



Gefühlte Privatheit im offenen Netz

Prof. Dr. Klaus Neumann-Braun,
Lehrstuhl für Medienwissenschaft, Universität Basel

Wie schnell ist ein unbedarfter Klick im Netz gemacht und schon zeitigt dieser unangenehme Folgen: Man hat sich wider Willen ein Dienstleistungsabonnement beschert und soll nun kräftig zahlen. Oder man surft unschuldig auf einer Website umher und erhält im Anschluss daran eine SMS mit Wuchergebühr geschickt. Wie viel an Aufwand bedarf es dann, sich aus solchen — im Alltagsverständnis — betrügerischen Fallstricken zu befreien! Oder man zeigt Vertrauten auf Freundschaftsportalen persönliche Bilder, die in der Folge im Netz an ganz unerwarteter Stelle wieder auftauchen mit möglicherweise negativen Folgen — das Netz als neues Archiv unserer privaten Alltagskultur.

Es muss also gute Gründe geben, sich trotz dieser Risiken und Ärgernisse im Netz zu bewegen und zu kommunizieren. Allgemein betrachtet ist die Darstellung von Privatem in der öffentlichen Kommunikation mehr denn je überaus attraktiv. Auch in den klassischen Medien wie bspw. dem Fernsehen ist über die Jahre hinweg der Anteil an Programmen, die mit den Begriffen Realitätsfernsehen, Real-People-Formate, Doku-Soaps usw. gefasst werden, stetig gestiegen. Der Austausch und Vergleich mit den anderen Menschen „wie du und ich“ via Medien fasziniert jung und alt ganz offensichtlich sehr.

SNS treffen die Bedürfnisse ihrer jugendlichen

User: Für das Medium Netz gilt Gleiches. In den Freundschaftsportalen (Social Network Sites/SNS) wie Facebook, Schüler-/Studi-VZ u.a. finden junge Menschen neue Möglichkeiten der Gestaltung ihrer Kommunikation. SNS stellen ein Instrument zum dynamischen Kommunikations- und Beziehungsmanagement mit Gleichaltrigen dar. SNS können als ein vergleichsweise Erwachsenen-freier Raum begrif-

Prof. Dr. Klaus Neumann-Braun

Nach Lehr- und Forschungstätigkeiten an den Universitäten Freiburg, Trier, Frankfurt, Koblenz-Landau und Wien (Gastprofessur) ist Prof. Dr. Klaus Neumann-Braun seit 2005 Ordinarius für Medienwissenschaft am Institut für Medienwissenschaft (ifm) der Universität Basel und Autor zahlreicher Publikationen insbesondere zu den Themenschwerpunkten Medien- und Kommunikationssoziologie, Populärkulturanalysen, Publikumsforschung, Jugendmedienkulturforschung, Interpretative Methoden (Ethnographie, Visuelle Soziologie); zuletzt u.a. „Coolhunters – Jugendkulturen zwischen Medien und Mark“, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2005 (zus. m. B. Richard), "Die Bedeutung populärer Musik in audiovisuellen Formaten", Baden-Baden: Nomos 2009 (zus. mit Ch. Jost, D. Klug, A. Schmidt), "Doku-Glamour im Web 2.0: Party-Portale und ihre Bilderwelten", Baden-Baden: Nomos 2010 (zus. mit J. Astheimer).



fen werden, in der die Kontrolle durch Autoritäten (Eltern/ Lehrer) minimiert zu sein scheint. Als Folge entsteht eine ‚gefühlte Privatsphäre‘, in der man sich dem mitunter turbulenten Peer-Review meint überlassen zu können. Und SNS stellen weiterhin ein besonderes Experimentierfeld für mannigfaltige Möglichkeiten der Selbstdarstellung, -Inszenierung und Identitätsarbeit dar.

Aufmerksamkeitsspirale und Zugzwänge des Me-

diams: Diese Optionen sind jedoch mit spezifischen Befürchtungen verknüpft: Wer nicht online ist und nichts von sich preis gibt, verpasst – so die Sorge vieler jungen Menschen - den Anschluss. Nur wer Inhalte einstellt, erhält auch Aufmerksamkeit und seinen Platz innerhalb der Community. Dem Wunsch, Teil einer Gruppe sein wollen und bei anderen Interesse an der eigenen Person wecken zu wollen, steht der Wunsch möglichst wenig von sich preiszugeben gegenüber. Ein ständiger — kräftemäßig sicherlich nicht unaufwändiger — Aushandlungsprozess was ‚gerade



noch geht' oder was schon zu viel ist scheint vonnöten.

Unterschiedliches/mangelndes Problembewusstsein und fehlender Weitblick: Was als Privat eingestuft wird bzw. mit wem man wann welche Inhalte teilen möchte variiert von Person zu Person beträchtlich und ändert sich in der Regel auch mit der Zeit. Was heute bzw. als Jugendlicher ‚witzig‘ erscheint, wird einige Zeit später möglicherweise als peinlich und unangemessen betrachtet. Fotos, die der eine akzeptabel findet und (selbst ohne böse Absicht) online stellt, stellen für den anderen einen Eingriff in dessen Privatsphäre dar. In diesem Feld unterschiedlicher Wertmaßstäbe und Kontrollvorstellungen seinen Weg zu finden ist eine schwierige Aufgabe, für die die jungen Menschen auf keine ‚klassischen‘ Vorbilder zurückgreifen können. SNS wurden bisher hauptsächlich von Jugendlichen und jungen Erwachsenen genutzt. Eltern bzw. LehrerInnen haben teilweise selbst kaum entsprechende Erfahrungen, Kenntnisse und Kompetenzen um zu einem sinnvollen Umgang mit den Angeboten anleiten zu können (s.u.). So gesehen sind die heutigen jungen Menschen in tragender Weise auf sich selbst gestellt.

Privacy Paradox: Durch die vorrangig Peer-Group-intern praktizierte Kommunikation entsteht teilweise das trügerische Gefühl, die Inhalte auf SNS wären privat und würden von Außenstehenden kaum wahrgenommen— die (unsichtbare) Anwesenheit Unbefugter wird gerne ausgeblendet. Oft werden erst im konkreten Konfliktfall die Risiken der Verbreitung von Inhalten im Netz realisiert. Der Anschein einer gefühlten Privatheit steht im Widerspruch zur tatsächlichen Offenheit des Mediums.

Die Definition der **beiden zentralen Begriffe** „privat“ und „öffentlich“ hat sich offensichtlich in den vergangenen Jahren stark verändert. In der gegenwärtig sich stark wandelnden Gesellschaft haben sie weniger denn je für alle dieselbe Bedeutung. Gerade Jugendliche experimentieren damit, sich selbst

zu ‚veröffentlichen‘ – nicht nur im Internet! – beispielsweise um Feedback zu erhalten, welches wiederum wie bereits erwähnt zu ihrer Identitätsbildung beiträgt.

Gegenläufige Interessen der Marktteilnehmer (SNS Anbieter und UserInnen): Die Interessen der Seitenbetreiber stehen zum Teil in starkem Widerspruch zu jenen der UserInnen. Während die Betreiber eine möglichst offene und reichhaltige Datenfreigabe präferieren, um profitabel wirtschaften zu können (Problem der Finanzierung von Open Source Softwareanwendungen), liegt es im Interesse der UserInnen, eher wenig von sich preiszugeben. Teilweise gehen die Anbieter hier mit fragwürdigen Methoden vor, aktuell bspw. zu sehen am Fall der neuen Sicherheitseinstellungen und Default Settings von Facebook. Man kann sich des Eindrucks nicht erwehren, dass generell eine (gezielte) technische und inhaltliche Überforderung von Jugendlichen etabliert wird. Die durchaus vorhandenen technischen Möglichkeiten, Inhalte vor den Augen Unbefugter verbergen zu können, sind zum Teil deutlich versteckt und unübersichtlich in den Einstellungs-Menüs positioniert. Generell sind die Unterschiede in Bezug auf die angebotenen Sicherheitseinstellungen zwischen den verschiedenen Sites sehr groß (Problem der Wahrnehmung dieser durch die User bei gleichzeitigem Gebrauch verschiedener SNS) und die Default Settings (Voreinstellungen der Profilvergaben) nicht unbedingt im Interesse der UserInnen. Insbesondere die auf den SNS einsehbaren AGBs sind wenig User-freundlich und werden aufgrund ihres Umfangs und ihrer Komplexität nur von wenigen wirklich zur Kenntnis genommen.

Risikobedingungen und Gefahren im Internet – am Beispiel der SNS: Im Rahmen der Arbeit unserer Basler Forschungsgruppe „Jugendbilder im Netz“ (s. den Forschungsblog www.netzbilder.wordpress.com) haben Nina Hobi und Ulla P. Autenrieth zahlreiche Gespräche mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen über ihren Gebrauch von SNS durchgeführt und ausgewertet. In Einzelinterviews wie auch in Grup-



pendiskussionen wurden immer wieder die folgenden Chancen und Risiken genannt:

@ Fehlende Kontrollinstanz(en): Jugendliche können Inhalte ohne Gatekeeper (Redakteure/Eltern/Lehrer etc.) einem breiten Publikum zugänglich machen - jedoch:

@ Inhalte sind ohne wenn und aber öffentlich bzw. der Zugang zu diesen de facto nur schwer zu beschränken bzw. eingerichtete Beschränkungen sind teils einfach zu umgehen; die ‚gefühlte Privatheit‘ verhindert jedoch eine hinreichende Realisierung dieses Strukturprinzips

@ Inhalte sind leicht kopierbar und Verbreitung der Inhalte deshalb unkontrollierbar

@ Inhalte sind speicherbar, noch Jahre später können Daten wieder auftauchen, das Netz vergisst nichts

@ ‚Unfälle‘ sind nur schwer zu beheben (damit zusammenhängend der im Entstehen begriffene Markt für sog. Reputation Defender).

@ Peer Group *intern*: Cyberbullying/Mobbing/ verschiedene mitunter kontroverse Ansichten zu privaten Inhalten (Dissen)

@ Peer Group *extern*: Kontrollverlust über Daten und eingestellte Inhalte: Datenmissbrauch/Einblick Unbefugter (Marktforschung/Stalker/Chef/beruflicher Werdegang usf.).

Datenschutz und Persönlichkeitsrechte im Internet – was tun?

Herausforderung Medienkompetenz oder die mangelnde Internet-Kompetenz der über 35-Jährigen:

Die über 35-Jährigen üben in ihren Rollen als Eltern, Lehrer und Politiker zentrale Erziehungs- und Vorbildfunktionen aus. Auch sind sie es, die Gesetze zum Umgang mit neuen Medien zu erlassen. Dass sie jedoch zu wenig über das Internet wissen, führt dazu, dass sie den Entwicklungen nicht selten recht unbedarft bis hilflos gegenüberstehen und Eltern oder Lehrer ihre Vorbild- und Anleitungsfunktion eben nicht hinreichend gekonnt wahrnehmen können. Die Medienkompetenz der Kinder und Jugendli-

chen beruht deshalb stärker auf den eigenen Erfahrungen im Netz als auf einer fundierten Aufklärung durch Eltern und Lehrer. Unter diesen Umständen muss es auch als kontraproduktiv angesehen werden, wenn ‚ahnungslose‘ Eltern und Lehrer trotzdem kontrollieren wollen, was Jugendliche online unternehmen und über sog. Fake-Profilen in die SNS-Portale und die Profile ihrer Kinder resp. Schüler gelangen. Solche Aktionen werden von den Betroffenen als ein **fehlender Respekt für die Privatsphäre und persönlichen Belange von Jugendlichen** gewertet. Datenschutz – so die SNS-User – heißt auch, dass Eltern oder Lehrer die Profile ihrer Kinder und Schüler nicht ohne deren Einwilligung anschauen sondern den Schutz der Privatsphäre achten.

Wenn Elternhaus und Schule nur bedingt bei der Förderung der Internet-Kompetenz mitwirken, welchen Beitrag können dann öffentlich geförderte medienpädagogische Initiativen leisten? Die Quintessenz der Interviews mit Jugendlichen: **Tipps zum Umgang mit dem Internet gibt es zuhauf – das Problem ist nur, dass die Tipps (Broschüren) manches Mal an der Realität vorbei gehen.** Ein Beispiel: Dass in SNS die richtigen Namen angegeben werden, weil sie dazu dienen, dass man von Bekannten gefunden werden kann, ist eine Tatsache. Trotzdem empfehlen fast alle Tipp-Sammlungen, man sollte dies nicht tun. Wenn jeder unter (s)einem Pseudonym in SNS kommunizieren würde, käme jedoch keine Vernetzung zustande, da niemand mehr gefunden werden könnte, außer man gibt im offline-Leben den Nickname bekannt. Will man also das Prinzip der SNS nicht ad absurdum führen, sind Klarnamen in Profilen beinahe unumgänglich. Sinnvoller wäre der Ratschlag: in Communities, wo dies dem Normalfall entspricht, den eigenen Namen verwenden, aber mit allen anderen Daten sehr, sehr bewusst umgehen und sich eingehend mit den Privatsphäre-Einstellungen des Portals befassen.

Weiter wird von jungen Usern kritisiert, die **Tipps für Kinder und Jugendliche** seien oft in gekünstelter Jugendsprache gehalten. Dies führe ganz bestimmt nicht dazu, dass die Jugendlichen die Tipps besonders ernst nehmen würden, vor allem dann nicht,



wenn die Hinweise zusätzlich ihrer Realität (Fotos auf SNS sind gefährlich, nie mit Klarnamen anmelden, nie mit unbekanntem Personen chatten usw.) widersprechen würden. Die plumpe sprachliche Anbiederung eines Broschüren-Satzes wie „Du findest, das Internet ist ´ne verdammt großartige Sache ...“ löst bei jedem normalen Kid und Teen in der Regel eine hohe „Anbiederungs-Alarmstufe“ (O-Ton) aus. Naheliegende Frage: Wieso wird bei der Erarbeitung der Tipp-Sammlungen nicht mit den zukünftigen Rezipienten, den Kindern und Jugendlichen, eng zusammengearbeitet?

Notwendige Diskussionsfelder:

Interesse der Älteren und (offene) Kontrolle: Eltern und Lehrer sollten sich ohne Vorurteile und Abwertungen den Internetaktivitäten junger Menschen zuwenden, sich mit diesen über deren Internet-Surfen und Chatten usw. austauschen (was voraussetzt, dass sie sich auch selbst damit beschäftigen) und sich zeigen lassen, was die Jugendlichen selbst zeigen möchten! Grenzen sollten gemeinsam verhandelt und in der Folge dann auch akzeptiert werden. Kontraproduktiv sind Verbote und Kontrollversuche hinter dem Rücken der Jugendlichen. Kontrolle und Begleitung ist jedoch dann angezeigt, wenn Jugendliche im Netz gleichsam mit Haut und Haaren verloren gehen. Und hierbei zeigt sich, dass sich der Austausch ebenfalls unter Eltern und Lehrern sehr hilfreich auswirken würde: neue Kommunikationsprobleme lassen sich am besten kommunikativ lösen.

Das Thema Internetsicherheit sollte als Pflicht-Thema in der Lehrer-Ausbildung aller Schultypen und später auch in den Lehrplänen der Schulen Eingang finden. Wie wir Sprachen und Naturwissenschaften lehren und lernen sollte auch alles Entscheidende über die Medien der Kommunikation vermittelt und angeeignet werden.

Schließlich die Aufgabe der Marktteilnehmer - Schaffung von User-freundlichen AGBs: Wie bei der seinerzeitigen Klingelton-Streitfrage auch: Kinder und Jugendliche sollten nicht direkt zu unsinnigem Konsum gereizt werden und sie sollten auch nicht durch kleingedruckte, seitenlange, schwer verständliche Texte in Anhängen hinter Licht geführt werden. Ähnlich wie schon lange im Bereich der Fernsehwerbung praktiziert müssen Verbraucherschutz und Anbieter verantwortungsbewusst zusammenwirken, den Heranwachsenden einen Handlungsrahmen zu garantieren, der nicht einer versteckten Entmündigung und Vernutzung in die Hände arbeitet. Damit ist keinem gedient. Technisch gesehen ist unsere Gesellschaft sicherlich bereits umfassend im digitalen Zeitalter angekommen – kulturell gesehen jedoch nur in Maßen. Es gibt noch viel zu tun!