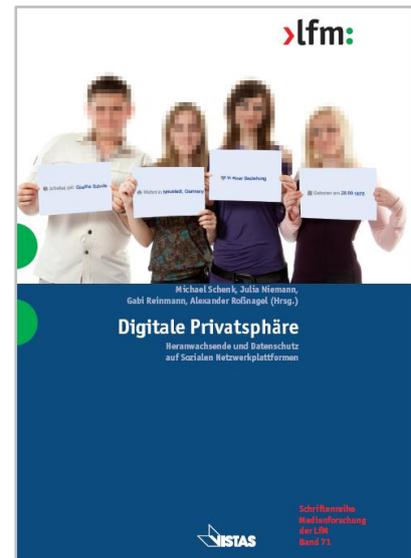


**Michael Schenk, Julia Niemann, Gabi Reinmann,
Alexander Roßnagel (Hrsg.)**

weitere Autoren: Silke Jandt und Jan-Mathis Schnurr

Digitale Privatsphäre: Heranwachsende und Datenschutz auf Sozialen Netzwerkplattformen

Schriftenreihe Medienforschung der LfM, Band 71
Berlin: Vistas, 2012



Zusammenfassung der Studie

Fragestellung und Untersuchungsanlage

Soziale Netzwerkplattformen sind fester Bestandteil des Alltags junger Mediennutzer. Sie dienen, wie keine zweite Anwendung des Social Web, dazu, sich mit anderen auszutauschen und untereinander zu kommunizieren. Wie in jeder Kommunikation, die der Aufrechterhaltung und Pflege von sozialen Beziehungen dient, ist die Preisgabe persönlicher Informationen (Selbstoffenbarung) eine grundsätzliche Voraussetzung zur Teilnahme. Die aktiven Nutzer Sozialer Netzwerkplattformen müssen und wollen sich – zumindest in Teilen – selbst offenbaren. Sie stehen dabei in einem Spannungsfeld aus der Sorge um die eigene Privatsphäre und dem Bewusstsein für Gefahren und Risiken einerseits sowie den Vorzügen und Chancen, die die aktive Teilnahme verheißt, andererseits.

Ziel dieser Studie ist es, die Bedeutungen der Konstrukte Öffentlichkeit und Privatheit aus Sicht der jungen Nutzer aufzuzeigen. Dazu wird ein umfangreiches Bild der Selbstoffenbarung auf Sozialen Netzwerkplattformen gezeichnet. Der Zusammenhang zwischen der Sorge um die eigene Privatsphäre und dem Selbstoffenbarungs- bzw. Schutzverhalten wird exploriert. Um dem Spannungsfeld, in dem sich die Nutzer befinden, gerecht zu werden, wurden eine Reihe von Einflussfaktoren auf das Selbstoffenbarungsverhalten einbezogen, u. a. soziale Normen und Nutzenaspekte. Die Nutzung Sozialer Netzwerkplattformen ist aber auch mit datenschutzrechtlichen Risiken verbunden: Dabei sind nicht nur die eigenen Persönlichkeitsrechte der User betroffen, sondern auch die Rechte Dritter. Deshalb wird auch untersucht, wie die jungen Nutzer mit dem Datenschutz, dem Urheberrecht und den Rechten anderer umgehen.

Zur Beantwortung dieser Untersuchungskomplexe haben wir ein Forschungsdesign entworfen, das im empirischen Teil sowohl qualitative als auch quantitative Methoden beinhaltet. Zunächst wurden Einzelinterviews mit 24 Zwölf- bis 24-Jährigen durchgeführt. In einer Sekundäranalyse der Daten einer bereits vorgängigen Studie wurden Unterschiede zwischen jüngeren Nutzern, den Digital Natives, und älteren Nutzern, den Digital Immig-

rants, herausgearbeitet. In einer im Anschluss durchgeführten standardisierten Online-Befragung (N = 1301), wurden Fragestellungen der Studie auf quantitativer Basis evaluiert. Um das Verhalten der jungen Nutzer direkt in der Nutzungssituation besser erfassen zu können, wurde mit einer Teilstichprobe (N = 199) eine Trackingstudie durchgeführt. Während des Trackings wurde das Surfverhalten der Teilnehmer aufgezeichnet und es wurden Kontextbefragungen auf bestimmte Events hin (z. B. das Hinzufügen von neuen Kontakten) geführt. Die letzte Stufe des Mehrmethodendesigns war wiederum qualitativ ausgerichtet. In Interviews mit Experten aus den Domänen Schule, Jugendarbeit und Medien wurden aus einer medienpädagogischen Perspektive die Themenkomplexe vertieft behandelt. Zusätzlich erfolgte in einem Rechtsgutachten zu den Persönlichkeitsrechten und zum Datenschutz eine umfangreiche Betrachtung auch aus juristischer Perspektive. Auf Basis der Erkenntnisse der empirischen Studien und des Rechtsgutachtens wurden Gestaltungsempfehlungen für Medienpädagogik und Gesetzgebung abgeleitet.

Qualitative Befragung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen

Ziel der Interviews mit insgesamt 24 Jugendlichen und junge Erwachsenen zwischen zwölf und 24 Jahren war es, Informationen über ihre Verhaltensweisen und Meinungen sowie Kenntnisse und Bedürfnisse bei der Nutzung Sozialer Netzwerkplattformen einzuholen und darüber hinaus Einblick in das nicht unmittelbar verfügbare implizite Wissen zu erhalten.

Wir haben unsere Interviewpartner zunächst einmal als Einzelfälle betrachtet und ausgewertet und konnten auf diesem Wege 24 individuelle Profile erstellen. Diese zeigen deutlich, dass Nutzungsmuster, Gratifikationen, Risikobewusstsein sowie der Umgang mit und die Einstellung zu Privatheit und Öffentlichkeit im Netz keineswegs nur vom Alter abhängen, sondern in hohem Maße von den sozialen und individuellen Bedingungen beeinflusst werden.

Nach der Profilerstellung haben wir die Interviewergebnisse noch einmal nach Konstanten und Besonderheiten analysiert: Dabei zeigt sich bei allen im Interesse stehenden Themen, dass innerhalb der vier Altersgruppen *nur ab und zu* Tendenzen zu erkennen sind. So steigen z. B. mobile Nutzungsformen des Internets mit zunehmendem Alter tendenziell ebenso an wie die Variabilität der Nutzung. Über alle Altersgruppen hinweg herrscht ein pragmatischer Umgang mit Sozialen Netzwerkplattformen vor: Man will vor allem mit anderen Kontakt halten, sich koordinieren und sucht nach Unterhaltung; Selbstdarstellung spielt im Vergleich zur interpersonalen Kommunikation eine geringe Rolle. Sich über Soziale Netzwerkplattformen auch zu informieren, wird für Ältere etwas wichtiger. Was das Risikobewusstsein betrifft, finden sich in der von uns befragten Zielgruppe alle möglichen Schattierungen. Jüngere scheinen sich mehr vor extremen Gefahren zu fürchten; mit steigendem Alter wächst die Sorge vor ökonomischen Risiken im Internet („Datenklau“ und Werbung), aber auch vor Nachteilen im Beruf. Fast alle äußern sich so, dass man ihnen ein moralisches Bewusstsein etwa im Umgang mit Daten Dritter zuerkennen muss. Was davon Ausdruck sozialer Erwünschtheit ist oder einfach nur übernommen wurde und was davon auf verinnerlichte Normen zurückgeführt werden kann, lässt sich kaum feststellen. Allerdings finden sich in allen Altersgruppen auch Jugendliche und junge Erwachsene, die zu wenig Wissen haben, um die Risiken realistisch einschätzen zu können. Vor allem die Älteren der Befragten erweisen sich in Sachen Wissen und Können im Umgang mit dem Internet und Sozialen Netzwerkplattformen als Autodidakten. Jüngere lernen oft von Eltern und Geschwistern, manche auch von Peers. Die Schule spielt so gut wie keine Rolle. Privat ist vor allem für die Jüngeren das, was sich in den eigenen vier Wänden abspielt. Ältere thematisieren häufiger das eigene Innenleben als wichtigen Teil ihrer Privatsphäre. Über alle Altersgruppen hinweg werden Konflikte und Probleme (Krankheit, Streit, finanzielle Schwierigkeiten) als privat empfunden und selten auf Sozialen Netzwerkplattformen öffentlich gemacht. Privat bleiben für die Befragten Informationen vor allem dann, wenn man sie mit Menschen teilt, denen man vertraut. Vertrauen ist für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen eine wichtige Kategorie im Umgang mit dem Internet. Fehlt es an Vertrauenspersonen im Offline-Leben, kann es sein, dass Soziale Netzwerkplattformen kompensatorisch genutzt werden.

Versucht man, die Ergebnisse aus den Interviews zu kategorisieren, werden aus unserer Sicht drei Dimensionen deutlich, auf denen die Jugendlichen und jungen Erwachsenen ganz verschiedene, individuell aber durchaus nachvollziehbare Entscheidungen treffen, Einstellungen ausbilden und dabei ihr subjektives Wohlbefinden ausbalancieren: Auf der Dimension *Nähe versus Distanz* regulieren sie ihre Zugänglichkeit, indem sie diese individuell, situativ oder nach sozialen Normen anpassen und dazu die verschiedenen technischen Möglichkeiten Sozialer Netzwerkplattformen nutzen. Auf der Dimension *Einzigartigkeit versus Zugehörigkeit* können Aspekte des Selbstwerts reguliert werden, indem man Entscheidungen darüber trifft, wie man sich darstellt und in welcher Weise das von sozialen Motiven beeinflusst wird. Auf der Dimension *Sicherheit versus Freiheit* schließlich regulieren die von uns Befragten in gewisser Weise ihren Handlungsspielraum, indem sie restriktiv oder offen mit Daten und Information umgehen. Auf allen Dimensionen können Jugendliche und junge Erwachsene auf Widersprüche treffen; einige thematisieren die resultierenden Konflikte auch von sich aus. Wie diese Spannungsmomente bewältigt werden, ist offenbar stark vom vorhandenen Wissen über das Internet und Soziale Netzwerkplattformen abhängig.

Quantitative Befragung und Tracking

Um die bisherigen Ergebnisse zu quantifizieren und ein aktuelles Bild von der Selbstoffenbarung der jungen Nutzer Sozialer Netzwerkplattformen zu gewinnen, führten wir im Herbst 2011 eine standardisierte Onlinebefragung durch. Rekrutiert wurden Zwölf- bis 24-jährige Nutzer Sozialer Netzwerkplattformen über ein Online-Access-Panel (N = 1301). Die Quotenstichprobe orientierte sich in Altersgruppen, Geschlecht und formalem Bildungshintergrund an der Grundgesamtheit dieser Altersgruppe laut Statistischem Bundesamt.

Um das Surfverhalten genauer analysieren zu können, wurde mit einer strukturgleichen Teilstichprobe eine Trackingstudie durchgeführt (n = 199). Dabei wurde das Nutzungsverhalten der Teilnehmer auf Facebook und den VZ-Netzwerken aufgezeichnet. Auf bestimmte, privatsphäresensitive Aktionen hin wurden Kontextbefragungen durchgeführt, die die Überlegungen der Teilnehmer in der Nutzungssituation erfassen.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Befragten routinierte Internetnutzer sind. In der Mehrzahl verfügen sie über einen eigenen Computer zur Alleinnutzung (90 Prozent) und nutzen das Internet täglich, im Durchschnitt an 6,6 Tagen pro Woche. Neben Sozialen Netzwerkplattformen sind E-Mail, Videoplattformen und Instant-Messaging die beliebtesten Angebote. Die Vormachtstellung von Facebook zeigt sich in unseren Daten sehr deutlich: 92 Prozent nutzen die Plattform zumindest auf wöchentlicher Basis. Einige Nutzer verwenden zwei oder mehr Netzwerkplattformen parallel (68 Prozent). Für 82 der Befragten ist Facebook die hauptsächlich genutzte Netzwerkplattform (Abbildung 1). Die VZ-Netzwerke

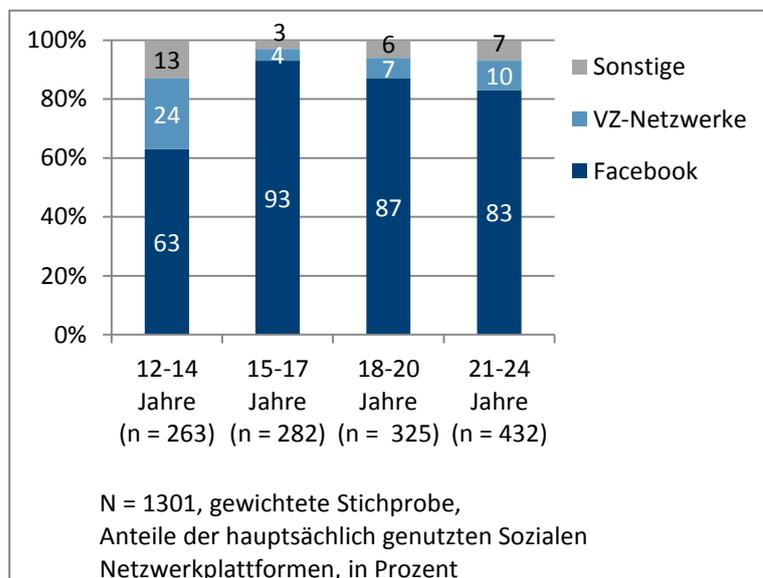


Abbildung 1: Hauptnetzwerk nach Altersgruppen (Quelle: LfM-Projekt Digital Privacy – Heranwachsende und Datenschutz auf sozialen Netzwerkplattformen)

haben ihre frühere Bedeutung verloren, lediglich durch schülerVZ besaßen sie zum Zeitpunkt der Erhebung bei den Zwölf- bis 14-Jährigen noch eine gewisse Relevanz. Zu den Sonstigen Netzwerken zählen neben Werkennt- und Schüler.CC auch Jappy, Google+ und weitere Anbieter, sie erreichen jedoch alle keine mit Facebook

auch nur annähernd vergleichbaren Reichweiten. Der Markt besteht in Deutschland also aus einem sehr großen Anbieter und vielen kleinen Angeboten.

Abbildung 2 zeigt Aktivitäten, die die Befragten auf ihrer hauptsächlich genutzten Plattform zumindest wöchentlich durchführen. Dabei erfolgt eine Unterteilung in fünf Kategorien: 1. die Aktivitäten der rezeptiven Nutzung, bei denen die Nutzer Inhalte lediglich betrachten. 2. die private Kommunikation, die zielgerichtet und nur zwischen wenigen Kommunikationspartnern abläuft, 3. die (semi-)öffentliche Kommunikation, die auch für ein breiteres Publikum sichtbar ist und nicht unbedingt an ein bestimmtes Publikum gerichtet sein muss, und 4. multimediale Kommunikation, die (audio)visuelle Inhalte betrifft. In der fünften Kategorie werden sonstige Aktivitäten zusammengefasst.

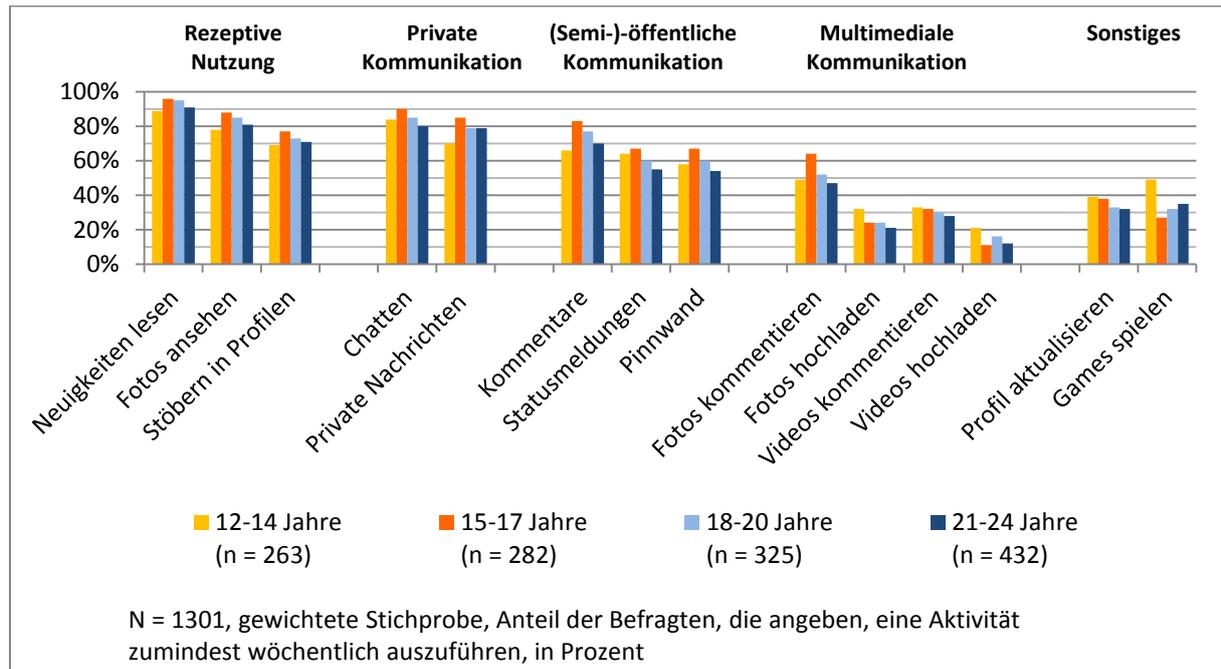


Abbildung 2: Aktivitäten auf Sozialen Netzwerkplattformen (Auswahl) (Quelle: LfM-Projekt Digital Privacy – Heranwachsende und Datenschutz auf sozialen Netzwerkplattformen)

Nach dem Lesen von Neuigkeiten haben die private und die (semi-) öffentliche Kommunikation eine hohe Bedeutung und werden von vielen Usern zumindest auf wöchentlicher Basis genutzt. Auffallend ist, dass sich die 15- bis 17-Jährigen Nutzer gegenüber den anderen Altersgruppen als aktiver zeigen, sowohl was die Rezeption der Inhalte anderer, als auch was die private und die (semi-)öffentliche Kommunikation und das Kommentieren von Fotos angeht. Eventuell ist genau während dieser Altersspanne die Nutzung der Plattformen und die damit verbundene soziale Interaktion innerhalb der Peergroup in einem von Außenstehenden geschützten Raum besonders relevant. Die noch jüngeren Nutzer weisen höhere Werte beim Teilen von Fotos und Videos und beim Spielen von in die Plattformen integrierten Games auf. Außerdem aktualisieren in den beiden minderjährigen Altersgruppen mehr Personen ihr Profil auf wöchentlicher Basis.

Im Bereich der (semi-)öffentlichen Kommunikation geben die Nutzer an, eher Unverfängliches wie Geburtstagswünsche oder positive Emotionen mitzuteilen. Negative Emotionen wie Sorgen und Ärger werden nur selten geteilt. Die Ergebnisse der Trackingstudie zeigen, dass die Befragten wenig über die Konsequenzen ihrer Kommunikation auf den Plattformen nachdenken. Sie orientieren sich eher an dem Nutzen, den diese für sie stiften.

Um zu verstehen, warum Soziale Plattformen eine so hohe Verbreitung unter jungen Nutzern aufweisen, ist es deshalb wichtig, die Motive zu kennen, die zu ihrer Nutzung führen. Grundsätzlich bieten die Plattformen eine multifunktionale Nutzenbefriedigung, wobei Unterhaltung ($M = 3,83$; $SD = 0,92$) und soziale Motive ($M = 3,53$; $SD = 0,72$) im Vordergrund stehen. Diese beiden Motive weisen Mittelwerte auf, die deutlich über dem Skalennittel ($= 3$) liegen. Insbesondere bei der jüngsten Altersgruppe tragen aber auch ein (soziales) Informationsmo-

tiv, die Möglichkeit, neue Kontakte zu knüpfen und sich selbst darzustellen sowie ein eher allgemeines Zugehörigkeitsgefühl zur Nutzenbefriedigung bei.

Von besonderer Bedeutung ist, wie und in welchem Umfang die Nutzer Sozialer Netzwerkplattformen Informationen über sich selbst preisgeben. Die Profilinformationen besitzen unterschiedliche Qualität, was ihren Sensitivitätsgrad anbelangt. Eine explorative Faktorenanalyse ergab die in Abbildung 3 dargestellte Einteilung.

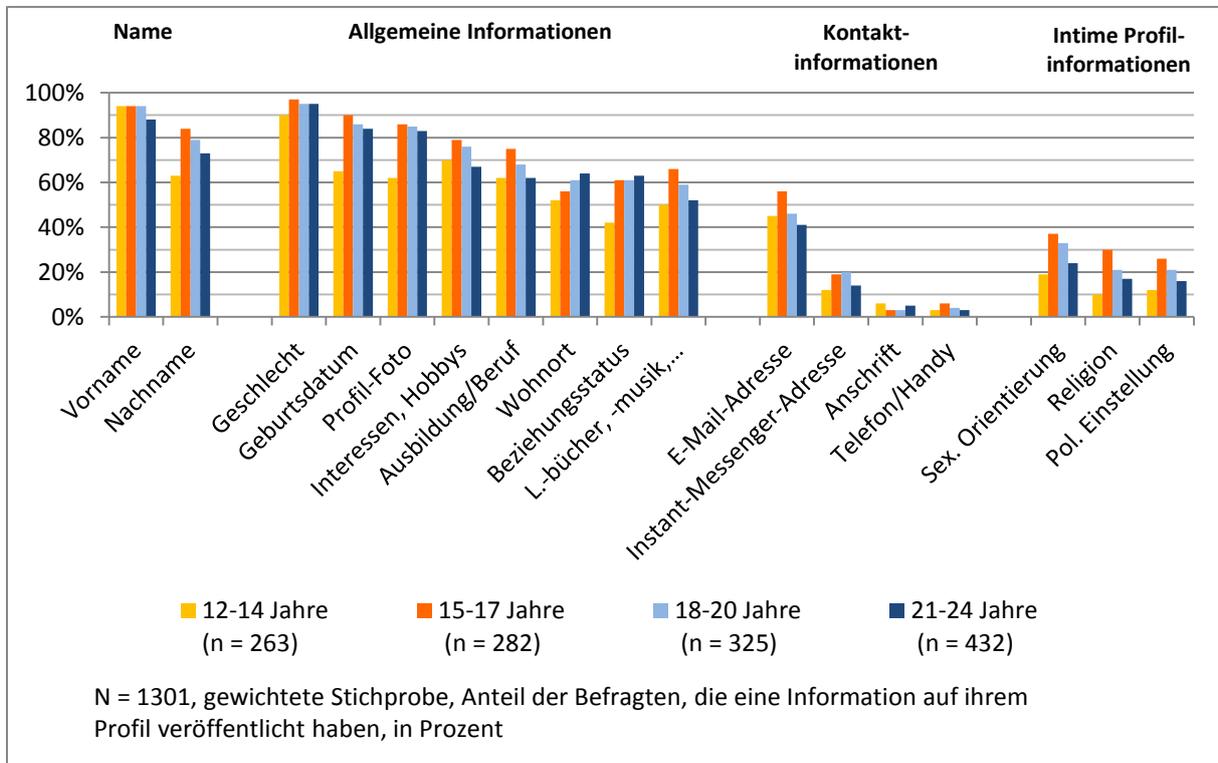


Abbildung 3: Profilinformationen nach Altersgruppen (Quelle: LfM-Projekt Digital Privacy – Heranwachsende und Datenschutz auf sozialen Netzwerkplattformen)

Während der Name – und hier insbesondere der Vorname – ein eher öffentliches Datum darstellt, werden die allgemeinen Profilinformationen unterschiedlich oft im Profil mitgeteilt. Die sensiblen Kontaktinformationen werden – abgesehen von der E-Mail-Adresse, die eine Pflichtangabe bei der Registrierung darstellt – nur von sehr wenigen Nutzern veröffentlicht. Ebenfalls im Allgemeinen als intim empfundene Daten, wie sexuelle Orientierung und Religion, teilt nur eine Minderheit der Befragten im Profil mit. Während die jüngste Altersgruppe bei vielen Informationen eher zurückhaltend ist, kommt es in der Altersgruppe von 15 bis 17 Jahren in vielen Bereichen zu einem deutlichen Anstieg. Es zeigt sich, dass diese Altersgruppe auch in Bezug auf die Profilinformationen höhere Werte aufweist als die anderen Altersgruppen.

Für die Selbstoffenbarung ist es jedoch nicht nur von Bedeutung, welche Informationen veröffentlicht werden, sondern auch wer Zugriff darauf hat. Die Mehrheit der Nutzer stellt Privatsphäre-Optionen so ein, dass nur die von ihnen hinzugefügten und bestätigten Freunde Zugriff auf die verschiedenen Bereiche ihres Nutzerprofils haben (Abbildung 4). Diese Einstellung scheint sich mittlerweile als Standard etabliert zu haben, auch wenn sie nicht auf allen Plattformen der Voreinstellung entspricht und daher aktiv von den Nutzern eingestellt werden muss. Insbesondere die sensiblen Kontaktinformationen werden von den meisten Usern besonders restriktiv behandelt.

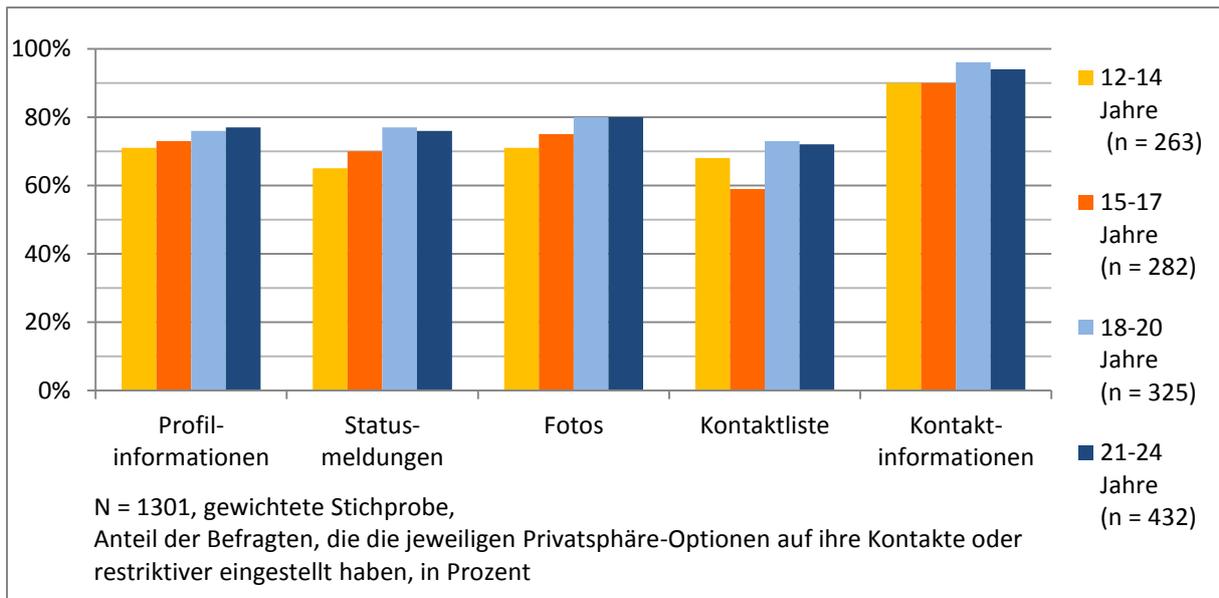


Abbildung 4: Privatsphäre-Optionen nach Alter (Quelle: LfM-Projekt Digital Privacy – Heranwachsende und Datenschutz auf sozialen Netzwerkplattformen)

Die Einschränkung der Sichtbarkeit der Selbstoffenbarung auf die Kontakte erscheint sinnvoll und mit Bezug auf die Privatsphäre zweckmäßig, jedoch wird dieser Eindruck geschmälert, wenn man die Größe und Zusammensetzung dieser Netzwerke betrachtet. Im Durchschnitt haben die Befragten Nutzer 185 Freunde (SD = 165). Die zwölf- bis 14-Jährigen haben dabei mit 116 die wenigsten, die 15- bis 17-Jährigen mit 266 die meisten Kontakte. Unter diesen Kontakten finden sich bei sehr vielen Nutzern auch Personen, die die Befragten nicht persönlich kennen (Abbildung 5). Insbesondere in den jüngeren beiden Altersgruppen ist der Anteil der den Nutzern nicht persönlich bekannten Personen erhöht.

Das Verhalten der jungen Nutzer ist in Bezug auf ihre digitale Privatsphäre hochgradig individuell. Dennoch können wir drei grundsätzliche Typen der Online-Selbstoffenbarung ausmachen, hinter denen verschiedene Privatsphäre-Strategien zur Anwendung kommen. Basierend auf den Variablen zur Selbstoffenbarung haben wir in einer Two-Step-Clusteranalyse drei Typen gebildet (Abbildung 5).

Das Verhalten der jungen Nutzer ist in Bezug auf ihre digitale Privatsphäre hochgradig individuell. Dennoch können wir drei grundsätzliche Typen der Online-Selbstoffenbarung ausmachen, hinter denen verschiedene Privatsphäre-Strategien zur Anwendung kommen. Basierend auf den Variablen zur Selbstoffenbarung haben wir in einer Two-Step-Clusteranalyse drei Typen gebildet (Abbildung 5).

Die *Vieloffenbarer* bilden die kleinste Gruppe. Sie zeichnen sich dadurch aus, dass sie bei vergleichsweise offenen Privatsphäreinstellungen dennoch viel preisgeben. Ihr Anteil ist in der jüngsten Gruppe und bei den formal niedriger gebildeten Personen erhöht. Es ist möglich, dass diese Nutzer sich freiwillig dazu entschlossen haben, ihre Daten öffentlich zu teilen, eventuell fehlt hier aber (noch) die Kompetenz oder das Bewusstsein dafür, die Privatsphäre-Optionen einzustellen.

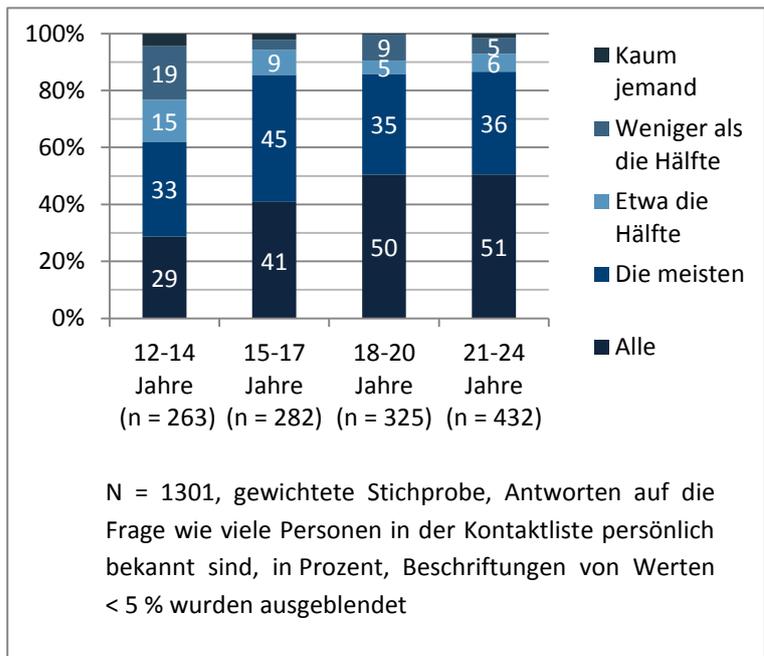


Abbildung 5: Bekanntheit der Kontakte nach Alter (Quelle: LfM-Projekt Digital Privacy – Heranwachsende und Datenschutz auf sozialen Netzwerkplattformen)

Die *Wenigoffenbarer* stellen den Gegenpol zu den Vieloffenbarern dar. Sie haben vergleichsweise restriktive Privatsphäre-Einstellungen, kleine Kontaktnetzwerke und sie halten sich mit Veröffentlichungen von Informationen auf den Plattformen zurück. Die meisten besuchen ihr Hauptnetzwerk dennoch mehrmals täglich. Es scheint, als wären sie „Mittläufer“, die vorrangig auf den Plattformen angemeldet sind, um den Anschluss an die soziale Gruppe nicht zu verpassen.

Die *Privatsphäre-Manager* sind sehr aktiv, was das Posten von Kommentaren und Statusmeldungen angeht und veröffentlichen auch viele Informationen auf ihrem Profil. Sie haben sehr viele, im Durchschnitt 269 Kontakte, die sie aber auch überdurchschnittlich oft persönlich kennen. Im Vergleich zu den anderen beiden

Gruppen scheinen sie Experten in der Nutzung zu sein. Selbstoffenbarung und Schutz der Privatsphäre werden gegeneinander abgewogen und beides wird zweckdienlich kombiniert.

Das Verhalten der Privatsphäre-Manager erklärt sich unter Umständen dadurch, dass diese die Risiken, die durch die Nutzung von sozialen Netzwerkplattformen durch andere User entstehen, überdurchschnittlich hoch einschätzen. Solche Risiken sind z. B. das ungewollte Veröffentlichen von Informationen und heimlich beobachtet zu werden. Insgesamt sind die Sorgen der Nutzer diesbezüglich jedoch als gering einzustufen. Eher nehmen sie die Bewirtschaftung ihrer Daten durch den Anbieter negativ wahr. Das Bewusstsein für die wirtschaftliche Nutzung der Daten nimmt mit steigendem Alter und formalem Bildungsgrad zu.

Wie schon in der Vorgängerstudie zeigt sich auch in der neuen Erhebung, dass die Sorge um die eigene Privatsphäre das Verhalten nur bedingt beeinflusst. Trotz ausgeprägter Sorge um die Privatsphäre offenbaren die User auf Sozialen Netzwerkplattformen viel über sich. Die Rede ist daher von einem Privacy-Paradox, das bisher in der empirischen Forschung nicht hinreichend erklärt werden konnte. Um einen Beitrag zur Erklärung des Selbstoffenbarungsverhaltens der User zu leisten, haben wir in Anlehnung an das integrierte Verhaltensmodell (IBM) von Martin Fishbein¹ verschiedene Einflussfaktoren identifiziert. Da der Nutzen, den Soziale Netzwerkplattformen stiften, für die User bei der Selbstoffenbarung im Vordergrund steht, haben wir diesen – neben den wahrgenommenen Risiken und dem Autonomiebedürfnis – in unser Erklärungsmodell aufgenommen. Die empirischen Analysen zeigen, dass neben der Einschätzung der Risiken bezüglich der Privatsphäre und dem Autonomiebedürfnis folgende Einflüsse beim Selbstoffenbarungsverhalten besonders zum Tragen kommen: Zum einen haben Motive, wie z. B. die Selbstdarstellung auf Sozialen Netzwerkplattformen oder die Beziehungspflege, einen erheblichen Einfluss auf die Selbstoffenbarungsaktivitäten. Dabei hat das Motiv Selbstdarstellung den größten Einfluss. Je stärker dieses Motiv bei einem jungen Nutzer ausgeprägt ist, desto mehr (semi-)öffentliche Selbstoffenbarungsaktivitäten führt er auf den Netzwerkplattformen aus. Zum anderen wirken sich die subjektiv wahrgenommenen sozialen Normen auf die Selbstoffenbarung aus; soziale Normen beeinflussen das Verhalten auf den Netzwerkplattformen: Wenn relevante Personen aus der Peergroup häufig Statusmeldungen posten, neigen die Nutzer auch ihrerseits dazu, dies zu tun. Einen ebenfalls positiven Einfluss haben soziale Normen auch beim Umgang mit der Privatsphäre: Wenn die User in ihrem Umfeld einen sorgfältigen Umgang mit der Privatsphäre wahrnehmen, sind sie auch eher dazu bereit, eigene Inhalte auf Netzwerkplattformen zu teilen.

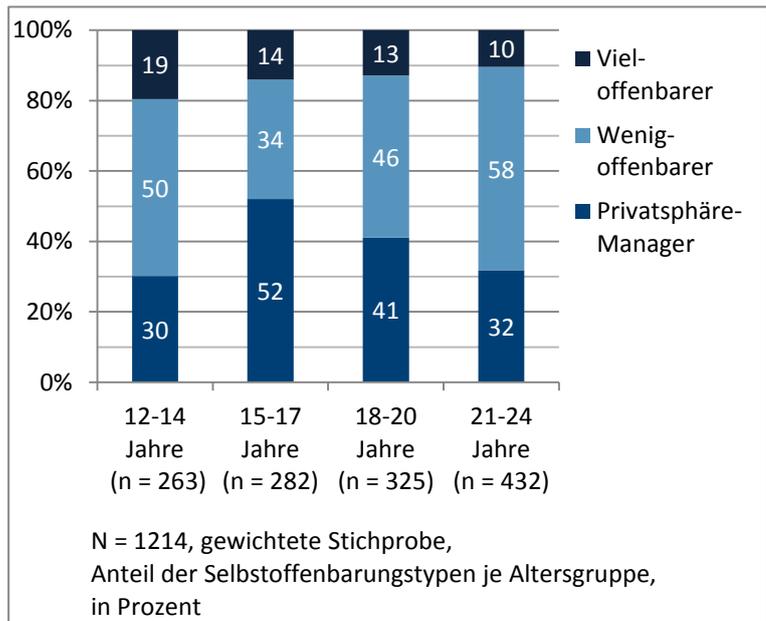


Abbildung 6: Selbstoffenbarungstypen nach Alter (Quelle: LfM-Projekt Digital Privacy – Heranwachsende und Datenschutz auf sozialen Netzwerkplattformen)

¹ Fishbein, M. (2000). The role of theory in HIV prevention. *Aids Care*, 12(3), 273-278.

Einen negativen Einfluss auf die Selbstverwertungsaktivitäten hat hingegen die Einstellung zur Autonomie: User, die ein hohes Bedürfnis nach Autonomie besitzen, teilen weniger Inhalte, weil dies ihren zukünftigen Handlungsspielraum einschränken könnte. Unterschiedliche soziale Rollen könnten beispielsweise durch Inhalte, die auf Sozialen Netzwerkplattformen gestellt werden, in Konflikt geraten. So ist etwa ein Partyfoto, das gegenüber der Peergroup cool und integrierend wirkt, unter Umständen weniger gut mit dem Bild des braven und strebsamen Schülers vereinbar, das gegenüber Eltern und Lehrern vermittelt werden soll.

Zusammenfassend und in Übereinstimmung mit den Ergebnissen der qualitativen Interviews können wir feststellen, dass sich das Verhalten der Zwölf- bis 24-Jährigen auf Sozialen Netzwerkplattformen in einem Spannungsfeld aus dem Bedürfnis nach Teilhabe am Social Web und der Sorge um die eigenen Daten bewegt. Die jungen Nutzer müssen zwischen beidem abwägen und austarieren. Bei der Nutzung Sozialer Netzwerkplattformen sind jedoch nicht nur die Daten des Nutzers selbst betroffen. Probleme im Bereich der Privatsphäre entstehen oft erst dann, wenn die Nutzer Daten über Dritte veröffentlichen. Etwa 14 Prozent der Befragten geben an, dass Sie bereits in irgendeiner Form negative Erfahrungen auf den Plattformen gemacht haben. In einer offenen Abfrage wird der nicht genehmigte und ungewollte Upload von Fotos, die die eigene Person zeigen, am häufigsten genannt. Auf Nachfragen geben sogar 38 Prozent an, dass sie bereits Fotos von sich im Netz gefunden haben, mit denen sie nicht einverstanden waren. Umgekehrt geben 23 Prozent zu, dass sie bereits selbst etwas online gestellt haben, über das sich andere beschwert haben. Mit 39 Prozent findet es ein großer Anteil der User in Ordnung, Fotos, Texte oder Videos ins Netz zu stellen, die Informationen über Dritte enthalten, ohne diese vorher um Erlaubnis zu fragen. Auf der anderen Seite haben 42 Prozent der Nutzer auch nichts dagegen, wenn andere ebenso mit ihnen verfahren. Diese Prozentsätze decken sich größtenteils.

Mit Bezug zum Urheberrecht haben wir erhoben, welcher Anteil der Befragten bereits Inhalte online gestellt hat, an denen er kein Urheberrecht besaß. Es sind 47 Prozent, also knapp die Hälfte der Befragten. Ein genauso hoher Anteil sieht diese Praxis auch als unproblematisch an.

Qualitative Befragung von Experten

Ziel der Interviews mit insgesamt 13 Experten aus den Domänen Schule, Jugendarbeit und Medien war es, deren Wissen, Erfahrungen und Ansichten darüber zu eruieren, wie man Jugendliche und junge Erwachsene darin unterstützen kann, die erforderlichen Kompetenzen für einen verantwortlichen Umgang mit Sozialen Netzwerkplattformen aufzubauen.

Auch diese Interviewpartner haben wir zunächst einmal als Einzelfälle betrachtet und ausgewertet; entstanden sind daraus 13 individuelle Experten-Profile. Dabei wird deutlich, dass die Domäne, aus denen die befragten Experten stammen, Einfluss zumindest auf einen Teil der Ansichten und Vorschläge hat, die genannt werden.

Einig sind sich alle Experten darin, dass Soziale Netzwerkplattformen unverzichtbarer Bestandteil für die Lebenswelt heutiger Jugendlicher und junger Erwachsener sind. Abweichend von der Einschätzung der jungen Nutzer selbst halten viele der befragten Experten das Bedürfnis nach Selbstdarstellung für hoch; umgekehrt schätzen sie das Wissen und Risikobewusstsein niedriger ein als die befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen selbst. Zudem nehmen die Experten eine größere Homogenität im Umgang mit Sozialen Netzwerkplattformen wahr als es in den Interviews mit den Jugendlichen und jungen Erwachsenen deutlich wird. Allerdings beobachten auch die befragten Experten eine positive Veränderung des Sicherheitsverhaltens in den letzten Jahren. Was Experten über Privatheit und Öffentlichkeit denken, unterscheidet sich nicht grundsätzlich von dem, was Jugendliche und junge Erwachsene als privat bezeichnen. Kontrollverlust über die eigenen Daten und Mobbing-Phänomene beurteilen die Experten als besonders gravierende Probleme.

Einigkeit besteht unter den befragten Experten in der Frage, welche Kompetenzen junge Nutzer haben sollten, nämlich vor allem kritische Medienkompetenz. Dazu gehöre auch die Fähigkeit, Informationen zu recherchieren und zu bewerten sowie Freundschaftsbeziehungen auf Sozialen Netzwerkplattformen richtig einzuordnen. Junge

Nutzer sollten rechtliche Vorgaben und ungeschriebene Gesetz kennen sowie über technische Fertigkeiten verfügen. Unterschiede im Expertenurteil gibt es, wenn es um die Förderung dieser Kompetenzen und die Einschätzung der Wirksamkeit verschiedener Maßnahmen geht. Letztlich aber plädieren alle dafür, die Verantwortung auf *mehrere* Schultern zu verteilen: auf das Elternhaus, die Schule, die Jugendarbeit, den Gesetzgeber und die Anbieter Sozialer Netzwerkplattformen. Fasst man die in den Interviews genannten Empfehlungen zusammen, kommt man zu folgenden vier Kategorien: (1) rechtliche und technische Mechanismen insbesondere für einen höheren Schutz der Privatsphäre implementieren (*externe Regulation*); (2) Information über Soziale Netzwerkplattformen verteilen und den Dialog mit den jungen Nutzern suchen (*Sensibilisierung*); (3) junge Nutzer darin anleiten und sie unterstützen, eigene Erfahrungen zu sammeln (*Aktivierung*); (4) die individuelle Verantwortlichkeit stärken und mit neuen Formen der Öffentlichkeit und Privatheit im Netz umgehen lernen (*Selbstregulation*).

Rechtsgutachten und Handlungsempfehlungen an den Gesetzgeber

Das Datenschutzrecht enthält zahlreiche Regelungen, die grundsätzlich auf das Web2.0 anwendbar sind. Vielfach bietet es ausreichende Lösungsansätze für die spezifischen datenschutzrechtlichen Risiken an, obwohl im Telemedien- und Bundesdatenschutzgesetz keine spezifischen Regelungen für Web2.0 vorhanden sind. Die Zulässigkeit der Verarbeitung der Inhaltsdaten – das heißt der Einträge der Nutzer in Social Networks – richtet sich nach den Erlaubnistatbeständen im BDSG. Dem Anbieter ist die Erhebung und Speicherung der Daten gemäß § 28 Abs. 1 Satz 1 BDSG zulässig. Die Daten darf er gemäß § 28 Abs. 1 Satz 1 BDSG oder § 29 Abs. 1 Nr. 1 BDSG zum Abruf durch andere Community-Mitglieder bereitstellen. Zu Marketingzwecken darf er die Daten nach § 28 Abs. 3 BDSG grundsätzlich nur mit Einwilligung verwenden. Ob er die Daten von Dritten nach § 29 Abs. 1 BDSG verarbeiten darf, hängt immer von der Interessenabwägung im Einzelfall ab. Dies führt sowohl für die Diensteanbieter zu einer erheblichen Rechtsunsicherheit als auch zu einem nicht unerheblichen Schutzdefizit in Bezug auf den Jugendschutz, wenn die betroffenen Dritten minderjährig sind. Datenschutzrechtlich nicht umfassend geregelt ist die Datenverarbeitung durch die Nutzer, die teilweise nicht nur eigene, sondern auch fremde Daten, z. B. Informationen über ihre Freunde, im Social Network einstellen. Ohne Einwilligung ist diese Datenverarbeitung allenfalls zulässig, wenn § 28 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 BDSG analog angewendet wird. Dies setzt voraus, dass die berechtigten Interessen des Nutzers diejenigen des Betroffenen am Ausschluss der Verarbeitung überwiegen.

Ein spezifischer Datenschutz für Kinder und Jugendliche existiert nicht. Es ist lediglich geregelt, dass sie hinsichtlich ihrer datenschutzrechtlichen Einwilligungsfähigkeit und der zivilrechtlichen Geschäftsfähigkeit im Vergleich zu Erwachsenen eingeschränkt sind. Die relevanten gesetzlichen Erlaubnistatbestände stützen den Umgang mit den personenbezogenen Daten auf den Abschluss des Nutzungsvertrags. Dieser ist jedoch nur bei volljährigen Nutzern wirksam. Die datenschutzrechtliche Einwilligungsfähigkeit von Kindern und Jugendlichen richtet sich nach ihrer individuellen Einsichtsfähigkeit bezüglich der rechtlichen Folgen. Der Anbieter kann also nur Rechtssicherheit erlangen, wenn er vor dem Abschluss des Nutzungsvertrags immer das Alter des potenziellen Nutzers mittels eines tauglichen Altersverifikationssystems überprüfen würde.

Allerdings sind auch einige Regelungsdefizite festzustellen, die durch folgende Regelungsvorschläge ausgeglichen werden können:

- » Vorsorgeregulungen für noch nicht personenbezogene Daten, zu denen in naher Zukunft durch Zusammenführung der Datenbestände im Internet und mittels Bilderkennungsprogrammen und Suchmaschinen ein Personenbezug hergestellt werden kann.
- » Regelungen, die auch bei einer kollektiven Verantwortlichkeit, die für Social Network-Plattformen beim Anbieter und Nutzern liegt, die Daten Dritter einstellen, eine klare Pflichtenzuweisung ermöglichen und realen Umständen ausreichend Rechnung tragen.

- » Novellierung der datenschutzrechtlichen Erlaubnisvorschriften, die die Zulässigkeit des Umgangs mit personenbezogenen Daten im Wesentlichen auf die öffentliche Zugänglichkeit der Daten stützen und durch das Informationsmedium Internet einen nicht mehr überschaubaren Anwendungsbereich erlangt haben.
- » Besondere Datenschutzvorschriften für Kinder sowie ergänzend die Pflicht, technische Lösungen für eine zuverlässige Altersverifikation einzusetzen.
- » Angemessene Regelungen für Privatpersonen, die die Daten Dritter nicht geschäftsmäßig, aber auch nicht ausschließlich für private und familiäre Zwecke verarbeiten – wie etwa auf Social Network-Plattformen.
- » Alternativen für die in mehreren Erlaubnisvorschriften als Voraussetzung geforderte datenschutzrechtliche Interessenabwägung, die regelmäßig eine inhaltliche Überprüfung der personenbezogenen Daten und somit eine eigenständige datenschutzrechtliche Beeinträchtigung darstellt.
- » Anpassung der Benachrichtigungspflichten an die veränderte Realität.

Weitere Regelungsdefizite werden durch den am 8. Juli 2011 vom Bundesrat eingebrachten Entwurf zur Änderung des Telemediengesetzes in den Bundestag adressiert, der das Ziel verfolgt, den Datenschutz in Social Networks zu verbessern. Der Entwurf eines § 13a TMG-E enthält zusätzliche Pflichten für Anbieter von Telemedien mit nutzergenerierten Inhalten und sieht eine Sonderregelung zum Minderjährigenschutz in Social Networks vor:

- » Einführung eines Löschknopfs für das Nutzerkonto zur leichteren Löschung von Daten.
- » Löschroutine für Nutzerkonten, um „Datenfriedhöfe“ zu verhindern.
- » Default-Einstellung auf der höchsten Sicherheitsstufe.
- » Möglichkeit, das Auslesen des Nutzerkontos durch externe Suchmaschinen zu verhindern.
- » Zusätzliche Unterrichtungspflichten, insbesondere für Jugendliche.

Inwieweit durch diese Pflichten der Diensteanbieter tatsächlich eine Verbesserung des Nutzerdatenschutzes erreicht werden kann, ist allerdings fraglich. Die Löschpflichten sind zwar grundsätzlich datenschutzfördernd, suggerieren aber dem Nutzer, er könnte die Daten tatsächlich aus der Welt schaffen. Die Pflicht zur Voreinstellung der höchsten Sicherheitseinstellungen droht ins Leere zu laufen, da keine Pflicht normiert werden soll, bestimmte Sicherheitseinstellungen in den Dienst zu implementieren. Ohne zuverlässige Altersverifikation greift der Minderjährigenschutz nur bei Nutzern, die bei der Anmeldung selbst ein Alter unter 16 Jahren angeben. Die Anbieter dürfen auf die Altersangabe der Nutzer vertrauen.

Ergänzend zu gesetzlichen Ge- und Verboten kann ein grundrechtlich erforderlicher Interessenausgleich aller Beteiligten durch die Gestaltung der Social Networks erreicht werden, die der Anbieter durchführen muss. Aber auch der Nutzer ist dafür verantwortlich, welche personenbezogenen Daten er auf seinem Account einstellt – sowohl in Bezug auf eigene personen-bezogene Daten also auch in Bezug auf die personenbezogenen Daten Dritter, die von ihnen veröffentlicht werden. Der Anbieter kann nur insofern auf die Nutzer einwirken, als er verbindliche Nutzungsregeln in Form eines community-internen Verhaltenskodex aufstellt und bei einer Missachtung sanktioniert – letztlich bis zum Ausschluss aus der Social Community.

Konkrete Gestaltungsvorschläge sind:

- » Sichere Identifizierung und zuverlässige Altersverifikation bei Anmeldung und Profilerstellung, z. B. mittels des elektronischen Personalausweises und der De-Mail.
- » Keine Eingabemöglichkeit für Kontaktdaten, insbesondere Adresse und Telefonnummer, bei Minderjährigen, um das Risiko unerwünschter Kontaktaufnahme einzuschränken.
- » Differenzierte Privatsphäre- und Sicherheitseinstellungen, die standardmäßig auf dem höchsten Sicherheitsniveau voreingestellt sind.
- » Information neu implementierter Funktionen und Aktivierung durch den Nutzer.
- » Keine unerkennbaren Änderungen des Nachrichtenstroms an den Nutzer, z. B. durch nutzerindividuelle Filterung von Informationen.

- » Ausschluss bestimmter Suchkriterien bei internen Suchmaschinen zum Minderjährigenschutz.
- » Keine personalisierte Werbung mit jugendgefährdenden Inhalten an Minderjährige.
- » Konsequente Löschung aller personenbezogenen Daten bei Abmeldung eines Nutzers.

Handlungsempfehlungen an die Medienpädagogik

Handlungsempfehlungen an die Medienpädagogik lassen sich aus den empirischen Daten der Studie nicht direkt ableiten. Gründe dafür sind die große Heterogenität der Zielgruppe und die hohe Spannbreite der Erfahrungen, Kenntnisse, Fertigkeiten und Haltungen, die aus der quantitativen und qualitativen Studie abzulesen ist. Auch die befragten Experten signalisieren keineswegs Konsens in allen Fragen medienpädagogischen Handelns. Verknüpft man die empirischen Befunde mit den Erkenntnissen aus der neueren medienpädagogischen Literatur sind einerseits klassische pädagogische Interventionen nach wie vor empfehlenswert; andererseits werden Empfehlungen wichtiger, die in Richtung eines kulturellen Wandels gehen.

Zu den pädagogischen Interventionen zählen zunächst Informations- und Dialogangebote. Diese können junge Nutzer für die Gefahren, aber auch Chancen Sozialer Netzwerkplattformen sensibilisieren und *wissender* machen. Des Weiteren sind Erfahrungs- und Unterstützungsangebote zu nennen: Diese sollen junge Nutzer *aktivieren*, damit sie eigene Erfahrungen sammeln und *handlungsfähiger* im Umgang mit Sozialen Netzwerkplattformen werden. Wissen und Handeln bilden ein Spannungsfeld; Empfehlungen müssen *beides* berücksichtigen und nicht das eine auf Kosten des anderen übertreiben. Ein zweites Spannungsfeld wird durch Steuerung und Kontrollverlust erzeugt: Zugrunde liegt die Erkenntnis, dass speziell in digitalen Gruppen und Gemeinschaften bestehende Normen ins Wanken geraten oder zumindest in Frage gestellt werden, weil sie z. B. mit der Funktionsfähigkeit Sozialer Netzwerkplattformen kollidieren. Unsere Vorschläge in diesem Spannungsfeld gehen in Richtung Teilhabe und Veränderung: Diese rücken junge Nutzer von der Position als *Adressaten* von Maßnahmen in die Rolle von *Akteuren* innerhalb des gesellschaftlichen Wandels. Ziel ist es, Jugendliche und junge Erwachsene am kulturellen Wandel zu beteiligen und auf altersangemessene Weise auch mit der Verantwortung zur (Mit-)Gestaltung bzw. Veränderung des Internets (zu denen auch Soziale Netzwerkplattformen gehören) zu betrauen.

Kontakt zu den Herausgebern

Prof. Dr. Dr. habil Michael Schenk & Julia Niemann, M.A.

Universität Hohenheim

Institut für Kommunikationswissenschaft

Forschungsstelle für Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung (542)

Fruwirthstraße 49

70599 Stuttgart

Tel. +49 (0) 711 459 22817

Fax +49 (0) 711 459 23724

E-Mail: kofo@uni-hohenheim.de

www.uni-hohenheim.de/kofo

Prof. Dr. Gabi Reinmann

Universität der Bundeswehr München

Fakultät für Pädagogik

Werner-Heisenberg-Weg 39

85577 Neubiberg

Tel. +49 (0) 89 6004 5120

E-Mail: reinmann.gabi@googlemail.com

<http://lernen-unibw.de/>

Prof. Dr. jur. Alexander Roßnagel

Universität Kassel

Projektgruppe verfassungsverträgliche Technikgestaltung (provet)

Pfannkuchstraße 1

34109 Kassel

Tel. +49 (0) 561 804-3130

Fax +49 (0) 561 804-3737

E-Mail: a.rossnagel@uni-kassel.de

<http://www.uni-kassel.de/fb07/institute/iwr/personen-fachgebiete/rossnagel-prof-dr/forschung/provet.html>

Kontakt zum Auftraggeber

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)

Zollhof 2

40221 Düsseldorf

Tel. +49 (0) 211- 77 00 70

Fax +49 (0) 211- 72 71 70

E-Mail: info@lfm-nrw.de

www.lfm-nrw.de