

Soziale Netzwerke



Forschungsseminar: Neuere psychologische Fachliteratur WS 2010/11

LV-Nummer: 720180

Dozent: Ao. Univ.-Prof. Dr. Karl Leidlmair

Universität: Leopold-Franzens-Universität Innsbruck, Institut für Psychologie

Datum: 15.02.2011

Verfasst von:

Sylvia Katerna 0717787

Sarah Schmidt 0717536

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	4
1. Definition.....	5
2. Einteilung.....	6
2.1 „Social Network“-Seiten.....	6
2.2 Partnersuche.....	6
2.3 Chat.....	7
2.4 Blog.....	7
2.5 Twitter.....	7
2.6 Forum.....	8
3. Datenschutz.....	8
3.1 Datenschutz bei Facebook.....	19
3.2 Datenschutz weltweit (Überblick).....	11
3.3 Untersuchung Stiftung Warentest.....	12
3.3.1 Durchführung.....	12
3.3.2 Ergebnis.....	13
4. Facebook.....	14
4.1 Entwicklung der Nutzerzahl weltweit.....	14
4.2 Zahlen und Fakten.....	15
5. Problematik von sozialen Netzwerken.....	15
5.1 Datenschutz.....	15
5.2 Freundschaft.....	16
5.2.1 Facebook als Freundschaftsstifter.....	16
5.2.2 Begriff „Freundschaft“.....	17
5.3 Profil löschen.....	18
5.4 Pseudonym-Verbot.....	19
5.5 Cyber-Mobbing.....	20
5.6 Der Körper im virtuellen Raum.....	20
6. Soziale Netzwerke in verschiedenen Ländern.....	21
7. Studien und sozialpsychologische Effekte.....	22
7.1 Zwei Studien.....	22

<i>7.2 Facebook macht Außenseiter einsamer</i>	23
<i>7.3 Menschen streben nach Vernetzung</i>	24
<i>7.4 Facebooksucht</i>	24
<i>7.5 Virtuelle Sozialisationsräume</i>	25
<i>Abschließende Bemerkung</i>	27
<i>Literaturverzeichnis</i>	28
<i>Abkürzungsverzeichnis</i>	30

Einleitung

„Soziale Netzwerke“ oder „social networks“ – was ist das eigentlich? Diese Frage ist in der heutigen Welt des Internets nicht einfach zu beantworten. Begriffe wie „communities“, „chat“, „blog“, usw. sind nur ein kleiner Auszug der Vielzahl an Bezeichnungen, die im Netz mit diesem Thema in Verbindung gebracht werden.

Der Schwerpunkt der Arbeit wurde rund um das Thema Facebook gelegt, da diese Internetplattform ein gutes Beispiel für ein Soziales Netzwerk darstellt. Menschen vernetzen sich, mit rasanter Geschwindigkeit steigt die Nutzerzahl zusehend an, neuste Entwicklungen, wie das Mobil-Werden über Handys, finden Einzug und auch in den Medien gibt es ein breites Diskussionsbedürfnis, dem nachgegangen wird.

Soziale Netzwerke sind aus dem Leben vieler nicht mehr wegzudenken. Für einen Großteil gehört es zur Routine sich – sogar mehrmals täglich – einzuloggen. Doch welches Geheimnis, oder welcher Anreiz steckt hinter diesen Sozialen Netzwerken? Welche Chancen und Risiken verbergen sich hinter diesem mittlerweile schon intransparenten Labyrinth im Netz? Inwiefern ist der Datenschutz gewährleistet, auch im Vergleich zu anderen Ländern?

Diese und andere Fragestellungen werden in der folgenden Arbeit behandelt.

1. Definition

„Unter sozialem Netzwerk versteht man das Beziehungsgeflecht zwischen einer Vielzahl von Akteuren.“ Sie werden zudem als Internetplattform bezeichnet, auf der man sich online „trifft“, Kontakte pflegt, sich austauscht und vor allem untereinander vernetzt. Man kann innerhalb dieser Netze kommunizieren, sich präsentieren, insbesondere auf Fotos verlinken und sich verlinken lassen. Sie werden auch als die „modernen interaktiven Freundschaftsbücher“ (Wörterbuch der Sozialpolitik; Internet-ABC) bezeichnet. In Sozialen Netzwerken kann man ein eigenes Profil mit Namen, Foto und persönlichen Aspekten, wie z. B. dem Alter, den Interessen und dem Partnerschaftsstatus erstellen. Somit besteht ein Beziehungsgeflecht, die sogenannte Kommunikationsbasis eines Sozialen Netzwerks. Der Begriff „social community“ findet hierbei auch Verwendung, jedoch ist es wichtig, dabei Soziale Netzwerke von Chats, Foren und anderen social communities zu differenzieren, was häufig nicht einfach ist. Zu beachten ist, dass Soziale Netzwerke immer zu communities zählen, aber umgekehrt communities nicht zu Sozialen Netzwerken (vgl. Wörterbuch der Sozialpolitik; Internet-ABC).

Soziale Netzwerke findet man in vielen verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen. Ein Beispiel sei an dieser Stelle aus dem Bereich Beruf angeführt: "Soziales Netzwerk Deutschland e.V": "Hilfe-zur-Selbsthilfe-Verein" von "Betroffenen" für "Betroffene". Dieser Verein bietet gesellschaftlichen Gruppen Hilfe und Unterstützung an, die ohne Verschulden eine soziale Abschwächung erfahren mussten. Der Verein bietet Leistungen bezüglich Unterstützung bei Amtsgängen; Vermittlungs-, Öffentlichkeits- und Aufklärungsarbeit über Missstände und Willkür; gemeinsame Arbeit mit Aktionen und Projekten für ein breites Verständnis in der Öffentlichkeit, usw. Es ist ein gemeinnütziger Verein, dessen Arbeit ehrenamtlich durchgeführt wird (vgl. Soziales Netzwerk Deutschland e. V.).

2. Einteilung

2.1 „Social Network“-Seiten

Auf den „Social Network“-Seiten kann der Benutzer ein eigenes Profil erstellen, sich untereinander mit anderen Benutzern vernetzen, Freunde suchen, Einladungen zu verschiedenen Veranstaltungen verschicken, Gruppen beitreten, sich und andere auf Fotos verlinken. Beispiele hierfür sind: Facebook, studivz, schülervz, mein vz, wer-kennt-wen, stayfriends, myspace, lokalisten, xing, usw.

Der Sprache kommt in Sozialen Netzwerken auch eine besondere Rolle zu. Bei einer Interaktion nimmt man normalerweise Gestik und Mimik des Gegenübers wahr, bei Sozialen Netzwerken hingegen ist dies nur schwer möglich, da man ja mit dem anderen nur schreibt.

Durch Facebook kann man jederzeit und an jedem Ort mit anderen Menschen kommunizieren, es erleichtert die Kommunikation zwischen Menschen. „Social-Network“-Seiten wurden mobil, vom Handy aus kann man inzwischen Nachrichten posten.

2.2 Partnersuche

Bei der Partnersuche verfasst man – ähnlich wie bei „Social Network“-Seiten – ein Profil, mit dem Unterschied, dass der Benutzer u. a. Charaktereigenschaften darin mitteilt, um die Partnersuche besser auf die eigene Person abzustimmen. Angaben über das Aussehen, also z. B. die Größe, die Haarfarbe, usw. können ebenfalls angegeben werden. Weiterer Punkte, die man im Profil veröffentlichen kann, sind die Hobbies. Internetseiten wie z. B. FriendScout24, flirt-fever, ElitePartner, Neu, parship, sind Beispiele hierfür.

2.3 Chat

Bei sogenannten Chats geht es darum, mit anderen Menschen übers Internet zu kommunizieren. Die Kommunikation findet dabei parallel statt. Das bedeutet, dass sich die User gleichzeitig schreiben können. Eine Kategorisierung verschiedener Chats ist nicht klar zu treffen, da sich diese untereinander in ihrer Funktionsweise sehr ähneln. Dennoch wurde an dieser Stelle eine Aufteilung in allgemeine Chats und Instant Messenger vorgenommen. Die Sprache ist auch ein entscheidender Faktor in Chats. Damit ist gemeint, dass es zumeist keine gewöhnliche Sprache ist, sondern sie ist bestimmt durch Abkürzungen, Umgangssprache, sogenannten Emoticons und vielem mehr.

2.4 Blog

Blogs sind Internetpublikationen, meist privater oder semi-privater Natur. Es ist wie eine Art öffentlich einsehbares Tagebuch, wobei weder thematisch, stilistisch noch quantitativ Grenzen gesetzt sind. Ob nun Privatpersonen über die letzte Urlaubsreise bloggen oder Journalisten aus Kriegsgebieten direkte Eindrücke berichten, Blogs sind eine sehr freie Form von Internetkommunikation und stellen aufgrund der konzeptionellen Einwegkommunikation eine eher atypische Form von Sozialem Netzwerk dar.

2.5 Twitter

Die Benutzer dürfen Textnachrichten mit höchstens 140 Zeichen eingeben, die anschließend für alle sichtbar sind. Geschrieben sind diese meist aus der Ich-Perspektive. Jedes Mitglied kann auch Kommentare zu geschriebenen Mitteilungen abgeben. Von Privatpersonen über Prominente, Unternehmen und News-Sites wird Twitter mittlerweile zur Verbreitung von Nachrichten genutzt. Der Reiz dabei ist die erzwungene Kürze, die zu Prägnanz in der Formulierung einladen sollte. Inzwischen wird der Internet-Dienst allerdings zunehmend verwendet, um häppchenweise seinen Tagesablauf bekanntzumachen. Im Gegensatz zu anderen Plattformen, kann Twitter

auch rein passiv konsumiert werden, indem man anderen folgt, aber selbst keine Nachrichten in Umlauf bringt.

2.6 Forum

Unter einem Internetforum versteht man einen „Raum“, an dem man Gedanken, Erfahrungen, usw. austauschen kann. Die Kommunikation findet – im Gegensatz zum Chat – asynchron statt. Das bedeutet, dass die Benutzer nicht gleichzeitig Kommentare veröffentlichen. Jedes der Foren behandelt unterschiedliche Themen. Die User können Diskussionsbeiträge hinein schreiben, die von anderen Usern kommentiert werden können. Besonders beliebt sind Hilfe-Foren, in denen nach Ratschlägen zu bestimmten Themen gesucht wird.

3. Datenschutz

Das Internet und damit auch der Öffentlichkeitsbegriff entwickeln sich immer weiter in Richtung weniger Privatsphäre. Es ist fast schon wie eine Infrastruktur in der Welt des Internets. Um an dieser Stelle ein Beispiel anzuführen, zeigt sich dieser Prozess bei dem Sozialen Netzwerk Facebook. Wer darin Informationen über sich veröffentlicht und Facebook zudem auch noch erlaubt, diese an Dritte weiterzugeben, muss damit rechnen, dass sie auch auf Internetseiten auftauchen können, mit denen Facebook zusammenarbeitet. „Man veröffentlicht nicht bei Facebook, sondern im Facebook-Netz“ (Lischka, 2010).

Aus einer Vielzahl von Zeitungsartikeln geht hervor, dass Soziale Netzwerke immer mehr unerlaubten Zugriff auf private Daten von Internetusern durch mangelnde oder vage formulierte Datenschutzbestimmungen erhaschen. Sie vernetzen sich mittlerweile teilweise untereinander, um die für sie nützlichen Informationen über die User gegenseitig auszutauschen. Außenstehende, das bedeutet Nicht-Mitglieder, werden ausgeforscht, die dann Einladungen von z. B. Facebook-Nutzern erhalten, die sie kennen: Eine Person erhielt eines Tages eine Einladung von Facebook. In dieser Einladung wurde ihm eine Freundschaft mit einer Person, mit der er auf Grund einer Ebay-Auktion über E-mail Kontakt hatte, vorgeschlagen. Eine von vielen Varianten um Freunde auf Facebook einzuladen, die Facebook nutzt, wird mit Hilfe

des sogenannten „Friend Sync“ durchgeführt. Dabei werden die auf dem iPhone einer Person gespeicherten Kontakte mit der Freundesliste synchronisiert. Alle Daten werden an Facebook weiter vermittelt, unabhängig davon, ob diese Personen bereits Mitglieder von Facebook sind oder nicht. Ein Nicht-Mitglied von Facebook weiß somit nicht einmal, ob und wer seine Daten an Facebook übertragen hat. Für Facebook ist das auf zweierlei Weise profitabel. Zum einen erhöht sich die Anzahl an Neumitgliedschaften durch die interessanten, auf sie abgestimmten Freundschaftsvorschläge und zum anderen kann Facebook noch mehr über die Mitglieder bezüglich Interessen, Verbindungen, usw. in Erfahrung bringen (vgl. Haupt, 2010).

3.1 Datenschutz bei Facebook

Die folgenden Zitate sind den Datenschutzbestimmungen von Facebook entnommen.

Unter dem Punkt „Verwendung deiner Information durch uns“ bei den Datenschutzbestimmungen findet man folgenden Satz:

„Wir verwenden die von uns erfassten Daten, um dir ein sicheres, effizientes und individuelles Nutzungserlebnis zu bieten.“

An Hand der Datenschutzbestimmungen bei Facebook muss man sich nach dieser Aussage jedoch fragen, ob Facebook die Daten der Mitglieder tatsächlich nutzt, um ihnen ein „sicheres, effizientes und individuelles Nutzungserlebnis zu bieten“ oder ob Facebook die Daten der Mitglieder nutzt, um passgenaue Werbung zu schalten.

Hier ein weiterer Auszug aus den Datenschutzbestimmungen von Facebook:

„Dein Name, Profilbild, Geschlecht, Nutzernamen und deine Netzwerke sind für „Alle“ sichtbar, weil diese Informationen unverzichtbar sind, damit du dich mit deinen Freunden und Verwandten verbinden kannst. Andere Informationen in diesem Abschnitt, wie Heimatstadt, Aktivitäten und Erfahrungen, sind standardmäßig für „Alle“ sichtbar, damit du dich mit Freunden verbinden kannst und Facebook besonders nützlich für dich ist.“

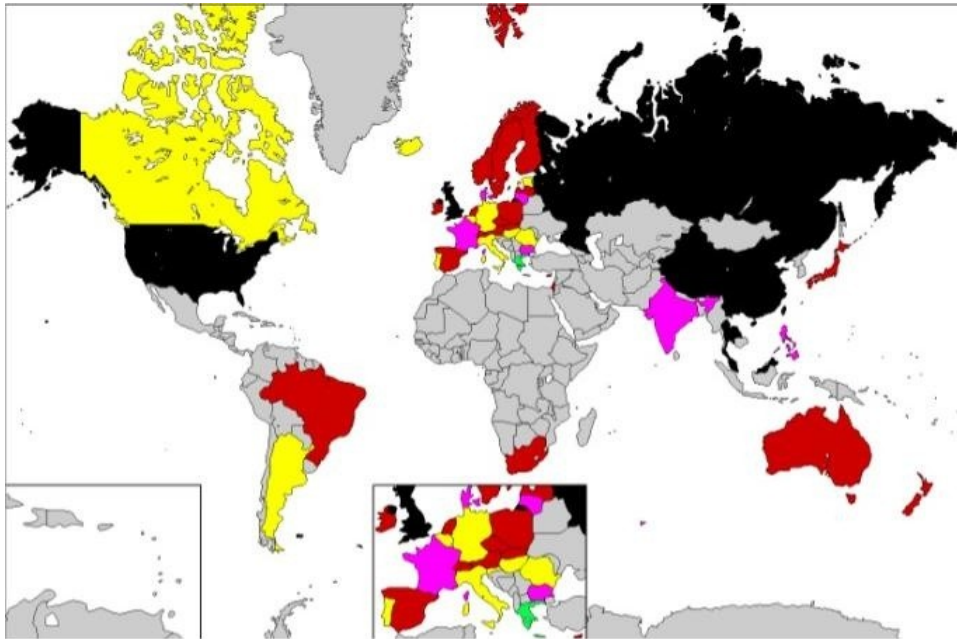
Hier kommt die Frage auf, wieso diese Informationen unverzichtbar sind, um sich mit Bekannten zu verlinken. Außerdem wird von vornherein festgelegt, welche persönlichen Daten für alle zu sehen sind, somit kann der User hier keinen Einfluss nehmen. Und auch mit dem letzten Satz, „und Facebook besonders nützlich für dich ist“, stellt sich die Frage, wer für wen nützlich ist: Facebook für die User oder die User für Facebook?

Bei der individuell abgestimmten Werbung findet man folgenden Auszug:

„Ohne deine Zustimmung geben wir keine deiner Informationen an Werbetreibende weiter. Wir dürfen die von uns erfassten nicht personenbezogenen Attribute (dazu gehören u. a. Informationen, die anderen Nutzern aufgrund deiner Entscheidung nicht angezeigt werden sollen, wie z. B. dein Geburtsdatum und andere sensible persönliche Informationen sowie Vorlieben) zur Auswahl der geeigneten Zielgruppe für derartige Werbung verwenden. So dürften wir dein Interesse für Fußball beispielsweise zur Anzeige von Werbung für Fußballzubehör verwenden, werden dem Zubehöranbieter jedoch nicht mitteilen, wer du bist. Zwar geben wir deine Informationen nicht ohne deine Zustimmung an Werbetreibende weiter, doch wenn du auf eine Werbeanzeige klickst oder anderweitig mit einer Werbeanzeige interagierst, kann der Werbetreibende ein Cookie in deinem Browser hinterlegen und feststellen, ob die Werbeanzeige seinen Auswahlkriterien entspricht.“

Somit gibt Facebook die Verantwortung, die eigenen Daten an Dritte weiterzugeben, an die Mitglieder selbst ab, nimmt sich aber dadurch doch das Recht, die privaten Daten weiterzuvermitteln.

3.2 Datenschutz weltweit (Überblick)



(Quelle: Privacy International)

Die in dieser Weltkarte schwarz markierten Länder haben einen schlechten Datenschutz und eine ebenso eingeschränkte Privatsphäre. Die Einwohner dieser Länder werden ständig überwacht. In den gelb gefärbten Staaten hingegen gibt es effiziente Maßnahmen, um die Privatsphäre zu wahren, der Schutz aber ist dennoch eingeschränkt. Griechenland (grün markiert in der Karte) führt weltweit die Liste an gutem Datenschutz an. Großbritannien z. B. liegt in Europa an letzter Stelle (vgl. Zeitler, 2008).

3.3 Untersuchung Stiftung Warentest

Die Mitarbeiter der Stiftung Warentest haben eine Untersuchung in puncto Datenschutz durchgeführt. Bei der Evaluation stellten sie sich die Frage, inwieweit Soziale Netzwerke die Daten der User gegen äußere Angriffe schützen.

3.3.1 Durchführung

Die Tester prüften, ob es möglich ist, in das Computersystem der Mitglieder zu gelangen. Hinzuzufügen ist noch, dass dieser Versuch nur mit dem Einverständnis des Betreibers durchgeführt wurde.

Im Folgenden werden Details, die untersucht wurden, aufgeführt.

Organisation und Transparenz

Bezüglich der Organisation und der Transparenz wurde das Datenschutzmanagement (u. a. Sperrung bzw. Löschung fehlerhafter Daten und Ansprechbarkeit des Datenschutzbeauftragten) überprüft. Des Weiteren wurden die Datenschutzerklärung (u. a. die Vollständigkeit oder Klauselverstöße) und schließlich die Einstellmöglichkeiten (u. a. Konfigurierbarkeit) beleuchtet.

Umgang mit Nutzerdaten

In das Urteil fielen die Zulässigkeit der Datenverarbeitung (u. a. Einsatz verhaltensbasierter Werbung und Einbezug von Anwendungen Dritter), Angemessenheit der Protokolldaten (z. B. Speicherdauer von IP-Adressen) und die Weitergabe von Daten an Dritte (u.a. Suchmaschinenzugriff und Datenverarbeitung im Ausland) und zudem noch die Datenlöschung (u. a. wie gut das Entfernen aller Nutzerdaten durchführbar ist).

Datensicherheit

Unter den Punkt Datensicherheit fielen Technische Maßnahmen (u. a. Umfang eingesetzter Schutzmaßnahmen wie HTTPS/SSL), die Registrierung und Anmeldung

(z. B. Authentisierung von Mitgliedern), weiters die Sicherheitsprüfung, also inwiefern Nicht-Mitglieder Zugriff auf die Daten der Mitglieder haben und nicht zuletzt die Einwilligung zur Sicherheitsprüfung (für die Anbieter notwendige Transparenz).

Nutzerrechte

Bei den Nutzerrechten wurden zum einen die Verfügungs- und Nutzerrechte (wie beispielsweise Persönlichkeitsrechte der Mitglieder bei Verlinkungen auf Fotos gewährleistet werden) und zum anderen die Überwachung und Schlichtung (u. a. Lösung von Konflikten im Netzwerk) untersucht (Primus, 2010).

3.3.2 Ergebnis

Zuerst ist festzuhalten, dass nur 60%, also sechs der zehn Netzbetreiber bereit waren, an dieser Untersuchung teilzunehmen.

Diejenigen, die sich weigerten mitzumachen, wurden wegen mangelnder Transparenz abgewertet (z. B. Facebook, Myspace, etc.). Infolgedessen leiteten die Tester von Stiftung Warentest daraus ab, dass Facebook & Co. zwar die Rechte der Mitglieder einschränken, sich aber selber dennoch Rechte gewähren, insbesondere was die Weitergabe an Dritte anbelangt.

Ein weiteres Ergebnis dieser Untersuchung ist, dass die Werbung, die auf verschiedenen Sozialen Netzwerk Seiten erscheint, meist nicht kostenlos ist, obwohl es so vermittelt wird. Es wurde festgestellt, dass die Mitglieder dieser Communities so gesehen mit ihren privaten Daten zahlen, das bedeutet, sobald Mitglieder verschiedenste Daten für alle zugänglich machen, wird damit eine auf das Individuum abgestimmte Werbung geschaltet. Dies ist jedoch normalerweise nur mit der Einwilligung derer möglich.

Soziale Netzwerke wie beispielsweise studiVZ und schülerVZ, die an Untersuchungen teilgenommen haben und auch mit einigen Mängeln bezüglich des Datenschutzes schlecht abgeschnitten haben, haben ihren Datenschutz etwas verbessert, indem sie dem Nutzer die Möglichkeit bieten, selbst Einfluss auf die Nutzung und Verbreitung seiner Daten zu nehmen. Und, was zudem noch wichtig zu erwähnen ist, diese eben genannten Sozialen Netzwerke geben wenig bis keine Daten an Dritte weiter (vgl. Primus, 2010).

4. Facebook

4.1 Entwicklung der Nutzerzahl weltweit

Im Februar 2004, als Mark Zuckerberg 24 Jahre alt und Student in Harvard war, gründete er gemeinsam mit Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz und Chris Hughes die Plattform Facebook. Zunächst fungierte die Internetseite als Exklusivzirkel für Harvard-Studenten, später wurde sie für Studenten in den gesamten Vereinigten Staaten freigegeben.

Im Dezember 2004 nutzten eine Millionen amerikanische Studenten das Gemeinschaftsportal. 2006 wurde die Seite für beliebige Nutzer freigegeben.

Die Benutzerzahl stieg bis zum Frühjahr 2008 bereits auf 80 Millionen an und die Webseite wurde in den zusätzlichen Sprachen Deutsch, Spanisch und Französisch angeboten, kurze Zeit später folgten viele weitere Sprachen.

Im März 2009 wurden 140 Millionen aktive Nutzer gemeldet.

Im Januar 2010 äußerte Zuckerberg, Privatsphäre sei nicht mehr zeitgemäß, trotzdem stieg die Benutzerzahl weiter auf 380 Mio. an.

„Heute zählt Facebook mehr als 550 Millionen Mitglieder. Jeder zwölfte Mensch auf dem Planeten hat demnach einen Facebook-Account. Die Mitglieder sprechen 75 Sprachen“ (Grossman, 2011, S. 17).

Im Vergleich dazu wird die Weltbevölkerung auf 6,9 Milliarden Menschen geschätzt, von denen in etwa 2 Milliarden das Internet nutzen.

Ein Grund, warum die Nutzerzahl Sozialer Netzwerke so rasant zunimmt, ist, dass der Konformitätsdruck immer größer wird. „Je weiter soziale Netzwerke expandieren, desto mehr Druck wird auf alle anderen ausgeübt, sich anzuschließen, was dazu

führt, dass die Netzwerke noch schneller wachsen“ (Grossman, 2011, S. 21).

4.2 Zahlen und Fakten

Das Online-Netzwerk läuft nie über nur einen Computer und niemand hat die Gesamtkontrolle. Es gibt ca. 60 000 Server, darauf lagern mehr als 15 Milliarden Bilder. Anfang 2010 waren es gerade einmal die Hälfte, also 30 000 Server (vgl. Grossman, 2011).

„2007 verkaufte er [Zuckerberg] einen kleinen Anteil von Facebook für 240 Millionen Dollar an Microsoft, da war seine Firma 15 Milliarden Dollar wert“ (o. A. (a), 2009, S. 13).

Dies entspricht einem Anteil von 1,6 % (vgl. o. A. (a), 2009).

Gibt man auf Google „Facebook süchtig“ ein, bekommt man eine große Zahl an Treffern und zwar 269.000 Treffer.

Hingegen, wenn man „Alkohol süchtig“ eingibt, erhält man ein Ergebnis von 143.000 Treffern.

5. Problematik von Sozialen Online-Netzwerken

5.1 Datenschutz

Auch wenn man den Link zu einem Foto von sich auf Facebook entfernt, bleibt das unangenehme Foto weiterhin im Netz. Natürlich kann man versuchen, den Freund/die Freundin zu überreden, das Bild zu löschen, wenn Zureden nicht hilft,

kann man vor ein österreichisches Gericht gehen und hat gute Chancen, „sofern ein „berechtigtes Interesse“ durch das Foto verletzt wird“ (Aichinger, 2009, S. 7), z.B. wenn man auf einem Foto betrunken zu sehen ist oder selbst nicht wenige Fotos ins Internet stellt.

Mit dem Auftauchen des virtuellen Raums ist auch die Fülle an Möglichkeiten der Informationsverbreitung gestiegen. Informationen, die im Internet wie z.B. über Soziale Netzwerke verbreitet werden, sind auch meist von Dritten einsehbar. Das Internet wird heute zur Personalauswahl verwendet, Bewerber werden überprüft und auch bereits in einem Unternehmen Beschäftigte werden auf ihre Loyalität hin begutachtet. In der Gesellschaft benötigt es eine gewisse Sensibilisierung, welche Daten öffentlich gemacht und welche privat gehalten werden sollten. Es geht nicht alleine um die Aufklärung Einzelner, vielmehr muss ein breites Interesse darin bestehen, eine reflektierte Vorstellung davon zu haben, wie die eigenen Daten und die Anderer behandelt werden.

„Jungwirth betonte, dass der bewusste und sichere Umgang mit persönlichen Daten in Freundschaftsplattformen“ (Tzschentke, 2011, S.12) erlernt werden muss.

Datenmissbrauch, Schutzlücken und undurchsichtige Geschäftsbedingungen der Betreiber wurden bereits in vorangegangenen Kapiteln beschrieben, deshalb wird hier nicht weiter darauf eingegangen.

5.2 Freundschaft

5.2.1 Facebook als Freundschaftsstifter

Facebook ist daran interessiert, dass sich Menschen und „Freunde“ online vernetzen, jeder soll so viele Freunde wie möglich haben und sammeln. Mit großer Wahrscheinlichkeit ist die Webseite deshalb so konzipiert, dass als einer der ersten Eindrücke, die Anzahl der Freunde und Freundinnen zu sehen ist. Jedoch ist der Begriff „Freund“ auf Facebook nicht gegendert, es taucht lediglich das Wort Freunde und nicht Freundinnen, auf.

Den Nutzern werden immer wieder Freundschaften vorgeschlagen, um diese zu

empfehlen bedient sich Facebook schlicht der gemeinsam genutzten Institutionen, also Schule, Universität und Arbeitsplatz, das heißt „Facebook vernetzt die Biographien vertikal, nicht horizontal ... Facebook ist auch insofern vergangenheitsorientiert“ (Wagner, 2009, S. N3).

Heute wird das Verfahren zur Freunde-Suche von vielen Datenschützern kritisch betrachtet. Gibt ein Verwender an, dass er den Zugriff auf sein Adressbuch gewährt, werden auch Nicht-Mitgliedern von Facebook Freundschaftseinladungen gesendet (vgl. o. A. (c), 2011, S. 12).

5.2.2 Begriff „Freundschaft“

Freundschaft ist ein inflationär verwendeter Begriff im Web. Der Begriff Freundschaft hat nicht mehr nur etwas mit realweltlicher Freundschaft zu tun, meist kennt man aber die Menschen zumindest flüchtig aus dem realen Leben, mit denen man sich befreundet.

„Awareness“ ist ein Fachbegriff und wurde in der Süddeutschen Zeitung 2009 folgendermaßen beschrieben:

eine gegenseitige Aufmerksamkeit..., die sich auch als „ambient awareness“ beschreiben lässt wenn es um das ständige Grundrauschen geht, das durch all die alltäglichen kleinen Mitteilungen erzeugt wird, die davon handeln, dass jemand krank ist oder der Morgen grau oder die Liebe weg. Für sich genommen mögen das mehr oder weniger triviale Botschaften sein, in der Summe entsteht so etwas wie ein Gefühl dafür, wie es den Menschen geht, mit denen man hier mehr oder weniger zufällig in Kontakt ist. (S. 13)

Mit Leichtigkeit werden auf Online-Kontaktnetzwerken „Freundschaften“ geschlossen und die Anzahl wird auch direkt auf dem Profil angezeigt, es erscheint als würden sich die Menschen mitunter dadurch auszeichnen, wie viele „Freunde“ sie haben bzw. dies ist gewiss auch im Konzept der Betreiber vorgesehen und es steckt ein Grundgedanke dahinter. Einen offensichtlichen Grund für dieses exzessive Freunde-Sammeln gibt es nicht, abgesehen von der Tatsache, dass so möglichst viele Nutzer gewonnen werden können, was wiederum eine Erklärung für den rasanten Siegeszug von Facebook ist. Die prominente Stelle, an der die Anzahl der Freunde im Facebook-Profil angezeigt wird, wenn nicht schon das Faktum alleine, dass

überhaupt so genau und öffentlich Buch geführt wird, kann als deutlicher Hinweis auf die geschickte Marktstrategie des Unternehmens gewertet werden. Freundschaft wird als Prestigeobjekt installiert, je mehr Freunde umso größer der soziale Stellenwert.

Außerdem gibt es auf dem Freundschaftsportal „keine Wahl. Man existiert als Freund oder gar nicht“ (o. A. (a), 2009, S. 13).

Deutlich ist, dass genau die Leichtigkeit, mit der man jemanden per Mausklick das Freundschaftsangebot zurückweisen kann, eine solche Ablehnung als umso taktloser erscheinen lässt (vgl. Wagner, 2009).

Wie wenig der Freundschaftsbegriff von Facebook mit realweltlicher Freundschaft zu tun hat, zeigen Studien des Soziologen Robin Dunbar. Er fand heraus, „dass Affen maximal 55 soziale Beziehungen kognitiv verarbeiten können, für Menschen hat er die Zahl von Freunden oder Bekannten auf 150 festgesetzt. Auf Facebook kann sich das leicht verdoppeln.“ Was Dunbar als „weiche Verbindungen“ (o. A. (a), 2009, S. 13) bezeichnet, ist Ausdruck einer sozialen Überforderung des Individuums, die einhergeht mit einer Abwertung nicht nur des Freundschaftsbegriffes an sich, sondern jeder individuellen Freundschaftsbeziehung, ausgelöst durch die völlig surreale Quantität an Freundschaften, der die Qualität in dieser Menge gar nicht standhalten kann. Das Argument, dass manche Freundschaften mehr gepflegt werden, manche weniger, lässt den Sammelprozess an sich fragwürdig erscheinen.

5.3 Profil löschen

Ein Online-Profil zu löschen funktioniert je nach Betreiber unterschiedlich. Bei studiVZ muss man nur den Button „Account löschen“ drücken, danach wird zur Sicherheit gefragt: „Möchtest Du wirklich, dass wir Dich aus studiVZ löschen?“ Sobald dies bejaht wird, wird noch die Information erteilt, dass weder ein Nutzerprofil noch Daten verkauft werden.

Die Möglichkeit, ein Facebook-Profil zu löschen ist hingegen sehr versteckt und es ist kein Zufall, dass so häufig nach der Funktion gegoogelt wird. Wie schon gezeigt

wurde, setzt die Plattform gezielt Strategien ein, um User zu gewinnen, oder zu halten. Gelingt letzteres nicht, möchte man es offenbar so schwer wie möglich machen, Facebook zu verlassen.

Um das Facebook-Profil zu löschen, muss bei den Kontoeinstellungen auf „Deaktivieren“ geklickt werden, danach erscheint die Meldung „Deine 120 Freunde können dann nicht mehr mit dir in Kontakt bleiben“. Außerdem werden die gespeicherten Fotos, Statusmeldungen, Links und Kommentare nicht aus der Datenbank gelöscht und der/die AussteigerIn kann jederzeit wieder einsteigen. Für eine endgültige Deaktivierung benötigt es eine Nachricht an die Facebook-Verwaltung und die Rückkehr ist selbst dann noch zwei Wochen möglich (vgl. Marohn, 2009).

5.4 Pseudonym-Verbot

Die User dürfen sich bei Facebook unter keinem Pseudonym eintragen, ansonsten droht die Löschung des Accounts. Jedoch bleibt hier die Frage offen, ob auch bei Änderung des Namens nach der Aktivierung des Accounts, mit oben genannten Folgen zu rechnen ist. Vielversprechend bei dieser Regelung ist zu betrachten, dass wenn ein User zu Unrecht den Namen einer anderen, realen Person verwendet, diese sich wehren kann. Jedoch gibt es Fälle, in denen es bei Beschwerden zu keinen rechtlichen Folgen bei Vergehen kommt. Hier sei das Beispiel der Zwölftklässlerin Chantal aus Opladen zu nennen, „die miterleben musste, wie bei der Seite SchülerVZ jemand unter ihrem Namen ein Hitler-Bild veröffentlichte, böse Gerüchte verbreitete und schließlich eine regelrechte Chantal-Hasseite einrichtete Der Täter wurde nicht gefunden“ (Thomann, 2009, S. 41).

5.5 Cyber-Mobbing

Im Netz ist es möglich den Ruf anderer in Mitleidenschaft zu ziehen. Es gab auch schon viele Selbstmorde wegen Cybermobbing, Amerika, England, Kanada und Australien sind einige Beispiele.

Nachdem es in den letzten Jahren zu zahlreichen Selbstmorden mit Cyber-Mobbing im Hintergrund gab, wurde im August 2009 in Großbritannien erstmals ein Teenager zu einer Haftstrafe wegen Mobbing im Internet verurteilt.

Man kann hier sehr deutlich von einer modernen Form psychischer Gewalt sprechen.

Aktuellen Schätzungen zufolge haben zwischen 30 und 40 Prozent aller Jugendlichen im Web Erfahrungen mit Formen des Cyber-Mobbing. Psychologen sehen darin ein wachsendes Problem, auch wenn herkömmliche Mobbing-Methoden meist als bedrohlicher empfunden werden: Auch sie werden immer wieder ursächlich für Selbstmorde gesehen. (Spiegel Online, 2009)

Das Anti-Mobbing-Gesetz aus dem Jahre 1974 findet keine Anwendung auf das Internet. Jedoch kann man Unterlassungs-, Beseitigungs- und Schadenersatzansprüche geltend machen, wenn beleidigende Texte über einen User geschrieben werden.

5.6 Der Körper im virtuellen Raum

Andere können uns zwar als Körper wahrnehmen, aber wenn man sich in den virtuellen Raum stellt, z.B. auf Facebook, ist man dort, auch wenn man es körperlich nicht ist, oder gerade etwas anderes macht. Das Individuum wird stark selektiv dargestellt und wahrgenommen, während bei Face-to-face-Begegnungen der Interaktionspartner seinen Gegenüber besser einschätzen kann. Behelfsmittel wie Emoticons können zwar die defizitäre Kommunikationssituation verbessern, letztlich gehen aber wesentliche Aspekte im Vergleich zu einer tatsächlichen Begegnung verloren, wobei dies natürlich auch auf andere Medien der Kommunikation zutrifft. Auf Facebook und anderen Sozialen Netzwerken kann man Dinge auf ganz

bestimmte Weise transportieren, man kann sich so darstellen, wie man sich selbst sieht und von anderen gesehen werden möchte. Die Darstellung im Online-Netzwerk ist stärker eine Leinwand als der Körper. Selbstdarstellung ist auf hohem Niveau möglich, es kann getestet werden, wie die virtuelle Gesellschaft auf jemanden reagiert, z.B. in eine neue Rolle schlüpfen, in der zu sein man sich wünscht oder die einen reizt.

6. Soziale Netzwerke in verschiedenen Ländern

Im Weiteren wird auf Beispiele verschiedener Ländern eingegangen, um auch die Auswirkungen in anderen Kulturkreisen aufzuzeigen.

Über Indien meldete die FAZ, dass es innerhalb von zwei Jahren einen Anstieg von Facebook-Nutzern um das Fünffache gab, es gibt dort also inzwischen mehr als acht Millionen Nutzer. Hierbei muss beachtet werden, „die indische Gesellschaft kennt nur bedingt eine Privatsphäre“ (Kämpchen, 2010, S. 29). In den indischen Großfamilien ist es heute noch so, dass fast jeder alles über den anderen weiß. Das „Leitbild sozialer Beziehungen“ ist in Indien „die Sehnsucht nach der Gemeinschaft“ (Kämpchen, 2010, S. 29). Eine wichtige Feststellung, die die FAZ aufzeigt, ist, dass es in Indien noch kein Gesetz zum Schutz der Privatsphäre im Internet gibt. Der Privatsphäre-Schutz im Internet ist jedoch auch in anderen Ländern als ungenügend zu bezeichnen.

In China wurde die Webseite von Facebook 2009 gesperrt, was daran liegt, dass in China eine starke Zensur herrscht und überhaupt eingeschränkter Zugang zum Internet. Bestimmte Seiten sind unzugänglich, vor allem wenn sie regierungskritisch sind. Viele ausländische Nachrichtenseiten sind auch gesperrt. Bei Facebook könnte die Regierung die Kommunikation nicht kontrollieren und es geht auch stark um die Angst vor revolutionären Tendenzen. In China lebt ein Fünftel der Weltbevölkerung,

die Zuckerberg bisher noch nicht erreicht.

Im Iran ist dies ähnlich. Während einer Demonstration im Zuge der „Grünen Revolution“ 2009, die sich maßgeblich übers Internet organisierte, wurde die junge Studentin Neda Agha-Soltan erschossen, dies wiederum wurde auf Video aufgezeichnet und auf YouTube gestellt. Daraufhin gab es auf Facebook eine Protestbewegung, d.h. es fand eine Vernetzung statt. Die einsetzende Zensur, derer sich totalitäre Regime bedienen, lässt sich aktuell auch am Beispiel Ägyptens beobachten. Genauso wie im Iran hat sich auch dort eine virtuelle Protestbewegung über Soziale Netzwerke gebildet, der die angegriffenen Regime nur über die Abschaltung genau dieser Seiten beizukommen vermögen.

Saudi-Arabien ist auch ein typisches Beispiel für eine Regierung, die Kontrolle ausführen möchte.

Es gibt also einige Länder, in denen die Nutzerzahl drastisch ansteigt und andere, in denen Soziale Netzwerke gesperrt werden. Man sieht, das Thema Soziale Netzwerke ist auch durchaus politisch zu betrachten.

7. Studien und sozialpsychologische Effekte

7.1 zwei Studien

Zürich

Es gab in Zürich eine Studie, die zu dem Ergebnis kam, dass Menschen, die nirgends ein Onlineprofil angelegt haben, durchschnittlich „ein wenig glücklicher und

erfolgreicher als Netzwerknutzer waren“ (Marohn, 2009, S. 25).

„Facebookless: Mein Monat ohne Facebook“

Die Süddeutsche Zeitung beschreibt die Studie als „zwar nicht repräsentativ, aber interessant“. Der Sozial- und Wirtschaftspsychologe Dominik Orth hat die Studie zusammen mit der Werbeagentur Rod Kommunikation konzipiert. An der Studie nahmen 50 Personen im Alter von 17 – 52 Jahren teil, die als *heavy user* bezeichnet wurden, d.h. sich mindestens ein bis drei Mal täglich auf Facebook anmelden. Dominik Orth äußerte sich der SZ gegenüber und sagte, die Reaktion der Teilnehmer auf den Entzug überraschte ihn. Die Ergebnisse zeigten, dass viele Teilnehmer von Verlustgefühlen berichteten, eine junge Frau fühlte sich „wie ein Kind, dessen Mutter gestorben ist“ (Serrao, 2010, S. 15), sagte Orth der SZ, wies aber darauf hin, dass dies ein Grenzfall war. Der Verzicht auf Facebook sei „temporär kein Drama“ gewesen, aber langfristig für keinen Teilnehmer eine Option auf Facebook zu verzichten. Was die Schweizer vor und nach der Facebook-Pause berichteten war folgendes: „Anfangs, so Orth, hätten fast alle von einem diffusen Druck berichtet, sich bei Facebook anzumelden... nach ihrer Facebook-Pause beurteilten die meisten Probanden ihre frühere Dauerpräsenz kritisch“ (Serrao, 2010, S. 15).

19 Prozent der Teilnehmer gaben nun an „viel weniger“ und 53 Prozent, „weniger“ Zeit auf Facebook zu verbringen (vgl. Serrao, 2010).

7.2 Facebook macht Außenseiter einsamer

An der FH Oberösterreich Campus Steyr wurde von Harald Kindermann, Spezialist für Sozialpsychologie, und Andreas Auinger, Experte für Mediennutzung, eine Studie namens „Jugend und Medien“ durchgeführt. Die Studie kam zu dem Ergebnis, dass „Webdienste wie StudiVZ, Myspace oder Facebook, das reale Leben tendenziell nachbilden“ und dass „reale Freundschaften werden bestätigt und reale Isolation ebenso“. Einerseits wurde die Studie als Onlinebefragung durchgeführt, an der 4000 Schüler zwischen 10 und 19 Jahren teilnahmen und andererseits wurden 200

Probanden Labortests unterzogen (vgl. Meinhart, 2010).

Die Ergebnisse lauten, dass soziale Plattformen vor allem von Mädchen genutzt werden. Die Presse schildert die Ergebnisse der Studie mit den Worten, „85% der weiblichen Befragten sagen, dass es von ihnen Fotos im Internet gibt, rund vier Prozent der 15 - 19-jährigen seien darauf nackt oder leicht bekleidet zu sehen.“ Hingegen seien 40- bis über 50-jährige „nicht in der Lage abzuschätzen, was ihre Kinder oder Schüler auf welchen Wegen ansehen oder ins Netz stellen können“ (Meinhart, 2010, S. 21).

7.3 Menschen streben nach Vernetzung

Craig Kinsley ist Professor für Neurowissenschaften und erklärte, wie in den Vorarlberger Nachrichten nachzulesen, dass Menschen neurologisch so angelegt sind, dass sie nach Vernetzung streben, online wie offline. Außerdem wird berichtet, das „Gehirn macht auch Unterschiede bei der Qualität der Interaktionen“ (o. A. (b), 2009, S. D7).

7.4 Facebooksucht

„Anfang 2009 veröffentlichte das Fachjournal European Psychiatry den Fall einer Frau, die ihren Job verlor, weil sie unter Facebooksucht litt“ (Grossman, 2011, S. 20). Die Frau konnte ihr Examen nicht absolvieren, ohne auf ihrem Mobiltelefon ihre Facebookseite anzuschauen. Außerdem soll „Facebook den Grad an Empathie erhöhen, aber seit dem Jahre 2000 weisen Amerikaner bei psychologischen Tests immer höhere Grade an Narzissmus auf. Psychologen vermuten dahinter auch die Effekte sozialer Netzwerke“ (Grossman, 2011, S. 20).

7.5 Virtuelle Sozialisationsräume

Ein Thema der Vorlesungsreihe von Frau Ulrike Paul galt der „Bedeutung von Interaktionserfahrungen im virtuellen Raum“. Dazu und „wie sich diese Erfahrungen auf die Persönlichkeit und auf die Gestaltung der Beziehungen im realweltlichen Leben auswirken“ (Paul, 2009, S. 1), gibt es zwei polarisierte/polarisierende Ansätze:

1. Essentialistisches und Kulturpessimistisches Modell von Paul Virilio: Die einen sehen im virtuellen Raum eine Parallelwelt, in der virtuelle Kontakte reale zwischenmenschliche Begegnungen ersetzen. Besonders Menschen mit Beziehungsstörungen seien anfällig für virtuelle Kontakte, da man sich Kommunikationsschwierigkeiten leicht entziehen kann. Es wird auch auf die Gefahr einer Realitätsflucht hingewiesen. Die Möglichkeit der raschen Bedürfnisbefriedigung unterstütze Egozentrik und Rücksichtslosigkeit (vgl. Paul, 2009).

2. Andere sehen darin eine „Erweiterung und Ausdehnung von sozialen Aktionsräumen und die Gelegenheit, soziale Erfahrungen zu sammeln“. Dabei wird in Frage gestellt, ob es sich tatsächlich um ein Paralleluniversum handelt, oder ob der virtuelle Raum mit dem realweltlichen verschränkt ist. Das konstruktivistische und zukunftsoptimistische Konzept hebt viel mehr die Möglichkeit, soziale Erfahrungen zu erweitern und neu zu kombinieren, hervor. Der virtuelle Raum bietet ganz neue Möglichkeiten zur Identitätsinszenierung, die das Alter, Geschlecht, Aussehen und viele weitere Inszenierungen betreffen können (vgl. Paul, 2009).

Arne Dekker resümiert, dass beide Annahmen Chaträume als körperlose Räume konzeptualisieren, „sie gehen davon aus, dass beim Chatten der realweltlichen Körper ausgeschlossen werde“ (Paul, 2009, S. 3).

Fazit

1. „Der virtuelle und der realweltliche soziale Raum greifen auch im Alltag ineinander“ (Paul, 2009, S. 7).

Man trifft z.B. im Chat bereits bekannte Personen. Und Liebesgeständnisse über E-Mail zu machen ist einfacher als in der realweltlichen Begegnung (vgl. Paul, 2009).

2. Abspaltung und Integration: „Angehörige von Minderheiten müssen nicht mehr wie einst als Sonderlinge in sozialer Isolation und Abgeschiedenheit verharren“ (Paul, 2009, S. 7) und können sich Communities anschließen (vgl. Paul, 2009).

3. Gefahren und Risiken sind „suchthafte Abtauchen in ein Paralleluniversum, Flucht in die virtuelle Realität und Abkehr von unbewältigten Konflikten“ (Paul, 2009, S. 8), oder wenn Pädosexualität zur Realisierung gelangt (vgl. Paul, 2009)

Empirische Befunde von Christiane Funke bringen andere Ergebnisse, die besagen, dass im Chat Bemühungen vorliegen, die echte Identität, die sich hinter einer virtuellen Identität befindet, zu entdecken. Sie bezeichnet diesen Prozess als „angespannte Wahrheitssuche“. Es wird eine Authentizitäts-Überprüfung betrieben und der Selbstdarstellung wird große Aufmerksamkeit geschenkt (vgl. Paul, 2009).

Eine weitere Studie von Arne Dekker et al., 2002, kommt zu folgenden Ergebnissen:

Computergestützte Interviews wurden in Leipzig und Hamburg mit 776 Frauen und Männern dreier Altersgruppen und zwar mit 30-, 40-, und 65-jährigen, durchgeführt.

30-jährige: „18% der Männer und 7% der Frauen gaben an, gelegentlich zu chatten“,

„[m]ehr als drei Viertel dieser Teilpopulation der Chatter betonten, es sei ihnen wichtig, wer sich hinter dem Text am Bildschirm verbirgt“ (Paul, 2009, S. 4).

„Worauf ist diese große Bedeutung zurück zu führen, welche die Akteure virtueller Interaktion der Authentizität ihres Gesprächs-, Flirt-, und Sexpartner beimessen?“ (Paul, 2009, S. 4).

Abschließende Bemerkung

Vorliegende Arbeit sollte deutlich gemacht haben, welche Chancen und Risiken Soziale Netzwerke bergen. Jeder Pluspunkt hat gleichzeitig eine Kehrseite, so machen es Plattformen wie Facebook einfacher als je zuvor Kontakt zu Bekannten zu halten, Freunde auf dem Laufenden zu halten und neue Freundschaften zu schließen, gleichzeitig führt die inflationäre Verwendung des Begriffes Freundschaft zu einer Abwertung der sozialen Beziehungen und das Individuum droht in einer Flut unwichtiger Informationen zu ertrinken. Unerwünschten Bildern von der letzten durchzechten Nacht steht die gesellschaftliche Brisanz Sozialer Netzwerke als schwer zu kontrollierendes Instrument politischer Revolutionen, wie im Iran und zuletzt in Ägypten gegenüber. Es ist kein Zufall, dass Soziale Online-Netzwerke in totalitär geprägten Staaten zensiert bis verboten sind, während sie in den westlichen Selbstdarstellungsgesellschaften boomen. Sicherheitslücken bis hin zum kalkulierten Datenmissbrauch sind Probleme, die rechtlicher Schranken bedürfen, was durch die vielen unterschiedlichen nationalen Gesetzeslagen, die den global operierenden Unternehmen wie Facebook entgegenstehen, erschwert wird. Jeder einzelne User muss sich aber selbst auf die im Umbruch befindliche Medien- und Kommunikationssituation einstellen, was eine Schärfung des Bewusstseins, der Eigenverantwortung und der Medienkompetenz gerade bei den mit den Neuen Medien aufwachsenden Generationen erforderlich macht.

Literaturverzeichnis

1. Aichinger, P. (2009, 03. März). Keine Chance gegen Facebook-Spionage. *Die Presse*, S. 7.
2. Grossman, L. (2011, 7. Januar). Vom Wert der Freundschaft. *Der Tagesspiegel*, S. 17-21.
3. Haupt, F. (2010) *Facebook weiß alles über uns*. [Online]. Verfügbar unter: <http://www.faz.net/s/Rub475F682E3FC24868A8A5276D4FB916D7/Doc~E0340B9598E0F44FD918A28BBFBF160FD~ATpl~Ecommon~Scontent.html> [08.01.11]
4. InternetABC [Online]. Verfügbar unter: <http://www.internet-abc.de/eltern/soziale-netzwerke-schuelervz.php> [12.01.11]
5. Kämpchen, M. (2010, 5. Mai). Facebook kehrt zurück. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, S. 29.
6. Lischka, K. (2010) *Expansion im Netz. Facebook greift nach der Web-Herrschaft*. [Online]. Verfügbar unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,690506,00.html> [07.01.11]
7. Marohn, A. (2009, 3. Dezember). Bye-Bye, Facebook. *Zeit Magazin*, S. 24-25.
8. Meinhart, G. (2010, 9. August). Facebook macht Außenseiter einsamer. *Die Presse*, S. 21.

9. o. A. (a), (2009, 27. Januar). Allein unter Freunden. *Süddeutsche Zeitung*, S. 13.

10. o. A. (b), (2009, 15. April). Streben nach Vernetzung. *Vorarlberger Nachrichten*, S. D7.

11. o. A. (c), (2011, 26. Jänner). Facebook schließt Kompromiss. *Der Standard*, S. 12.

12. Paul, U. (2009). *Genderspezifische Aspekte in der Entwicklungspsychologie Skript*. (Virtuelle Sozialisationsräume)/ unveröffentlichtes Skript. Leopold-Franzens-Universität.

13. Primus, H. (2010) *Soziale Netzwerke. So hat Stiftung Warentest getestet*. [Online]. Verfügbar unter: <http://www.test.de/themen/computer-telefon/test/Soziale-Netzwerke-Datenschutz-oft-mangelhaft-1854798-1855978/> [12.01.11]

14. Primus, H. (2010) *Soziale Netzwerke. So hat Stiftung Warentest getestet*. [Online]. Verfügbar unter: <http://www.test.de/themen/computer-telefon/test/Soziale-Netzwerke-Datenschutz-oft-mangelhaft-1854798-1855785/> [12.01.11]

15. Serrao, M. F. (2010, 3. Februar). Alle da?. *Süddeutsche Zeitung*, S. 15.

16. Social Info, Wörterbuch der Sozialpolitik [Online]. Verfügbar unter: <http://www.socialinfo.ch/cgi-bin/dicopossode/show.cfm?id=581>, [12.01.11]

17. Soziales Netzwerk Deutschland e. V. [Online]. Verfügbar unter: <http://snd-ev.de/>
[07.01.11]

18. Spiegel Online, (2009, 21. September). *Erneut Selbstmord wegen Cybermobbing*. [Online] verfügbar unter:
<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,650340,00.html> [10.02.11]

19. Thomann, J. (2009, 30. Januar). Es war einmal im wilden Netzwesten. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, S. 41.

20. Tzschentke, K. (2011, 26. Jänner). „Soziale Netzwerke per se sind nicht schlecht“. *Der Standard*, S. 12.

21. Wagner, G. (2009, 14. Oktober). Eine Soziologie des Facebook. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, S. N3.

22. Zeitler, N. (2008) *Griechenland weltweit führend beim Datenschutz*. [Online]. Verfügbar unter: <http://www.central-it.de/html/security/6397413/index2.html> [10.01.11]
(zitiert nach Privacy International)

Abkürzungsverzeichnis

SZ Süddeutsche Zeitung

FAZ Frankfurter Allgemeine Zeitung