

Bachelorarbeit

Boris Hahn

Soziale Netzwerke, Selbstinszenierung und das Ende der Privatsphäre



**Bachelor + Master
Publishing**

Boris Hahn

Soziale Netzwerke, Selbstinszenierung und das Ende der Privatsphäre

Originaltitel der Abschlussarbeit: „MrPaulColdmann: Besteige jetzt den Flieger nach Buenos Aires, das Warten hat endlich ein Ende. #fb #pleaserobme“. Soziale Netzwerke, Selbstinszenierung und das Ende der Privatsphäre

ISBN: 978-3-86341-628-7

Herstellung Bachelor + Master Publishing, ein Imprint der Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2012

Zugl. Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin, Berlin, Deutschland, Bachelorarbeit, Mai 2011

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Bachelor + Master Publishing, ein Imprint der Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2012

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2012
Printed in Germany

Inhalt

1 Leben am Puls der Zeit	7
2 Phänomen Facebook	9
2.1 Netzwerk.....	9
2.2 Soziale Netzwerke	9
2.3 Soziale Netzwerke im Internet	11
2.3.1 Profil, Kontakte, Vernetzen.....	11
2.3.2 Dunbar-Zahl	12
2.3.3 Small World.....	13
2.3.4 Homo Dictyous.....	14
2.3.5 Prestige & Zentralität.....	15
2.3.6 Aufmerksamkeit und virtuelles Karma	16
2.3.7 Facebook als Lebenskomponente	18
2.3.8 The Web Means the End of Forgetting.....	18
2.3.9 Leichtigkeit vs. Sicherheit.....	19
3 Social Media Explained.....	21
3.1 Facebook	23
3.1.1 Allgemeine Bereiche	23
3.1.2 Freunde und Listen	23
3.1.3 Pinnwand-Aktivitäten.....	24
3.1.4 Kontaktaufnahme	26
3.1.5 Offizielle Seiten	26
3.1.6 Facebook-Erweiterungen	27
3.2 Twitter	28
3.2.1 Tweets.....	28
3.2.2 Twitter & Follower.....	29
3.2.3 Sprachkonventionen.....	29
3.3 Twitter vs. Facebook.....	31
4 Selbstdarstellung	33
4.1 Möglichkeiten bei Twitter	33
4.2 Möglichkeiten bei Facebook	33
5 Daten sammeln und Vernetzen	37
5.1 Informationserhebung.....	37
5.2 Identitätsdiebstahl	38
5.3 Cyber-Mobbing / persönliche Diffamierung.....	39
5.4 Facebook Stalking	40
5.5 PleaseRobMe.com.....	41
5.6 Sonstige kriminelle Aktivitäten	43

5.7 Facebook & Sicherheitsprobleme	43
5.7.1 Lücken bei der Authentifizierung	44
5.7.2 Like-Jacking	44
5.7.3 Gegenmaßnahmen	45
5.7.4 Lösung digitaler Radiergummi?	46
5.7.5 Eigene Schutzmaßnahmen	47
6 Facebook – mein bester Freund	49
6.1 Nachrichtenquelle	49
6.2 Kontaktzentrale	50
6.3 Immer informiert	51
6.4 Allmächtige Instanz	52
6.5 Vorreiter, Wegbereiter, ständiger Begleiter	53
6.5.1 Facebook oder Twitter?	53
6.5.2 Die Vorzüge nutzen oder gar nicht partizipieren?	54
7 Konsequenz Schlusstrich?	55
Literaturverzeichnis	57
Fachliteratur	57
Nachschlagewerke	57
Internetquellen	57

1 Leben am Puls der Zeit

April 2011: Weltweit hat Facebook über 674 Millionen Mitglieder.¹ Allein in Deutschland sind es 17,6 Millionen (Rang 10 im weltweiten Vergleich) und damit knapp 21,5 Prozent der deutschen Gesamtbevölkerung.

Einer von ihnen zu sein, stellt auf den ersten Blick an sich keine große Problematik dar. Schließlich muss man sich ja nicht aktiv am Geschehen beteiligen. Doch das Problem ist, dass man automatisch beteiligt wird, sogar ohne es selbst zu wollen. So wird man unfreiwillig angestupst, von anderen Facebook-Usern markiert und eing_checked², bis man schließlich selbst aktiv wird und Stimmung, Aufenthaltsort und Beziehungsstatus plakatiert.

Dabei sind wir uns oft nicht einmal bewusst, wie viel die Welt eigentlich von uns weiß, weil scheinbare Kleinigkeiten unachtsam und ohne jegliche Einschränkungen mit Pauken und Trompeten in die Welt posaunt werden. – Mit den akustischen Signalen von neuen Posts, Tweets und Status-Updates³ könnte man an manchen Tagen sogar eine vollendete Symphonie komponieren. – So sehr sind wir also eingebunden in eine schnelllebige digitale Welt, in der das Facebook-Profil zunehmend dem Firmenauftritt im Internet vorgezogen wird. „Kontakt halten“ lautet das Stichwort. Kontakt zu Kunden, Interessenten, Bekannten und Unbekannten und den vermeintlichen Freunden, die sich zahlreich auf dem Facebook-Profil scharen.

Und doch: Bleibt einmal das iPhone für einige Stunden leise, so schauen wir mit panischem Blick auf das Display, als wäre es das stumme Beatmungsgerät, von dem stets, in jedem Augenblick, unser Leben abhängt.

„Es geht auch ohne!“, ist in diesem Zusammenhang eine von vielen Nutzern gar oft geäußerte, aber auch schwer einzuhaltende Aussage. So findet sich dann eine Kommilitonin trotz „des Umzugs in eine abgelegene Hütte am Fuße der Kasachstanischen Alpen“ regelmäßig bei Facebook wieder und postet, kommentiert und Liked was das Zeug hält.

¹ vgl. Facebook. Die Welt im Überblick (April 2011), Social Media Schweiz, <http://www.socialmediaschweiz.ch/html/landerberichte.html> (Stand: 10. Mai 2011)

² Aktivitäten bei Facebook zur Kontaktaufnahme und Vernetzung von Freunden; siehe dazu „3 Social Media Explained“

³ Unterschiedliche Möglichkeiten, in einem sozialen Netzwerk etwas mitzuteilen; siehe dazu „3 Social Media Explained“

Hier äußert sich die große Problematik, die hinter der Maschinerie Facebook steckt: Es scheint, als ob man nicht mehr ohne Facebook auskommen würde. Freunde drängen einen zum Einstieg und der Rest der Gesellschaft verhindert den Ausstieg. Und weil alles so fantastisch einfach und bequem ist, bleibt man und genießt den digitalen Voyeurismus in vollen Zügen.

Im Zentrum des „Facebook-Universum“ steht nämlich stets die Vernetzung jeglicher Inhalte. Ein spannender Artikel kann mit einem einfachem Mausklick an den gesamten Freundeskreis oder theoretisch an die ganze Welt weitergegeben werden; mit der zusätzlichen Möglichkeit, in einem kurzen Kommentar seine Meinung zu dem verlinkten Inhalt kundzutun.

Facebook, Twitter, XING, LinkedIn – das sind jeweils Plattformen zur Präsentation der eigenen Persönlichkeit. Sei es unter privaten oder geschäftlichem Aspekt, dem Trend zur Zurschaustellung oder Eigenvermarktung. Dabei werden Inhalte zur Verfügung gestellt, welche die eigene Psyche und Privatsphäre in überproportionalem Maße betreffen und offenbaren.

So stellt sich in diesem Zusammenhang die Frage, worin die Faszination sozialer Netzwerke im Internet liegt, warum große Plattformen den kleinen vorgezogen werden und vor allem aus welchem Beweggrund heraus die Nutzer einen nachlässigen Umgang mit ihren persönlichen Daten pflegen. Schließlich ist in einer digitalisierten Welt das Sammeln und Vernetzen von Informationen zu einer Kleinigkeit geworden. Jedoch eine Kleinigkeit, die größere Folgen für die Nutzer sozialer Netzwerke haben kann. Ein „Abschalten“ sämtlicher Verbindungen in die digitale Welt ist natürlich keine Lösung.

Es müssen Ansätze gefunden werden, die ein ausgewogenes Verhältnis schaffen zwischen Netzwerken und Nicht-Netzwerken.

Die Problematik lässt sich in mehrere Bestandteile aufteilen: Basis ist das Phänomen sozialer Netzwerke im Internet selbst, die Grundzüge, Strukturen und damit Fundament jeglicher Tätigkeiten. In diesem Raum werden Freundschaften gepflegt und Informationen preisgegeben, stets unter dem Aspekt, der kaum überschaubaren Möglichkeiten, die Privatsphäre zu schützen und die Veröffentlichung persönlicher Informationen einzuschränken – der Balance-Akt zwischen Selbstdarstellung, Sorglosigkeit und Privatsphäre.

2 Phänomen Facebook

2.1 Netzwerk

Im klassischen Sinne bezeichnet der Begriff Netzwerk ein Verbundsystem, wird allerdings häufig unter dem Aspekt der Informatik betrachtet und steht dann für ein Datenkommunikationssystem zum Austausch von Daten zwischen mehreren Geräten.⁴ Im Vordergrund steht also die gezielte Verbindung, um Informationen (in diesem Fall Daten) bewusst auszutauschen.

2.2 Soziale Netzwerke

Auch soziale Netzwerke dienen diesem Zweck: Allerlei Dinge werden weitergegeben, es wird interagiert. Der gezielte Austausch beschränkt sich dabei allerdings nicht auf Informationen allein: Hauptschwerpunkt ist es, von einander zu profitieren. Das Netzwerk selbst ist in dieser Form nur Instanz, die den Rahmen, die Bedingungen, Konventionen und Möglichkeiten des Vorgangs „Netzwerken“ in genauer Form beschreibt und vorgibt.

Wenn von sozialen Netzwerken gesprochen wird, wird meistens gleich eine Internetplattform wie Facebook oder StudiVZ assoziiert und die Bedeutung dieses Begriffes ausschließlich auf das „Medium Internet“ beschränkt. So ist es auch nicht verwunderlich, dass die Suche nach dem Begriff „soziale Netzwerke“ im Internet fast nur Resultate liefert, die in einer Verbindung zu Facebook und Co. stehen. Diese Sichtweise ist allerdings unvollständig.

Ein soziales Netzwerk im eigentlichen Sinn ist nämlich das System aus Menschen des persönlichen Umfeldes (wobei die Weite nach Auslegung stets neu zu definieren ist⁵), die in Kontakt zu einander treten um sich auszutauschen. Nach dieser Definition kann die Familie als kleinstes Netzwerk bezeichnet werden. Hier interagieren die einzelnen Familienmitglieder miteinander, helfen sich, geben Informationen weiter, verarbeiten diese und bereichern sich dadurch gegenseitig.

⁴ vgl. Definition „Netz“, in: Zeitverlag Gerd Bucerius (Hrsg.) 2005: Die Zeit. Das Lexikon in 20 Bänden, Band 10, Seite 305

⁵ Laut dem Psychologen Robin Dunbar folgt die Hierarchie der Gruppengrößen bei Freunden- und Bekanntenkreisen einem mathematischen Gesetz. Die Gruppe der „engsten Freunde“ umfasst drei bis fünf Personen, zu etwa zwölf bis zwanzig Personen hat man eine „spezielle Bindung“, der Rest mit etwa 30 bis 50 Personen wird als Bekanntenkreis mit „lockerer Bindung“ bezeichnet.