



Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM)

Datenschutz und Persönlichkeitsrechte in Social Networks, Foren & Co.

– Problembewusstsein von jungen Nutzern und Konsequenzen für medienpädagogisches Handeln

Ausschreibungsunterlagen

Düsseldorf, 25. Juni 2010

**Bitte beachten Sie unbedingt auch die Bedingungen für die Über-
sendung der Projektanträge auf der letzten Seite.**

Nach § 88 Abs. 4 Mediengesetz für das Land Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) gehört es zu den Aufgaben der LfM, die Veranstaltung, Verbreitung und Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen und Mediendiensten einschließlich neuer Programmformen und -strukturen regelmäßig wissenschaftlich untersuchen zu lassen. Die Forschungsschwerpunkte orientieren sich dabei am Handlungsbedarf und am Erkenntnisinteresse der LfM.

I. Allgemeines

Die LfM hat durch ein formalisiertes Verfahren sicherzustellen, dass aus der Gesamtheit der eingegangenen Anträge eine sinnvolle Auswahl getroffen wird. Die folgenden Kriterien sollen eine Entscheidungshilfe für eine angemessene Beurteilung der Anträge darstellen.

Anträge bzw. Antragsteller sollen die folgenden Anforderungen erfüllen:

1. Unabhängigkeit der forschenden Personen/Institutionen

Die beantragenden Personen/Institutionen dürfen in den angegebenen Forschungsfeldern keine Eigen- oder Fremdinteressen vertreten, sondern müssen unabhängig sein. Die LfM berücksichtigt ausschließlich solche Anträge, die eindeutig nicht (auch) auf Verwertungsinteressen Dritter gerichtet sind.

Diese Unabhängigkeit kann als gegeben angenommen werden, wenn die Anträge von Hochschulen, unabhängigen Forschungsinstitutionen, gemeinnützigen Vereinen o. ä. Einrichtungen gestellt werden.

2. Medienwissenschaftliche Kompetenz

Antragsteller sollten im Bereich der Medien- und Kommunikationsforschung ausgewiesen sein und dieses durch ihre wissenschaftlichen Veröffentlichungen belegen können. Vorhandene forschungspraktische Erfahrungen und methodisches Wissen bzgl. der Untersuchungsgegenstände werden als Voraussetzung einer effizienten Forschung angesehen. Hierdurch sollen keineswegs interessante und jenseits traditioneller "Forschungspfade" angelegte innovative Untersuchungen noch nicht etablierter Wissenschaftler (-gemeinschaften) abgewiesen werden.

3. Integration bestehender Forschungsergebnisse

Dem Forschungsgegenstand angemessen sollen beantragte Untersuchungen mit innovativen Ansätzen arbeiten. Das schließt jedoch im forschungsökonomischen Interesse nicht aus, bestehende Erkenntnisse und Forschungsergebnisse der Medienforschung zu integrieren bzw. für das Untersuchungsdesign zu verwenden.

Ein Vergabekriterium ist deshalb auch, inwieweit neuere Forschungsergebnisse einbezogen werden. Aus der Gestaltung der beantragten Untersuchung, nicht jedoch aus gesonderten Kapiteln des Antrages zum Stand der Forschung, soll geschlossen werden können, ob der gegenwärtige Stand der Medienforschung in der Projektkonstruktion berücksichtigt wurde.

4. Methoden

Die Vergabe hängt davon ab, ob die methodische Konzeption der Untersuchung dem jeweiligen Forschungsgegenstand angemessen ist. Wichtig ist deshalb eine genaue Auflistung der beabsichtigten Methoden. Bevorzugt gefördert werden im Einzelfall Projekte mit einer Kombination quantitativer und qualitativer Methoden.

5. Realisierung des geplanten Forschungsprojektes

Erforderlich ist eine genaue Auflistung der berücksichtigten Untersuchungsschritte. Das Verhältnis zwischen Untersuchungsfragen und -aufbau muss in sich schlüssig sein. Generell wird vorausgesetzt, dass die geplanten Untersuchungen auch faktisch realisierbar sind, besonders im Hinblick auf den zeitlichen und den finanziellen Rahmen.

6. Für die Vergabe von Projekten sind auch forschungsökonomische Gesichtspunkte von Bedeutung.

Die LfM erwartet von den Projektnehmern keine Subordination wissenschaftlicher unter wirtschaftliche Kriterien. Forschungsaufwand, -ergebnisse und -etat müssen indessen in einem angemessenen Verhältnis zueinander stehen. Werden die der Untersuchung zugrunde liegenden Fragestellungen und die methodischen Vorgehensweisen als sinnvoll erachtet, so wird innerhalb dieser vorgegebenen Rahmenbedingungen nach dem Kriterium der Forschungsökonomie ausgewählt werden. Hiermit ist nicht nur die Höhe der beantragten Gelder gemeint. Der Begriff der Forschungsökonomie umfasst vielmehr die Verwendung der Gelder, die Kooperation mit anderen wissenschaftlichen Untersuchungen und den Rückgriff auf eine bereits vorhandene forschungstechnische Ausstattung der Antragsteller (hierzu gehören z. B. Rechneranlagen und Erhebungsgeräte).

II. Forschungsfragen

Über zwei Drittel aller Internetnutzer in Deutschland haben ein Profil in mindestens einem Sozialen Netzwerk angelegt. Insbesondere Jugendliche bewegen sich ganz selbstverständlich in solchen virtuellen Räumen – ein Profil bei schülerVZ, Wer-kennt-wen oder facebook gehört heutzutage zur Jugendkultur, zum Lebensstil einer ganzen Generation. Junge Menschen verbringen also einen maßgeblichen Anteil ihrer Zeit mit digitalen Medien und hinterlassen somit „Spuren im Cyberspace, die im Verlaufe der

Zeit mehr und mehr Tätowierungen gleichen, die eng mit ihnen verbunden sind und später nur unter sehr großen Schwierigkeiten wieder beseitigt werden können.“¹

Vielfach können die sog. „Digital Immigrants“, also die Großeltern- und noch weite Teile der Elterngeneration, vor dem Hintergrund des eigenen, „analogen“ Verständnisses von Privatheit und Öffentlichkeit nicht verstehen, welche Informationen ihre Enkel und Kinder, die „Digital Natives“, über sich im World Wide Web zugänglich machen. Mit dem Wandel der Medienlandschaft und deren Nutzung vollzieht sich offenbar ein Wandel des Verständnisses von schützenswerten Daten, von Datenschutz und Persönlichkeitsrechten. Es ist zu beobachten, dass Jugendliche und junge erwachsene Nutzer von Sozialen Netzwerken und verschiedenen Foren vergleichsweise offen mit den eigenen Daten, also mit dem Datenschutz, sowie mit den Daten und somit Persönlichkeitsrechten Dritter umgehen. Sie nennen ihren Namen, Hobbys und Vorlieben, charakterisieren ihre Beziehung zu dritten Personen und vieles mehr. Die Preisgabe personenbezogener Informationen ist letztlich eine Zugangsvoraussetzung zur Teilnahme an Sozialen Netzwerken – wer nichts von sich preisgibt, bleibt unauffindbar. Die Gefahren und Risiken, die mit dem Missbrauch solcher Daten einhergehen können, werden übersehen oder nicht berücksichtigt. Zudem werden Datenschutzerklärungen (bei denen sich die Betreiber oftmals ein jederzeitiges Änderungsrecht vorbehalten) selten wirklich gelesen, geschweige denn verstanden.

Oft wird in der vermeintlich überschaubaren Gemeinschaft allzu leicht vernachlässigt, dass das Internet ein frei zugänglicher Raum ist, dessen Inhalte auch noch Jahre nach einer Datenlöschung auffindbar bleiben können. Zudem kann sich derjenige, der die persönlichen Daten einer bestimmten Person kennt, als eben diese Person ausgeben („Identitätsklau“) und in dessen Namen agieren. Durch Personensuchmaschinen wie bspw. 123people.de oder yasni.de wird es nicht nur potentiellen Arbeitgebern einfach gemacht, an diese Informationen zu gelangen. Solche Suchmaschinen durchforsten Blogs und Microblogs, Soziale Netzwerke, Telefon- und E-Mailverzeichnisse, Dokumentendatenbanken etc. und bündeln alle auffindbaren Daten zu dem gesuchten Namen. Durch eine einfach zu handhabende Internetrecherche lassen sich somit „alternative“ Lebensläufe erstellen, die bspw. im Rahmen von Bewerbungsverfahren oder zu Marketingzwecken verwendet werden können.

Freiwillig und kontextgebunden veröffentlichte Informationen können zu einem beliebigen späteren Zeitpunkt in dann unkontrollierbarer und ungewünschter Weise an anderer Stelle verwendet oder veröffentlicht werden. Vor einiger Zeit berichtete die FAZ von einem solchen, für den Betroffenen heilsamen, Fall:

„Herzlichen Glückwunsch zum Geburtstag“, wünschte der Artikel und fügte hinzu: „Wir dürfen doch Du sagen, Jules, nicht wahr? Gewiss, Du kennst uns nicht. Aber wir wissen sehr viel über Dich.“ Jules (Name von der Re-

¹ Palfrey, John und Gasser, Urs: Generation Internet. Die Digital Natives: Wie sie leben - Was sie denken - Wie sie arbeiten. München: 2008, S. 63

daktion geändert) staunte zunächst und erschrak dann fürchterlich, als er in dem Magazin „Le Tigre“ in solch vertraulichem Ton seine eigene Lebensgeschichte serviert bekam. Dabei ist der Mann ein in der Öffentlichkeit völlig unbekannter Angestellter eines Architekten in Nantes.

Bleich sei er geworden, als er den unerwünschten Geburtstagsartikel las, erzählte er der Lokalzeitung „Presse Océan“. Denn er fand darin durchaus zutreffende Details über seine Reisen und sein Liebesleben. Und noch einiges andere mehr aus seiner Privatsphäre. Auf eine Klage verzichtet er, sie sei aussichtslos, wurde ihm von Experten beschieden: das Magazin habe nur öffentlich zugängliche Quellen benutzt. Freiwillig hat „Le Tigre“ nach Jules' Intervention in der Internetversion die persönlichsten Informationen gelöscht. Will aber weitermachen.

Der Artikel über Jules sei der Auftakt einer Serie mit dem Namen „Google-Porträt“. Von ganz normalen Zeitgenossen werden die Informationen zusammengestellt, die sie selbst dem Internet anvertraut haben. Bei Facebook und anderswo. Die Naivität und der Exhibitionismus vieler Menschen seien grenzenlos, sagt ein Redakteur des „Tigre“. Und will ihnen zeigen, was mit ihren Angaben geschehen kann. Für Jules ist die Enthüllung seiner Privatsphäre ein heilsamer Schock. Er hat seine Spuren im Internet wo immer möglich gelöscht.“²

Ein solches „Digitales Dossier“, das für jeden aktiven sowie passiven Nutzer digitaler Technologien im Zeitverlauf entsteht, setzt sich jedoch nicht allein aus den über den Google-Index recherchierbaren Informationen zusammen. Im „Deep Web“, also dem Teil des World Wide Webs, der bei einer Recherche über gängige Suchmaschinen nicht auffindbar ist, befinden sich in mit dem Netz verbundenen Datenbanken massenhaft personenbezogene Informationen, angefangen von Bank- und weiteren Zahlungsdaten bis hin zu digitalen Krankenakten. Der Einzelne weiß kaum, welche konkreten persönlichen Informationen über ihn in welchen Datenbanken gespeichert sind – geschweige denn, wer in welcher Weise darauf Zugriff hat. Die möglichen Auswirkungen und Begleiterscheinungen solcher digitalen Datenanhäufungen sind vielfältig: Die Speicherung und Auswertung persönlicher Informationen stellt ein lukratives Geschäft dar, wenn aus den Datenansammlungen entsprechende Vorlieben und Verhaltensweisen abgelesen und beispielsweise in individuell zugeschnittene Werbung umgesetzt werden kann. Darüber hinaus kommt es, wie jüngst bei SchülerVZ und facebook, immer wieder zu „Datenlecks“ und es können unbeabsichtigt beispielsweise die hinter den Plattformen stehenden Datenbanken mit Nutzerinformationen ausgelesen oder Chat-Dialoge, also private Unterhaltungen, nachgelesen werden.³

Nicht zu unterschätzen sind zudem die aus einem unsensiblen Umgang mit den Daten und Informationen Dritter entstehenden Konsequenzen für das Digitale Dossier.

² Altwegg, Jürg: Spuren im Netz. Wir wissen sehr viel über dich. In: FAZ.net vom 22.01.2009; der in le Tigre abgedruckte Artikel ist nachzulesen unter http://www.le-tigre.net/IMG/pdf/TM_16274_GATo Hw.pdf.

³ Vgl. Kleinz, Torsten: Datenleck. Einblicke in private Facebook-Nachrichten. In: Focus Online vom 06.05.2010; Hemmerich, Lisa: Datenleck bei SchülerVZ: 1,6 Millionen Schüler betroffen. In: netzwelt.de vom 04.05.2010; Schmidt, Holger: Datenschutz. Grobe Mängel in sozialen Netzen. In: FAZ.Net vom 05.10.2008

Nicht nur der Einzelne fungiert als Autor des eigenen Dossiers – es gibt eine Vielzahl von (wenn man so will: eigenständig publizierenden) Co-Autoren, nämlich persönlich oder ausschließlich online bekannte Personen aus dem eigenen Sozialen Netzwerk. Beispielsweise ist das Erstellen von Online-Fotoalben ein zentrales Element von Sozialen Netzwerken. Die Nutzer haben die Möglichkeit, Fotos hochzuladen und dabei mit Tags zu versehen (also auf die Profile der abgebildeten Nutzer zu verlinken). Hierdurch potenziert sich der Anteil der möglichen Betrachter und somit auch die mögliche digitale Auffindbarkeit – wobei der Einzelne zugleich kaum die Übersicht behalten kann, an welcher Stelle und durch wen Fotos von sich zugänglich sind. Und auch hier zeigt sich, dass neben Fragen nach dem Schutz der eigenen Daten oftmals zugleich Persönlichkeitsrechte Dritter betroffen sein können.

Risiken mit Blick auf den Schutz privater Informationen im Social Web entstehen somit insbesondere durch eine Unterschätzung der Reichweite (wer hat Zugang?), der Nachhaltigkeit („Das Netz vergisst nicht.“), der (Eigen-)Dynamiken von Interaktionen und der Datensammlung (intransparente Erhebung und Verwertung).⁴

Die sich aus den vorgenannten Aspekten ergebenden Herausforderungen treffen sowohl Digital Natives als auch Digital Immigrants, wobei sich für junge Menschen ein besonderer Umstand ergibt: Sie werden bzw. wurden größtenteils in das digitale Zeitalter hineingeboren, ihre Digitalen Dossiers beginnen mit der Geburt und keiner von ihnen hat bislang ein gesamtes Leben bestritten. Kurz: Über die Langzeitfolgen ist nichts bekannt. „Digital Natives werden die ersten Menschen sein, die mit den sich einander verstärkenden Effekten digitaler Identitätskonstruktion und digitaler Dossiers langfristig umgehen müssen.“⁵

Es stellt sich ganz zentral die Frage, ob dieser oft sorglose Umgang mit persönlichen Informationen (eigener sowie Dritter) allein darauf zurückzuführen ist, dass insbesondere Heranwachsende die Folgen eines möglichen Datenmissbrauchs (noch) nicht abschätzen können oder ob dieses Verhalten vielmehr auch damit zu tun hat, dass Kinder und Jugendliche möglicherweise den Schutz der eigenen und fremder Daten als nachrangig ansehen und durchaus bewusst dazu bereit sind, potentielle Gefährdungen hinzunehmen, weil sie es aus ihrem individuellen Nutzungszusammenhang heraus als wichtiger ansehen, private und persönliche Informationen gezielt im Netz zu kommunizieren (Kosten-Nutzen-Abwägung). Die Themen Datenschutz und Persönlichkeitsrechte stehen dabei möglicherweise nicht nur dem Wunsch nach unmittelbarer Kommunikation mit Gleichaltrigen, sondern schlichtweg dem Lebensgefühl der derzeitigen Jugendgeneration entgegen. In diesem Zusammenhang gilt es also auch grundsätzlich zu hinterfragen, ob diesem Verhalten der Kinder und Jugendlichen ggf.

⁴ Vgl. Schmidt, Jan-Hinrik, Paus-Hasebrink, Ingrid und Hasebrink, Uwe (Hg.): Heranwachsen mit dem Social Web: Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Berlin: 2009. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien NRW (LfM), Band 62, S. 279 ff.

⁵ Pafrey und Gasser (2008), S. 75

eine gänzlich andere Definition dessen zu Grunde liegt, welche Art von Informationen überhaupt als „privat“ bzw. „persönlich“ und somit als „nicht öffentlichkeitsauglich“ eingeschätzt wird.

Die Lösung des Problems kann natürlich nicht darin bestehen, eine Abkehr von Sozialen Netzwerken herbeiführen zu wollen – nicht nur, dass dies ein aussichtsloses Unterfangen wäre, vielmehr würde man den zahlreichen positiven Aspekten und Nutzungsvorteilen des Social Webs unrecht tun: Nie war es einfacher, schneller und lebendiger, mit Bekannten und Freunden unabhängig von ihrer geographischen Position zu kommunizieren. Vielmehr muss eine Auseinandersetzung mit den neuen Aspekten von Öffentlichkeit in der digitalen Welt erfolgen – sowohl aufseiten der Digital Immigrants als auch der Digital Natives.

Daten- und Persönlichkeitsschutz auf der einen Seite, digitale Jugendkultur und das Lebensgefühl der Jugendlichen auf der anderen Seite. Mit diesem Wandel der Identitätskonzepte und den an Umfang zunehmenden Digitalen Dossiers müssen sich Eltern und Pädagogen, muss sich die Gesellschaft auseinandersetzen. In diesem Spannungsverhältnis bewegen sich auch die medienpädagogischen Angebote, die Jugendliche zu den Themen Datenschutz und Persönlichkeitsrechte informieren, aufklären und sensibilisieren wollen. Um die Erfolgsaussichten von Informations- und Aufklärungsangeboten in diesem Bereich besser abschätzen zu können und so zu konzipieren, dass sie bei den Jugendlichen auch tatsächlich ankommen und deren Sensibilität für den Umgang mit eigenen Daten und den Daten Dritter im Netz befördern, sind detaillierte Kenntnisse über die Motive, die dem jugendlichen Verhalten in Sozialen Netzwerken zu Grunde liegen, über das Wissen zu Datenschutz und Rechtslage sowie über die Einstellungen von Jugendlichen zu Fragen von Privatheit und Intimität notwendig.

Vor diesem Hintergrund sollen im Rahmen eines Forschungsprojekts insbesondere folgende Fragestellungen erörtert werden:

- Welche Bedeutungskonzepte von Öffentlichkeit und Privatheit legen Digital Natives zugrunde?
- Wie unterscheiden sich diese von denen der Digital Immigrants?
- Über welches Wissen um Risiken und möglichen Konsequenzen von digitaler Informationsfreizügigkeit (sowohl mit Blick auf den eigenen Datenschutz sowie auf die Persönlichkeitsrechte Dritter) verfügen junge Menschen?
- Spielt die Sorge um die Privatsphäre für junge Menschen überhaupt eine Rolle? Und falls ja: Wie wird dies in tatsächliches Nutzungsverhalten übersetzt?
- Lassen sich, in Rückgriff auf wissenschaftliche Erhebungen und Publikationen in anderen Ländern und Regionen, Unterschiede feststellen?

- Über welches Wissen müssen Eltern, Pädagogen und weitere gesellschaftliche Entscheider verfügen, um junge Menschen adäquat in ihrer digitalen Nutzung zu begleiten bzw. auf den Ordnungsrahmen einzuwirken?
- Wie kann Medienpädagogik junge Menschen zielgruppengerecht für Fragen des Datenschutzes und der Wahrung von Persönlichkeitsrechten sensibilisieren?

Das Forschungsdesign sollte eine sinnvolle, den Forschungsfragen angepasste Kombination von quantitativen und qualitativen Methoden sowie Sekundäranalysen aufweisen. Zum Aspekt der Einstellungen zu und Nutzungsverhalten von Social Web-Angeboten durch Jugendliche und junge Erwachsene können die Erkenntnisse der LfM-Studie „Heranwachsen mit dem Social Web“ aufgegriffen und ggf. Daten zur Verfügung gestellt werden.

Da der zu untersuchende Gegenstand „Datenschutz und Persönlichkeitsrechte in Social Networks, Foren & Co.“ als ein Querschnittsthema verschiedener wissenschaftlicher Disziplinen – insbesondere der Pädagogik, der Medien- und Kommunikationswissenschaften sowie der Rechtswissenschaften – verstanden wird, ist ein interdisziplinär angelegtes Forschungskonzept wünschenswert.

Für das Projekt stehen Mittel in Höhe von bis zu € 125.000,- zur Verfügung. Das Projekt sollte nach Vergabe beginnen und eine Laufzeit von 15 Monaten nicht überschreiten.

Das detaillierte Projektkonzept sollte neben Ausführungen zum Methodendesign einen Zeit- und Kostenplan beinhalten.

In dem Kostenplan ist die **ggf. abzuführende Umsatzsteuer** auszuweisen. Sollten hierzu keine Angaben gemacht werden, geht der Auftraggeber davon aus, dass in der genannten Summe die ggf. abzuführende Umsatzsteuer enthalten ist. Wesentlicher Bestandteil der zu erbringenden Leistungen ist die Einräumung von Nutzungsrechten aus der Urheberschaft an der wissenschaftlichen Arbeit. Daher geht die LfM davon aus, dass der **ermäßigte Umsatzsteuersatz von z. Zt. 7 %** zugrunde gelegt wird.

Bitte achten Sie darauf, dass aus dem Antrag eindeutig hervorgeht, wer Antragsteller ist, d.h. welche natürliche oder juristische Person, bzw. Personen sich um die Projektvergabe bewerben. Die LfM weist darauf hin, dass im Falle einer Vergabe der Vertrag nur mit dem/der Antragstellenden geschlossen werden kann, die im Antrag benannt ist/sind. Soll der Antrag für juristische Personen gestellt werden, geben Sie bitte zusätzlich zu der genauen Bezeichnung und den gesetzlichen Vertretern dieser Personen auch an, wer die Projektleitung innehaben soll.

Darüber hinaus ist dem Antrag eine 1- bis 2-seitige Zusammenfassung beizufügen.

Ende der Ausschreibungsfrist ist **Freitag, der 13. August 2010 (Datum des Poststempels)**.

Anträge dürfen nicht – auch nicht ergänzend – per Fax oder per Email eingereicht werden.

Für Rückfragen steht Ihnen bei der Landesanstalt für Medien NRW Dr. Meike Isenberg unter der Tel.-Nr. 0211/77007-185 oder per E-Mail (info@lfm-nrw.de) zur Verfügung.

Sollte das Projekt Ihr Interesse finden, übersenden Sie Ihre Unterlagen in einem verschlossenen Umschlag an folgende Anschrift:

Landesanstalt für Medien NRW, Bereich Förderung, **Kennwort: „Datenschutz und Persönlichkeitsrechte in Social Networks, Foren & Co.“**, Postfach 103443, 40025 Düsseldorf.

Bei persönlicher Übergabe können Sie den Projektantrag bei der Landesanstalt für Medien NRW unter der Adresse Zollhof 2, 40221 Düsseldorf, einreichen. Bitte geben Sie unbedingt das Kennwort an!