



Digitale Privatsphäre –
Heranwachsende und Datenschutz auf Sozialen Netzwerkplattformen

Problembewusstsein von jungen Nutzern

Prof. Dr. Dr. Michael Schenk & Julia Niemann M.A.,
Universität Hohenheim

29. Oktober 2012, Düsseldorf



Im Auftrag der



In Kooperation mit



U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T



Beteiligte Institutionen und Autoren

UNIVERSITÄT HOHENHEIM



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

Universität Hohenheim
Forschungsstelle für Medienwirtschaft und
Kommunikationsforschung

der Bundeswehr
Universität  München

Prof. Dr. Gabi Reinmann & Jan-Mathis Schnurr, M.A.

Universität der Bundeswehr München
Fakultät für Pädagogik

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T

Prof. Dr. jur. Alexander Roßnagel & Dr. Silke Jandt

Universität Kassel
Projektgruppe verfassungsverträgliche
Technikgestaltung (provet)



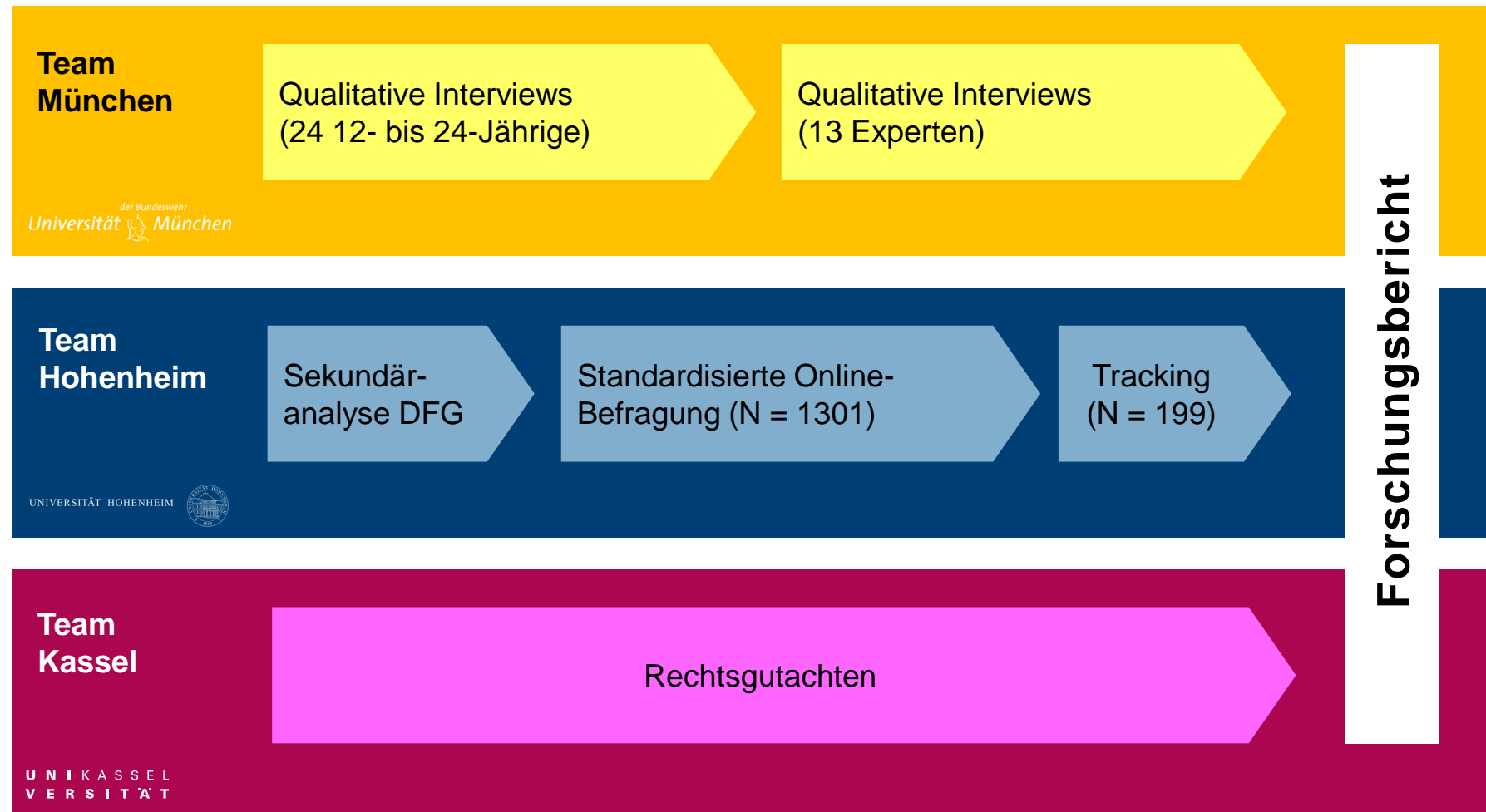
Zentrale Forschungsfragen

- » Wie werden Soziale Netzwerkplattformen genutzt?
- » Welchen Nutzen ziehen die Digital Natives aus Sozialen Netzwerkplattformen?
- » Welche Einstellung habe sie zur Privatsphäre und zu den Risiken?
- » Was geben sie auf den Plattformen von sich preis?
- » Was beeinflusst diese Selbstoffenbarung?

- » Ableitung von Handlungsempfehlungen für Eltern, Pädagogen und gesellschaftliche Entscheidungsträger



Aufbau des Forschungsprojekts





Qualitative Interviews mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen





Qualitative Interviews: Methodisches Vorgehen

- » 24 Leitfaden-Interviews, je ca. 60 Minuten
- » Auswahl der Teilnehmer nach Geschlecht, Altersgruppe, formaler Bildung, Stadt/Land und Netzaffinität
- » Zusammenfassende Inhaltsanalyse (Mayring 2000)

- » 24 Einzelprofile
- » Zusammenfassung der Interviewergebnisse, gruppiert nach vier Altersgruppen, in Bezug auf Nutzungsmuster, Gratifikationen, Risikobewusstsein sowie Umgang mit und Einstellung zu Privatheit und Öffentlichkeit



Qualitative Interviews:

Die Nutzungsmuster sind sehr individuell – 2 Beispiele

„ Ich mache nicht so viele Angaben. Es ist mir eigentlich schon wichtig, dass ich eben nicht so überkomme, als hätte ich kein Leben und müsste alles da angeben im Internet. (Lisa, 17)

- » Fühlt sich gut über die Risiken informiert
- » Kann benennen, welche Daten sie öffentlich macht
- » Echter Name und echtes Bild sind wichtig, um gefunden zu werden
- » Gezielter Einsatz der Kommunikationskanäle, private Nachrichten, Chat und Selbstdarstellung an der Pinnwand

„ Ich find's gut, wenn meine Lehrer oder meine Eltern nicht mitlesen können, was ich auf Facebook so schreibe. Ich würde da sonst nicht so viel schreiben... (Sarah, 15)

- » Mobile Nutzung
- » Geänderte Datenschutzeinstellungen
- » Kontaktdaten werden Freunden zugänglich gemacht
- » Schreibt auf ihrer Pinnwand über alles, was sie im Alltag beschäftigt
- » Risikobewusstsein gering
- » Facebook als privater Raum für Peer-Kommunikation



Qualitative Interviews:

Wie werden Soziale Netzwerkplattformen genutzt?

- » Pragmatische Nutzung: Kontakthalten, Koordination, Unterhaltung
 - Selbstdarstellung hat eine nachgelagerte Funktion

- » Ältere Interviewte berichten eher als jüngere von:
 - » mobiler Nutzung
 - » höherer Variabilität in der Nutzung
 - » Informationsmotiv



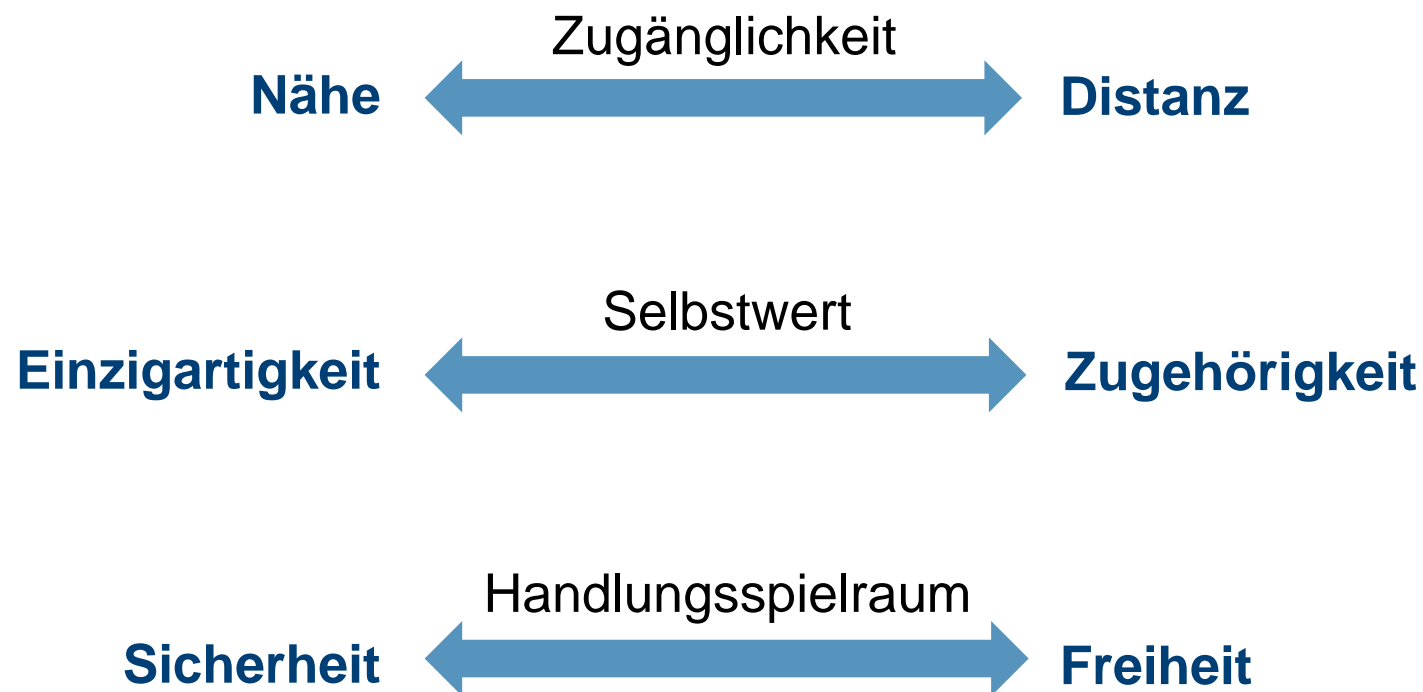
Qualitative Interviews

Was verstehen junge Nutzer unter Privatheit?

- » Privat ist das, was sich zu Hause abspielt
- » Konflikte und Probleme (Krankheit, Streit, finanzielle Schwierigkeiten)
- » Privat bleiben Informationen dann, wenn sie nur mit Personen geteilt werden, denen man vertraut
 - Vertrauen als wichtige Kategorie beim Umgang mit dem Social Web
- » Der Umgang mit und die Einstellung zur Privatheit/Öffentlichkeit ist weniger vom Alter, als von den sozialen und individuellen Bedingungen abhängig
 - » Jüngere fürchten extreme Gefahren
 - » Ältere ziehen die ökonomische Nutzung in Betracht und fürchten Nachteile im Beruf

Qualitative Interviews

Was ist Jugendlichen beim Umgang mit dem Social Web wichtig?





Ergebnisse der Online-Befragung





Themenblöcke der Online-Befragung

- » Internetnutzung und Nutzungserfahrung
- » Nutzung Sozialer Netzwerkplattformen
- » Nutzungsmotive
- » Selbstoffenbarung
- » Sorgen und Risiken
- » Persönlichkeitsmerkmale
- » Soziale Normen
- » Selbstwirksamkeit
- » Sozio-Demografie



Methodisches Vorgehen der Online-Befragung

- » Rekrutierung der Teilnehmer über ein Online-Access-Panel
- » Größe der Stichprobe: 1301 Nutzer von Sozialen Netzwerkplattformen zwischen 12 und 24 Jahren
- » Quotiert nach Alter, Geschlecht und formaler Bildung
- » Erhebungszeitraum Herbst 2011

- » 3-wöchiges Tracking mit 199 Teilnehmern:
 - » Aufzeichnung des Nutzungsverhaltens auf reichweitenstarken Netzwerkplattformen (Facebook, VZ-Netzwerke)
 - » Kontextbefragung



Ergebnisse der Online-Befragung:

Wie wird das Internet von den 12- bis 24-Jährigen genutzt?

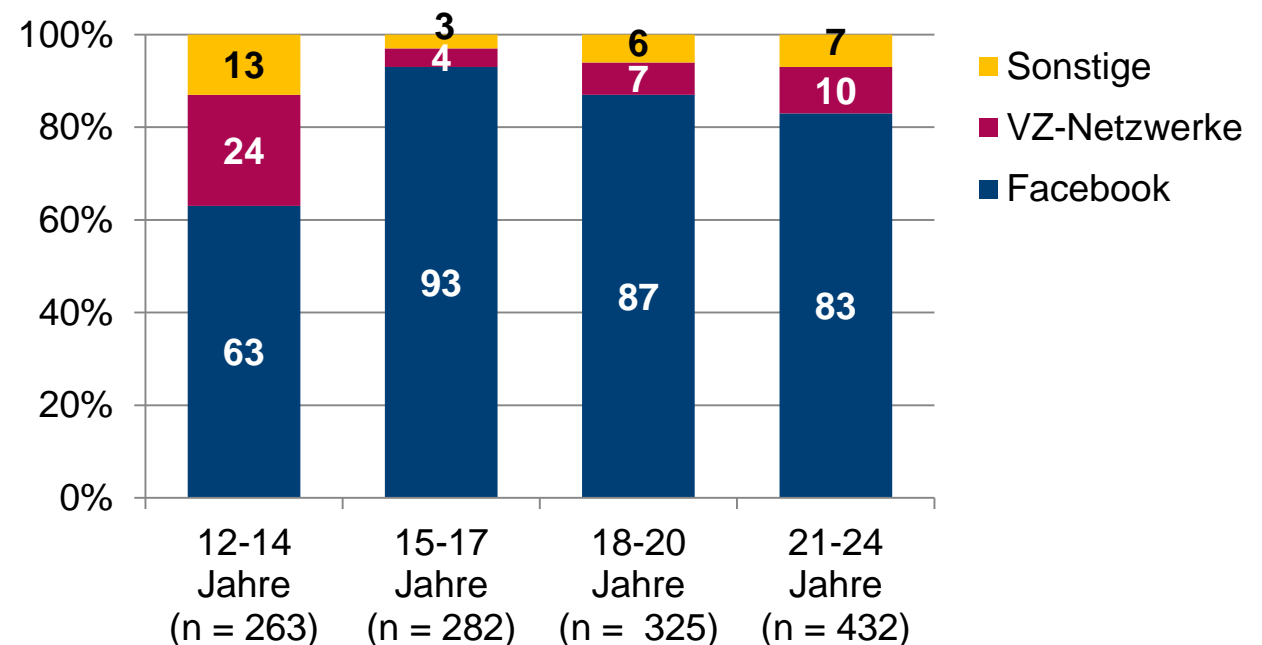
- » Sie sind routinierte Internetnutzer, mit mehrjähriger Erfahrung
- » 90 Prozent verfügen über einen eigenen Computer zur Alleinnutzung
- » Sie sind nahezu täglich online
- » Mobile Nutzung ist weit verbreitet (45 Prozent)
- » Neben Sozialen Netzwerkplattformen sind E-Mail, Videoplattformen und Instant-Messenger häufig genutzte Angebote



Ergebnisse der Online-Befragung:

Welche Netzwerk-Plattformen werden hauptsächlich genutzt?

- » Facebook ist Marktführer, auch in der jüngsten Altersgruppe
- » Sonstige Netzwerke: z.B. wer-kennt-wen, Schüler.cc, Jappy, Google+, erreichen nur äußerst geringe Reichweiten

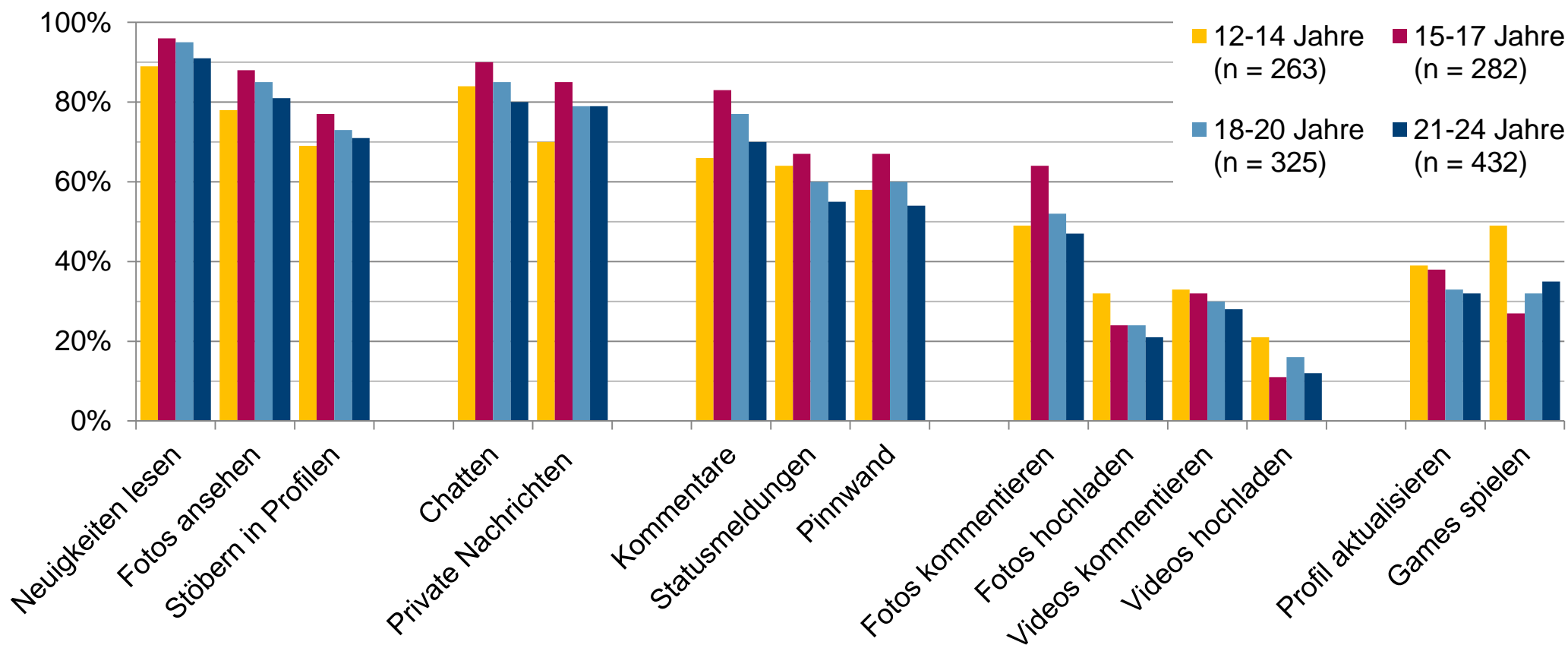


N = 1301, gewichtete Stichprobe, Angaben in Prozent



Ergebnisse der Online-Befragung:

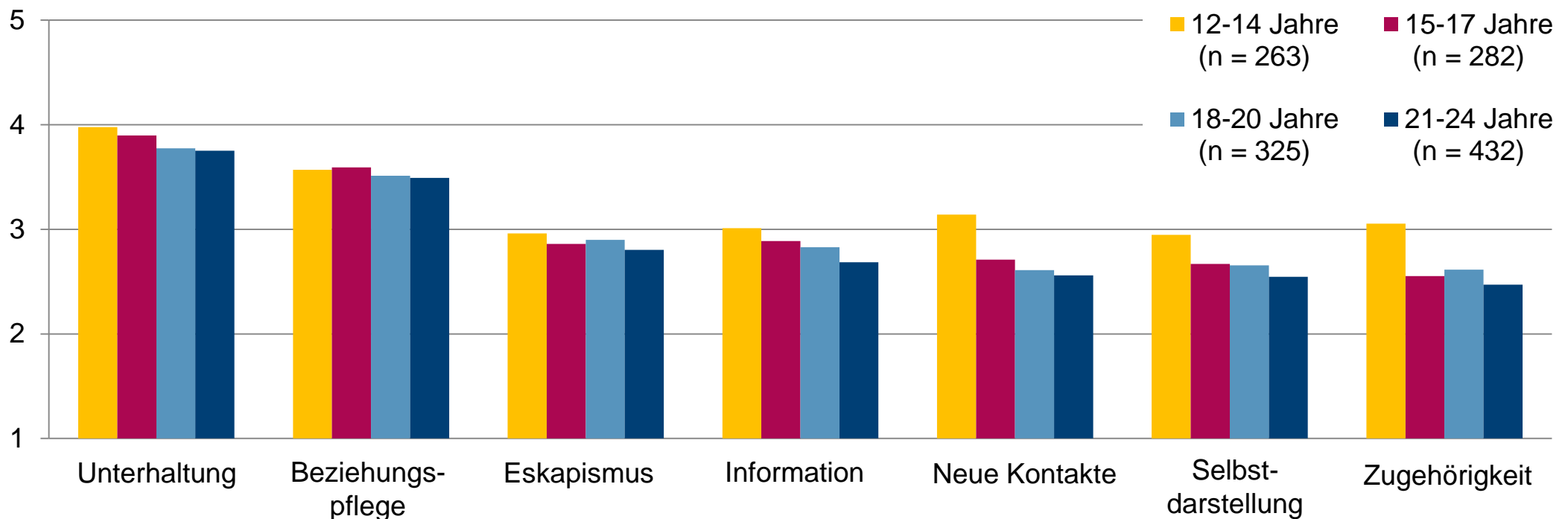
Welche Aktivitäten werden auf Netzwerkplattformen betrieben?





Ergebnisse der Online-Befragung:

Welche Motive leiten die Nutzung?



N = 1301, gewichtete Stichprobe,
Mittelwertindices, Skala der zugehörigen Items von 1 = trifft überhaupt nicht zu bis 5 = trifft voll und ganz zu

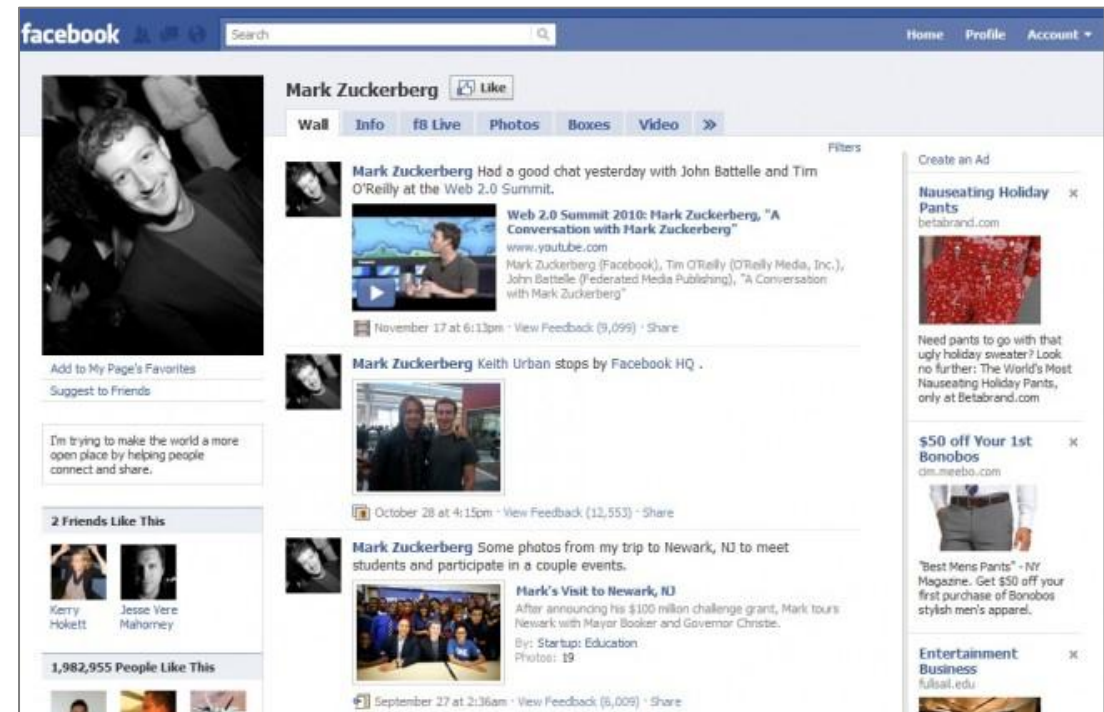


Ergebnisse der Online-Befragung: Selbstoffenbarung

- » **Inwieweit öffnen sich Personen gegenüber anderen?**
- » Selbstoffenbarung ist Teil jeder Kommunikation!
 - » bewusste Selbstdarstellung
 - » unbeabsichtigte Selbstenthüllungen

Ergebnisse der Online-Befragung: Bereiche der Selbstoffenbarung

- » Das Nutzerprofil
- » (semi-)öffentliche Kommunikation
- » Privatsphäre-Optionen
- » Kontaktnetzwerk

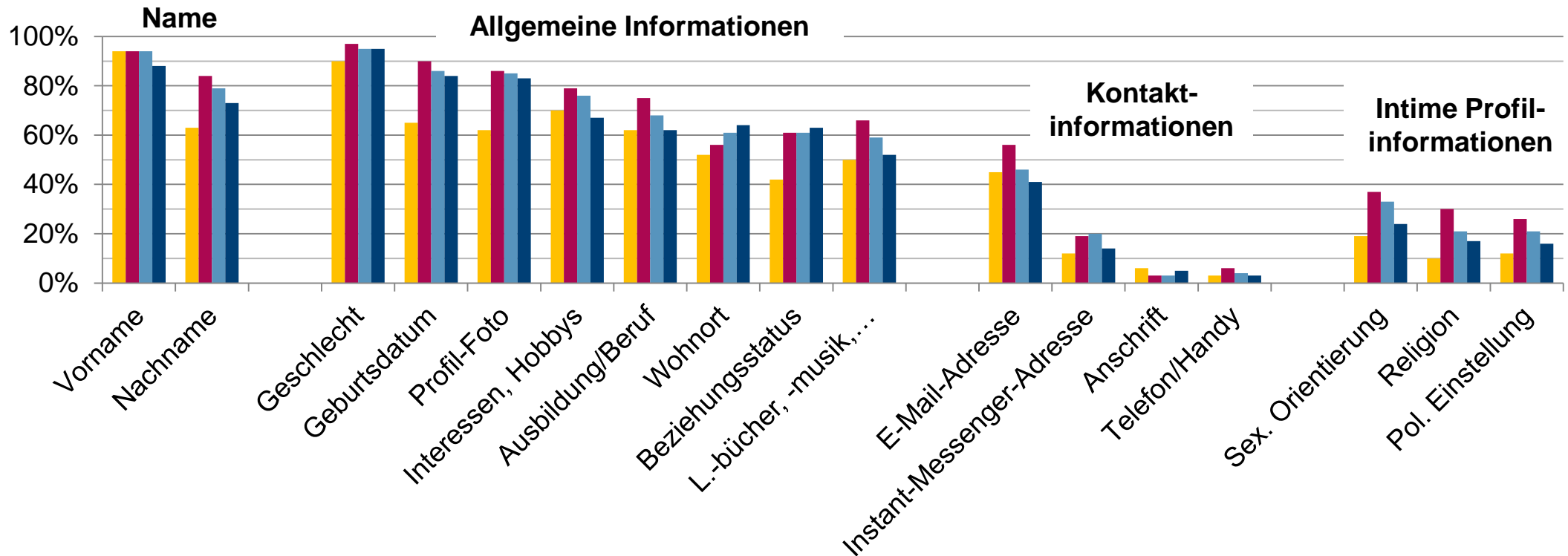


<http://www.digitaltrends.com/computing/facebook-reveals-new-profile-pages/>



Ergebnisse der Online-Befragung: Welche Informationen werden auf dem Nutzerprofil angegeben?

■ 12-14 Jahre (n = 263) ■ 15-17 Jahre (n = 282)
■ 18-20 Jahre (n = 325) ■ 21-24 Jahre (n = 432)



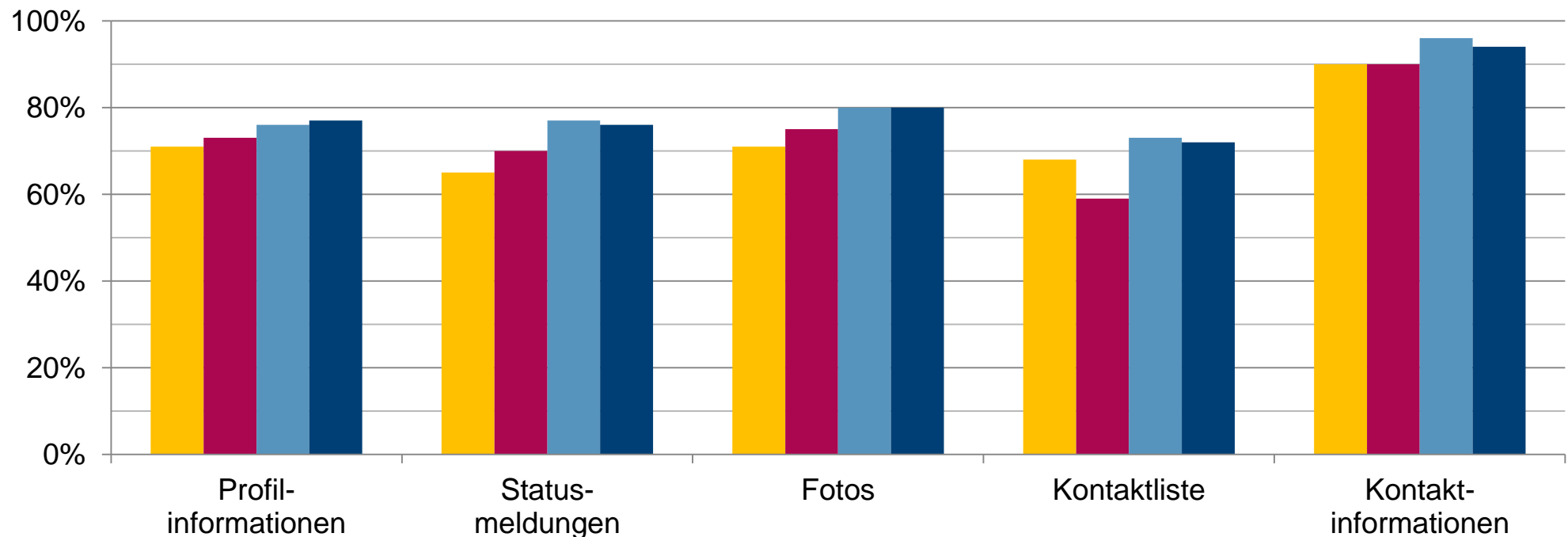


Ergebnisse der Online-Befragung:

Privatsphäre-Optionen

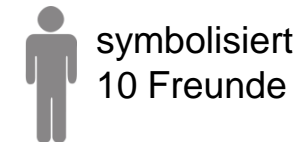
Anteil der Befragten, die die jeweiligen Privatsphäre-Optionen auf ihre Kontakte beschränkt oder restriktiver eingestellt haben

- 12-14 Jahre (n = 263)
- 15-17 Jahre (n = 282)
- 18-20 Jahre (n = 325)
- 21-24 Jahre (n = 432)



Ergebnisse der Online-Befragung:

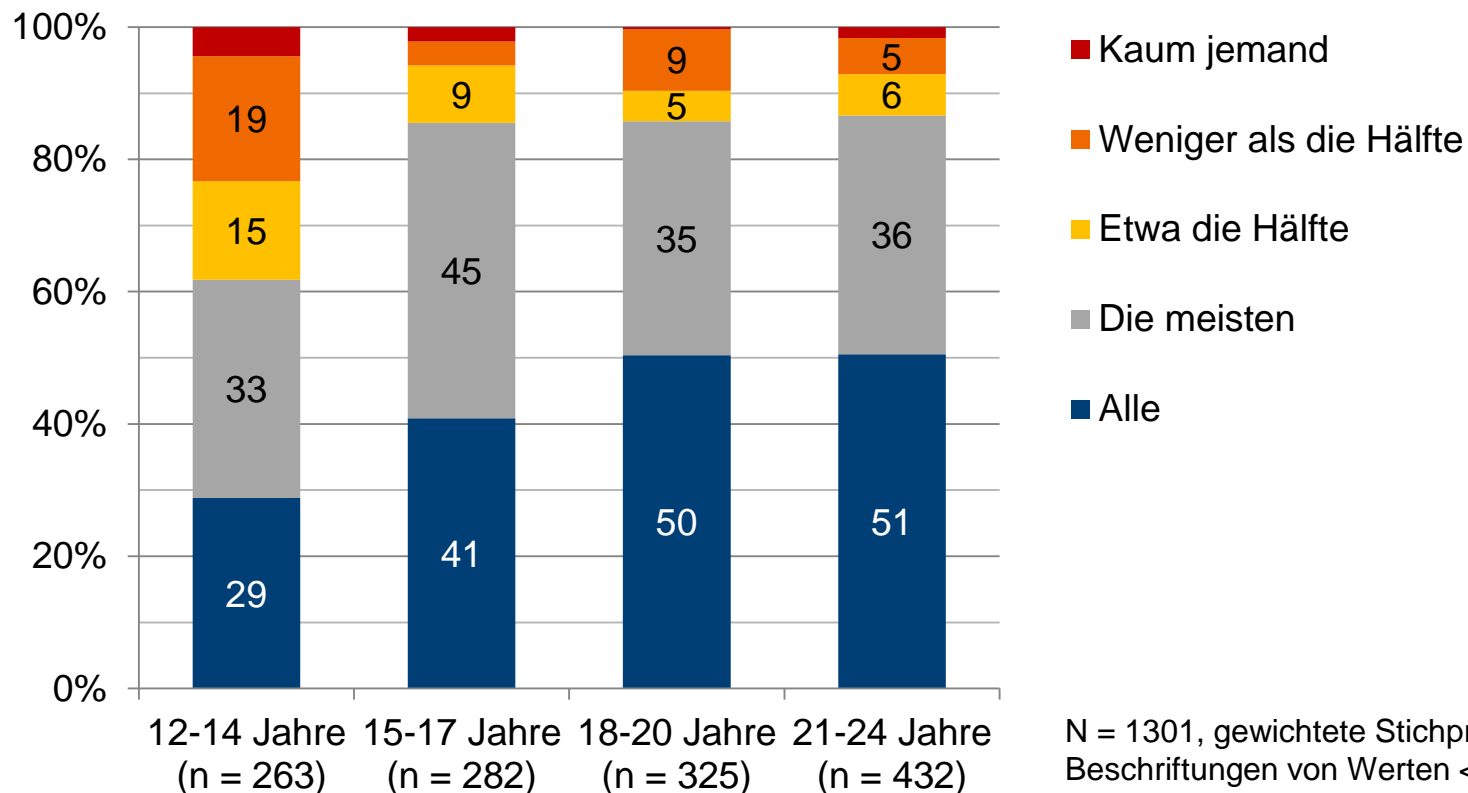
Wie viele Freunde hat ein Nutzer?





Ergebnisse der Online-Befragung:

Bekanntheit der Freunde



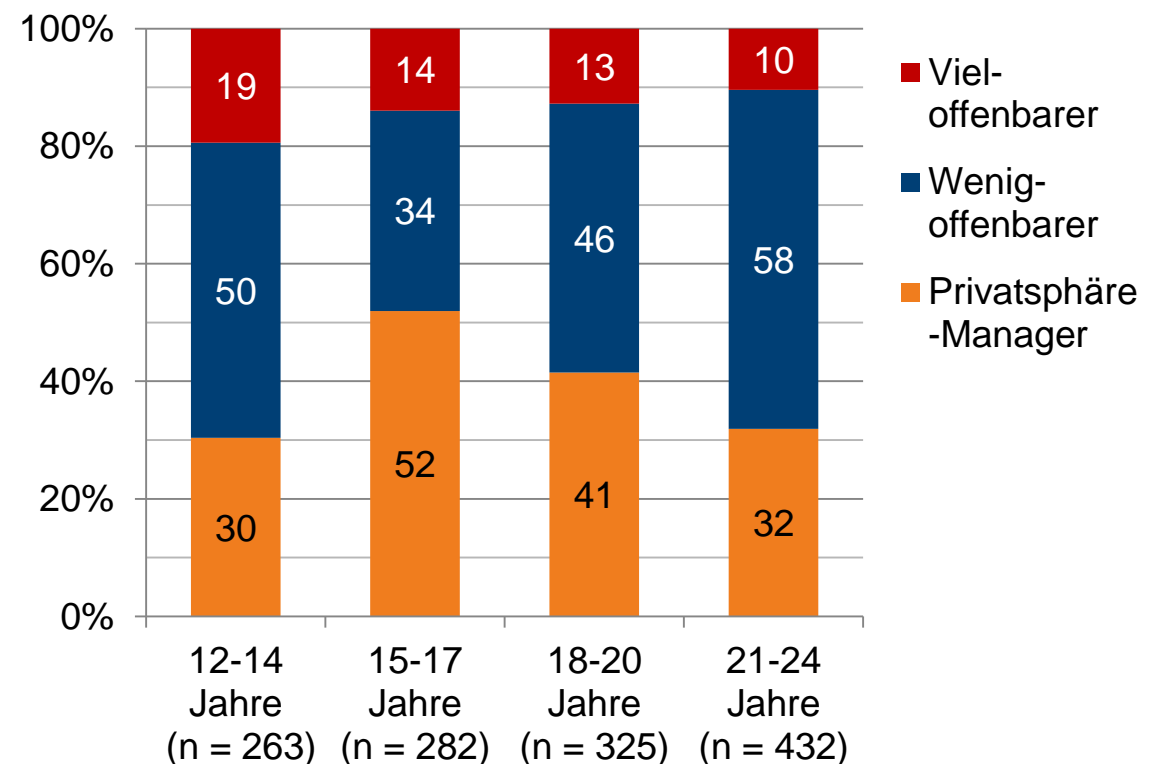
N = 1301, gewichtete Stichprobe, Angaben in Prozent
Beschriftungen von Werten < 5 Prozent wurden ausgeblendet



Ergebnisse der Online-Befragung:

Basis-Strategien bei der Regulierung von Privatheit/Öffentlichkeit

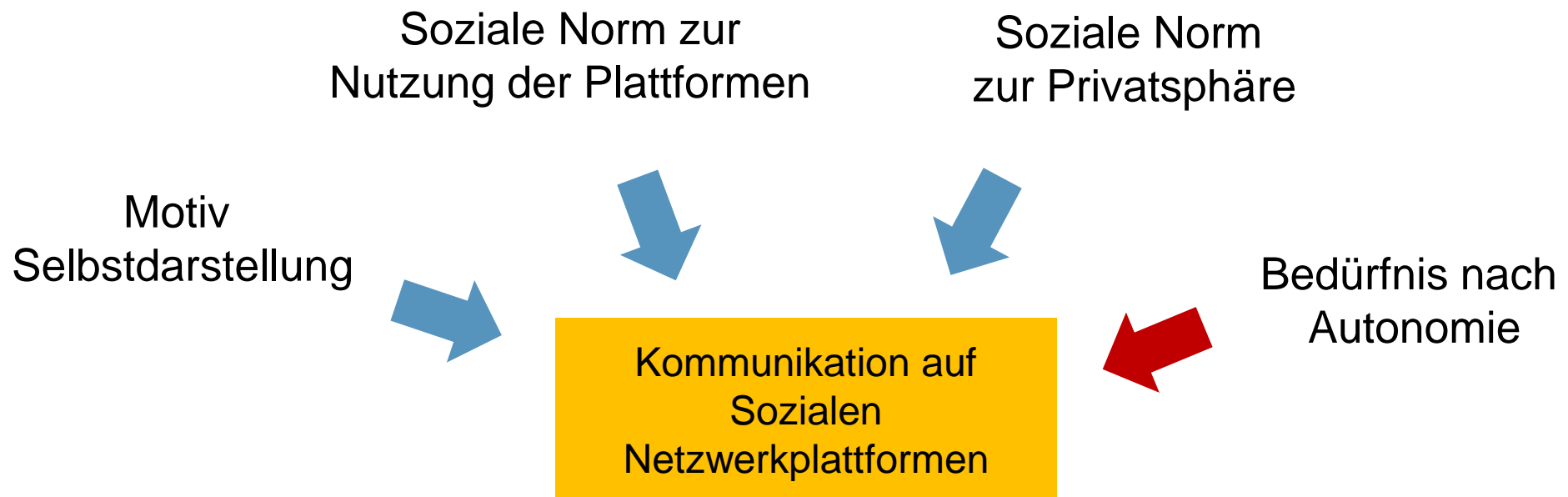
- » **Vieloffenbarer**
relativ offene Privatsphäre-Einstellungen,
höher Anteil unbekannter Kontakte,
aktives Kommunikationsverhalten
- » **Wenigoffenbarer**
restriktive Privatsphäre-Einstellungen,
nur wenig Profilinformationen
- » **Privatsphäre-Manager**
aktivste Nutzer, häufige Kommunikation,
strenge Privatsphäre-Einstellungen,
große Kontaktnetzwerke, zu denen aber
in der Regel vorrangig Bekannte gehören



N = 1214, gewichtete Stichprobe,
Anteil der Selbstoffenbarungstypen je Altersgruppe, in Prozent

Ergebnisse der Online-Befragung:

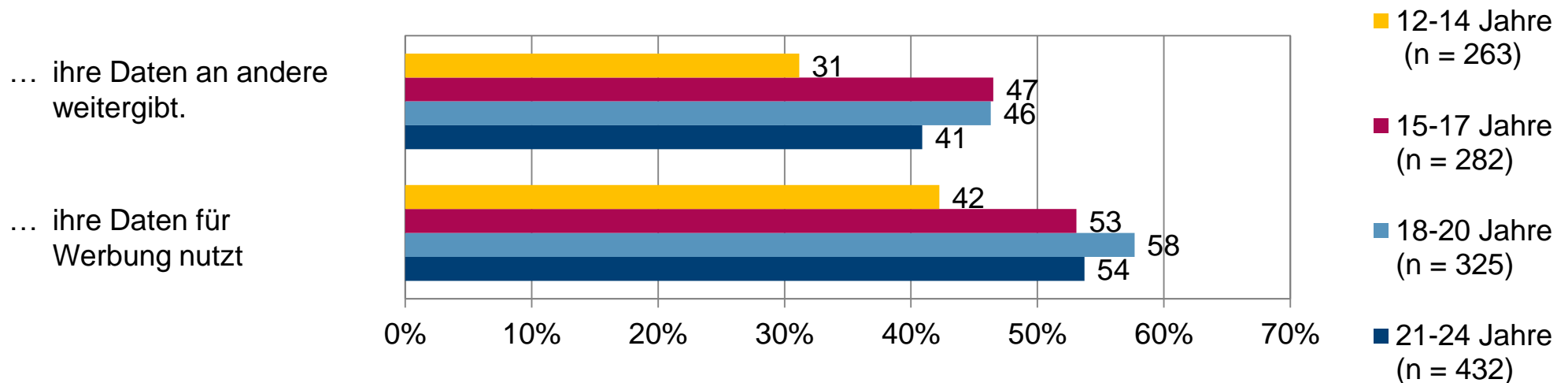
Welche Variablen beeinflussen die Selbstoffenbarung?



Ergebnisse der Online-Befragung:

Nehmen die Nutzer die wirtschaftliche Nutzung ihrer Daten wahr?

Anteil der Befragten die glauben, dass der Betreiber ihrer sozialen Netzwerkplattform...

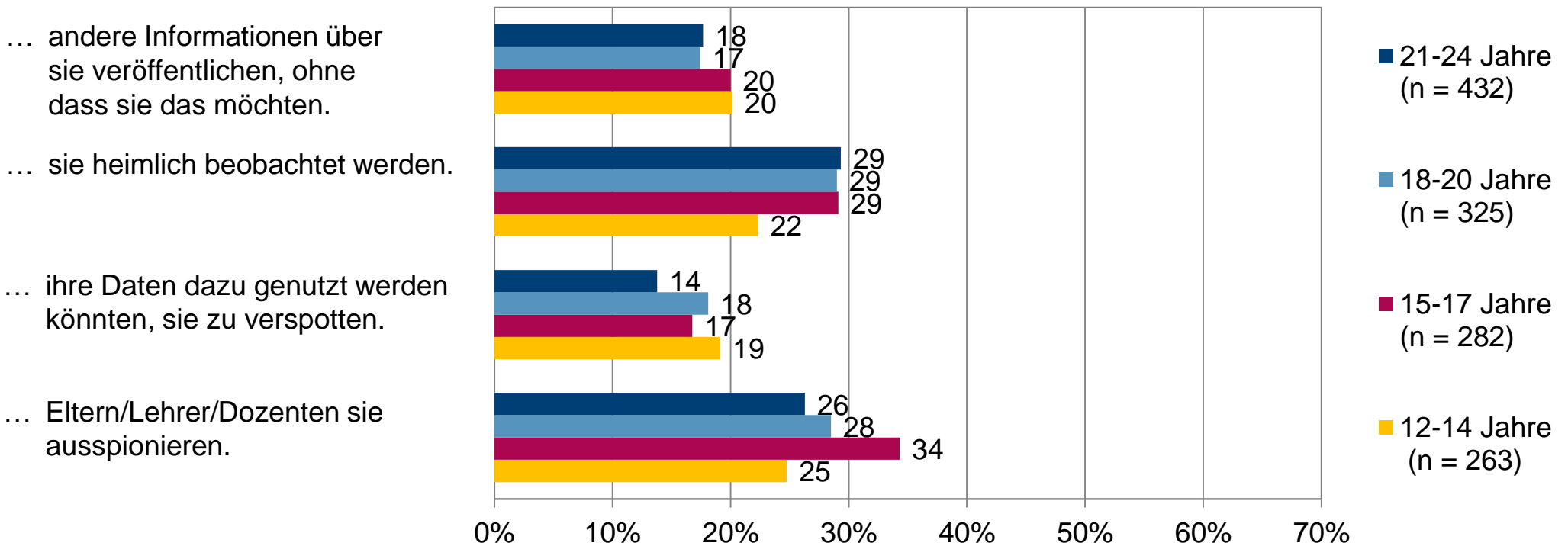


N = 1301, gewichtete Stichprobe, Angaben in Prozent



Ergebnisse der Online-Befragung: Risiken durch andere Nutzer (Auswahl)

Anteil der Nutzer die fürchten, dass ...



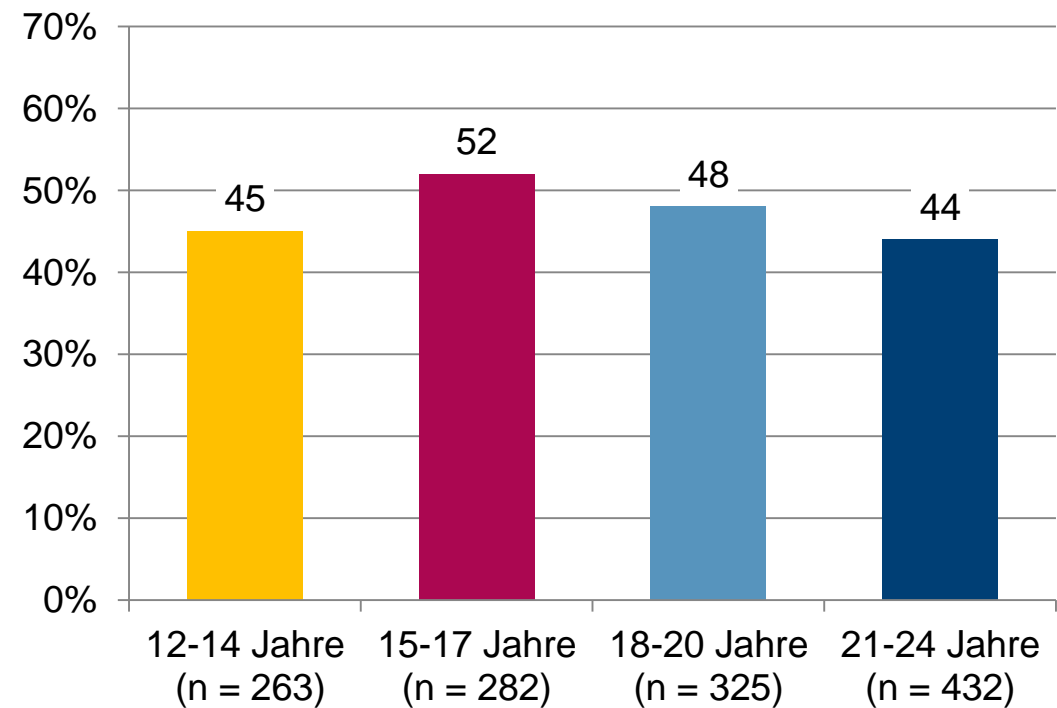
N = 1301, gewichtete Stichprobe, Angaben in Prozent



Ergebnisse der Online-Befragung:

Wie gehen die Nutzer mit fremden Daten um?

Anteil der Befragten, die selbst schon einmal Inhalte ins Internet gestellt haben, die sie nicht selbst erstellt haben:

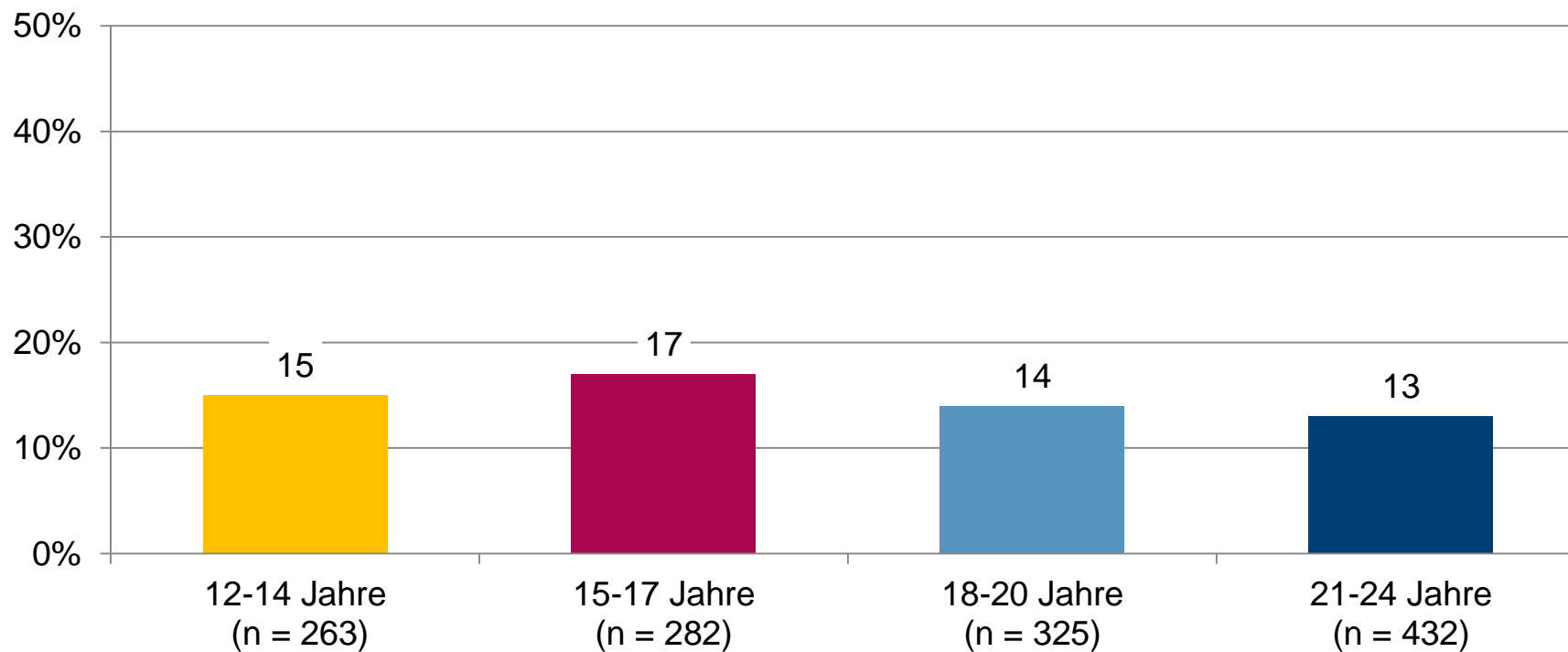


N = 1301, gewichtete Stichprobe, Angaben in Prozent



Ergebnisse der Online-Befragung:

Wie viele Nutzer haben schon einmal negative Erfahrungen auf Netzwerkplattformen gemacht?



N = 1301, gewichtete Stichprobe, Angaben in Prozent



Ergebnisse der Online-Befragung:

Worin bestehen diese negativen Erfahrungen?

”
Viren, Fake-Links

”
Technische
Probleme

”
Upload von Fotos
ohne vorige Erlaubnis

”
Mobbing

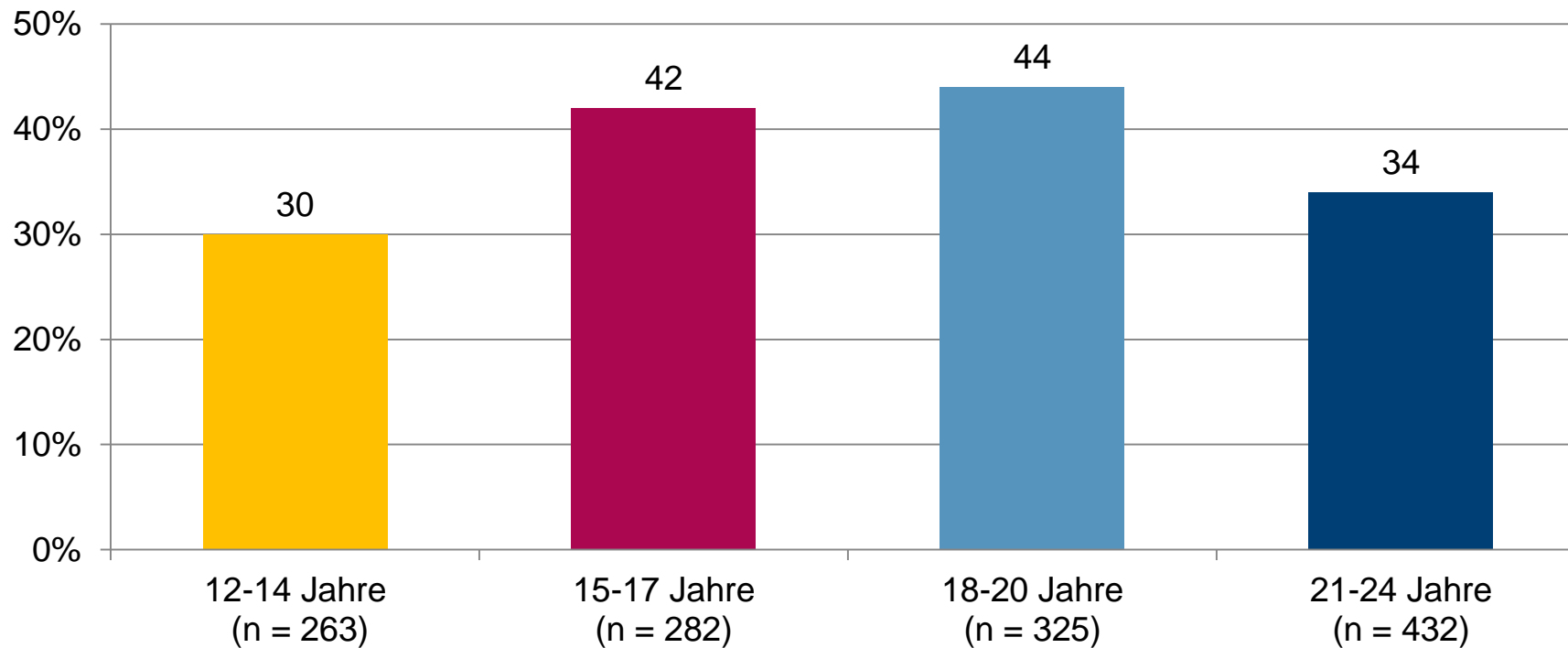
”
(sexuelle)
Belästigung

”
Kontrollverlust über
eigene Daten



Ergebnisse der Online-Befragung:

Anteil der Nutzer, über die schon einmal ohne ihre Zustimmung Inhalte veröffentlicht wurden





Fazit

- » Soziale Netzwerkplattformen haben große Bedeutung für die Alltagsorganisation und zur Unterhaltung.
→ Soziale Integration
- » Neben der Unterhaltung sind die sozialen Funktionen besonders wichtig. Für den Aufbau und Erhalt von Beziehungen ist die Selbstdarstellung bis zu einem gewissen Grade notwendig.
- » Die Nutzer unterscheiden, auf welchen Kommunikationskanälen sie welche Informationen preisgeben.
- » Veröffentlicht wird vielfach nur Belangloses, oder was jeder wissen darf.
- » Die meisten Nutzer haben die Privatsphäre-Optionen angepasst → Friends-Only-Strategie
- » Freundeslisten werden nicht wahllos erweitert, Bekanntheit und Sympathie sind Kriterien. Dennoch haben viele Nutzer Kontakte, die sie noch nie persönlich getroffen haben.
- » Mehrheit der Nutzer ist für die Risiken sensibilisiert, aber es gibt Ausnahmen. Entscheidend sind: Interneterfahrung und Medienkompetenz
- » Die Orientierung im Verhalten (Veröffentlichung und Schutz der Privatsphäre) erfolgt an der Peergroup.



Besonderer Aufklärungsbedarf besteht...

- » ...bei Nutzern, die gerade erst mit der Verwendung von Sozialen Netzwerkplattformen beginnen
- » ...bei formal niedriger gebildeten
- » ...bei 15- bis 17-Jährigen

- » ...beim hinzufügen und bestätigen von Kontakten
- » ...bei der Etablierung differenzierter Einstellung der Privatsphäre-Optionen

- » ...beim Umgang mit den Rechten Dritter, insbesondere beim Upload von Fotos
- » ...beim Umgang mit dem Urheberrecht



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

- » **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