amsterdam, gebaseerd op een geheel fictief idee of gebaseerd op een bestaande bron, zoals een nieuwsbericht uit de krant of een evenement in de stad. Op basis hiervan moesten we web-presence creëren en crossmedia marketing toepassen om aandacht te trekken. Dit betekende, in essentie, het misleiden van zoveel mogelijk mensen.

Persoonlijk vond ik dit niet prettig om te doen. Ik vroeg me dan ook steeds weer af of dit eigenlijk wel ethisch verantwoord was. Zou dit wel mogen worden aangespoord door de opleiding? Aan de andere kant: *is het huidige digitale medialandschap niet te complex om te bepalen of iets wel of niet ethisch verantwoord is?* Dat is wat ik tijdens het schrijven van dit essay wil gaan onderzoeken.

In dit essay wil ik proberen een helder beeld te schetsen van een vrij wazig onderwerp.

Ik zal beginnen met te definiëren van wat ethiek precies is en leg een aantal basistheorieën van ethiek uit. Ik zal uitleggen waarom de ethiek van de analoge media niet eenvoudigweg is toe te passen op de nieuwe digitale media. In het daaropvolgende hoofdstuk ga ik dieper in op de implicaties die we tegenkomen als we ethiek willen toepassen op de basis van de digitale media, het internet. Vervolgens bekijken we wie er verantwoordelijk zijn voor de ethiekbewaking binnen de digitale media. Tot slot ga ik het hebben over welke maatregelen er al zijn genomen om de ethiek in de digitale media te bewaken en wat voor andere oplossingen er zijn.

## **Wat is ethiek?**

Voordat ik begin met het uitleggen van de implicaties die de nieuwe media met zich meebrengt, zal ik uitleggen wat er precies met ethiek wordt bedoeld.

Ethiek:

- reflectie op moraal (= geheel van normen en waarden). Morele waarden zijn idealen die worden nagestreefd, bijvoorbeeld rechtvaardigheid, verantwoordelijkheid, respect, vertrouwen, etc..
- waarden worden vertaald in concrete normen/regels
- bezinning op morele vraagstukken: wat is goed of slecht voor het menselijk welzijn? (eigenbelang versus algemeen belang – bijvoorbeeld hoge kijkcijfers versus betrouwbare informatie)

Media ethiek is een ethische reflectie op het functioneren van de media.

## Ethische theorieën

In dit hoofdstuk zal ik de meest gebruikte kaders voor ethische reflectie uitlichten. Dit zal meer inzicht geven in hoe we ethische kwesties het beste kunnen benaderen.

- Utilitarisme  
Het utilitarisme (of consequentialisme) is een ethische stroming die de morele waarde van een handeling afmeet aan de bijdrage die deze handeling levert aan het algemeen nut – waarbij onder algemeen nut het welzijn en geluk van alle mensen wordt verstaan. Bij deze methode worden de kosten en baten tegen elkaar uitgewogen.
- Deontologie  
Deontologie (of plichtethiek) is een ethische stroming van absolute gedragsregels die vaak als normen worden gesteld. Iets wat slecht is, is volgens een deontoloog altijd slecht, ook als de uitkomst goed zou zijn.
- Meta-ethische frameworks: absolutisme, relativisme en pluralisme.

Het ethisch absolutisme gaat ervan uit dat er universeel valide normen, waarden, geloven en rituelen bestaan die definiëren wat goed is voor alle mensen, altijd en overal. Iets is goed of slecht. Een middenweg bestaat niet. Op globaal niveau werkt ethisch absolutisme eigenlijk niet; er zijn teveel verschillende culturen, normen, waarden en perspectieven.

Volgens het ethisch relativisme zijn normen, waarden, geloven, rituelen, etc. legitiem binnen een specifieke cultuur. In het feite het andere uiterste, want je omzeilt hiermee de intolerantie van het ethisch absolutisme. Ethisch relativisme gaat er in principe vanuit dat er geen ethisch valide universele normen, waarden en benaderingen bestaan. Ze zijn slechts valide als ze in relatie staan tot een bepaalde cultuur of groep.

Het ethisch absolutisme en ethisch relativisme zijn geen van beide ideale standpunten. De meeste mensen in de Nederlandse cultuur zijn betreft sommige ethische kwesties duidelijk absolutist, en betreft andere hebben zij weer een relativistische tolerantie.

Ethisch pluralisme gaat ervan uit dat ethisch absolutisme goed *kan* zijn, tenminste met betrekking tot de aanname dat er waarden, normen en benaderingen zijn die valide zijn voor alle mensen, overal en altijd. Pluralisten gaan er echter wel vanuit dat het mogelijk is om het interpreteren, begrijpen en toepassen van

deze normen en waarden op verschillende manieren en in verschillende contexten. Verschillende contexten zorgen ervoor dat we dezelfde norm soms op zeer uiteenlopende manieren moeten interpreteren of toepassen.

Maar (het toepassen van) ethisch pluralisme kan niet alle verschillen oplossen die we tegenkomen terwijl uiteenlopende culturen de ethische kwesties van de digitale media benaderen.

- **Feministische ethiek**  
Feministische ethiek bekijkt dilemma's specifiek vanuit een vrouwelijk perspectief.
  
- **Deugdethiek**  
Deugdethiek begint met het uitgangspunt dat het eerste dat we moeten doen als mens zijnde, is perfecte mensen worden. Dit betekent dat we onze belangrijkste capaciteiten als mens moeten ontwikkelen. Volgens Socrates en Aristoteles zijn dit onze capaciteiten om te redeneren. En dan met name praktische redenering. Door onze kennis van realiteit en de mogelijke keuzes die we hebben, verkrijgen we de analyses en ethische subjectiviteit die we nodig hebben om het goede te doen. Voor zowel onszelf als voor anderen.  
Dit houdt ook in dat we in staat zijn om te leren van onze fouten.

## **Ethiek in analoge en digitale media**

In dit essay onderscheid ik de traditionele (analoge) media en de nieuwe (digitale) media.

De nieuwe, digitale media zijn niet zozeer nieuwe vormen, maar eerder verlengstukken van de traditionele media.

Digitale media brengen de traditionele en nieuwe soorten informatie samen. Wat ooit onderscheidende vormen van informatie waren in de analoge wereld (foto's, tekst, muziek) zijn nu niet langer onderscheidend; in feite delen zij nu dezelfde vorm van informatie, hetzelfde medium.

Wat heeft dit voor gevolgen voor de ethiek?

Het komt neer op het volgende: Wat ooit onderscheidende sets van ethische kwesties waren, voegen nu samen - en creëren nieuwe combinaties van ethische uitdagingen waarmee we nog niet eerder geconfronteerd zijn.

Om een voorbeeld te geven: samenlevingen hebben in de loop der tijd relatief stabiele wetten en regels ontwikkeld voor de vraag of iemand zomaar in het openbaar gefotografeerd mag worden. In de Verenigde Staten is dit toegestaan, in Noorwegen moet nadrukkelijk om toestemming worden gevraagd. Om deze foto vervolgens te verspreiden onder een groter publiek, vereist een ander systeem, waarvan de ethische en legale aspecten zijn vastgelegd in de copyrightwet. Maar nu de huidige mobiele telefoons niet alleen beelden kunnen vastleggen maar ook direct versturen naar een distributie medium zoals een Facebook profiel, worden de ethiek van toestemming in fotografie en copyright in publicatie verenigd op nieuwe manieren waarover we nog niet eerder na hoefden te denken.

Al die nieuwe technologische mogelijkheden zorgen ervoor dat men nu veel kwetsbaarder is voor privacyschending.

Op de digitale media kun je niet simpelweg de ethiek toepassen die op de analoge media wordt toegepast.

De manier waarop met een weblog wordt omgegaan is heel anders dan een krant of magazine.

In de Los Angeles Times schreef Josh Friedman een artikel over de ethiek van bloggers die door adverteerders worden betaald om producten te vermelden in hun blogposts. Hij stelt dat het onethisch is reclame te maken voor een product als er niet duidelijk wordt vermeld dat het om een advertentie gaat. Als je een krant leest weet je het je een advertentie bekijkt, maar als een advertentie wordt vermoed als blogpost, is er geen duidelijk onderscheid meer te maken tussen opinie en *product placement*.

Alle nieuwe media tactieken hebben een ding gemeen, en dat is dat ze worden ontwikkeld met de intentie om de lezer/ gebruiker/ luisteraar te misleiden.

Een andere reden waarom de digitale media ethische kwesties bemoeilijkt is omdat digitale informatie “greasy” is. Zodra informatie gedigitaliseerd is, “glijdt” het gemakkelijk en snel overal heen. Informatie wordt zogezegd vloeibaar.

Het is altijd al mogelijk geweest om muziek, films en andere data te kopiëren en te distribueren. Maar het *gemak* waarmee we dat nu kunnen doen zorgt ervoor dat kopiëren en distribueren zoveel ethische problemen met zich meebrengen.

Zoals ik al eerder aankaartte, zorgt dit gemak, die technologische luxe, ervoor dat men kwetsbaarder is voor privacyschending.

In de meeste ethieksystemen geldt dat toegenomen kwetsbaarheid een toename van verantwoordelijkheid behoeft.

Maar bij wie ligt die verantwoordelijkheid? Daarover meer in hoofdstuk 5.

## **Ethiek en het internet**

Het internet brengt enkele implicaties met zich mee als het gaat om ethische kwesties.

Ten eerste de verspreide natuur van het internet – gebaseerd op uitwisseling van informatie langs oneindig veel netwerken en knooppunten – maakt iedere vorm van centrale controle van het medium onmogelijk.

Ten tweede was het internet oorspronkelijk ontwikkeld voor militaire en daarna voor academische doeleinden. Het begon als gesloten netwerk met specifieke toepassingen en functies en er was daarom (in elk geval in het begin) nooit sprake van debat over ethische kwesties op de manier waarop de traditionele media zoals film, radio of televisie daarmee geconfronteerd werden.

Het internet werd oorspronkelijk ontwikkeld voor en gebruikt door een kleine groep intellectuelen. Het kreeg daarom specifieke waarden en normen mee, welke in principe nog steeds inzetbaar zijn voor de hedendaagse content en regulatie.

Het internet werd oorspronkelijk exclusief gebruikt door Amerikanen en nu bestaat nog steeds twee vijfde van alle internetgebruikers uit Amerikanen. Dit betekent dat het debat over het internet gigantisch is beïnvloed door de Amerikaanse cultuur en waarden. Neem bijvoorbeeld het Eerste Amendement van de Amerikaanse Grondwet, dat de vrijheid van meningsuiting garandeert. Amerikanen hebben over het algemeen ook een afkeer van overheidsinterventies en controle.

De groei van het internet betekend dat meer en meer mensen het langer en langer voor meer verschillende doeleinden gebruiken. Dit heeft 3 consequenties:

- het internet is niet langer exclusief voor een kleine groep intellectuelen. In de meeste landen heeft het overgrote deel van de bevolking toegang tot internet en het gebruikersprofiel is niet meer te specificeren.
- Het internet is niet langer een Amerikaans fenomeen. Er zijn nu net zoveel gebruikers in europa als in de USA en daarom gaan veel van de ethische kwesties tussen Amerikaanse en Europese cultuurverschillen.
- Omdat er nu ook steeds meer gebruikers in Azië en Zuid-Amerika bijkomen, zal het ethisch debat verschuiven naar een bredere diversiteit van culturen.

We gebruiken het internet voor steeds meer verschillende doeleinden, waaronder communicatie, uitwisseling van informatie, E-commerce, etc.

Als gevolg van deze uitbreiding van functionaliteiten ontstaan er ook weer implicaties:

- Het internet is niet 1 netwerk maar meerdere. Een netwerk van netwerken. Het biedt niet 1 type service maar vele – en die nemen alleen maar toe. Deze services hebben vele eigenschappen en daar zal het ethisch debat rekening mee moeten houden. Het benaderen van chatrooms doe je op een andere manier dan het benaderen van nieuwsgroepen of wetenschappelijke fora.
- Content wordt gegenereerd door ontelbare mensen. Je kunt Microsoft niet aansprakelijk stellen voor de content van een webpagina die men met Internet Explorer bekijkt. Als je probeert een gevoel van ethiek op het internet toe te passen, is het van essentieel belang dat je weet wie er verantwoordelijk is voor die content.
- Degenen die pleiten voor meer controle op het internet, hebben vaak geen kaas gegeten van de technologische complicaties. Meestal weten zij niet hoe chatrooms worden gehost en politici weten het verschil niet tussen een nieuwsgroep en een website. Aan de andere kant hebben aanbieders van internet infrastructuur en services weinig interesse in de bezorgdheid van hun gebruikers.
- De toename van debat over de content van het internet wordt voornamelijk veroorzaakt door de globale bevolking. Specialisten zouden dit debat moeten stimuleren en structureren wil men tot praktische en specifieke ‘oplossingen’ komen.
- Wetten zijn landelijk maar cyberspace is globaal. Hoe kun je 170 verschillende wetsystemen toepassen op het internet?

Om de implicaties te verduidelijken geef ik een voorbeeld met een onderwerp dat altijd al ethische vraagstukken met zich mee heeft gebracht: pornografie.

De definities van wat valt onder de term pornografie zijn zeer uiteenlopend. In India valt al het materiaal dat seks impliceert onder pornografie. Zelfs schoonheidswedstrijden. In Indonesië is de term verstrikt met allerlei wetgevingen omtrent hoe vrouwen zich mogen kleden en publieke uitingen van affectie. Dit staat in groot contrast met de vrije geest van de meeste westerse landen, waar de definitie meestal hangt in de trant van: “...de verbeelding van expliciet seksueel materiaal met als doel de kijker seksueel op te winden.”

## **Verantwoordelijkheid**

In hoofdstuk 3 werd duidelijk dat een toegenomen kwetsbaarheid in de regel een toegenomen verantwoordelijkheid vereist. Maar wiens verantwoordelijkheid is de ethiek op het internet?

De overheid is het democratisch mechanisme dat beslist welke uitlatingen en activiteiten dan al niet acceptabel zijn binnen een specifieke maatschappij. De meest praktische oplossing zou zijn om dezelfde regels en wetten ook toe te passen op het internet.

Maar zodra je wetten hebt gemaakt, moeten deze ook nageleefd worden. Dat geldt voor zowel de echte wereld als in cyberspace. Maar de politie heeft te weinig technische expertise om de wetten en regels op het internet te kunnen handhaven.

Je kunt van internet service providers, gezien de natuur van het internet, onmogelijk verwachten dat zij alle content pre-checken. Pas als zij een specifieke klacht ontvangen over iets dat zij aanbieden of hosten, zullen zij er iets aan moeten doen.

Uiteindelijk kunnen overheden, cyber nanny's en service operators en providers maar tot op een bepaalde hoogte 'de ethiek bewaken.' Daarom moeten eindgebruikers de kennis en de mogelijkheden krijgen om hun eigen ethische codes toe te passen op hun eigen internetgebruik en dat van hun kinderen. Ouders en docenten hebben hierbij de meeste verantwoordelijkheid. Maar dit is niet voldoende.

## **Oplossingen**

De wetten moeten gemoderniseerd worden. Overheden moeten nagaan of wetten die voor de opkomst van het internet zijn gemaakt, een update nodig hebben. Zo kunnen ze 'nieuwe overtredingen en misdrijven' zoals cyberstalking en pedofilie in chatrooms meenemen in hun wetboek.

Er moeten meer high tech crime fighters komen. Er zouden meer bedrijven moeten worden opgezet die zich specialiseren in cyber criminaliteit.

Er zijn organisaties nodig waar internetgebruikers vermeende criminele en onethische content kunnen rapporteren. Engeland heeft bijvoorbeeld de Internet Watch Foundation.

Gebruikers moeten de mogelijkheid krijgen webcontent te kunnen labelen of raten. De Internet Content Rating Association is hier mee bezig.

Ouders moeten beter voorgelicht worden over hoe zij hun kinderen kunnen beschermen. Applicaties als Cybersitter, Cyber Nanny, Net Nanny, Cyber Control en Surfwatch kunnen veel verschil uitmaken.

Een extreme vorm van ethiekbewaking (als je het zo kunt noemen) is de censuur die momenteel in China wordt toegepast.

Recentelijk heeft de Chinese overheid een aantal zoekmachine functies van Google geblokkeerd.

De Chinese overheid is al langer bezig om internet toegang te limiteren, tot grote woede van Chinese internetgebruikers. Eerder al werden websites als Twitter geblokkeerd. De meeste tegenstand kwam op het plan om Chinese computerfabrikanten te dwingen om per 1 juli 2009 in alle nieuwe computers internet censorship software te installeren. De software, genaamd Green Dam & Youth Escort, kan volgens critici gebruikt worden om politiek incorrecte websites en antirevolutionaire content te blokkeren, al zegt de Chinese overheid het voornamelijk te willen gebruiken om pornosites te weren.

## Media Controle

In het vorige hoofdstuk had ik het over dat de overheden regels en wetten up-to-date moeten maken. Dit zou betekenen dat zij een grote rol zouden spelen in de ethiekbewaking. Maar het ironische is dat juist de overheden de media gebruiken voor onethische doeleinden. Op wat voor manier dat gebeurd, leg ik hier in het kort uit.

Ik zal beginnen met de theorie van progressieve democratie, zoals de beroemde journalist Walter Lippmann het uitlegde. Hij stelde dat in een goed functionerende democratie, er twee groepen mensen zijn. Ten eerste de Gespecialiseerde Klasse. Dit zijn de mensen die analyseren, executeren, beslissingen nemen en de zaken regelen binnen de politieke, economische en ideologische systemen. Dit is slechts een klein percentage van de bevolking. De anderen, die niet tot deze kleine groep intellectuelen behoren, is de meerderheid van de populatie: de massa. De wilde kudde. Deze groep heeft ook een functie in e democratie, namelijk die van spectators. Van tijd tot tijd mogen ze zeggen: we willen dat jij onze leider wordt. Dat heet een verkiezing. Want het is een democratie en geen dictatuur.

Dit klinkt misschien allemaal wat cru, maar er zit een logica achter. Het zou immoreel zijn de massa dezelfde macht te geven als de Gespecialiseerde Klasse, ze zouden slechts problemen veroorzaken. Ze hebben simpelweg niet de kennis om beslissingen te maken die ten goede komen van het publieke welzijn. Dus je hebt iets nodig om de massa te temmen, om ze onder controle te houden. Dit gebeurt door middel van een principe dat *manufacturing consent* heet. Om de massa onder controle te houden, moet je ze afleiden. En zorgen dat ze afgeleid blijven. Hiervoor bestaat de techniek van propaganda. Public Relations heeft als objectief de publieke geest te controleren. Door middel van *engineering opinion* zorgen overheden ervoor dat de massa hun beslissingen goedkeurt.

Ik zal een voorbeeld geven ter verduidelijking.

Een van de eerste moderne propaganda campagnes van de overheid vond plaats gedurende de regeringsperiode van Woodrow Wilson. Het was tijdens de Eerste Wereldoorlog en de bevolking was extreem pacifistisch. Maar de Wilson administratie was zeer toegewijd met betrekking tot de oorlog en moest dus iets doen. Daarom zetten ze een propaganda commissie op genaamd de Creel Commissie. Deze slaagden erin om de pacifistische bevolking binnen zes maanden te veranderen in een hysterische, oorlogsverheerlijkende populatie die alles wat Duits was wilde vernietigen, de oorlog winnen en de wereld redden.

Dit was een hele grote prestatie. En dit principe van het converteren van een pacifistische massa naar *wartime hysteria* is niet zeldzaam. Dat wist Hitler, dat wisten vele anderen, en het wordt tot op de dag van vandaag nog steeds toegepast.

Persoonlijk vind ik het gebruik van propaganda door overheden niet ethisch. Maar het gebeurt nu eenmaal en het is waarschijnlijk maar goed ook dat het gebeurt. Ik vind het alleen wel van belang dat men zich hiervan *bewust* is.

## Quotes

*"...Reporting ethically has nothing to do with technology or profession; it's a basic value that should be respected by anyone. Harmful information should be verified he states, and "not because you're a journalist, but because you're a moral person.*

- Edward Wasserman, Knight professor of journalism ethics at Washington and Lee University, *Boring old values and the New Media.*

*"A little inaccuracy sometimes saves a ton of explanation."*

- H. H. Munro

*"Advertising may be described as the science of arresting human intelligence long enough to get money from it."*

- Stephen Leacock

*"The difference between literature and journalism is that journalism is unreadable and literature is not read."*

- Oscar Wilde

*"You have zero privacy. Get over it."*

- Scott McNealy

*"Being ethical is a good business"*

- Claude-Jean Bertrand, media ethicist

*"As I studied media ethics off and on for about 20 years (especially as it developed in the United States), it became evident to me that the survival of mankind is predicated on the generalization of democracy; that no democracy can exist without press freedom; and that press freedom cannot survive if media are unethical."*

- Claude-Jean Bertrand, "Proposal for a Center on Media Ethics"

## **Bronvermelding**

Charles Ess (2009) Digital Media Ethics  
Noam Chomsky (2002) Media Control

Media Ethics Magazine  
College Cris van der Hoek

Wikipedia  
News.cnet.com  
Telegraph.co.uk  
editorsweblog.org  
newmediastrategies.net