

## Teil 3: Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland

### 3.14 Facebook & Co – das Ende der Privatsphäre?

Wolfgang Sinz

#### Kompetenzen und Unterrichtsinhalte:

Die Schüler sollen

- ◆ einen kurzen Überblick über die Geschichte der sozialen Netzwerke erhalten,
- ◆ sich mit den Vor- und Nachteilen von sozialen Netzwerken auseinandersetzen,
- ◆ erkennen, dass heute eine kaum mehr überschaubare Vielfalt an sozialen Netzwerken existiert,
- ◆ ihre eigene Aktivität in sozialen Netzwerken mit statistisch erhobenen Daten vergleichen,
- ◆ spielerisch erlernen, welche sozialen Netzwerke heute den höchsten Marktwert aufweisen,
- ◆ Facebook als das heute mit Abstand bedeutendste soziale Netzwerk kennenlernen,
- ◆ sich vertieft mit der Problematik des „Freundesammelns“ bei Facebook auseinandersetzen,
- ◆ die Problematik der Privatsphäre und des Datenschutzes bei Facebook diskutieren,
- ◆ erkennen, dass die Vision eines „Lebensarchivs“ bei Facebook elementare datenschutzrechtliche Fragen aufwirft,
- ◆ diskutieren, inwiefern die Zeit, die Jugendliche heute im Internet verbringen, deren eigenes Leben verändert,
- ◆ sich mit den Gefahren sozialer Netzwerke intensiv auseinandersetzen,
- ◆ die Ursachen von Cybermobbing diskutieren,
- ◆ mit den Folgen von Cybermobbing konfrontiert werden,
- ◆ erkennen, was man selbst gegen Cybermobbing tun kann und wie man sich davor schützt,
- ◆ sich mit einem tragischen Fall von Cybermobbing beschäftigen.

Didaktisch-methodischer Ablauf	Inhalte und Materialien (M)
<p><b>I. Soziale Netzwerke früher und heute</b></p> <p>Eine Grafik aus den USA zeigt die Entwicklung der sozialen Netzwerke von 1978 bis heute und verdeutlicht die rasante Entwicklung dieser Dienste.</p> <p>Im Anschluss wird ein kurzer Überblick über die Möglichkeiten des „Web 2.0“ gegeben.</p> <p>Mithilfe einer Folienvorlage sollen die Schüler dann ihre eigenen Erfahrungen mit sozialen Netzwerken wie Facebook sammeln und diskutieren.</p> <p>Anhand einer Zusammenstellung verschiedener Logos sozialer Netzwerke soll den Schülern die schier unübersehbare Vielfalt dieser Dienste vor Augen geführt werden.</p>	<p>→ <b>Eine kurze Geschichte der sozialen Netzwerke/M1 (Grafik)</b></p> <p>→ <b>Soziale Netzwerke – ein Überblick/M2 (Text)</b></p> <p>→ <b>Meine Erfahrungen mit sozialen Netzwerken/M3 (Folienvorlage)</b></p> <p>→ <b>Logos sozialer Netzwerke/M4 (Grafik)</b></p>

## Teil 3: Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland

<p>Schließlich soll eine Monopoly-Adaption, bei der die teuersten Straßen durch soziale Netzwerke ersetzt sind, den Schülern auf spielerische Weise verdeutlichen, welche wirtschaftliche Macht heute hinter diesen Diensten steht.</p> <p>Die beliebtesten sozialen Netzwerke in Deutschland und die Online-Aktivitäten Jugendlicher im Alter von zwölf bis 19 Jahren können mithilfe zweier Statistiken erarbeitet und diskutiert werden.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ <b>Die beliebtesten sozialen Netzwerke in Deutschland/M5 (Statistik)</b></li> <li>→ <b>Aktivitäten Jugendlicher im Internet/M5 (Statistik)</b></li> <li>→ <b>Social Media Monopoly/M6a bis c (Spielvorlage)</b></li> </ul>
<p><b>II. Facebook – und die Folgen</b></p> <p>Eine Grafik mit verschiedenen Schlagwörtern zum größten sozialen Netzwerk – Facebook – soll zur Diskussion über diesen Dienst herausfordern.</p> <p>Die sogenannte „Facebook-Depression“ – also die Angst, eine nicht ausreichende Zahl an Freunden bei Facebook aufweisen zu können – soll im Anschluss thematisiert werden.</p> <p>Sollten Jugendliche ihre Eltern als „Freunde“ bei Facebook akzeptieren? Diese für viele Betroffene sicher provokante Frage versucht eine englischsprachige Grafik zu beantworten.</p> <p>Ein ganz anderes Problem stellt der Schutz persönlicher Daten in Facebook dar. Ein fiktives Ortsschild lädt zur Diskussion über das Thema „Datenschutz in sozialen Netzwerken“ ein.</p> <p>Heftig umstritten ist das von Facebook-Gründer Mark Zuckerberg angekündigte Lebensarchiv aller Facebook-Nutzer. Datenschützer sehen hier das Ende der Privatsphäre von Nutzern dieses sozialen Netzwerkes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ <b>Die Diskussion über Facebook – Schlagzeilen/M7 (Grafik)</b></li> <li>→ <b>Facebook. Freundesammeln macht krank/M8 (Zeitungsartikel)</b></li> <li>→ <b>Eltern als „Freunde“ bei Facebook?/M9 (Grafik)</b></li> <li>→ <b>Soziale Netzwerke und der Datenschutz/M10 (Grafik)</b></li> <li>→ <b>Facebook will Lebensarchiv werden/M11a und b (Zeitungsartikel)</b></li> </ul>
<p><b>III. Die Gefahren bei Facebook &amp; Co</b></p> <p>Kaum ein anderer Dienst hat den Alltag Jugendlicher derart verändert wie Facebook. Ein Arbeitsblatt stellt zum einen die Frage, was Schüler heute ohne Facebook machen würden, und will zum anderen ermitteln, wie viel Zeit sie mit welchen Diensten täglich im Internet verbringen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ <b>Verweildauer in sozialen Netzwerken/M12 (Arbeitsblatt)</b></li> <li>→ <b>Mögliche Ergebnisse/M13 (Statistik, Text)</b></li> </ul>

### Teil 3: Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland

<p>Bei allen Vorteilen, die soziale Netzwerke haben können: Die Gefahren dieser Dienste sind vielen nicht bewusst. Anhand verschiedener Materialien sollen die Schüler deshalb diverse Gefahren erarbeiten und im Anschluss eine Mindmap erstellen. Danach werden die Ergebnisse im Klassenplenum diskutiert.</p> <p>Ein YouTube-Film des wissenschaftlichen Projekts „Explainity“ fasst diese Problematik noch einmal schülerkonform zusammen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ <b>Die Gefahren sozialer Netzwerke/M14 (Tafelanschrieb)</b></li> <li>→ <b>Gefahren Nr. 1 bis 8/M15 bis M22 (Zeitungsartikel)</b></li> <li>→ <b>Gefahren bei Facebook &amp; Co – einfach erklärt/M23 (Filmvorschlag)</b></li> </ul>
<p><b>IV. Cybermobbing als Herausforderung</b></p> <p>Die wohl mit Abstand größte Gefahr für Nutzer sozialer Netzwerke ist das sogenannte Cybermobbing oder auch Cyberbullying. Eine Übersicht erklärt zunächst, um was es sich bei dieser vergleichsweise neuen Form des Mobbings genau handelt.</p> <p>Zwei Grafiken verdeutlichen die Folgen für die Opfer, aber auch für die Täter und fordern zur Diskussion heraus.</p> <p>Ein längerer Zeitungsartikel geht der Frage nach, wie man sich gegen Cybermobbing schützen kann.</p> <p>Ferner zeigt eine Tabelle, was man tun sollte, wenn man Opfer dieser Art des Mobbings geworden ist.</p> <p>Welche Folgen Cybermobbing für Jugendliche haben kann, verdeutlicht ein Filmbeitrag über den Selbstmord des 13-jährigen Joel Horn.</p> <p>Abschließend werden verschiedene Ratgeber und Anlaufstellen für Mobbingopfer aufgelistet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ <b>Was ist Cybermobbing?/M24 (Text)</b></li> <li>→ <b>Folgen für Opfer und Täter/M25 (Grafiken)</b></li> <li>→ <b>Cybermobbing: Was ist das, wie schütze ich mich?/M26a bis c (Zeitungsartikel)</b></li> <li>→ <b>So melden Sie Mobbing und Kontoklau beim Betreiber/M27 (Tabelle)</b></li> <li>→ <b>Filmbeiträge über Gefahren sozialer Netzwerke/M28a und b (Inhaltsangabe)</b></li> <li>→ <b>Ratgeber und Anlaufstellen im Internet/M29 (Tabelle)</b></li> </ul>

## Teil 3: Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland

**Tipp:**

- ◆ Adamek, Sascha: Die Facebook-Falle: Wie das soziale Netzwerk unser Leben verkauft, Heyne Verlag, München 2011
- ◆ Bleich, Holger/Braun, Herbert: Soziale Sicherheit. Datenschutz-Schwachpunkte der Social Networks, in: c't – Magazin für Computertechnik, 7/2010, S. 114-118
- ◆ Christakis, Nicholas A. u.a.: Die Macht sozialer Netzwerke: Wer uns wirklich beeinflusst und warum Glück ansteckend ist, Fischer Verlag, Frankfurt 2011
- ◆ Ebersbach, Anja/Glaser, Markus/Heigl, Richard: Social Web, UTB Verlag, Stuttgart 2011
- ◆ Fuhse, Jan/Stegbauer, Christian: Kultur und mediale Kommunikation in sozialen Netzwerken (Netzwerkforschung), VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2011
- ◆ Leistert, Oliver/Röhle, Theo: Generation Facebook: Über das Leben im Social Net, Transcript Verlag, Bielefeld 2011
- ◆ Reichart, Elke: gute-freunde-boese-freunde. leben im web, Hanser-Verlag, München 2011
- ◆ Strauf, Heinz: Soziale Netzwerke: Verantwortungsbewusst im Netz kommunizieren, Persen im Aap Lehrerfachverlag, Buxtehude 2012
- ◆ Wagner, Ulrike u.a.: Wo der Spaß aufhört ... Ergebniszusammenfassung der Teilstudie „Wo der Spaß aufhört ... Jugendliche und ihre Perspektive auf Konflikte in Sozialen Netzwerkdiensten“, 2012; vgl.: [http://www.jff.de/dateien/Kurzfassung\\_Studie\\_Online-Konflikte.pdf](http://www.jff.de/dateien/Kurzfassung_Studie_Online-Konflikte.pdf)
- ◆ Wanhoff, Thomas: Wa(h)re Freunde – Wie sich unsere Beziehungen in sozialen Online-Netzwerken verändern, Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg 2011

VORSCHAU

## Teil 3: Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland

### Anmerkungen zum Thema:

Das von Mark Zuckerberg begründete soziale Netzwerk **Facebook** (dt. *Gesichtsbuch*) hat heute über 800.000.000 Mitglieder weltweit und ist der mit Abstand beliebteste Dienst unter Jugendlichen. Bis zu 500.000.000 Mitglieder waren Anfang 2012 zeitgleich in diesem **sozialen Netzwerk** aktiv.

Teilnehmer mit gleichen Interessen tauschen sich hier aus, stellen Beziehungen untereinander her oder nehmen wieder Kontakt zu Menschen auf, mit denen sie früher zur Schule gegangen sind. Zu beinahe jedem Thema lassen sich hier Informationen finden.

In Zukunft werden sich im „**Web 3.0**“ die verschiedenen Dienste schrittweise aufeinander abstimmen und den Datenaustausch untereinander ermöglichen.

So entstehen **Persönlichkeitsprofile** von den Nutzern, ohne dass diese davon Kenntnis erlangen. Wer auf diese Profile Zugriff hat, ist nicht immer feststellbar. Bei Facebook wird mit **Gesichtserkennungssoftware** experimentiert und das **Lebensarchiv** sammelt sämtliche Daten, die wir im Internet hinterlassen. Datenschutz bleibt hier oftmals auf der Strecke – der **gläserne Mensch** entsteht.

Neue Krankheitsbilder wie die „**Facebook-Depression**“ sorgen für Schlagzeilen: Sie kann denjenigen treffen, dessen Zahl an Facebook-„Freunden“ unbefriedigend niedrig bleibt und der sich deshalb unbeliebt fühlt.

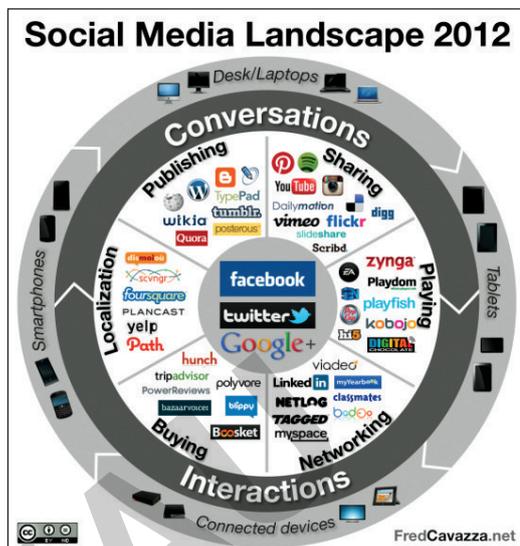
Allein schon die enorme **Zeit**, die viele Jugendliche in sozialen Netzwerken verbringen, verändert ihren Alltag entscheidend.

Bei Bewerbungen recherchieren immer mehr Firmen in der **Facebook-Vergangenheit** ihrer Bewerber oder fragen direkt nach den **Facebook-Passwörtern**. Ein zu **unbedachter Umgang** mit sozialen Netzwerken kann dann die berufliche Zukunft verbauen – oder bereits die Gegenwart zerstören.

Welche Bedeutung diese Dienste auch für illegale Aktivitäten darstellen, kann man beinahe täglich in der Zeitung lesen. Einbrecher erfahren in Facebook, wann und wie lange ein Hausbesitzer im Urlaub ist, der **Diebstahl von Passwörtern** hat oftmals ungeahnte Folgen. Auch **extremistische Organisationen** entdecken soziale Netzwerke für ihre Propaganda.

Wohl am gefährlichsten für den einzelnen User ist jedoch das sogenannte **Cybermobbing** oder **Cyberbullying**. Ursachen und Folgen dieser vergleichsweise neuen Art des Mobbings im Internet bilden einen Schwerpunkt dieser Einheit. Der **Teufelskreis**, in den jugendliche Mobbingopfer hier geraten können, bleibt den meisten Freunden und Verwandten oft lange verborgen.

Eine der großen Herausforderungen für Eltern und Lehrkräfte ist deshalb der **Schutz Jugendlicher vor Mobbing** und die Frage, wie man Mobbingopfern am besten Hilfe leisten kann.



Teil 3: Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland

Eine kurze Geschichte der sozialen Netzwerke

**78**  
**February 1978:**  
 First dial-up BBS ("CBBS") is launched. BBSs continue to grow in popularity through the 1980s.

**95**  
**1995:**  
 Personal home-page service Geocities is launched. Goes public in 1998 and is purchased by Yahoo! in 1999 for \$3.57 billion. Geocities is shuttered in 2009.

**97**  
**1997:**  
 Early social media service SoDegrees.com is launched. At its height, the service claims 1 million users.

**99**  
**August 1999:**  
 Blogging service Blogger launches. Purchased by Google in 2003.

**02**  
**March 2002:**  
 Social media site Friendster launches. Membership peaks in 2008, then begins its steady wane.

**06**  
**December 2006:**  
 Yahoo offers \$1 billion to buy Facebook, but Facebook ultimately declines the offer.

**04**  
**February 4, 2004:**  
 Facebook launches. Initially open only to Harvard students, then opens to 800 colleges in May 2005. By September 2006, Facebook is available to all users 13 and over.

**03**  
**July 2003:**  
 MySpace launches. The site is acquired by News Corp in 2005 for \$580 million and is receiving more than 75 million visitors per month in late 2008.

**03**  
**May 2003:**  
 Corporate social networking site LinkedIn opens its doors.

**08**  
**April 2008:**  
 Facebook's popularity overtakes MySpace's, based on the number of monthly unique visitors.

**09**  
**February 6, 2009:**  
 Facebook changes its terms of service to include broad, perpetual UGC license. Twelve days later, after considerable pressure, the changes are rolled back.

**09**  
**December 1, 2009:**  
 Revised FTC "Guides Concerning the Use of Endorsements and Testimonials" go into effect, impacting both endorsers and advertisers.

**10**  
**December 2, 2009:**  
 Facebook membership hits 350 million. Climbs to 400 in February 2010 and half a billion users five months later, after surpassing Google's weekly web traffic in March 2010.

**10**  
**May 21, 2010:**  
 It is revealed that MySpace, Facebook, and other social networks are sending user names and IDs to advertisers along with user URL data.  
 010110110101010  
 101101011010BOB  
 SMITH0100110010

**11**  
**June 30, 2011:**  
 News Corp. sells MySpace to Irvine-based digital media firm for \$35 million. Specific Media, the buyer, counts Justin Timberlake among its investors.

**11**  
**June 28, 2011:**  
 Google Plus launches its closed beta—in a little over two weeks, more than ten million people have joined, sharing around one billion items per day.

**11**  
**May 19, 2011:**  
 LinkedIn goes IPO, the value of its shares more than doubling in the initial day of trading. On June 3, daily deals site Groupon files to go public as well.

**11**  
**March 15, 2011:**  
 Starbucks passes 20 million "Likes" on Facebook.

**11**  
**November 30, 2010:**  
 Facebook valued at \$50 billion based on private market transaction.

**11**  
**July 8, 2011:**  
 LinkedIn climbs to #2 in the U.S. for total monthly unique visitors, squeaking by MySpace's 33.5 million June visitors with 33.9 million of its own.

**11**  
**July 13, 2011:**  
 Twitter celebrates its five-year birthday—the social media giant delivers 350,000,000,000 Tweets per day.

**11**  
 Courtesy of Socially Aware, the social media law update; to subscribe, please visit [www.mofo.com/sociallyaware](http://www.mofo.com/sociallyaware).

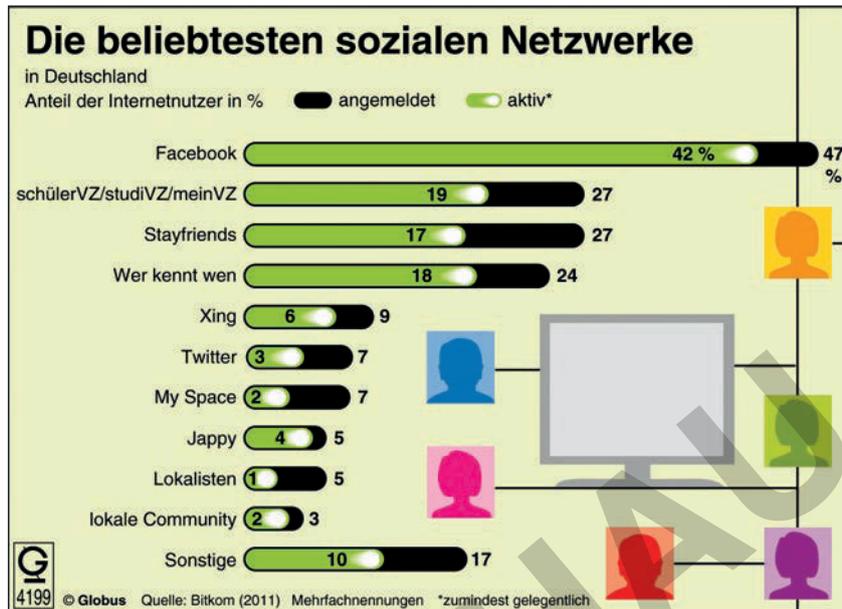
**MORRISON | FOERSTER**

©2011 Morrison & Foerster LLP | [mofo.com](http://mofo.com)

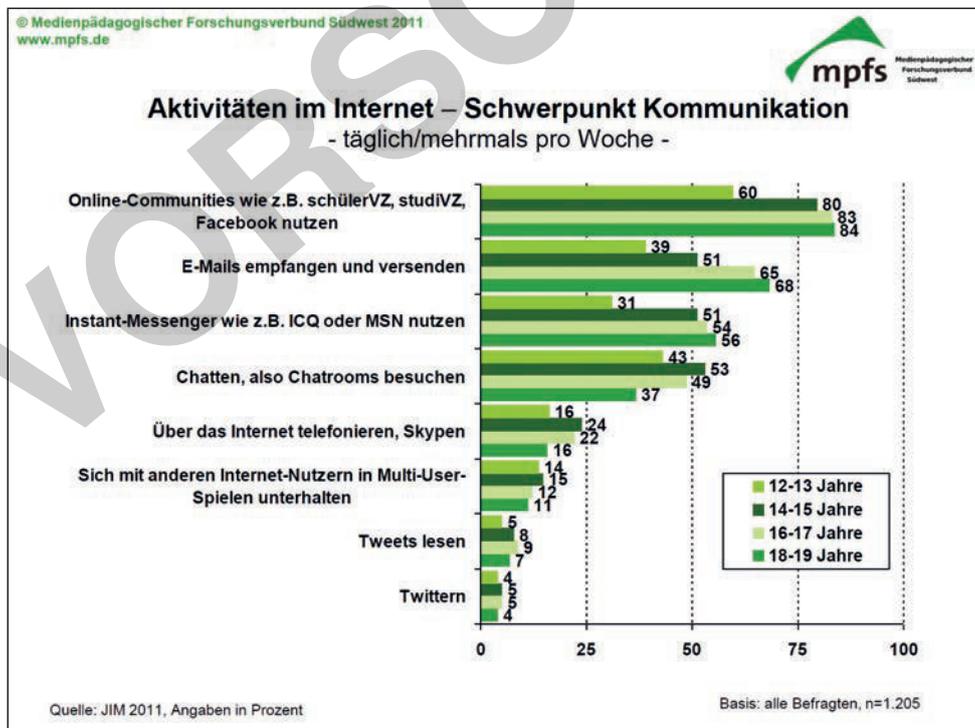
(aus: [www.mofo.com/files/Uploads/Images/A-Short-History-of-Social-Media.pdf](http://www.mofo.com/files/Uploads/Images/A-Short-History-of-Social-Media.pdf))

Teil 3: Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland

Die beliebtesten sozialen Netzwerke in Deutschland



Aktivitäten Jugendlicher im Internet



Arbeitsauftrag:

Vergleichen Sie Ihre Internetaktivitäten mit den Ergebnissen der beiden Statistiken.

## Verweildauer in sozialen Netzwerken



Was ich ohne Facebook  
machen würde? ...  
Für die Schule lernen!

(Foto: © Elena Stepanova – fotolia.com)

## Womit verbringst du täglich im Internet deine Zeit (Angaben in Prozent)?

	<b>Soziale Netzwerke</b>	%
	<b>Multimedia (Videos, Fotos etc.)</b>	%
	<b>Portale</b>	%
	<b>Instant-Messaging</b>	%
	<b>Online-Gaming</b>	%
	<b>Online-Auktionen</b>	%
	<b>Suchmaschinen</b>	%
	<b>Communities</b>	%
<b>DNND</b>	<b>Nachrichten</b>	%
	<b>Sonstiges</b>	%



## Arbeitsaufträge:

1. Nimm kritisch Stellung zu der Aussage der jungen Frau.
2. Fülle die Statistik aus und vergleiche deine Ergebnisse mit denen deiner Nachbarin/deines Nachbarn.

## Teil 3: Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland

## Mögliche Ergebnisse zu M12

## Facebook, StudiVZ oder Xing binden fast ein Viertel der Online-Zeit



- 1 Berlin, 12. Februar 2012 – Internetnutzer in Deutschland verbringen fast ein Viertel (23 Prozent) ihrer gesamten Online-Zeit in sozialen Netzwerken wie Facebook, Google+ oder Xing. Zum Vergleich: Vor einem Jahr waren es erst 14 Prozent. Das berichtet der Hightech-Verband BITKOM auf Basis einer repräsentativen Erhebung des Marktforschungsunternehmens comScore. „Soziale Online-Netzwerke sind inzwischen zentrale Anlaufpunkte im Web, die unterschiedliche Anwendungen und Inhalte auf einer Plattform vereinen“, sagte BITKOM-Hauptgeschäftsführer Bernhard Rohleder. Auf dem zweiten Platz liegen Musik-, Foto- und Video-Websites, wo die User knapp 9 Prozent ihrer Internetzeit verbringen (Vorjahr: 7 Prozent). Auf Online-Portalen verbringen die Nutzer 7,1 Prozent ihrer Zeit, im Vorjahr waren es noch 10 Prozent. Portale wie Yahoo, T-Online.de oder MSN.de bündeln Online-Angebote, darunter Nachrichten, Videos, Shopping oder Suchfunktionen, und dienen häufig als Startseite ins Internet. Eigenständige Instant-Messenger auf Platz vier haben an Bedeutung verloren. Ihr Anteil an der Online-Zeit der Nutzer beträgt nur noch 3,8 Prozent, nach 8,6 Prozent im Vorjahr. Viele Nutzer weichen stattdessen auf die in Online-Netzwerken integrierten Chat-Funktionen aus.
- 5
- 10
- 15 Auf den weiteren Plätzen folgen Online-Spiele (3,7 Prozent der Online-Zeit), Online-Auktionen (3 Prozent), die Recherche in Suchmaschinen (2 Prozent) oder der Besuch von Nachrichtenseiten (1,9 Prozent). Wie die Erhebung zeigt, werden die sozialen Online-Netzwerke mit Abstand am intensivsten genutzt. Freunde und Kollegen kommunizieren miteinander, informieren sich über das Tagesgeschehen und teilen Musik und Videoclips. Angebote anderer Websites werden direkt in die Netzwerke eingebunden. Zudem können die Nutzer ihre jeweiligen Profile auf ihre Interessen abstimmen und so ihre eigenen Inhalte zusammenstellen.
- 20

(nach: [www.blogspan.net/](http://www.blogspan.net/))

## Teil 3: Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland

## Gefahr Nr. 3

## Diebe planen Einbrüche mit Facebook und Foursquare

- 1 **WELT ONLINE** Viele Internetnutzer twittern, wo sie gerade sind, oder checken mit Foursquare im Café ein. Das ist riskant, denn für Diebe heißt das: Niemand ist zu Hause.
- 5 Es gibt Nutzer, die schreiben auf Twitter, dass sie jetzt zu einem Konzert gehen. Andere posten auf Facebook, dass sie für drei Wochen in den Urlaub fliegen. Wiederum andere loggen sich auf Foursquare in Kaufhäusern oder Bahnhöfen ein – zeigen also, dass sie nicht zu Hause sind.



- 10 Was viele nicht ahnen: Diebe nutzen solche Ankündigungen in sozialen Netzwerken, um Wohnungen zu finden, in die sie einbrechen können. Das ist das Ergebnis einer Studie. Das US-amerikanische Online-Unternehmen „Credit Sesame“ hat eine Umfrage unter 50 ehemaligen Einbrechern in Großbritannien durchgeführt.
- Fast 80 Prozent von ihnen sind fest davon überzeugt, dass Facebook, Twitter und Foursquare heutzutage von Einbrechern genutzt werden, um potenzielle Opfer zu finden. 73 Prozent gaben an, dass auch Google Street View zum Auskundschaften der Nachbarschaft genutzt wird.
- 15 In der Tat können solche Dienste einen Hinweis darauf geben, ob jemand zu Hause ist. Einer anderen US-Studie zufolge teilen 15 Prozent der Amerikaner in sozialen Netzwerken mit, dass sie gerade ihre Wohnung verlassen haben. Unter den 18- bis 34-Jährigen twittern 35 Prozent darüber, wo sie sich gerade aufhalten, oder checken online in Cafés oder Geschäften ein.
- 20 Andererseits können der Studie zufolge auch Hausbesitzer und Mieter soziale Netzwerke nutzen, um Diebe zu finden. Sie könnten zum Beispiel Fotos von Dieben, die sie mit einer Webcam aufgenommen haben, im Netz posten, um die Kriminellen zu identifizieren. So war es einem Amerikaner kürzlich gelungen, den Dieb seines Laptops mit Hilfe einer Tracking-Software zu überführen.

(aus: weltonline vom 02.11.2011)