

Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg  
Fakultät Wirtschaft und Soziales  
Department Soziale Arbeit

**Theoretische und praktische Hinweise für den Einsatz von  
social network Services in Praxisfeldern der Sozialen Arbeit**

–

**Eine Orientierungshilfe**

Bachelor-Thesis

Tag der Abgabe:	28.02.2014
Vorgelegt von:	Eggers, Nicolaus
■■■■■■■■■■	■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■	■■■■■■■■■■
	■■■■■■■■■■

Betreuender Prüfer: Herr Prof. Dr. Langer  
Zweite Prüfende: Frau Prof. Dr. Burkova

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung.....</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Social network services (SNS) .....</b>	<b>3</b>
2.1	Definition.....	3
2.2	Merkmale von SNS.....	5
2.3	Nutzung .....	6
2.3.1	Nutzerzahlen.....	6
2.3.2	Funktionen von SNS.....	8
2.3.3	Anwendungen und Nutzungshäufigkeit.....	11
<b>3</b>	<b>Auswirkungen durch die Nutzung von SNS.....</b>	<b>15</b>
3.1	Entgrenzende Mediatisierung im Alltag.....	16
3.2	Identitätsbildung und Psyche.....	17
3.3	Sozialkapital.....	19
3.4	Freundschaft und Gemeinschaft.....	22
3.5	Durch Immaterielle Arbeit vom Individuum zum Dividuum.....	26
3.6	Information.....	30
<b>4</b>	<b>Einsatzmöglichkeiten von SNS in Praxisfeldern der Sozialen Arbeit.....</b>	<b>34</b>
4.1	Soziale Arbeit im Internet.....	35
4.2	Theoretische Auseinandersetzung mit SNS in der Sozialen Arbeit.....	36
4.3	SNS in Praxisfeldern der Sozialen Arbeit – Beispiele für Umgang und Einsatz.....	41
4.3.1	SNS im Kontext der Schulsozialarbeit an der Schillerschule.....	41
4.3.2	SNS im Kontext mobiler Jugendarbeit des Vereins „MJA Basel“.....	43
4.4	Weitere Einsatzmöglichkeiten von SNS in Praxisfeldern der Sozialen Arbeit.....	47
4.5	Vereinbarkeit von Sozialer Arbeit und SNS.....	49
<b>5</b>	<b>SNS auf die Interessen Sozialer Arbeit zugeschnitten.....</b>	<b>52</b>
<b>6</b>	<b>Schlussbetrachtung.....</b>	<b>55</b>
<b>7</b>	<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>57</b>
<b>8</b>	<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>57</b>
<b>9</b>	<b>Literaturliste und Quellenverzeichnis.....</b>	<b>57</b>
<b>10</b>	<b>Eidesstattliche Versicherung.....</b>	<b>67</b>

# 1 Einleitung

Der Begriff „Social network services“ (SNS) ist den meisten wahrscheinlich nicht geläufig. Im allgemeinen Sprachgebrauch findet man eher den Begriff soziale Netzwerke. Besonders populär ist die SNS-Plattform Facebook geworden. Aufgrund der vielseitigen Anwendungs- und Einsatzmöglichkeiten sind SNS mittlerweile Bestandteil des Alltags vieler Menschen geworden. Daher setzt sich auch die Profession Soziale Arbeit inzwischen damit auf unterschiedliche Weise auseinander. Da dieses Phänomen im Internet noch sehr jung ist, wurde dazu in der Sozialen Arbeit aber noch wenig empirisch erforscht. Auch die theoretischen Auseinandersetzungen dazu befinden sich in den Anfängen. In den zentralen Bezugswissenschaften Sozialer Arbeit tauchen SNS als Gegenstand empirischer Forschungen und theoretischer Auseinandersetzungen auf. Diese werden, ebenso wie Erkenntnisse aus der Medienpädagogik, Verwendung in dieser Thesis finden. Da in SNS mittlerweile sämtliche Praxisfelder Sozialer Arbeit durch Profile vertreten sind, ist es notwendig, praxisfeldübergreifende Richtlinien für den Umgang mit diesen Profilen zu entwickeln. Diese Thesis soll dafür als Orientierungshilfe dienen. Zudem liegen in der Nutzung von SNS auch Chancen für die Praxis Sozialer Arbeit, die ebenfalls herausgearbeitet werden. Dadurch ergibt sich die Fragestellung: Welche Einsatzmöglichkeiten von SNS bieten sich für die Praxis Sozialer Arbeit an? Um dieses beantworten zu können, wird zunächst geklärt, was ein SNS genau ist, welche Funktionen es gibt und wie diese angewendet werden. Daraufhin wird sich mit den Folgen dieser Nutzung auseinandergesetzt, wodurch dann die Chancen und Risiken für Adressatinnen und die Praxis Sozialer Arbeit eingeordnet werden können. Dieses wird dann anhand von Praxisbeispielen verdeutlicht. Auf Grundlage der herausgearbeiteten Erkenntnisse werden dann weitere Einsatzmöglichkeiten aufgezeigt. Diese werden auf ihre Vereinbarkeit mit Sozialer Arbeit hin geprüft. Basierend auf den Ergebnissen dieser Prüfung werden dann Handlungsempfehlungen gemacht. Abschließend wird dargestellt, welche Struktur ein SNS haben müsste, um für AdressatInnen und die Praxis Sozialer Arbeit Chancen zu maximieren und Risiken zu minimieren.

## 2 Social network services (SNS)

In den nächsten Abschnitten werden die Merkmale, Funktionen und Anwendung des Phänomens SNS erläutert. Dafür wird in erster Linie geklärt, was ein SNS ist. SNS sind zunächst Anwendungssysteme, die sich im Zuge des Web 2.0 entwickelt haben. Mit dem Begriff Web 2.0 wird eine Entwicklung im Internet beschrieben, die die Unterscheidung zwischen Produzent und Rezipient aufhebt (vgl. Autenrieth/ Neumann-Braun 2011, 9). So können im Web 2.0 NutzerInnen Informationen aufnehmen und ohne großen Aufwand selber generieren (user-generated-content). Dadurch ist ein schneller und vielseitiger Austausch von Informationen unter den NutzerInnen möglich. Ein Teil des Web 2.0 wird auch als „Social Web“ bezeichnet. In diese Kategorie gehören z.B. Blogs (eine Art Tagebuch oder Journal im Internet, in dem regelmäßig Informationen über verschiedene oder bestimmte Themen veröffentlicht werden), Multimedia Plattformen (hier können NutzerInnen mediale Inhalte, wie Videos und Bilder, produzieren und rezipieren), Wikis (Internetseiten, auf denen Inhalte, hauptsächlich Texte, von den NutzerInnen verändert und erstellt werden können), Instant Messaging (ermöglicht die Echtzeit-Kommunikation der NutzerInnen) und auch SNS, die nun genauer analysiert werden (vgl. Schmidt 2009, 24ff).

### 2.1 Definition

Zu den gängigen SNS wie Facebook, Myspace, Xing, StudiVZ, MeinVZ u.a. gibt es in der Fachliteratur zu Web 2.0 zwei verbreitete Definitionen (vgl. Richter 2010, 67). Die eine Definition stammt aus den Vereinigten Staaten von Amerika und lautet wie folgt:

„We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site.“ (Boyd und Ellison 2007, 2).

Hier wird der Begriff „Social Network Sites“ verwendet, da es weder einen einheitlichen Begriff noch eine einheitliche Definition gibt (vgl. Richter 2010, 67). Die andere Definition aus Deutschland lautet:

„Als Social Networking Services werden Anwendungssysteme bezeichnet, die ihren Nutzern Funktionen zum Identitätsmanagement<sup>1</sup> (d.h. zur Darstellung der eigenen Person in der Regel in Form eines Profils) zur Verfügung stellen und darüber hinaus die Vernetzung mit anderen Nutzern (und so die Verwaltung eigener Kontakte) ermöglichen.“ (Koch/ Richter/ Schlosser 2007).

Beide Definitionen sind im selben Jahr veröffentlicht worden und sind sich ähnlich. Sie lehnen sich jedoch sehr an die zur Zeit populären SNS an und grenzen den Begriff SNS daher, in Bezug auf die Anwendungs- und Einsatzmöglichkeiten, für diese Bearbeitung zu sehr ein. Aufgrund dessen führe ich an dieser Stelle eine eigene Definition ein, die beide Definitionen vereint und ergänzt:

*Als SNS werden in dieser Bearbeitung Anwendungssysteme im Internet bezeichnet, die es privaten Personen, Unternehmen, Betrieben, Projekten, Institutionen, Vereinen und Organisationen jeglicher Art ermöglichen, ein Profil anzulegen, um sich dadurch und mittels verschiedener Funktionen mit anderen NutzerInnen explizit zu vernetzen und im Zuge dessen Informationen zu publizieren, rezipieren und auszutauschen.*

Die Unterscheidung zwischen offenen und geschlossenen SNS wurde hier nicht getätigt. Offene SNS setzen keinen Status für die Mitgliedschaft voraus, wohingegen geschlossene SNS eine Mitgliedschaft nur unter bestimmten Voraussetzungen ermöglichen (vgl. Richter 2010, 68ff). Weiter lässt die eingeführte Definition Gestaltungs- und Veränderungsmöglichkeiten der üblichen Anwendung und Nutzung zu. Während die anderen Definitionen das „Identitätsmanagement“ und die Verwaltung

---

<sup>1</sup> „Unter Identitätsmanagement wird die Möglichkeit verstanden, sich selbst (z.B. in Form eines Profils) darzustellen und somit bewusst und kontrolliert persönliche Daten einer breiten Masse vorzustellen. Hierbei handelt es sich um eine Grundfunktion von SNS, die besonders in offenen SNS für verschiedene Nutzergruppen einen wesentlichen Anreiz darstellt sich (regelmäßig) anzumelden.“ (Richter/ Koch 2008, 1244).

von Freundeslisten in den Vordergrund stellen, stellt diese Definition die Vernetzung in den Vordergrund. Die gemeinsamen Merkmale der heutigen SNS zeigen keine Fokussierung auf das Verwalten von Freundeslisten oder „Identitätsmanagement“. Ebersbach, Glaser und Heigl, die viel zur wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Social Web beigetragen haben, haben die grundlegenden Merkmale der heutigen SNS herausgearbeitet, und diese werden nun hier mit einigen Ergänzungen vorgestellt.

## **2.2 Merkmale von SNS**

- In der Regel ist eine Registrierung erforderlich, bei der man für die Profilseite Interessen, Tätigkeiten und Hobbys angibt.
- Diese Daten liegen dann in strukturierter Form vor, und man kann sich mit anderen Profilen vernetzen.
- Dieses können Profile von Menschen aus dem privatem Umfeld bis hin zu Profilen von Unternehmen und Vereinen sein.
- Die Beziehungen zu anderen Profilen werden in verschiedenen Formen dargestellt.
- Bekanntschaften über „fünf Ecken“ werden ersichtlich gemacht.

(vgl. Ebersbach/ Glaser/ Heigl 2008, 79)

Diese markanten Erkennungsmerkmale sind von den gängigen SNS abgeleitet. Im Verlauf dieser Thesis wird deutlich werden, dass diese Merkmale in einigen Punkten variabel sind. Je nach Ausrichtung der Funktionen und Anwendungsmöglichkeiten in einem SNS, verändern sich die Merkmale. Zunächst wird aber die Nutzung und die damit verbundenen Funktionen und Anwendungen aufgezeigt und vorgestellt

## 2.3 Nutzung

Zur Nutzung von SNS wurde eine Vielzahl von Statistiken erhoben. Studien befassen sich ebenfalls mit den Verhaltens- und Nutzungsformen innerhalb verschiedener SNS. Die meisten Informationen liegen über das SNS Facebook vor, welches zur Zeit das populärste ist. Aufgrund dessen wird Facebook oftmals exemplarisch für SNS verwendet. Weitere Probleme ergeben sich, da sich SNS so rasant entwickelt haben, für die Aktualität und somit auch Aussagekraft der Daten. Verlässlich ausgewertete Studien sind meistens älter als zwei Jahre und müssen je nach Aussage genauer untersucht werden. Unter Berücksichtigung dieser Schwierigkeiten werden folgend einige statistische Daten vorgestellt, um einen allgemeinen Überblick über die Nutzung von SNS zu bekommen,.

### 2.3.1 Nutzerzahlen

Seit 2003 Myspace als erstes globales SNS online ging, werden SNS immer mehr genutzt (vgl. Autenrieth/ Neumann-Braun 2011, 11). Mittlerweile gehört Facebook laut der „Alexa Internet“<sup>2</sup> nach „google.com“ zu der meistbesuchten Webseite weltweit. Myspace belegt in diesem Ranking zurzeit den Platz 810. Bereits im Mai 2009 überholte Facebook Myspace in Amerika. Die NutzerInnen nutzen Facebook durchschnittlich fast eine halbe Stunde am Tag (vgl. Alexa Internet 2013). Laut dem Quartalsbericht Q3 2013 von Facebook wird die Webseite durchschnittlich von 728 Millionen UserInnen täglich aktiv genutzt. Im Monat kommt die Plattform mittlerweile durchschnittlich auf 1,189 Milliarden aktive NutzerInnen (Facebook 2013(a), 3f). Im Vergleich hat Google+ 300 Millionen, Twitter<sup>3</sup> 232 Millionen und Xing 12 Millionen aktive NutzerInnen im Monat<sup>4</sup> (vgl. Kirch 2013). Anhand dieser Zahlen wird deutlich,

---

2 Alexa Internet ist ein Serverdienst, der die Zugriffe aller Webseiten automatisch in Statistiken formatiert. Eines der Hauptfunktionen ist ein Ranking der meistbesuchten Webseiten. <http://www.alexa.com/topsites>

3 Twitter ist zwar kein SNS, sondern ein Mikroblogging-Dienst, aber auch eines der erfolgreichsten Phänomene im Social Web. Als Microblogging wird der Austausch zwischen vernetzten Profilen mittels kurzer Texte (ca. 200 Zeichen) bezeichnet.

4 Die Nutzerzahlen von SNS werden ständig automatisch aktualisiert. Die Aussagekraft dieser Daten ist ...

dass Facebook der gefragteste Anbieter von SNS ist. Aufgrund der enormen Größe von Facebook erschließt sich, dass es häufig als exemplarisch für SNS verwendet wird. Im Verlauf dieser Thesis wird von dieser Methode ebenfalls Gebrauch gemacht. An den entsprechenden Stellen erfolgt dann eine kritische Auseinandersetzung.

Auch im deutschen Raum werden SNS immer beliebter. Die „ARD/ZDF-Onlinestudie 2013“<sup>5</sup> bestätigt, dass die Nutzung privater Netzwerke und Communitys<sup>6</sup> in den letzten 6 Jahren stark zugenommen hat. 43% der befragten OnlinenutzerInnen über 14 Jahren gaben an, zumindest einmal wöchentlich in ihrem meistgenutzten Netzwerk aktiv zu sein. Im Jahr 2007 waren es 6%. Weiter waren 60% der OnlinenutzerInnen mit Profil täglich in ihrer meist genutzten privaten Community aktiv (vgl. ARD/ZDF-Onlinestudie 2013).

Im Mai 2012 veröffentlichte das Statistische Bundesamt (Destatis) SNS Nutzerzahlen für Deutschland. Hiernach haben im Jahr 2011 29,6 Millionen NutzerInnen in Deutschland SNS für ihre private Kommunikation genutzt. Das entspricht 53% der InternetnutzerInnen der Bundesrepublik Deutschland (BRD). Schaut man sich nun die Altersgruppe der 16-24 jährigen an, so haben 2011 91% der InternetnutzerInnen in Deutschland SNS für ihre private Kommunikation genutzt. Aus beruflichen Gründen nutzen 9% oder 5,3 Millionen Menschen SNS (vgl. Statistisches Bundesamt 2012)<sup>7</sup>. Der Einsatz von SNS in der Profession Soziale Arbeit wird in Kapitel 4 behandelt.

---

jedoch fragwürdig, da es Programme gibt, die Aktivitäten eines Nutzers simulieren und die Nutzerzahlen in die Höhe treiben. Hinzu kommt auch, dass diese Daten keine Aussage über die Qualität der jeweiligen Nutzung bieten. Die Qualität der Nutzung wird in den nächsten Abschnitten betrachtet.

- 5 Die ARD/ZDF-Onlinestudie nutzt „Computer Assisted Telephone Interviews“ (CATI). Hierbei werden per Zufall Personen angerufen, die dann von den vom Unternehmen zertifizierten Fachkräften interviewt werden. Von März bis April 2013 wurden auf diese Art 1800 Personen von dem Institut für Medien- und Marketingforschung Enigma-GfK interviewt.
- 6 An dieser Stelle und im weiteren Verlauf muss beachtet werden, dass je nach Definition SNS nicht gleichbedeutend mit Netzwerken und Communitys sind. Netzwerke und Communitys schließen SNS in jedem Fall mit ein, aber welche Gewichtung sie in den Zahlen der ARD/ZDF-Onlinestudie haben, ist nicht nachzuvollziehen. Nach der eingeführten und für die Bearbeitung gültigen Definition in Abschnitt 2.1 beinhalten SNS auch die Netzwerke und Communitys. Die Begriffe Netzwerke und Community werden in Abschnitt 3.4 noch genauer geklärt. Unabhängig davon ist an diesem Punkt der Studie erkennbar, dass SNS und ähnliche Dienste im Internet in der Altersgruppe 16-24 (Jugendliche und junge Erwachsene) am meisten genutzt werden.
- 7 Die vorgestellten Daten haben im Jahr 2013 an Aussagekraft nicht verloren, da die Zahlen auch in aktuelleren Studien ähnlich sind (vgl. ARD/ZDF-Onlinestudie 2013).



Anhand dieser Zahlen kann man sagen, dass SNS im Alltag vieler Menschen angekommen ist.

„Was sich insgesamt global dokumentiert, ist eine nahezu beispiellose Erfolgsgeschichte: Beinahe auf der ganzen Welt sind Social-Media-Angebote, insbesondere Social Network Sites, inzwischen akzeptiert, allgegenwärtig und weitgehend in den Alltag integriert [...]“ (Autenrieth/ Neumann-Braun 2011, 11).

SNS ist also in der Gesellschaft etabliert und werden von einer Vielzahl von Menschen weltweit genutzt. Wenn die Nutzung von SNS mittlerweile ein Teil des Alltags vieler Menschen geworden ist, dann stellt sich die Frage welche Funktionen und Anwendungsmöglichkeiten bieten SNS und wie werden sie genutzt. Im Folgenden werden diese Fragen soweit wie für diesen Rahmen möglich geklärt.

### **2.3.2 Funktionen von SNS**

Um zu verstehen, welche Anwendungsmöglichkeiten SNS bieten, ist es zunächst notwendig, die Funktionen, die die Anwendungen ermöglichen, zu verstehen. Die Funktionen der SNS lassen sich in verschiedene Gruppen einordnen. Alexander Richter hat die sechs folgenden Gruppen herausgearbeitet:

- Identitätsmanagement
- Expertensuche
- Kontextawareness
- Netzwerkawareness
- Kontaktmanagement
- Gemeinsamer Austausch

In SNS wird von den NutzerInnen mittels verschiedener Funktionen eine virtuelle Identität geschaffen. Die NutzerInnen haben die Möglichkeit einer bewussten Darstellung ihrer virtuellen Identität. „**Identitätsmanagement** ist demzufolge der zielgerichtete und bewusste Umgang mit Identität, Anonymität und Pseudonymität“ (vgl. Richter 2010, 72). Die einzelnen Funktionen dieser Gruppe ermöglichen es den NutzerInnen, die Informationen in das Netzwerk einfließen zu lassen, die ein bestimmtes Bild von Ihnen formen sollen. Wie wir noch sehen werden, hat die Möglichkeit der Selbstpräsentation für viele NutzerInnen einen besonderen Anreiz. Später wird jedoch auch klar werden, dass es zu Rollenkonflikten zwischen der virtuellen und realen Identität kommen kann.

Um das SNS „[...] nach verschiedenen Kriterien (wie zum Beispiel Namen, Interessen, Firmen) zu durchsuchen [...]“ (ebd., 74), werden in SNS verschiedene Funktionen angeboten, die zu der Gruppe „**Expertensuche**“ gehören. Am häufigsten wird diese Funktion genutzt, um Profilseiten anderer NutzerInnen zu finden. Je vielseitiger und detaillierter ein Profil mit Informationen bestückt wurde, desto besser lässt es sich finden. Einige NutzerInnen füttern ihr Profil jedoch auch ganz bewusst mit wenigen Informationen, damit sie nicht gefunden werden. In diese Kategorie gehören ebenfalls Suchfunktionen, die im Hintergrund laufen<sup>8</sup> (vgl. ebd., 74).

SNS bieten Funktionen, die Profile mit Gemeinsamkeiten in verschiedenen Kategorien visualisieren und die NutzerInnen darauf aufmerksam machen. Diese Funktionen fallen in die Gruppe „**Kontextawareness**“. Wie im realen Leben ist es auch in SNS leichter, neue Kontakte über einen gemeinsamen Kontext herzustellen. Durch eine gemeinsame Schnittstelle wird schneller eine Vertraulichkeit und somit ein einfacher Zugang zu anderen NutzerInnen ermöglicht. Ein gemeinsamer Kontext kann zum Beispiel ein gemeinsamer Kontakt oder gleiche Angaben über Interessen sein (vgl. ebd., 74f).

---

<sup>8</sup> Viele SNS schlagen den NutzerInnen anhand der zur Verfügung stehenden Daten weitere Vernetzungs- und Anwendungsmöglichkeiten vor. Die Suche der Vorschläge läuft automatisch im Hintergrund oder kann von den UserInnen initiiert werden.

„Unter **Netzwerkawareness** wird hier das Gewährsein über die Aktivitäten (bzw. den aktuellen Status und Änderungen des Status) der Kontakte im persönlichen Netzwerk verstanden.“ (ebd., 75). Diese Funktionen weisen die NutzerInnen automatisch auf Informationen und Aktivitäten anderer Profile hin, die von Bedeutung sein könnten. Dieses kann zum Beispiel der Hinweis auf einen Geburtstag oder ein neues Fotoalbum sein.

SNS bieten die Möglichkeit, wie bereits angerissen, einer Vernetzung mit anderen Profilen. Durch die Vernetzung mit anderen Profilen werden weitere Interaktions- und Kommunikationsmöglichkeiten freigeschaltet. Die Vernetzung geschieht über eine Anfrage, die angenommen oder abgelehnt werden kann. Wenn sie angenommen wird, erscheint das Profil des Anderen in einer Kontaktliste und gehört somit zum persönlichen Netzwerk. Die Funktionen zur Pflege und Verwaltung der Kontaktliste fallen in die Kategorie „**Kontaktmanagement**“. Einige SNS bieten die Möglichkeit, die vernetzten Profile in Kategorien wie Freund, Bekannter, Kollege und ähnliche einzuordnen (vgl. ebd., 76).

In die Gruppe „**gemeinsamer Austausch**“ gehören alle Funktionen, die das Austauschen von Informationen jeglicher Art ermöglichen. Dieses kann zum Beispiel direkt über einen Chat oder auch indirekt über das Hochladen eines Bildes geschehen. Ebenfalls gibt es in allen SNS Möglichkeiten, sich über Nachrichten oder in Foren auszutauschen (vgl. ebd., 77). Einige SNS ermöglichen auch das Microblogging<sup>9</sup>, um schnell mehrere Kontakte gleichzeitig zu erreichen. Hier werden meistens kleine Texte über die aktuelle Laune oder Aktivität versendet.

Die vorgestellten Funktionsgruppen gelten für offene und geschlossene SNS (vgl. ebd., 71)

---

<sup>9</sup> Richter weist an dieser Stelle darauf hin, dass die Abgrenzung der Gruppen nicht trennscharf ist, da diese Funktion auch der Awareness oder dem „Identitätsmanagement“ dienen kann (vgl. Richter 2010, 77). Die Nutzungsintention ist hierbei entscheidend. Microblogging wurde in der Fußzeile 3 erklärt.

### 2.3.3 Anwendungen und Nutzungshäufigkeit

Die vorgestellten Funktionen ermöglichen verschiedene Anwendungsmöglichkeiten. Diese Anwendungen lassen sich in drei Kategorien der Aktivität einordnen:

- **„Pull“-Aktivitäten** umfassen die Nutzung von Funktionen, die das Rezipieren von Informationen ermöglichen.
- **„Push“-Aktivitäten** umfassen die Nutzung von Funktionen, die das Produzieren und Verwalten von Informationen, die der Außendarstellung eines Profils dienen, ermöglichen.
- **„Kommunikation“** ist hier die Nutzung von Funktionen, die das Kommunizieren zwischen den Profilen ermöglichen.

(vgl. Autenrieth/ Bänziger/ Rohde [u.a.] 2011, 41)

Da die Funktionen von SNS vielseitige Anwendungen ermöglichen, wird hier lediglich die Darstellung der häufigsten Anwendungen gewählt. Eine Vielzahl der Funktionen in SNS laufen im Hintergrund und werden von den NutzerInnen nicht bewusst angewendet und wahrgenommen und tauchen daher in den Studien zur Anwendung nicht auf. Die ARD/ZDF-Onlinestudie bietet einen Überblick über die häufigsten bewussten Anwendungen. Im Folgenden werden diese Anwendungen und ihre Nutzungshäufigkeit den vorgestellten Kategorien zugeordnet. Die Angaben zur Nutzungshäufigkeit sind in Prozent aufgeführt.

## „Pull“-Aktivitäten

Anwendungen	täglich	mindestens wöchentlich	mindestens monatlich	seltener	nie
Sich über das informieren, was im eigenen Netzwerk oder Freundeskreis passiert ist	33	66	78	9	13
Fotoalben ansehen	15	41	67	15	18
Suche nach Kontakten, Bekannten	7	28	55	21	24
Videos ansehen	12	45	61	15	24
Audios anhören	5	25	38	15	47
Suche nach Informationen zu Hobbys bzw. speziell interessierenden Themen	7	25	36	15	48
Suche nach tagesaktuellen Nachrichten, z.B. aus Politik und Wirtschaft	6	21	27	14	58
Suche nach Verbraucherinformationen, z.B. zu Produkten	2	10	18	18	64

Tabelle 1: „Pull“-Aktivitäten und ihre Nutzungshäufigkeit

## „Push“-Aktivitäten

Anwendungen	täglich	mindestens wöchentlich	mindestens monatlich	seltener	nie
Hochladen von eigenen Fotos	2	12	37	28	36
Mitteilen, was ich gerade mache	5	15	30	19	52
Hochladen von eigenen Videos	1	4	9	11	80
Hochladen von Audios	1	5	9	9	83

Tabelle 2: „Push“-Aktivitäten und ihre Nutzungshäufigkeit

## Kommunikation

Anwendungen	täglich	mindestens wöchentlich	mindestens monatlich	seltener	nie
Schreiben von Beiträgen auf Profilen/Verschicken persönliche Nachrichten/chatten (netto)	43	76	84	11	5
Persönliche Nachrichten verschicken	34	66	76	12	11
Schreiben von Beiträgen und Kommentaren auf Profilen meiner Freunde und Bekannten	14	45	61	18	21
Chatten	32	56	65	13	22
Posten von Links und Informationen	7	33	49	19	32
sich über Inhalte und Sendungen aus dem Fernsehen austauschen	2	11	19	18	63
sich über Inhalte und Beiträge aus Zeitungen und Zeitschriften austauschen	2	11	22	15	63
Schreiben von Beiträgen und Kommentaren auf Seiten von Unternehmen, Marken, Produkten usw.	3	10	17	13	70
sich über Inhalte und Sendungen aus dem Radio austauschen	1	6	11	16	74
sich über Moderatoren aus dem Fernsehen oder Radio austauschen	1	4	9	10	81

Tabelle 3: Kommunikation und ihre Nutzungshäufigkeit

Anhand dieser Darstellung ist deutlich zu erkennen, dass die meisten Anwendungen in die Kategorien „Pull“-Aktivitäten und Kommunikation fallen. „Push“-Aktivitäten, die hauptsächlich die Nutzung von Funktionen der Gruppe „Identitätsmanagement“ voraussetzen, werden eher weniger genutzt. Auf ähnliche Ergebnisse kommt auch eine Studie, die Teil des Projektes „Jugendliche und Web 2.0“ war (vgl. Autenrieth/ Bänziger/ Rohde [u.a.] 2011, 42). Durchgeführt wurde die Studie vom Hans-Bredow-Institut für Medienforschung und der Universität Salzburg im Auftrag der Landesmedienanstalt Nordrhein-Westfalen. Hier wurden in Deutschland und der Schweiz jeweils eine

repräsentative Stichprobe von 650 Personen im Alter von 12 bis 24 Jahren<sup>10</sup> zu ihrer Online-Nutzung befragt. Neuman-Braun und Autenrieth veröffentlichten 2011 Analysen zu diesen Daten. Bei der Analyse dieser Daten wurde „[...] deutlich, dass vor allem das Stöbern in Profilen anderer Mitglieder sowie die Kommunikationsfunktionen beliebt sind.“ (ebd., 42). Weiter fand man heraus, dass das ungezielte Stöbern in SNS häufiger praktiziert wird als das spezifische suchen nach Inhalten. Die Awareness-Funktionen<sup>11</sup> bieten hierfür die Funktionsgrundlage und tauchen in der aufgeführten Statistik als „Sich über das informieren, was im eigenen Netzwerk oder Freundeskreis passiert ist“ in den Anwendungen auf. Da die „Push“-Aktivitäten weniger genutzt werden, liegt auch der Schluss nahe, dass Selbstinszenierung als Nutzungsin-tention eher weniger bei den NutzerInnen vertreten ist. Wie wir im Verlauf dieser The-sis noch sehen werden, gibt es jedoch weitere Möglichkeiten SNS als eine Plattform zur Selbstinszenierung zu nutzen. Die Möglichkeit zur Selbstinszenierung impliziert auch die Möglichkeit des Vergleiches. Welche Folgen dieses hervorrufen kann, wird ebenfalls noch dargestellt.

Die Anwendungen der Funktionen in den Gruppen „Identitätsmanagement“ und Kon-taktmanagement (Fallen in die Kategorie „Push“-Aktivitäten) werden im Vergleich zu anderen Funktionen wenig angewendet. In den vorgestellten gängigen Definitionen wurden diese Funktionen jedoch fokussiert. An dieser Stelle ist zu erkennen, dass SNS mehr zur Teilnahme an einer Online-Community<sup>12</sup> oder an einem sozialem Netz-werk<sup>13</sup> im Internet durch „Pull“- Aktivitäten und Kommunikation genutzt werden als zur Selbstinszenierung durch „Push“-Aktivitäten. In der eingeführten Definition wurde hierfür der Begriff Vernetzung verwendet und in den Vordergrund gesetzt.

---

10 Altersgruppe mit einer hohen Nutzungsrate

11 Kontext- und Netzwerkawareness

12 „Der Begriff „Community“ findet im Kontext der Publikationen zum Web 2.0 eine derart vielfältige Verwen-dung, dass er in diesem sprachpragmatischem Sinn nicht mehr mit wissenschaftlicher Schärfe zu fassen ist. Es handelt sich jedoch in allen Fällen um ein Konzept, das die Beziehungen einer Gruppe von Menschen be-schreibt, die sich um ein gemeinsames Ziel scharen. Medium des Austausches ist die computervermittelte Kommunikation [...].“ (Ebersbach/ Glaser/ Heigl 2008, 170). Diesem begriff wird sich auch über die Be-schreibung von sozialen Gruppen (siehe Fußnote 21) genähert. Daher bestehen auch die parallelen zu dem Begriff „soziales Netzwerk“ (siehe Fußnote 13).

13 „Der Begriff „soziales Netzwerk“ beschreibt die soziale Interaktionen in der Selbstorganisation vieler Akteu-re. Dabei verknüpfen soziale Netzwerke unterschiedliche Ziele von Akteuren und Gruppen.“(Schelske/ Herc-zeg 2007, 77).

Nun wo ein Einblick in die Nutzung von SNS gegeben wurde, stellt sich die Frage der Auswirkungen. Die Nutzung von SNS wirkt sich auf das Individuum und somit auch auf die Gesellschaft unterschiedlich aus. Im Folgenden werden beide Aspekte mit ihren positiven und negativen Gesichtspunkten erörtert.

### **3 Auswirkungen durch die Nutzung von SNS**

Im Jahr 2003 wurde die „Kleine-Welt-Hypothese“<sup>14</sup> auch für das Internet untersucht. Dafür wurde der E-Mail Verkehr von 60.000 Testpersonen aus 166 Ländern ausgewertet.“ (Ebersbach/ Glaser/ Heigl 2008, 81). Die Übertragung der These ist sehr umstritten, und inwieweit dieses auf SNS übertragbar ist, ist ebenfalls fragwürdig. Jedoch wird durch sie die zunehmende Vernetzung der Menschen untereinander aufgezeigt. Insbesondere heute geschieht ein Teil dieser Vernetzung über SNS. Im Folgenden werden Auswirkungen, die für diese Bearbeitung relevant sind, auf Individuum und Gesellschaft dargestellt. Einleitend hierzu ein Zitat von dem Soziologen Manuel Castells, der die Auswirkungen von Netzwerken ähnlich gewichtet hat:

„Es lässt sich als historische Tendenz festhalten, dass die herrschenden Funktionen und Prozesse im Informationszeitalter zunehmend in Netzwerken organisiert sind. Netzwerke bilden die neue soziale Morphologie unserer Gesellschaften, und die Verbreitung der Vernetzungslogik verändert die Funktionsweise und die Ergebnisse von Prozessen der Produktion, Erfahrung, Macht und Kultur wesentlich.“ (Castells 2003, 527).

---

14 Die Hypothese von Stanley Milgram wurde 1967 unter dem Titel „The small world Problem“ in der *Psychology Today* veröffentlicht. Diese Hypothese geht davon aus, dass jeder Mensch auf der Welt über durchschnittlich sechs Bekannte mit jedem anderen Menschen auf der Erde bekannt ist (vgl. Milgram 1967, 60ff)



### 3.1 Entgrenzende Mediatisierung im Alltag

Wie bereits dargestellt steigt die Nutzung von SNS (insbesondere die Nutzung von Facebook) und gewinnt immer mehr Einzug in den Alltag vieler Menschen mit den dazugehörigen möglichen Auswirkungen. Dieses wird kritisch im Zuge der Auseinandersetzung mit der entgrenzenden Mediatisierung hinterfragt. Mediatisierung ist als Ansatz zu verstehen, der hilft, das Wechselverhältnis von medialem und gesellschaftlichem Wandel zu reflektieren. Friedrich Krotz, Professor an der Universität Bremen im Fachgebiet Kommunikations- und Medienwissenschaft mit dem Schwerpunkt soziale Kommunikation und Mediatisierungsforschung, geht es in der Auseinandersetzung mit Mediatisierung um das Wechselverhältnis zwischen Medien- bzw. Kommunikationswandel und Gesellschafts- bzw. Kulturwandel. Seiner Meinung nach vollzieht sich dieser Wandel nicht aktiv durch die Medien, sondern durch die Menschen, die aktiv immer mehr von ihnen für immer neue Anwendungsbereiche in ihren Alltag einbeziehen.

„Zeitlich stehen alle Medien insgesamt, aber auch jedes einzelne in immer größerer Anzahl zu allen Zeitpunkten zur Verfügung und bieten immer dauerhafter Inhalte an. Räumlich finden sich Medien an immer mehr Orten, und sie verbinden zu immer mehr Orten – potenziell oder tatsächlich. Und schließlich sozial und in ihrem Sinnbezug entgrenzen sich Medien, weil sie allein oder in Kombination in immer mehr Situationen und Kontexten, mit immer mehr Absichten und Motiven verwendet werden, und zwar sowohl kommunikator- als auch rezeptionsseitig.“ (Krotz 2001, 22).

Anhand dessen, was zuvor über SNS vorgestellt wurde, kann man sagen, dass SNS in jeglicher Hinsicht ein Phänomen entgrenzender Mediatisierung sind. Sie sind also Bestandteil von einem Metaprozess<sup>15</sup> des sozialen Wandels. Dieser Wandel wirkt in den verschiedenen Bereichen unterschiedlich.

---

15 Mediatisierung als Prozess verändert „[...] Alltag, Gesellschaft und Kultur, ebenso wie dieser nicht mediengenerierte, sondern medienbezogene Wandel für Ökonomie und Arbeit, für die Art der persönlichen Erfahrung, für Identität, Weltsicht und soziale Beziehungen der Menschen von Bedeutung ist.“ (Krotz 2007,33). Da so viele Faktoren davon übergeordnet beeinflusst werden, wird hierfür der Begriff „Metaprozess“ verwendet.

## 3.2 Identitätsbildung und Psyche

In SNS haben NutzerInnen die Möglichkeit als Subjekt zu zählen und dadurch auch wiedererkennbar zu werden. Dieses wird auch als „Identitäts(re)produktion“ bezeichnet. Der Soziologe Dirk Baecker schildert diese Erfahrung aus der Ich-Perspektive, wie folgt. „Während ich meine Kontakte beobachte, solche, die mich bedrängen, und solche, auf die ich vergeblich warte, beobachte ich mich, bringe ich mich in Form und Stellung und lerne ich, dass ich ohne Kontakte nichts bin.“ (Baecker 2011, 123). SNS fordern NutzerInnen auf sich der Öffentlichkeit innerhalb der SNS-Plattform zu präsentieren. Dieses geschieht durch Hinweise auf mögliche „Push“-Aktivitäten. Einige NutzerInnen bauen in SNS virtuelle Identitäten auf, die sich komplett von der dahinterstehenden Person unterscheidet. Dabei schlüpfen manche NutzerInnen in eine komplett andere Rolle und geben sich z.B. ein anderes Geschlecht. Die Faszination hierbei ist es, sich in einer Anonymität ausprobieren zu können, die auch Schwächen in der Identität verbirgt und den NutzerInnen eine Chance gibt, ihre Stärken zu nutzen (vgl. Ebersbach/ Glaser/ Heigl 2008, 179). Die meisten NutzerInnen wollen sich jedoch so zeigen, wie sie wirklich sind (vgl. Autenrieth/ Bänziger/ Rohde [u.a.] 2011, 47f). Es ist ihnen aber auch wichtig, dass andere im Internet einen möglichst guten Eindruck von ihnen bekommen. Einigen ist es sogar wichtig, dass ihr Profil etwas Besonderes ist und sich von anderen unterscheidet (vgl. ebd., 48). Wie wir gesehen haben, ist die häufigste „Pull“-Aktivität, sich über das zu informieren, was im eigenen Netzwerk oder Freundeskreis passiert ist. Auch das Stöbern in Profilen anderer Mitglieder ist sehr beliebt (vgl. ebd., 43). Eine häufige Nutzung dieser Anwendung kann dazu führen, dass die NutzerInnen anfangen, sich zu vergleichen. Hier entsteht eine Aufmerksamkeitsökonomie basierend auf Differenz (vgl. Wiedemann 2011, 170). Im Zuge des Vergleiches entsteht eine gewisse Konkurrenz, die einige NutzerInnen dann zur Selbstinszenierung animiert (vgl. Ebersbach/ Glaser/ Heigl 2008, 200). Selbstinszenierung in SNS ist, wie bereits dargestellt, selbstverständlich und wird in einer individualisierten Gesellschaft<sup>16</sup> akzeptiert. Aber neben dem erwähnten Bedürfnis, als Subjekt zu zählen und dadurch auch wiedererkennbar zu werden, geht es

<sup>16</sup> Die Individualisierungsthese, die von Ulrich Beck 1983 geprägt wurde, sieht den einzelnen Menschen freigesetzt aus traditionellen Sozialbezügen, um nun selbst zur „[...]lebensweltlichen Reproduktionseinheit des Sozialen[...]“ (Beck 1986: 209) zu werden. Bis heute besteht eine Debatte zwischen verschiedenen Soziologen über die Art und Form als auch über die Auswirkungen der Individualisierung.

hier auch um die Befriedigung des Bedürfnisses nach Partizipation. „Das Verlangen, dann eine Rolle in Netzwerken von Freunden zu spielen, führt zu Modi der Intelligenzität<sup>17</sup>, und zwar durch die persönlichen Updates, die ein User hochlädt, aber vor allem auch durch die Art und Weise, wie diese Informationen zirkulieren und von anderen aufgegriffen werden [...].“ (Coté/ Pybus 2011, 59). Man spricht daher auch bei SNS von einem „Ort des Werdens“. Aufgrund dessen werden Superlative verschiedener Bereiche zur Selbstinszenierung benutzt. Dieses kann zum Beispiel das online Stellen des witzigsten Videos, exklusivsten Aufenthaltsortes oder begehrtesten materiellen Gegenstands sein. Dabei kann weiter das Bedürfnis entstehen, eine Bedeutungseinheit aus realer und virtueller Identität zu schaffen. Unter diesen Umständen kann die Nutzung eines SNS die Auswahl von Unternehmungen, Aktivitäten, Freunden und Konsum im realen Alltag beeinflussen. Die NutzerInnen überlegen in diesen Fällen bewusst oder auch unbewusst, welche Auswahl sich besonders gut auf Facebook präsentieren lässt (vgl. Wiedemann 2011, 162). In einigen SNS gibt es nicht die Möglichkeit Kontakte in Freunde, Bekannte oder Kollegen zu kategorisieren. Dieses führt dazu, dass Freunde zum Teil die gleichen Informationen erhalten wie ein Arbeitskollege. In diesen Fällen haben NutzerInnen das Problem, innerhalb solcher SNS, allen ihren sozialen Rollen gleichzeitig gerecht zu werden. Dieses kann dann das Verhalten in bestimmten Rollenkontexten oder das Verhalten in der SNS-Plattform beeinflussen (vgl. Schmidt 2009, 77ff). Virtueller und realer Raum sind daher nicht unabhängig voneinander (vgl. Kutscher 2011, 1303)

Da SNS einige Bedürfnisse von Menschen befriedigen können, gibt es auch die Möglichkeit, von der Nutzung abhängig oder danach süchtig zu werden (vgl. Amann/ Seifert 2012). Die Darstellung von Superlativen in SNS kann auch dazu führen, dass NutzerInnen, die sich viel mit anderen NutzerInnen vergleichen, neidisch werden oder sich auch minderwertig vorkommen, was dann psychische Folgen haben kann. Die Humboldt-Universität zu Berlin veröffentlichte zu diesem Thema die Studie „Envy on Facebook: A Hidden Threat to Users' Life Satisfaction“. Diesbezüglich wird auch von einer „Facebook-Depression“ gesprochen. Verschiedene Studien beschäftigen

---

17 Sich für andere NutzerInnen erfahrbar machen

sich mit den Auswirkungen von Facebook<sup>18</sup>. Dieses geht von Studien über die Auswirkungen auf das Körpergewicht bis hin zu Auswirkungen auf Schulnoten (vgl. Kutter 2013). Auch das empfinden von Einsamkeit wurde von den Psychologen Fenne große Deters und Matthias Mehl, an der Freie Universität Berlin, in der Studie „Does Posting Facebook Status Updates Increase or Decrease Loneliness? An Online Social Networking Experiment“ erforscht. Diese Forschungen sind jedoch sehr umstritten oder zum Teil ohne eindeutige Ergebnisse und wurden daher hier nur kurz angerissen. Die Auswirkungen auf das Individuum als soziales Wesen werden seit dem Aufkommen von SNS fundiert diskutiert und anhand der zwei folgenden Abschnitte veranschaulicht. Einleitend muss dazu noch gesagt werden, dass die Auswirkungen der SNS-Nutzung erwünscht oder auch unerwünscht sein können. Wenn eine Auswirkung erwünscht ist, wird sie zugleich auch zur Nutzungsintention<sup>19</sup>.

### 3.3 Sozialkapital

Wie einleitend dargestellt, ist die Vernetzung der Menschen untereinander kein Phänomen, welches erst durch das Aufkommen von SNS in Erscheinung getreten ist. Daher wird in dieser Bearbeitung auch auf die systemtheoretische Auseinandersetzung mit den Grundformen von Vernetzung weitgehend verzichtet. Beziehungen zu anderen Menschen zu haben ist in vielerlei Hinsicht sinnvoll, wenn sie solidarischer Natur sind. Pierre Bourdieu prägte hierfür den Begriff „soziales Kapital“. Nach Bourdieu ist Sozialkapital

„[...] die Gesamtheit der aktuellen und potentiellen Ressourcen, die mit dem Besitz eines dauerhaften Netzes von mehr oder weniger institutionalisierten *Beziehungen* gegenseitigen Kennens oder Anerkennens verbunden sind; oder, anders ausgedrückt, es handelt sich dabei um Ressourcen, die auf der *Zugehörigkeit zu einer Gruppe* beruhen.“(Bourdieu 1992, 56).

18 Facebook dient als populärste SNS-Plattform an dieser Stelle exemplarisch für SNS.

19 Wie bereits dargestellt, kann die Nutzung von SNS einige Bedürfnisse befriedigen. Hier ist dann die Nutzungsintention die Befriedigung dieser Bedürfnisse. Die Nutzung von SNS kann jedoch auch unerwünschte Bedürfnisse (z.B. eine Bedeutungseinheit aus realer und virtueller Identität zu schaffen) hervorrufen, die dann trotzdem zur Nutzungsintention werden.

Wie viel Sozialkapital jemand besitzt, hängt von der Größe und den tatsächlich mobilisierbaren Beziehungen seines Netzwerkes ab. SNS bieten die Möglichkeit, sich mit anderen Personen zu vernetzen und somit das Sozialkapital zu erweitern. Jedoch bleibt durch die Homogenisierung sozialer Räume diese Erweiterung im Milieu der einzelnen NutzerInnen, da

„[...] über virtuelle Vergemeinschaftungsformen, d.h. im sozial kontextualisierten Zugang zu Wissen und Bildung, z.B. dadurch, dass durch exkludierende Kommunikation, ästhetische Distinktionsweisen und sprachlich-habituelle Differenzen auch innerhalb des Netzes soziale Milieugrenzen, wenn überhaupt, nur temporär überwunden werden.“ (Kutscher 2013(b), 55).

In den Merkmalen von SNS wurde die Vernetzung mit anderen Profilen bereits erwähnt (siehe Abschnitt 2.2). Vernetzung kann die Aufnahme eines anderen Profils in eine Kontaktliste sein. Dieses geschieht über eine Anfrage, die dann abgelehnt oder bestätigt wird. Je nach SNS-Plattform werden hierfür unterschiedliche Begriffe verwendet. Gerne wird ein Kontakt als Freund bezeichnet, und Kontaktlisten werden demnach Freundeslisten genannt. Durch das Hinzufügen werden weitere Funktionen der Gruppe „Netzwerkawareness“ und andere Interaktionsmöglichkeiten freigeschaltet. Dieses können ein Chat, die Einsicht in Fotoalben oder sonstige Details eines Profils sein (vgl. Autenrieth/ Neumann-Braun 2011, 12f). Die Vernetzung in SNS kann aber auch die Teilnahme an einer Gruppe<sup>20</sup> sein oder sonstige Aktivitäten in der Funktionsgruppe „gemeinsamer Austausch“. Inwieweit die Vernetzung in SNS als Sozialkapital dient, hängt auch hier wieder von den mobilisierbaren Beziehungen innerhalb des Netzwerkes ab. Doch fördern SNS mobilisierbare Beziehungen? Im Rahmen der bereits vorgestellten Studie des Projekts „Jugendliche und Web 2.0“ haben in Deutschland die 12- bis 24-Jährigen<sup>21</sup> 131 bestätigte Kontakte in ihrer meistge-

---

20 Einige SNS bieten die Möglichkeit, Gruppen zu erstellen. Die Teilnahme an einer Gruppe erfolgt durch eine Anfrage oder Einladung und wird durch eine autorisierte Person (meistens die GründerInnen der Gruppe) genehmigt oder abgelehnt. Soziologisch betrachtet umfasst eine soziale Gruppe „[...]eine bestimmte Zahl von Mitgliedern (Gruppenmitglieder), die zur Erreichung eines gemeinsamen Zieles (Gruppenziel) über längere Zeit in einem relativ kontinuierlichen Kommunikations- und Interaktionsprozess stehen und ein Gefühl der Zusammengehörigkeit (Wir-Gefühl) entwickeln. Zur Erreichung des Gruppenziels und zur Stabilisierung der Gruppenidentität ist ein System gemeinsamer Normen und eine Verteilung der Aufgaben über ein gruppenspezifisches Rollendifferenzial erforderlich.“ (Schäfer 1999, 20f). Hier zeigen sich Parallelen zu den Begriffen „Community“ und „soziales Netzwerk“.

21 Altersgruppe mit einer hohen Nutzungsrate.

nutzten SNS-Plattform. 85% dieser Gruppe gaben an, die meisten dieser Kontakte getroffen zu haben. Es waren jedoch lediglich 15% der Befragten in Deutschland, die angaben, die meisten als enge Freunde zu bezeichnen. 58% dieser Teilnehmer gaben an, dass weniger als die Hälfte zu ihren engen Freunden gehören würden. Das bedeutet, dass SNS zur Vernetzung außerhalb des engen Freundeskreises verwendet wird. Es ist also zu erkennen, dass die Quantität der sozialen Kontakte durch Nutzung von SNS zunimmt. Hier geht man davon aus, dass entfernte Bekannte beziehungsweise Freundes Freunde hinzugefügt werden (vgl. Autenrieth/ Bänziger/ Rohde [u.a.] 2011, 44ff). Dieses spricht jedoch noch nicht dafür, dass mobilisierbare Beziehungen gefördert werden. Allerdings gaben 85% an die meisten Kontakte getroffen zu haben. Da die Kontaktaufnahme im beiderseitigen Einverständnis geschehen muss, kann man davon ausgehen, dass eine gewisse Sympathie zwischen diesen NutzerInnen vorhanden ist. Es gibt natürlich auch NutzerInnen, denen es wichtig ist zu zeigen, dass sie viele Kontakte haben und daher die Sympathie dann nicht so entscheidend sein mag, aber diese NutzerInnen machten in der Studie lediglich 2% aus (vgl. ebd., 46). Die Kontaktliste in einem SNS ist demnach zwar keineswegs eine Institutionalierungsakte, die im Sinne von Bourdieu über das Vorliegen der Sozialkapitalverhältnisse informiert. Da aber Sozialkapital und die damit verbundenen Austauschbeziehungen<sup>22</sup> nur über eine erkennbare Verknüpfung (in diesem Fall die Kontaktliste in einem SNS) in Gang gebracht und aufrechterhalten werden, ist die durchschnittliche Kontaktliste der befragten in Deutschland zumindest als Potential auf erhöhtes Sozialkapital durch die Nutzung von SNS anzuerkennen. Auch lassen sich die Austauschbeziehungen „[...] niemals ganz auf Beziehungen objektiver physischer (geographischer) oder auch ökonomischer und sozialer Nähe reduzieren.“ (Bourdieu 1992, 56). So kann man festhalten, dass Online-Beziehungen nicht an die Stelle realweltlicher Beziehungsnetze treten, sondern diese ergänzen (vgl. Heintz 2003, 204). Jedoch lässt sich an dieser Stelle nicht klären inwieweit sich tatsächlich mobilisierbare Beziehungen durch die Nutzung gängiger SNS fördern lassen. Durch die Nutzung von gängigen SNS wird also lediglich die Möglichkeit auf potentielles Sozialkapital erhöht.

---

<sup>22</sup> Es gibt materielle und symbolische Austauschbeziehungen (vgl. Bourdieu 1992, 56). Innerhalb von SNS findet der Austausch über Funktionen der Gruppe „gemeinsamer Austausch“ statt und ist daher symbolisch und nicht materiell.

Die Vernetzung in einer Gruppe innerhalb eines SNS ist als „computerunterstützte Gruppe“ (oder auch „virtuelle Gruppe“) zu verstehen. Computerunterstützte Gruppen organisieren sich anders als die in Fußnote 20 vorgestellten sozialen Gruppen, da sie an die Funktionen der Gruppe „gemeinsamer Austausch“ gebunden sind und es an anderen Interaktionsmöglichkeiten mangelt. Hinzu kommt, dass sich diese Gruppen spontan und emotional zusammenfinden und dadurch der persönliche Bezug und auch die Erwartungsstrukturen diffus sind (vgl. Schelske 2007, 114). Aufgrund dessen ist auch keine kontinuierliche Kommunikation möglich. So sind diese Gruppen meistens von relativ kurzer Dauer. Festzuhalten ist, dass diese Gruppen das Sozialkapital wenig bis gar nicht potenzieren, solange keine weitere Interaktionsform innerhalb oder außerhalb von einem SNS wahrgenommen wird.

### 3.4 Freundschaft und Gemeinschaft

In SNS werden, wie bereits erwähnt, die Kontaktlisten als Freundeslisten bezeichnet, und 58% der Teilnehmer der vorgestellten Studie des Projekts „Jugendliche und Web 2.0“ gaben an, dass weniger als die Hälfte zu ihren engen Freunden gehören würden. Der Begriff „**Freundschaft**“ wird hier also inflationär verwendet. Droht hier ein Verfall des Begriffes Freundschaft im traditionellen Sinne? Da nur ein Button zur Bestätigung einer „Freundschaftsanfrage“ notwendig ist, ist die Hemmschwelle, diese zu bestätigen, gering. Die IT-Sicherheitsfirma Sophos erstellte für eine Untersuchung ein Facebook-Profil mit dem Namen „Freddi Staur“ mit einem Frosch als Profilbild (vgl. Sophos 2007). Das Profil wurde noch mit durchschnittlich vielen Details bestückt, und dann wurden über das Profil 200 Anfragen an zufällig ausgewählte Facebook-NutzerInnen rausgeschickt. 87 von ihnen nahmen die Anfrage ohne weiteres an. „Diese Haltung verwässert nicht nur ihren eigenen Bekanntenkreis und bringt ihnen damit keinerlei Reputationsgewinn, sondern schwächt insgesamt Aussage und Sinn des Netzwerkes.“ (Ebersbach/ Glaser/ Heigl 2008, 92). Häufig wird auch von der Aktivität des Befreundens („friended“) gesprochen. Damit ist allerdings auch gemeint, dass eine zunächst einfache Kontaktaufnahme, die dann durch Funktionen

der Gruppe „gemeinsamer Austausch“ ausgebaut wird, auch das Anstreben einer möglichen Freundschaft in sich tragen kann. Daher erlangt dieses „[...] eine viel größere Bedeutung als der stabile Zustand des Freund-Seins, der auf der Ebene des Inter-subjektiven an zentraler Stelle steht.“ (Adelmann 2011, 132). NutzerInnen, denen es wichtig ist zu zeigen, dass sie viele Kontakte haben und daher hemmungslos Kontakte hinzufügen, machten in der Studie lediglich 2% aus (vgl. Autenrieth/ Bänziger/ Rohde [u.a.] 2011, 46). Obwohl alle Bekannten in einigen SNS als Freunde gelten, wissen die NutzerInnen, wer für ein vertrautes Gespräch taugt und wer nicht. Differenziert wird „[...] sehr wohl zwischen realen und virtuellen Kontakten, selbst wenn es sich um die gleichen Gesprächspartner handelt.“ (Tully 2009, 24). Zudem werden in SNS Freundschaften gepflegt. Dieses führt zum Teil zu einer Art Freundschaftsbe- weis durch ständige Verbundenheit und Teilhabe, welches dann zum sozialen Druck werden kann. „Da die Kommunikation sich zunehmend in die Netzwerke hinein ver- lagert, entsteht sozialer Druck Mitglied in einem Netzwerk zu werden um nicht aus den Kommunikationsstrukturen der Peers hinauszufallen.“ (Kutscher 2013(a), 194). Es geht also weniger um die Veränderung von Freundschaft als vielmehr um neue Freundschaftssparten (vgl. Amann/ Seifert 2012). So ist es zum Beispiel möglich, dass Kontakte innerhalb eines SNS, die als Freunde kategorisiert wurden Mobbing betreiben. Dieses nennt man dann auch Cyber-Bullying. Dieses kann jedoch auch in der realen Welt passieren. Es kann aufgrund des Aufgezeigten nur ein partieller Ver- fall des Freundschaftsbegriffs ausgemacht werden.

Der Verfall des Freundschafts- und Gemeinschaftsbegriffs wird viel diskutiert, und ganze Bücher, wie zum Beispiel das auch in dieser Ausarbeitung verwendete Buch von Neumann-Braun und Autenrieth, beschäftigen sich damit. Pragmatisch ist jedoch zusammenzufassen, dass Phänomene in SNS mit Begriffen aus dem allgemeinen Sprachgebrauch zugänglich gemacht werden. Diese Begriffe sind häufig idealistisch besetzt und werden im allgemeinen Sprachgebrauch nicht trennscharf verwendet, was Diskussionen aufwirft. In der Literatur und in kritischen Auseinandersetzungen werden diesbezüglich daher auch eher neutrale Begriffe wie z.B. „Kontakt“ verwen- det. In vielen Fällen werden zur Beschreibung von Phänomenen in SNS die Begriffe einfach spezifiziert, wie z.B. die bereits vorgestellten Begriffe „computerunterstützte



Gruppe“ oder auch „virtuelle Gruppe“. Da der allgemeine Sprachgebrauch jedoch nicht trennscharf ist, sollte die Klärung der Begriffe Bestandteil der Aufklärungsarbeit in der Medienpädagogik sein.

Der Begriff **Gemeinschaft** im traditionellen Sinn ist ähnlich wie der Begriff Freundschaft in Bezug auf SNS nicht trennscharf verwendet worden. „Community“ oder „Online-Community“ werden gerne mit dem Begriff Gemeinschaft übersetzt. Gibt es so etwas wie eine Gemeinschaftsbildung in SNS überhaupt? Gemeinschaft ist eines der Grundbegriffe in der Soziologie, und es gibt daher eine Vielzahl an wissenschaftlichen Auseinandersetzungen über diesen Begriff. Um diesen Begriff für diese Ausarbeitung wesentlich zu erfassen, werden zunächst die Mindestbedingungen einer Gemeinschaft aus der Kleingruppenforschung vorgestellt, um dann über die formalen Kriterien hinaus den emotional erfahrbaren Bereich verständlich und in Bezug auf SNS brauchbar zu machen.

1. „Gemeinschaft benötigt eine gewisse Kommunikationsdichte zwischen den Mitgliedern.
2. Mitglieder müssen eine erkennbare Identität entwickelt haben.
3. Gemeinschaft muss das Verhalten ihrer Mitglieder mittels Macht beeinflussen können.
4. Gemeinschaft sollte Schließungstendenzen nach innen und außen haben.“

(Schelske/ Herczeg 2007, 118).

Diese formalen Kriterien umfassen jedoch nicht die Bedeutung des emotional erfahrbaren Bereichs für das Individuum, welche für diese Erörterung wesentlich ist. Deshalb werden nun weitere Kriterien vorgestellt, die über das Formale einer sozialen Beziehung hinausgehen. Gemeinschaft besteht auch in der:

1. „affektiven bzw. emotionalen Orientierung der Individuen zueinander (Zusammengehörigkeits- und Wir-Gefühl).
2. der Orientierung an einem partikularen Bezugsrahmen (Dorf, Stadt).
3. der Orientierung an vorgegebenen, unveränderlichen Eigenschaften (Verwandschaft).
4. diffusen, wenig zweckorientierten Lebensführung (Freundschaft, Liebe).“

(ebd., 118).

Wir haben anhand der vorgestellten Statistiken sehen können, dass SNS hauptsächlich als Kommunikationsmittel verwendet werden. Ebenfalls wurde klar, dass sich durch die Anwendung von SNS das potentielle Sozialkapital steigern lassen kann. Freundschaften können in SNS gepflegt und gewonnen werden. In SNS ist Vernetzung auf ganz verschiedene Art und Weise möglich. Aber reicht dieses zur Gemeinschaft? Nach dem, was bereits dargestellt wurde und in der Literatur zu diesem Thema zu finden ist, lassen sich Gemeinschaften im klassischen Sinne nicht finden. Zusammengehörigkeits- und Wir-Gefühl sind hierbei die wichtigsten unerfüllten Kriterien. Es gibt jedoch Autoren, die überzeugt sind, dass etwas wie eine virtuelle Gemeinschaft mit echter Freundschaft, Zusammengehörigkeit und sozialer Unterstützung zu erwarten sei (vgl. ebd., 118 f). Einer dieser Autoren ist Howard Rheingold, der den Begriff Gemeinschaft spezifizierte und den Begriff „virtuelle Gemeinschaft“ wie folgt definiert:

„Eine ist eine Gruppe von Menschen, die miteinander kommunizieren, die sich zu einem gewissen Grad untereinander kennen, in gewissen Maß Wissen und Informationen teilen und bis zu einer gewissen Grenze als menschliche Wesen umeinander kümmern, sich treffen und in erster Linie über Computernetzwerke miteinander kommunizieren.“ (Rheingold 1996, 256).

Bis auf „als menschliche Wesen umeinander kümmern“ und „in erster Linie über Computernetzwerke kommunizieren“ wurden die anderen Kriterien bereits anhand der vorgestellten Zahlen veranschaulicht und als zutreffend herausgearbeitet. In den vorgestellten Zahlen waren es 15% der Befragten in Deutschland, die angaben, die

meisten Kontakte in SNS als enge Freunde zu bezeichnen. Das Kümern bis zu einer gewissen Grenze als menschliche Wesen untereinander kann hierdurch jedoch nicht bestätigt oder verneint werden. Die Kommunikation über Computernetzwerke hat jedoch mit der Verbreitung von Smartphones und Tabletcomputer zugenommen. Laut der ARD/ZDF-Onlinestudie 2013 besitzen 56% der deutschen OnlinenutzerInnen ein Smartphone. 41% der deutschen OnlinenutzerInnen ab 14 Jahren nutzten im Jahr 2013 das Internet mobil. Die Zahl hat sich im Vergleich zum Vorjahr fast verdoppelt. Diese mobilen OnlinenutzerInnen waren im Jahr 2013 durchschnittlich an 6,3 Tagen in der Woche mit 208 Minuten Nutzungsdauer pro Tag online (vgl. ARD/ZDF-Onlinestudie 2013). Wie viele Minuten davon in einem SNS verbracht wurden, ist nicht bekannt. Jedoch ist Facebook bei den fünf wichtigsten Anwendungen gleich auf mit den Suchmaschinen. Laut Facebook waren 2013 weltweit von 728 Millionen täglich aktiven NutzerInnen 507 Millionen über ein mobiles Gerät eingeloggt (vgl. Facebook 2013(a), 3f). Die Kommunikation über SNS und somit auch über in erster Linie Computernetzwerke nimmt stark zu. SNS haben somit das Potential als von Rheingold beschriebene virtuelle Gemeinschaft zu funktionieren. Die Qualität, sich innerhalb von SNS als menschliche Wesen umeinander zu kümmern, ist, wie wir sehen werden, aufgrund der Strukturen innerhalb gängiger SNS noch nicht ausgeschöpft.

### **3.5 Durch Immaterielle Arbeit vom Individuum zum Dividuum**

Da so viele Menschen SNS nutzen, kann man auch viele Menschen über sie erreichen. Daher sind SNS für Werbetreibende interessant. Die gängigen SNS haben dadurch mittlerweile große Werbeeinnahmen. Facebook<sup>23</sup> hatte im vierten Quartal 2013 2,3 Milliarden Dollar Einnahmen durch Werbung und 241 Millionen Dollar durch andere Einnahmen (vgl. Facebook 2013(b), 8). Die Haupteinnahmequelle ist also eindeutig Werbung. Am meisten Geld zahlen Werbetreibende, wenn ihre Werbung bei

---

<sup>23</sup> Facebook als populärste SNS-Plattform hat deutlich höhere Werbeeinnahmen als andere SNS. Daher ist Facebook an dieser Stelle nicht exemplarisch für SNS allgemein.

den NutzerInnen landet, die sich wahrscheinlich dafür Interessieren könnten. Dieses nennt man personalisierte Werbung (vgl. Scherer 2013). Um Werbung personalisieren zu können, benötigen die Betreiber von SNS möglichst viele Informationen über die einzelnen NutzerInnen wie z.B. Geschlecht, Alter oder Wohnort. Diese Daten werden von den NutzerInnen zum Teil frei zur Verfügung gestellt. Durch die Nutzung eines SNS entstehen vielseitige Daten, die auf die Verwertbarkeit für personalisierte Werbung untersucht werden. So gibt es Programme, die das Verhalten innerhalb und außerhalb (durch APIs<sup>24</sup> und Open Graph<sup>25</sup>) eines SNS analysieren und Rückschlüsse auf Interessen und Konsumverhalten ziehen. Die NutzerInnen erstellen durch einige Aktivitäten im Internet einen sogenannten „Social Graph“. Einige dieser Informationen sind von den NutzerInnen gewollt auf ihren Profilseiten, andere entstehen unbewusst durch verschiedene Aktivitäten auf SNS-Plattformen und anderen externen Internetseiten.

„Bei der Ermittlung des eigenen **Social Graph** geht es darum, seine Verbindungen und Vorlieben Freunden und Werbetreibenden und externen Webseiten permanent sichtbar zu machen. Der PR-Begriff „Social Graph“ hebt zwar die soziale Verbundenheit lobend hervor, verweist aber zugleich auf den reichhaltigen Datenspeicher von Nutzeraktivitäten, der erstellt und genutzt werden kann für gezielte Werbung: Er ermöglicht einen Algorithmus, der zukünftige Konsummuster aus vergangenem Verhalten vorhersagt[...].“ (Bodle 2011, 91).

Die Daten über Privatpersonen und der daraus resultierende Social Graph machen also Empfehlungen zur gezielten Platzierungen von Werbung auf SNS möglich. Da anhand des Social Graphs auch Informationen für die NutzerInnen vorstrukturiert werden, wird eine Erweiterung von Zugängen verhindert (vgl. Kutscher 2013(b), 54). Diesbezüglich wird darum auch von der „Reproduktion des immer Gleichen“ gesprochen. Der „Like-Button“ auf Facebook erfüllt ebenfalls einen solchen Zweck. Er befin-

---

24 „Offene APIs ermöglichen es, dass sich Schnittstellen, Dienste und Applikationen nahtlos miteinander verbinden und so digitale Inhalte innerhalb wie außerhalb bestehender Webseiten zugänglich gemacht werden [...].“ (Bodle 2011, 85). Durch diese Programmierschnittstellen ist es also möglich, Funktionen von SNS auf anderen Webseiten zu integrieren und umgekehrt. So stehen den SNS-Betreibern auch Daten über das Verhalten der NutzerInnen außerhalb eines SNS zur Verfügung.

25 Open Graph wird durch APIs ermöglicht und erlauben es NutzerInnen ihre Aktivitäten auf externen Internetseiten für ihre Kontakte im SNS sichtbar zu machen. Registriert wird auch, wer sich für welche Aktivitäten welcher NutzerInnen interessiert. In beiden Fällen entstehen Daten, die dem zugehörigen Social Graph hinzugefügt werden.

det sich innerhalb und außerhalb von Facebook und ermöglicht es NutzerInnen ihr Interesse für bestimmte Inhalte zu bekunden. Dadurch entstehen weitere wirtschaftlich verwertbare Daten. Diesbezüglich wird auch von einer „Like Economy“ gesprochen (vgl. Gerlitz 2011, 101f). Um immer mehr Daten von den NutzerInnen zu bekommen, fordern einige SNS die NutzerInnen zu ständig neuen Aktivitäten innerhalb der SNS-Plattform und auf externen Internetseiten auf. Facebook spricht die NutzerInnen zum Beispiel auf eine besondere Art an, um sie zu dieser „immateriellen Arbeit 2.0“<sup>26</sup> zu bewegen.

„Die Art, wie Facebook UserInnen adressiert, gleicht den Subjektivierungs-Mechanismen der postdisziplinaren Gesellschaft, die nicht darauf basieren, dass ein Souverän die Individuen [...] diszipliniert, sondern darauf, dass die freien Subjekte sich selbst regieren bzw. registrieren und sichtbar machen.“(Wiedemann 2011, 169).

Diese Subjektivierungs-Mechanismen in SNS, die bei den NutzerInnen das Bedürfnis nach Intelligibilität fördern, werden von einigen Autoren als Teil gouvernementaler<sup>27</sup> Ordnung verstanden (vgl. Leistert/ Röhle 2011, 22). Ähnlich wie in der Schule und auch später im Berufsleben werden auch in SNS Techniken der Selbstdarstellung, Bewertung und Kontrolle eingeübt. Diese Techniken sind in der postfordistischen Gesellschaft und in SNS Kriterien für Erfolg geworden, die sich auch im Zuge der Individualisierung entwickelt haben. So ist das Individuum von vielen sozialen Zwängen befreit und gewinnt daher mehr Autonomiespielräume, Flexibilität und Möglichkeiten der Selbstverwirklichung, die jedoch selbst zum Zwang werden (vgl. Junge 2004 10ff). Dieser Zwang kann dann laut dem Soziologen Alain Ehrenberg psychische Fol-

---

26 Immaterielle Arbeiten sind nach Maurizio Lazzarato „[...]the kinds of activities involved in defining and fixing cultural and artistic standards, fashions, tastes, consumer norms, and, more strategically, public opinion.“ (Lazzarato 1996). Mark Coté und Jennifer Pybus vertreten die Grundthese, „[...] dass alles, was in sozialen Netzwerken wie Facebook artikuliert wird, eine besondere Form von immaterieller Arbeit ist [...].“ (Coté/Pybus 2011, 52). Sie nennen dieses daher „Immaterielle Arbeit 2.0“.

27 Der Begriff Gouvernementalität stammt von Michel Foucault, der diese ursprünglich als „[...] die Gesamtheit, gebildet aus den Institutionen, den Verfahren, Analysen und Reflexionen, den Berechnungen und den Taktiken, die es gestatten, diese recht spezifische und doch komplexe Form der Macht auszuüben, die als Hauptzielscheibe die Bevölkerung, als Hauptwissensform die politische Ökonomie und als wesentliches technisches Instrument die Sicherheitsdispositive hat.“ (Foucault 2005, 171), verstand. Dieser Begriff wird jedoch vielseitig genutzt. Weiter wird er verwendet, um Techniken von SNS benennen, die sich damit beschäftigen wie Menschen angeleitet werden, um sich selber im Sinne des SNS-Betreibers zu führen und zu handeln. Sich also Subjektivierung eigenständig durch das Individuum vollzieht.

gen haben. „Der Depressive ist nicht voll auf der Höhe, er ist erschöpft von der Anstrengung, er selbst werden zu müssen.“ (Ehrenberg 2008, 15). Carolin Wiedemann ist der Meinung, dass SNS nicht nur Teile einer gouvernementalen Ordnung sind, sondern ihre eigene Gouvernementalität haben, durch die sie die NutzerInnen zur Immateriellen Arbeit 2.0 anleitet.

„So führt auch Facebook das Verhalten der UserInnen, es strukturiert deren Handeln, indem es sie dazu anleitet, sich auf eine ganz bestimmte Art und Weise zu verhalten, bestimmte Aspekte des Selbst und des eigenen Lebens sichtbar zu machen, bestimmte Dinge zu äußern.“ (Wiedemann 2011, 163).

Die Dinge, die geäußert werden sollen, und die Handlungen, die getätigt werden sollen, sind an dieser Stelle solche, die verwertbare Daten für Werbende produzieren. Wiedemann (2011) zeigt mehrere Beispiele, wie NutzerInnen zu einem solchen Verhalten angeleitet werden, was aber im Rahmen dieser Ausarbeitung nicht aufgezeigt werden kann.

Eine Grund, warum NutzerInnen dem indirekten Aufrufen zur Immateriellen Arbeit 2.0 folge leisten, sind die Verpflichtung und der Drang zum Geständnis als eine weitere Möglichkeit zur Subjektivierung in SNS. Aufgrund dessen ist eine SNS Plattform „[...] ein Medium des Bekenntnisses, ja des Bekenntniszwangs, und in diesem Sinne ein Medium nicht bloß der Mit-Teilung, sondern auch der Selbstzerteilung“ (Raunig 2011, 145). Raunig (2011) ist der Meinung, dass SNS so erfolgreich sind, weil das Individuum die Wahrheit über sich selbst durch Geständnisse<sup>28</sup> innerhalb eines SNS erkennen möchte. Also Selbstdarstellung, Offenbarung, Geständnis und Bekenntnis als Mittel zur Selbstprüfung - Selbstprüfung als Bedürfnis nach Selbsterkenntnis. Somit wird auch die von Raunig erwähnte Selbstzerteilung zum Bedürfnis. Nach Raunig entstehen durch die Bekenntnisse hybride Formen von Identität und Subjektivität, die auch als Dividuen<sup>29</sup> bezeichnet werden. „Statt also das authentische Selbst in der Pri-

28 Geständnis im Sinne der von Foucault analysierten Pastoralmacht (vgl. Foucault 1983, 62f). Ausgegangen wird von der Entwicklung eines Willens der Individuen zum Wissen über sich selbst. Raunig bezieht sich aber auch auf das ständige nahelegen zum Geständnis, welches dann als Verpflichtung wahrgenommen wird (vgl. Raunig 2011, 152f).

29 Das eigentlich nicht zu teilende Individuum teilt sich hier für Subjektivierung und Selbsterkenntnis und ...

vatheit zu vermuten, wird es in der expressiven Praxis des Geständnisses im sozialen Netzwerk gesucht [...].“ (ebd., 156). Demnach wirken „Push“-Aktivitäten als eine Art Aufteilung des Selbst und markieren einen Übergang vom Individuum zum Dividuum. Warum NutzerInnen freiwillig SNS-Betreibern so viele Daten zur Verfügung stellen, ist nun klarer. Wie die Betreiber von SNS mit diesen Daten umgehen, wird im folgenden Abschnitt behandelt.

### 3.6 Information

Da SNS-Betreiber in Besitz so vieler Daten über Privatpersonen sind, werden diese und insbesondere Facebook in Zusammenhang mit totalitären Machtstrukturen gebracht (vgl. Kutscher 2013(b), 58). Daher sorgen sich Datenschützer um den verantwortungsvollen Umgang mit den von Facebook und anderen SNS-Betreibern in Besitz genommenen Daten<sup>30</sup>. Der Hamburgische Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit beschäftigt sich und informiert zum Beispiel regelmäßig über die Datenverwendungsrichtlinien von Facebook<sup>31</sup>, da diese gegen mehrere Datenschutzvorschriften im deutschen Recht verstoßen. Das „Jahrbuch öffentlicher Sicherheit“ vom Verlag für Polizeiwissenschaft thematisierte das ebenfalls und veröffentlichte die offensichtlichsten Datenschutzverstöße. Hierbei handelt es sich primär um Verstöße gegen das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG), welche hier kurz vorgestellt werden<sup>32</sup>.

---

wird zum teilbaren Individuum (vgl. Raunig 2011, 149). Raunig führt ebenfalls, zur Erläuterung des Begriffes Dividuum in seiner Gesamtheit, einen Exkurs zu Nietzsches Aphorismen zur Moral, um darzulegen, dass das Individuum moralische Aspekte zum Teil innerlich abspalte. Auf Nietzsche wird jedoch aufgrund des Rahmens dieser Ausarbeitung nicht weiter eingegangen.

30 In einigen SNS werden durch das Akzeptieren der Datenverwendungsrichtlinien sämtliche Rechte auf die von den NutzerInnen produzierten Daten auf den jeweiligen SNS-Betreiber übertragen. Es wird daher auch von Daten-Enteignung gesprochen (vgl. Kutscher 2013(b), 62).

31 Insbesondere Facebook macht immer wieder durch ihren Umgang mit Nutzerdaten negativ auf sich aufmerksam. Zur Zeit läuft eine Sammelklage gegen Facebook, da diese angeblich auch private Nachrichten auswerten. Weiter stand Facebook durch eine geplante Gesichtserkennungssoftware, die aber eingestellt wurde, unter Kritik (vgl. HmbBfDI 2013). „Facebook ist nicht das einzige soziale Netzwerk, das es mit deutschem und europäischem Datenschutzrecht nicht so ernst nimmt. Google+ und weitere Anbieter v. a. aus den USA stehen dem weltgrößten sozialen Netzwerk darin nicht nach, dass deren Geschäftsmodell auf Datenschutzverstößen basiert“ (Weichert 2012, 381).

32 Die genauen Verstöße und Paragraphen sind der Quelle zu entnehmen.

- Notwendige Einwilligungen, etwa bei der Datenübermittlung ins außereuropäische Ausland oder beim Setzen von Cookies, wurden nicht eingeholt oder sind ungenügend.
- Dem Anliegen von NutzerInnen nach Auskunft, Berichtigung, Sperrung und Löschung ihrer Daten wird nicht nachgekommen, oder es wird behindert.
- Informations- und Impressumspflichten sind ungenügend.
- Die datenschutzrechtlichen Verantwortlichkeiten sind unklar.
- Die Löschung von Daten wurde bei der Verletzung von Persönlichkeitsrechten, dem Löschen eines Profils oder auch nach Zeitablauf nicht getätigt.
- Daten werden ohne Legitimation an Dritte weitergegeben.
- Die Verarbeitung von sensiblen Daten wie z.B. Gesundheitsdaten erfolgt ohne notwendige Genehmigung.
- Bei der Profilerstellung fehlen ausreichende Informations- und Widerspruchsmöglichkeiten.
- Es dürfen keine Pseudonyme verwendet werden.
- Der Minderjährigenschutz findet nicht statt.
- Bezahlverfahren entsprechen nicht den Richtlinien.
- Die technisch- organisatorischen Sicherheitsmaßnahmen sind nicht ausreichend.

(vgl. Weichert 2012, 380f)

Die Behörde für Gesundheit und Verbraucherschutz weist daher in einer Informationsbroschüre daraufhin, dass man vorsichtig bei der Nutzung jeglicher SNS mit persönlichen Daten sein sollte, insbesondere, da diese Daten in den meisten Fällen auch nach Löschung des Profils für Profis wieder auffindbar sind. So gibt es Dienstleister, die darauf spezialisiert sind (auch nach Löschung) private Daten für Versicherungen, Banken, Kreditinstitute, Vermieter, Arbeitgeber u.a. im Internet ausfindig zu



machen<sup>33</sup> und diese dann versicherungsmathematisch zu prädiktive Aussagen verbinden (vgl. Kutscher 2013(b), 60). Die Daten von SNS spielen dabei eine immer größere Rolle. Weiter wird von gleicher Stelle empfohlen, möglichst Pseudonyme für ein Profil zu verwenden. Auch das Hochladen von Fotos sei zu vermeiden, sobald darauf Personen zu erkennen sind (vgl. Behörde für Gesundheit und Verbraucherschutz 2012, 8ff). Allgemein gelte, möglichst wenig Daten in der Profilerstellung anzugeben und in den Profileinstellung möglichst restriktive Zugriffsmöglichkeiten auf die angegebenen Daten zu wählen. Ebenfalls sei Vorsicht bei allen netzwerkübergreifenden Verknüpfungen<sup>34</sup> geboten, da dadurch Daten aus einem SNS an Dritte gelangen können (vgl. ebd., 14).

Datenschutz in SNS ist zur Zeit problematisch und gefährdet die Anonymität. Ferner ermittelten die Bundespolizei und das Bundeskriminalamt bereits fallbezogen in SNS (vgl. Weichert 2012, 383f). Jedoch würden keine systematischen oder anlassunabhängigen Recherchen in SNS, im Sinne einer Überwachung, durchgeführt werden. Jedoch ist bekannt, dass Facebook eine Art der Überwachung tätigt.

Um kriminelle Aktivitäten in der Kommunikation auf dem Portal aufzuspüren, durchsucht Facebook diese automatisiert auf der Basis bestimmter Merkmale und Schlüsselbegriffe. Facebook greift dabei nach eigenen Angaben auf ein Archiv von Chatprotokollen zurück, die früheren sexuellen und vergleichbaren Übergriffen zugeordnet werden. Bei ähnlichen Kommunikationen werden Facebook-Mitarbeiter eingeschaltet. (vgl. ebd., 381)

Facebook übernimmt hier Aufgaben, die nicht einmal eindeutig der Polizei obliegen. Durch dieses System ist laut Weichert (2012) bereits ein Sozialarbeiter in das Visier von Ermittlungen geraten, da er besonders viel Kontakt zu Minderjährigen hatte. Die Nutzung von SNS als Übermittler von Informationen hat jedoch auch positive Seiten, welche nun aufgezeigt werden.

---

33 Hauptsächlich über den Open Graph.

34 Durch APIs und Open Graph.

SNS bieten die Möglichkeit, Informationen in kürzester Zeit mit einer breiten Masse oder gezielt mit bestimmten Personen auszutauschen. Daher sind SNS ein sinnvolles Instrument, um Informationen niederschwellig zugänglich und öffentlich zu machen, um damit eine hohe Aufmerksamkeit zu erzielen. Dieses kann genutzt werden um auf Aktionen, Projekte, Wissen und auch Missstände aufmerksam zu machen und einen öffentlichen Diskussionsraum, an dem alle NutzerInnen gleichberechtigt teilnehmen können, zu schaffen (vgl. Ebersbach/ Glaser/ Heigl 2008, 207f). So sind SNS durch ihre vielseitigen Informationen auch Orte, an denen Meinungen, Engagement, Ablehnungen und Empörung erzeugt werden können (vgl. Langlois/ Elmer/ McKelvey 2011, 270ff). SNS werden häufig im Zuge der Verwirklichungen von Demokratisierungsthesen freiem Informationsaustausch, freier Meinungsbildung und -äußerung genannt. Wie bereits dargestellt, erfüllen SNS dieses aufgrund der Datenschutzprobleme nur bedingt, und auch auf SNS-Plattformen werden Inhalte von den Betreibern zensiert (vgl. Dorfer/ Paukner 2013). Weiter dienen SNS zur Organisation und Koordination von Informationen, Personen und Gegenständen. Ein immer wieder auftauchendes Beispiel hierfür ist der arabische Frühling. Im Jahr 2010 startete eine Serie von Revolutionen und Protesten in der arabischen Welt, die es schaffte einige autoritäre und demokratiefeindliche Herrscher zu stürzen. Am Ursprung und Verlauf dieser Proteste in Tunesien und Ägypten sollen Twitter und Facebook als Plattformen für Meinungsbildung, das Erzeugen von Engagement und Protest und dessen Organisation eine wichtige Rolle gespielt haben. Diese Rolle ist jedoch umstritten. „Weder in Tunesien noch in Ägypten hat Facebook eine so ausschlaggebende Rolle gespielt, dass der Umbruch ohne diese Technologie unmöglich gewesen wäre.“ (Leistert/ Röhle 2011, 14). Ein weiterer Aspekt, der durch den Austausch von Informationen in SNS möglich wird, ist das „Sharing“<sup>35</sup>. In einigen SNS gibt es innerhalb spezieller Gruppen und auch innerhalb der Kontakte Aktivitäten, bei denen Gegenstände, Informationen oder Dienstleistungen geteilt werden. Dieses kann zum Beispiel eine Bohrmaschine sein. Auch wenn die dargestellten positiven Aspekte hier in der quantitativen Gewichtung gering ausfallen, so haben sie doch eine sehr große Bedeutung für Einzelpersonen, Gesellschaft, und wie wir noch sehen werden im Besonderen für Praxisfelder der Sozialen Arbeit.

---

35 Dieser Begriff wird im Web 2.0 verwendet, wenn NutzerInnen etwas teilen.

Wie in der Einleitung dieses Kapitels von Castells in Bezug auf Vernetzung angedeutet, haben SNS tatsächlich Einfluss auf Funktionsweisen und die Ergebnisse von Prozessen der Produktion, Erfahrung, Macht und Kultur. Sie sind daher Bestandteil des Alltags und somit auch der Lebenswelt vieler Menschen geworden. Die Profession Soziale Arbeit versteht sich als Vermittler zwischen Lebenswelt und System<sup>36</sup> und will dort eingreifen, wo Menschen mit ihrer Umwelt in Interaktion treten (vgl. DBSH 2014). Wie geht diese Profession mit diesem neuen Phänomen innerhalb der Lebenswelten ihrer AdressatInnen und ihren neuen Interaktionsmöglichkeiten mit der Umwelt um? Diese Frage und weitere diesbezügliche Aspekte werden im Folgenden erörtert.

#### **4 Einsatzmöglichkeiten von SNS in Praxisfeldern der Sozialen Arbeit**

In diesem Kapitel wird erläutert, wie das Internet Einzug in die Praxis Sozialer Arbeit erhalten hat. Weiter wird dargestellt, wie sich die Anwendungsbereiche des Internets in der Sozialen Arbeit auch in SNS wiederfinden und auf welcher theoretischen Grundlage dies geschieht. Es wird weiter anhand von Praxisbeispielen gezeigt, wie SNS in der Praxis der Sozialen Arbeit bereits zum Einsatz gekommen sind und welche weiteren Einsatzmöglichkeiten es noch gibt. Da der Einsatz gängiger SNS einige Probleme beinhaltet, wird untersucht, inwieweit es überhaupt legitim ist, diese in der Praxis Sozialer Arbeit einzusetzen und wie SNS dafür kompatibel gemacht werden können.

---

<sup>36</sup> Staatliche, ökonomische und bürokratische Strukturen.

## 4.1 Soziale Arbeit im Internet

Laut Nadia Kutscher (2011) haben seit 1990 neue Medien Einzug in die Soziale Arbeit. Den virtuellen Raum als Raum sozialer Dienstleistungserbringung zu nutzen wird seitdem in der Profession diskutiert und praktiziert. Bestandteil der Diskussionen waren Datenmissbrauch, Einschränkung der Beziehungsebene, Deprofessionalisierung und Überforderung seitens der Datenfluten. Jedoch wurde auch gesehen, dass virtuelle Räume als Optimierung für Vernetzung zwischen Klientel, Professionellen und Organisation dienen können und so die Kommunikations- Organisations- und Informationsmöglichkeiten erweitern (vgl. Kutscher 2011, 1302). Weiter erhofft man sich durch Angebote im Internet den Abbau von Barrieren. AdressatInnen hätten die Möglichkeit unabhängig von Öffnungszeiten und infrastruktureller Versorgung Angebote wahrzunehmen. Auch die Scheu vor der Offenbarung würde sich senken (vgl. Klein 2010, 171). Der Abbau dieser Barrieren führte jedoch nicht zu einer empirisch nachweisbaren „partizipatorischen Parität“<sup>37</sup>. Selektierende Zugangsbarrieren sind hauptsächlich die notwendige Medienkompetenz und Zugangsmöglichkeit zum Internet (ebd., 172f). Wichtig ist es daher die Angebote möglichst leicht zugänglich zu gestalten und zu reflektieren, inwieweit Soziale Arbeit im Internet „[...]selber Interaktionen im Erbringungsverhältnis und im Erbringungskontext nach kulturellen Normen strukturiert, die für die NutzerInnen partizipatorische Parität ermöglichen oder verhindern.“ (Heite 2008, 27). Um den Zugang zu erleichtern, sollte z.B. komplett auf expertokratische Sprache verzichtet werden, die Angebote sollten einprägsame Namen und Internetadressen haben und die Funktionen sollten auf das Wesentliche beschränkt werden.

Soziale Arbeit im Internet findet sich in Form von Selbsthilfeforen, Aufklärungs- und Informationsseiten wieder. Das Hauptfeld ist allerdings die Onlineberatung (vgl. Kutscher 2011, 1303f). Hier können NutzerInnen über einen Chat oder per Mail Fragen zu allgemeinen oder spezifischen Themen stellen. Mitte 2009 gab es bereits mehr als 50.000 Jugendliche, die bei den zwei größten deutschsprachigen Onlineberatungs-

---

<sup>37</sup> Durch das Auflösen von Ungleichheiten zu einer Teilhabe für jeden. Auch „gleichberechtigte Teilhabe“ (vgl. Klein 2011, 173f).

angeboten registriert waren (vgl. Klein 2010, 171). Bezogen auf die Themenvielfalt, stehe die Onlineberatung der Face-to-face-Beratung wohl in nichts nach, aber ohne den persönlichen Kontakt erschwert sich wohl die zwischenmenschliche Ebene und die damit verbundene Kommunikation. Trotzdem können „[...] die Funktionen von Onlineberatungen als Information über Hilfemöglichkeiten, psychosoziale Beratung, Therapievermittlung oder Krisenintervention bezeichnet werden [...].“ (Kutscher 2011, 1304). Allgemein wirken sich Online-Angebote Sozialer Arbeit mit folgenden Gesichtspunkten auf die Praxis aus.

- Erweiterung der zeitlichen Erreichbarkeit.
- Einbeziehen von Peers und den damit verbundenen Unterstützungs-, Kommunikations- und Beteiligungsrollen.
- Autonomie und Vielseitigkeit der Kontaktgestaltung erhöhen sich auf der Seite der AdressatInnen.
- Erhöhte Selbstoffenbarung.

(vgl. ebd., 1306)

Einige dieser Aspekte beziehen sich implizit auch auf SNS. Wie setzt sich aber Soziale Arbeit mit dem Phänomen SNS explizit auseinander?

#### **4.2 Theoretische Auseinandersetzung mit SNS in der Sozialen Arbeit**

„Aufgrund der immensen Verbreitung Sozialer Netzwerke in der Lebenswelt auch der Zielgruppen der Sozialen Arbeit entfaltet sich dadurch ein Feld, das hinsichtlich seiner Potentiale, aber auch seiner Herausforderungen Reflexions- und Handlungsbedarfe aufwirft“ (Kutscher 2013(b), 43). Daher beschäftigt sich Soziale Arbeit in Bezug auf SNS ähnlich wie diese Thesis mit Aspekten der Nutzungsart und -frequenz und

ihren Auswirkungen auf verschiedene Altersgruppen. In der Sozialen Arbeit werden SNS als potentiell Feld für Kontaktaufnahme, soziale Teilhabe, Peerkultur und informelle Bildung gesehen (vgl. ebd., 46). Potentiale werden ebenso in der Transparenz politischer/öffentlicher Prozesse sowie die Möglichkeit einer breiteren Beteiligung in Entscheidungs- und Informationsprozessen gesehen (vgl. ebd. 59). Um die AdressatInnen in ihrer Lebenswelt zu erreichen und dadurch ein Stück partizipatorischer Parität zu gewinnen, wird die Einsatzmöglichkeit der Onlineberatung in SNS diskutiert und auch bereits praktiziert. Das größte Problem stellt hierbei die mögliche Ent-Anonymisierung der AdressatInnen dar.

„Beratungsangebote stehen in diesem Zusammenhang vor dem ethischen, rechtlichen und pädagogischen Dilemma, Kinder und Jugendliche dort aufzusuchen, wo sie ihren Alltag verbringen (z.B. in sozialen Netzwerken) und gleichzeitig zu vermeiden, sich in datenschutzrechtliche fragwürdige Kontexte zu begeben und das vertrauliche Setting zu gefährden.“ (Kutscher 2013(a), 194).

Dieses Dilemma gilt jedoch für alle Angebote sozialer Dienstleistungen. So sind auch Profile von Vereinen, Trägern, Institutionen u.a.. im sozialen Bereich in den gängigen SNS aufgrund dessen bedenklich. Weiter ergründet Soziale Arbeit Ursache und Wirkung von „Digitaler Ungleichheit“<sup>38</sup> und Cyber-Bullying. Zusätzlich stellt sie diese Erkenntnisse durch Aufklärungsarbeit zur Verfügung. Ebenfalls Bestandteil dieser Arbeit sind Auseinandersetzungen über den Umgang mit den Problemen, die personenbezogene Daten, illegale Datenzugänge, kommerzielle Inhalte und unerwünschte sexualisierte oder gewaltbezogene Inhalte verursachen (vgl. Kutscher 2013(a), 193f). Hier werden aus medienpädagogischer Sicht hauptsächlich Kinder und Jugendliche als gefährdet gesehen, da sie zum Teil auf die Kommunikation in SNS angewiesen sind.

---

38 „[...] Bildungs- und Beteiligungseinheiten von Kindern und Jugendlichen außerhalb des Internet reproduzieren sich innerhalb des Mediums und beinhalten somit das Potential einer zunehmenden Spaltung innerhalb des virtuellen Raums in diejenigen, die teilhaben an Bildungs- und Partizipationsmöglichkeiten und diejenigen, die auf unterschiedliche Weise daran nicht partizipieren.“ (Kutscher 2013(a), 193).

„Auch wenn Jugendliche sich dessen bewusst sind, [...] erleben sie zugleich ein Gefühl von Alternativlosigkeit angesichts der Tatsache, dass sich die Online-Communitys als integraler Bestandteil der Peerkommunikation etabliert haben (Kutscher 2013(b), 58f).“

So sind Jugendliche auch primär Forschungsgegenstand und AdressatInnen von Medienprojekten zur Medienbildung bzw. Medienkompetenzförderung für SNS. Zudem sei das Handeln in SNS eng mit den Bewältigungs- und Entwicklungsaufgaben des entsprechenden Alters sowie biografischer und alltagsweltlicher Relevanz verbunden (vgl. Kutscher 2013(b), 46f). Insbesondere Jugendliche in der Adoleszenz sind hierfür beispielhaft. Sie befinden sich in der psychosozialen Krise „Identität vs. Rollendiffusion“ nach Erik Erikson. Daher ist Identitätsbildung für sie eines der wichtigsten Entwicklungsaufgaben. Wie wir gesehen haben, bieten SNS durch „Push“-Aktivitäten Möglichkeiten, Bedürfnisse nach Subjektivierung und Selbsterkenntnis durch Bekenntnisse und Offenbarungen zu befriedigen. Nach Raunig (2011) führt dieses aber zu hybriden Formen von Identität und Subjektivität, die er auch als Dividuen bezeichnet (siehe Abschnitt 3.5). Die Bedürfnisse, welche zur Bewältigung der Krise notwendig sind, werden in SNS, die Immaterielle Arbeit 2.0 als Haupteinnahmequelle nutzen, verstärkt, gefördert und kapitalisiert. Die beschriebenen SNS wurden von Coté und Pybus (2011) daher bereits als Orte des ständigen Werdens bezeichnet, welche eher die Bedürfnisse des Werdens befriedigen als das Sein. Die angemessene Lösung der Krise ist ein entspanntes Erleben des eigenen Selbst. Die unangemessene Lösung wäre, das eigene Selbst als bruchstückhaft, schwankend und diffus wahrzunehmen (vgl. Zimbardo/ Gerrig 2004, 471). Nun liegt der Schluss und die These nahe, dass jene SNS eine unangemessene Lösung dieser Krise fördern können und dass Personen, die diese Krise unangemessen gelöst haben, besonders empfänglich für Aufrufe zur Immateriellen Arbeit 2.0 sind. Angedeutet findet man dieses auch in folgender Äußerung wieder: „Je weniger die räumliche Umwelt als abgeschlossen erlebt werden kann, desto weniger gelingt eine ganzheitliche Umweltaneignung. Umgekehrt kommt damit dem Management von Umweltbezügen wachsende Bedeutung zu“ (Tully 2009, 5). Diese These bedarf allerdings einer empirischen Prüfung durch den Zusammenhang von „Push“-Aktivitäten und psychosozialer Entwicklung.

Der These entgegen werden SNS nämlich auch immer wieder als Räume der Identitätsfindung erwähnt. Insbesondere für Jugendliche ist es wichtig, von den Eltern unabhängige Räume zu erschließen<sup>39</sup>, um Autonomie zu erreichen. Auch der Aufbau engerer sozialer Beziehungen zu Gleichaltrigen beiderlei Geschlecht ist wichtig (vgl. Flade 2009, 102f). Für beides würden SNS einen potentiell geeigneten Raum bieten. Weiter sieht Tully (2009) die Jugendphase als „entstrukturierten“ Raum, der für Jugendliche immer mehr Flexibilität, Gestaltungszwänge, -chancen und Selbstorganisation bedeutet. So kommt es zu einer Verselbstständigung der Jugendphase und eigenwilliger Organisation des Jugendalltags (vgl. Tully 2009, 10). Ausgelebt wird dieses in Sprache, Mode, Musik, Sport, Apparaten, Filmen, Literatur freiwilligem Engagement, Freizeitangeboten usw. . Dieses muss alles in Bezug auf ihre polykontextuellen Welten (Schule Peers, Jobs, berufliche Perspektiven, Identitäten im Internet, Familie und Freunde) organisiert werden (vgl. ebd., 18). Diese Aspekte sind Phänomene fortschreitender Differenzierung. Der Soziologe und Gesellschaftstheoretiker Niklas Luhmann sieht fortschreitende Differenzierung reziprok zum kommunikativen Aufwand (vgl. Luhmann 1997, 249ff). Dieses gilt jedoch für alle Altersgruppen. Zur Bewältigung des Jugendalltags muss demnach also ein hoher Kommunikationsaufwand betrieben werden. Jugendliche sind daher quasi auf kommunikationstechnische Hilfsmittel angewiesen. Eines dieser Hilfsmittel sind SNS. Dieses würde auch erklären, weswegen Jugendliche das Internet und SNS hauptsächlich zur Kommunikation benutzen. Weiter werden SNS von Jugendlichen auch viel für Organisatorisches genutzt, welches diesem Gesichtspunkt ebenfalls entspricht. Am häufigsten<sup>40</sup> werden SNS von ihnen zur (1) Organisation der Gruppe oder Clique, die sich ziemlich regelmäßig trifft, (2) Initiativen, die sich für Umwelt oder Soziales einsetzen, und

---

39 Auch Rauman eignung genannt.

40 Für die JIM-Studie wurden von Mai bis Juli 2013 1.200 deutschsprachige 12- bis 19-Jährige telefonisch (mittels CATI wie bei der ARD/ZDF-Onlinestudie) befragt. Unter dem Punkt „Nutzung von Communities für Organisatorisches“ gaben 29 der Probanden an, einer politischen Vereinigung oder Partei zugehörig zu sein. 53% dieser gaben an, Organisatorisches bezüglich der politischen Vereinigung oder Partei in Communities zu tätigen. Also umgerechnet 15,37 Probanden in tatsächlichen Zahlen. 764 Probanden gaben an, in einem Sportverein zu sein, und 45% von ihnen nutzen Communities hierfür zur Organisation. Also mehr als umgerechnet 343 Probanden gaben an, Communities zur Organisation im Sportverein zu nutzen. In tatsächlichen Zahlen haben also mehr Jugendliche Communities zur Organisation im Sportverein als in politischen Vereinigungen oder Parteien verwendet. Daher ist die Aussage der JIM-Studie an dieser Stelle kritisch zu sehen. Die prozentuale Betrachtung lässt allerdings Interpretationen zu Tendenzen digitaler Ungleichheit zu, da Jugendliche in politischen Vereinigungen oder Parteien einen hohen Bildungsgrad brauchen und hier mehr Communities zur Organisation zum Einsatz kommen als z.B. im Sportverein, welcher keinen hohen Bildungsgrad voraussetzt. Diese Aussage bedarf aber einer genaueren Prüfung.



(3) politischer Vereinigungen oder Parteien verwendet (vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2013, 41). Es konnte also festgestellt werden, dass sich Soziale Arbeit hauptsächlich mit dem Gegenstand SNS in Bezug auf Jugendliche auseinandergesetzt hat. Zusammenfassend zu dieser Auseinandersetzung hat das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend Folgendes formuliert:

„Von einer Neuformierung sozialen Handelns im Netz kann insofern gesprochen werden, als virtuelle soziale Netzwerke durch ihre Strukturen öffentliche und – hinsichtlich von Verbindlichkeit und Verbundenheit – ambivalente Formen der Selbstpräsentation, der Peerinteraktion und der Vergemeinschaftung auf eine spezifische Weise befördern. Da dies den Entwicklungsaufgaben in der Jugendphase in hohem Maße entspricht, sind soziale Netzwerke mittlerweile maßgeblicher Teil jugendlichen Medienhandelns und haben Bedeutung weit darüber hinaus. Die großen Chancen der hohen Interaktivität und Beteiligungsmöglichkeiten im „Web 2.0“ werden begleitet von einer neuen Qualität der Problemdimensionen durch die Kommerzialisierung von Privatheit und Öffentlichkeit im Kontext der sozialen Netzwerke. Diesbezüglich findet bislang weder unter den Jugendlichen eine breite Auseinandersetzung noch eine hinreichende Reflexion der Enteignung des Privaten auf pädagogischer Seite statt.“ (BMFSFJ 2013, 186)

Eine hinreichende Reflexion der Enteignung des Privaten hat insofern nicht stattgefunden, als dass soziale Dienstleistungen in den gängigen SNS angeboten werden. Es gibt jedoch auch SNS, die sich strikt an das Bundesdatenschutzgesetz halten. Diese erreichen durch ihre geringen Nutzerzahlen zwar eine geringere Öffentlichkeit, hätten aber durchaus das Potential, für soziale Dienstleistungen in SNS gefördert zu werden. So schlägt Kutscher (2013(b)), die stets die Probleme der Datenverwertung in gängigen SNS bemängelte, vor, neben der Aufklärungsarbeit und den Medienprojekten zur Medienbildung bzw. Medienkompetenzförderung für SNS auch die Nutzung unpopulärer aber dafür sicherer SNS für soziale Dienstleistungen populärer zu machen.

„In diesem Zusammenhang wäre neben der höchst ambivalenten „Befähigung“ zur Nutzung von Netzwerken wie Facebook, Google+ und anderen (die das Problem der unkontrollierten Datenverwertung durch die Netzwerkanbieter nicht berücksichtigt) die Information über und die Auseinandersetzung mit alternativen Netzwerkstrukturen wie Diaspora, Friendica, Social Swarm u.a. auch im Kontext der Sozialen Arbeit zu befördern“ (Kutscher 2013(b), 62)“

Die Erkenntnisse über SNS fließen nun in einige Praxisfelder der Sozialen Arbeit. Resultierenden aus der Forschung, sind in der Praxis hauptsächlich Jugendliche die AdressatInnen. Die folgenden Praxisbeispiele geben einen Einblick in den Umgang mit SNS und deren Einsatz in zwei verschiedenen Praxisfeldern.

### **4.3 SNS in Praxisfeldern der Sozialen Arbeit – Beispiele für Umgang und Einsatz**

In SNS werden mittlerweile verschiedene Formen der Onlineberatung angeboten. Die Onlineberatung in SNS hat bislang nicht die Themenvielfalt der Onlineberatungsangebote außerhalb SNS erreicht, da datenschutzrechtliche Probleme in den gängigen SNS bestehen. Die Onlineberatungsangebote nutzen zwar meistens geschlossene Profile oder Gruppen, wo nur ausgewählte Personen die Beiträge sehen können, aber die Daten der Aktivitäten der NutzerInnen werden trotzdem gespeichert, ausgewertet und gehören dann auch, speziell im Falle von Facebook, zum Eigentum des SNS-Betreibers. Das gleiche Problem haben auch Vereine, Institutionen, Träger, Projekte u.a., die in den populären SNS ein Profil von sich angelegt haben. Anhand von konkreten Beispielen werden nun die Vorteile und die Probleme sozialer Dienstleistungen in SNS dargestellt.

#### **4.3.1 SNS im Kontext der Schulsozialarbeit an der Schillerschule**

An der Grund- und Werksrealschule „Schillerschule“ in Eislingen werden im Rahmen der Schulsozialarbeit verschiedene Angebote in Bezug auf SNS gemacht, über die Lidl (2013) wie folgt berichtet. Die Schulsozialarbeiterin Doris Lidl hat auf Facebook einen „Schulsozialarbeits-Account“ eingerichtet, über den sie für die SchülerInnen erreichbar ist. Über die Nachrichtenfunktion können die SchülerInnen Kontakt aufneh-

men und z.B. einen Termin mit ihr vereinbaren. Aus Datenschutzgründen wird von vertiefenden Gesprächen innerhalb der SNS-Plattform abgesehen (vgl. Lidl 2013, 234f). Angestrebt wird, Gespräche nicht nur Face-to-face weiterführen zu können, sondern auch über einen sicheren Chat. Hierfür soll das Programm „LiveZilla“ verwendet werden. Dieses Programm scheint zwar sicher zu sein, muss aber auf einem Computer installiert werden, wodurch Zugangsbarrieren entstehen. Weiter wird der Account genutzt, um auf Veranstaltungen in der Schule aufmerksam zu machen. Durch „[...]Verlinkungen zu interessanten Themen – von Kinofilmen bis hin zu informativen Angeboten -, gute Wünsche zu Festen und Prüfungen sowie Feedback und Umfragen zu bestimmten Ereignissen.“ (ebd., 234) baut sie Kontakt zu den SchülerInnen auf oder hält ihn. Wichtig sei eine authentische und vertrauenerweckende Gestaltung des Profils, damit die SchülerInnen das Profil nicht für einen Fake-Account<sup>41</sup> halten. Ein Profilbild der SchulsozialarbeiterInnen, auf dem sie gut erkannt werden können, eine Beschreibung ihres Berufsbildes und ein Link zur Einrichtung seien dafür wichtig. Die Vorteile eines solchen Profils sei es, ein niederschwelliges Angebot machen zu können, welches von den SchülerInnen wohl vermehrt wahrgenommen wird (vgl. ebd., 234f). Es liegt jedoch keine Evaluation des Angebots vor. Ergänzt wird dieses Angebot durch Klassenprojekte, in denen der Umgang mit Chancen und Risiken in SNS vermittelt wird. Zusätzlich werden Themenabende für LehrerInnen und Eltern veranstaltet, bei denen Handlungsrichtlinien für den Umgang mit SNS erarbeitet werden. Die Rolle der SchulsozialarbeiterInnen in SNS ist für die SchülerInnen nicht immer eindeutig. Da sie in einigen Fällen auf Cyber-Mobbing reagieren muss, denken einige SchülerInnen, dass sie einer Art „Polizei im Netz“ sei. An dieser Stelle ist es wichtig, dass die SchulsozialarbeiterInnen die betroffenen SchülerInnen zunächst ansprechen und Absprachen zur Vorgehensweise treffen, bevor sie eingreifen. Dieses sollte den SchülerInnen auch vermittelt werden, damit die SchulsozialarbeiterInnen nicht als Überwacher missverstanden werden. Da einige SchülerInnen mit dem Schulsozialarbeits-Account befreundet sind und sie zu Partys und ähnlichem über Facebook einladen ergibt sich „die Notwendigkeit einer klaren Definition der Position des/ der SchulsozialarbeiterIn.“ (ebd., 237). Die meisten SchülerInnen verstehen die Funktion der SchulsozialarbeiterInnen aber recht gut und freuen

---

41 Ein Profil, in dem jemand vorgibt, ein anderer zu sein.

sich auch in SNS einen Ansprechpartner gefunden zu haben, der ihre Probleme im Internet versteht. Auch für Teile der schulorientierten Gemeinwesenarbeit werden SNS genutzt. Hier kann z.B. gegenseitig auf Veranstaltungen, Projekte und Anliegen unterschiedlicher Art hingewiesen werden (vgl. ebd., 239).

An diesem Beispiel wird deutlich, dass der Einsatz von SNS eine Ergänzung zu den herkömmlichen Angeboten der Schulsozialarbeit sein kann. Weiter wird hier durch den Einsatz von SNS den gesetzlichen Vorgaben der Jugendsozialarbeit nach § 13 SGB VIII und dem Erziehungs- und Bildungsauftrag nach § 1 des Schulgesetzes von Baden-Württemberg Folge geleistet, indem hier Kindern und Jugendlichen eine lebensweltbezogene und lebenslagenorientierte Unterstützung und Förderung ihrer Entwicklung geboten wurde (vgl. Geiger 2008(a), 182). Deutlich wird aber auch, dass die Vorteile und Einsatzmöglichkeiten von SNS durch die Risiken bei der Nutzung von Facebook aufgrund der datenschutzrechtlichen Probleme nicht in Gänze genutzt werden konnte, weil Kommunikations- und Handlungsbarrieren gesetzt werden mussten.

#### **4.3.2 SNS im Kontext mobiler Jugendarbeit des Vereins „MJA Basel“**

Der Verein „MJA Basel“ benutzt im Zuge seiner Tätigkeit Facebook für verschiedene Bereiche, über die Fuchs (2013) berichtet hat. Die MitarbeiterInnen des Vereins wurden vermehrt von Jugendlichen angesprochen, ob diese auch über Facebook zu erreichen wären. Der Verein war zu dieser Zeit bereits über eine Internetseite zu erreichen, auf der sich alle Informationen über den Verein und dessen Aktivitäten befanden, aber nicht auf Facebook. Daraufhin wurde eine Steuergruppe, bestehend aus einem Mitarbeiter des Vereins und einer externen Fachperson aus der offenen Jugendarbeit, gegründet, die ein Konzept für den Einsatz von Facebook erstellte. Im Zuge dieses Konzeptes wurden folgende Handlungsschwerpunkte für den Einsatz von Facebook entwickelt:

- „Darstellen und Verbreiten von Angeboten
- Informationen zu jugendlichen Lebenswelten und jugendkulturellen Trends
- Einsatz als Projektwerkzeug und zur Förderung der Selbstorganisation Jugendlicher
- Kommentieren und kommentiert werden
- Instrument zur Beziehungsgestaltung und niederschweligen Beratung“

(Fuchs 2013, 153)

Da der Verein mehrere Einsatzgebiete hat, wurde für jedes Einsatzgebiet ein Facebook-Profil erstellt. Durch diese Profile wurden die anderen Kommunikationskanäle nicht ersetzt, sondern ergänzt. Vorteile gegenüber der Internetseite im Handlungsschwerpunkt **„Darstellen und Verbreiten von Angeboten“** waren auch die Reduzierung technischen Aufwands bei der Bereitstellung von Inhalten. Die Verbreitung von Inhalten im Zuge der Öffentlichkeitsarbeit auf Facebook erreichte auch eine höhere Reichweite und Resonanz als die Internetseite (vgl. ebd., 154). Inhalte ließen sich auch über Facebook durch Kategorien wie Alter, Geschlecht oder Interessen gezielter und effizienter verbreiten. Besonders viel Aufmerksamkeit bekamen Inhalte, die die AdressatInnen selber auf dem Profil erstellten und verbreiteten. Hierfür bekamen sie von anderen NutzerInnen Anerkennung, welche ihren Selbstwert förderte. Eine kontinuierliche und zeitnahe Bereitstellung von Inhalten sei für eine hohe Aufmerksamkeit wichtig (vgl. ebd., 155).

Die MitarbeiterInnen des Vereins konnten **„Informationen zu jugendlichen Lebenswelten und jugendkulturellen Trends“** durch die Aktivitäten der AdressatInnen auf ihrem Profil Erfahrungen über deren Kommunikation, Verhaltensweisen und Auseinandersetzung mit verschiedenen Themen innerhalb der Peergroup sammeln (vgl. ebd., 155). Diese Erfahrungen boten dann weitere Anknüpfungsmöglichkeiten für Gespräche mit den AdressatInnen.

Mit dem Profil des Vereins wurden im Handlungsschwerpunkt **„Einsatz als Projektwerkzeug und zur Förderung der Selbstorganisation Jugendlicher“** Gruppen, von den AdressatInnen und MitarbeiterInnen erstellt. In diesen Gruppen konnten projektbezogene Informationen unkompliziert zwischen AdressatInnen untereinander und im Austausch mit MitarbeiterInnen geteilt werden. Auch Treffen und andere Aktivitäten wurden dadurch koordiniert (vgl. ebd., 156). Vorteile seien hierbei die Transparenz<sup>42</sup> und die damit verbundene Beschleunigung von Prozessen. Zusätzlich gab es die Möglichkeit, die AdressatInnen in den Gruppen in ihrer projektbezogenen Tätigkeit zu bestärken (vgl. ebd. 157).

Im Handlungsschwerpunkt **„Kommentieren und kommentiert werden“** ließen sich zwei verschiedene Ebenen der Kommunikation über Kommentare herleiten. Die „inhaltsspezifischen“ Kommentare handelten von Themen wie Musik oder waren Diskussionen über ähnliche Themen. Die Kommentare auf „beziehungsspezifischer“ Ebene waren direkt oder indirekt an die MitarbeiterInnen gerichtet. Hier gab es Wertschätzungen ihrer Tätigkeit, aber auch Provokationen. Auf die Provokationen wurde verständnisvoll reagiert, da diese sich häufig als ein Bedürfnis nach vertiefenden Gesprächen mit den MitarbeiterInnen herausstellten (vgl. ebd., 157f).

Betreffend der Nutzung von Facebook als **„Instrument zur Beziehungsgestaltung und niederschweligen Beratung“** konnte ausgemacht werden, dass dieses hauptsächlich von AdressatInnen genutzt wurde, die ohnehin schon ein gutes Vertrauensverhältnis zu den MitarbeiterInnen aufgebaut hatten (vgl. ebd., 158). Facebook bot in diesen Fällen die Möglichkeit, Kontakte niederschwellig aufrechtzuerhalten und weiterzuentwickeln. Bei zunächst unverfänglichen Gesprächen im Chat auf Facebook begannen die AdressatInnen im Gesprächsverlauf, auch Themen wie „[...]Sexualität/ Partnerschaft, Suchtmittelgebrauch und Konfliktbearbeitung/ Mobbing.“ (ebd., 159) anzusprechen, auf die die MitarbeiterInnen dann eingegangen sind.

---

42 Die Mitglieder der Gruppe können die Kommunikation innerhalb der Gruppe verfolgen.

In diesem Beispiel ist ein anderer Umgang mit datenschutzrechtlichen Problemen zu erkennen. Die Profile sollten ausschließlich nur für Jugendliche zugänglich sein, um deren Anonymität sicherzustellen (vgl. ebd., 155). Gewährleistet werden sollte dieses durch das Ablehnen von Freundschaftsanfragen Erwachsener. Inwieweit das Profil öffentlich gemacht wurde, wurde von Fuchs (2013) nicht erwähnt. Bei einem Zugriff am 23.02.2013 auf das Profil „Mja Kleinbasel“ war der Zugriff zu der Kontaktliste möglich. Auch vereinzelte Posts und Fotos, die jedoch keine Rückschlüsse auf AdressatInnen zuließen und daher unbedenklich sind, waren sichtbar. Weiter wurde ein Chat in Facebook über private Themen geführt. Die Protokolle dieser Chats sind automatisch Eigentum von Facebook geworden. Die MitarbeiterInnen gefährden an dieser Stelle die Anonymität und Privatsphäre ihrer AdressatInnen, da sie die Verantwortung dieses zu gewährleisten an Facebook übergeben. Die MitarbeiterInnen respektierten die Privatsphäre der AdressatInnen nur, indem sie von einer Einsicht ihrer Profile absahen (vgl. ebd., 162). Ebenso wurde davon abgesehen, Freundschaftsanfragen an Freunde der AdressatInnen oder andere Personen zu versenden. Die Kontaktliste setzt sich also nur aus Vernetzungen, die von den AdressatInnen initiiert wurden, zusammen. Weiter ist zu kritisieren, dass in den Handlungsschwerpunkten keine Aufklärung der Jugendlichen über die Gefahren in Facebook vorgesehen ist. Der Einsatz von Facebook zeigte sich jedoch abgesehen davon als Instrument, welches sich für

„[...] eine niederschwellige Form der Kommunikation zwischen Jugendlichen und MitarbeiterInnen anbietet und die bereits existente Handlungsfelder ergänzt und unterstützt. Facebook erweist sich als nützliches und effizientes Instrument zur Initiierung, Planung, Organisation, Durchführung und Darstellung partizipativer Aktivitäten und Angebote. Damit einher geht die Möglichkeit einer von Jugendlichen initiierten zielgruppengerechten Kommunikation und einer daraus resultierenden Öffentlichkeitsarbeit.“ (ebd., 162.)

So konnte der Verein „MJA Basel“ vereinzelt durch den Einsatz von Facebook auch den Zielen der mobilen Jugendarbeit, betreffend Lebensfeld- und Lebenslagenorientierung, Dezentralität, Beziehungsarbeit, Kontaktaufnahme, gruppenbezogener und individueller Beratung, Beteiligung an Entwicklung und Umsetzung von Angeboten und Aktivitäten, gerecht werden (vgl. Geiger 2008(b), 137).

#### **4.4 Weitere Einsatzmöglichkeiten von SNS in Praxisfeldern der Sozialen Arbeit**

SNS werden zunehmend in der Praxis der Sozialen Arbeit mit Jugendlichen eingesetzt<sup>43</sup>. Der Einsatz von SNS bietet sich jedoch nicht nur in der Arbeit mit Jugendlichen an, sondern auch für andere Altersgruppen, weil sie sich als Instrument zur Unterstützung in sämtlichen Praxisfeldern in folgenden Bereichen anbietet.

SNS bieten die Möglichkeit, Handlungen zu initiieren, planen, koordinieren, organisieren, gestalten, darzustellen und bekannt zu machen. Diese Möglichkeiten können von Professionellen<sup>44</sup> untereinander, AdressatInnen untereinander oder gemeinsam genutzt werden. Im Falle einer gemeinsamen Nutzung dieser Möglichkeiten kann eine Partizipation an verschiedenen Prozessen auf beiden Seiten ermöglicht werden. Die Professionellen können dadurch auch Einblicke in die Lebenswelt der AdressatInnen erhalten. Auf diese Weise kann eine lebensweltorientierte Arbeit gefördert werden, was Barrieren zwischen Beiden abbauen kann. Auch die Barrieren der AdressatInnen untereinander können durch das gemeinsame Wirken in einem SNS abgebaut werden. Dadurch entstehen potentielle Partizipationsmöglichkeiten. Ebenfalls ist es möglich, durch die Nutzung von SNS Vorgänge leichter transparent zu machen. AdressatInnen und Professionelle können schnell und zielgerichtet auf Prozesse hingewiesen werden und unmittelbar darauf reagieren.

---

43 Eingesetzt wird vorrangig Facebook. Die Praxisbeispiele würden jedoch genauso ausfallen, wenn ein anderes gängiges SNS verwendet worden wäre. Die rege Nutzung dieser Projekte ist jedoch auch auf Facebooks Popularität zurückzuführen.

44 Personen, die in Praxisfeldern der Sozialen Arbeit tätig sind.



Im Hinblick auf Niederschwelligkeit können SNS auch förderlich sein. Über ein SNS-Profil lassen sich Angebote präsentieren, auf die dann NutzerInnen gezielt aufmerksam gemacht werden können. So haben AdressatInnen die Möglichkeit sich Angebote vorschlagen zu lassen oder selber welche zu suchen. Die Kontaktaufnahme kann dann von den AdressatInnen barrierefrei über eine Nachrichtenfunktion getätigt werden. Auch Beratungen jeglicher Art lassen sich im Sinne einer niederschweligen Onlineberatung in SNS durchführen. In diesen Kontexten hat sich sogar gezeigt, dass sich die Scheu vor Offenbarung senkt.

Auch ist es möglich, SNS für bestimmte Teile der Öffentlichkeitsarbeit zu verwenden. Hier gibt es nicht nur Darstellungsmöglichkeiten, sondern auch die Möglichkeit, zielgerichtet nach Personen, Projekten Trägern oder Ähnlichen zu suchen, die potentielles Interesse haben sich in bestimmten Bereichen zu engagieren. Daher bieten sich SNS auch für Fundraising an. Durch das Bekanntmachen von Missständen kann in SNS ebenfalls Engagement erzeugt werden.

In den Bereichen sharing und dem gegenseitigen Austausch von Gegenständen, Informationen oder Dienstleistungen können SNS das Initiieren, Planen, Koordinieren, Organisieren, Gestalten und Bekanntmachen unterstützen. Dieses kann im Gemeinwesen oder auch darüber hinaus praxisfeldübergreifend durch entsprechende Gruppen innerhalb eines SNS etabliert werden. Beteiligen können sich Professionelle, AdressatInnen oder sonstige Personenkreise, die ein Angebot oder Anliegen haben, wodurch das Gemeinwesen und auch die Vernetzung innerhalb und außerhalb des Gemeinwesens gestärkt werden kann.

Im Idealfall lassen sich durch SNS bedarfsorientierte virtuelle Gemeinschaften nach Rheingold bilden, die das soziale Kapital ihrer Mitglieder fördern. Von solchen Gemeinschaften profitieren AdressatInnen wie auch Professionelle. Zur Förderung solcher Gemeinschaften können Professionelle dann Gruppen in SNS gründen, denen NutzerInnen mit ähnlichen Interessen beitreten und sich für eine Sache gemeinsam engagieren. Dieses bietet sich besonders für regionale Interessen an, da die Nutze-

rInnen keine großen Distanzen überwinden müssen, um sich zu treffen. Zum Beispiel für eine Gruppe alleinerziehender Mütter in einem Stadtteil, um sich über Hilfestrukturen und Rechtslagen auszutauschen oder auch gemeinsame Aktivitäten zu planen.

In den Einsatzmöglichkeiten von SNS in Praxisfeldern der Sozialen Arbeit stecken also vielseitige Potentiale, doch einige Autoren fragen sich inwieweit der Einsatz von SNS überhaupt verantwortbar ist.

„Die grenzenlose Datenverwertung in sozialen Netzwerken wie Facebook wirft die Frage auf, inwiefern es ethisch überhaupt verantwortbar ist, diese Netzwerke zu nutzen, da die Internetdaten der UserInnen auch außerhalb der Netzwerke verfolgt und ausgewertet werden“ (Kutscher 2013(b), 61).

Diese Frage wird im folgenden Abschnitt, soweit es im Rahmen dieser Thesis möglich ist. Beantwortet.

#### **4.5 Vereinbarkeit von Sozialer Arbeit und SNS**

Als Verhinderung pädagogischer Ziele in gängigen SNS sind zunächst „[...] der Umgang mit personenbezogenen Daten, illegalen Datenzugängen, kommerziellen Inhalten[...]“ (Kutscher 2013(a), 193f) zu nennen. Auch besteht die Möglichkeit negativer Auswirkungen auf Psyche und Identität, die mit den Aufrufen zur Immateriellen Arbeit 2.0 verbunden sind. Die gängigen SNS sind auf die durch Immaterielle Arbeit 2.0 entstehenden Daten angewiesen. Aus diesem Grund wurden in diesen SNS Strukturen geschaffen, wodurch Probleme entstehen, die rechtliche Fragen in der Praxis der Sozialen Arbeit aufwerfen. Die Wahrung des Sozialgeheimnisses nach § 35 SGB I wird missachtet, sobald Professionelle die Sozialdaten<sup>45</sup> (§ 67 Abs. 1 Zehntes Buch) innerhalb der gängigen SNS austauschen, da nicht sicherzustellen ist, dass die Sozial-

<sup>45</sup> Alle objektiven Merkmale einer Person. Z.B. Name, Adresse, Geburtsdatum, Geschlecht, Familienstand, Krankheit, Drogenkonsum, Meinungen und Wertungen (vgl. Falterbaum 2009, 202)

daten nur Befugten zugänglich sind oder nur an diese weitergegeben werden. So ist also ein Chat oder das Austauschen von Nachrichten innerhalb gängiger SNS zwischen Professionellen über AdressatInnen eine Verletzung des Sozialgeheimnisses. Angebote für AdressatInnen mit Professionellen in den gängigen SNS zu chatten oder Nachrichten auszutauschen ist problematisch, da der Datenverkehr nicht den Bestimmungen des Datenschutzgesetzes genügt und AdressatInnen eventuell Sozialdaten von sich preisgeben. In diesen Fällen hätte dann der Professionelle einen zur Wahrung des Sozialgeheimnisses unangemessenen Raum angeboten, „[...] der den Schutz von KlientInnenendaten nicht gewährleistet und damit eine zentrale Regel der Sozialen Arbeit missachtet.“ (Kutscher 2013(b) 61). Ein Profil zur Darstellung von Informationen über einen Träger, eine Institution oder ähnliches ist rechtlich unbedenklich, solange keine Sozialdaten zugänglich gemacht werden. Die gängigen SNS sind also nur bedingt und eingeschränkt in der Praxis Sozialer Arbeit einzusetzen, wodurch Chancen und Potentiale nicht ausgeschöpft werden können. Folgend werden Möglichkeiten vorgestellt, diese doch durch den Einsatz sicherer SNS nutzbar zu machen.

SNS wie Diaspora, Friendica, Appleseed, n+1 und Crabgrass halten sich an das Bundesdatenschutzgesetz und sind dezentral organisiert.

„Das bedeutet, Daten der Nutzer laufen nicht auf zentralen Servern eines Unternehmens zusammen und können somit auch nicht für Werbe- oder sonstige Zwecke verwendet werden. Stattdessen können die Nutzer alles auf dem eigenen Server hinterlegen, oder auf einem, dem sie vertrauen. Sie behalten also die Kontrolle über ihre persönlichen Daten. Kurz: Facebooks Schwächen sind die Stärken der dezentralen Netzwerke. (Beuth 2012)

Das Problem dieser SNS ist jedoch die geringe Nutzerzahl. Das Problem will das Projekt Social Swarm lösen, indem sie diese SNS miteinander verbinden. So werden zukünftig auch sichere SNS für die Praxis Sozialer Arbeit attraktiver. Unabhängig von der Nutzerzahl sind diese SNS trotzdem interessant für den Einsatz in der Sozialen Arbeit, da die beschriebenen Einsatzmöglichkeiten auch auf diesen SNS funktionie-

ren. Für Öffentlichkeitsarbeit ist jedoch ein SNS mit einer hohen Nutzerzahl von Vorteil, um mehr Profile erreichen zu können. Die hohen Nutzerzahlen der gängigen SNS können genutzt werden, indem auf einer Profilseite, in einem gängigen SNS auf ein Profil in einem sicheren SNS hingewiesen wird. Über einen Link gelangen die Adressatinnen zu diesem Profil und können Kontakt aufnehmen. Die Möglichkeit, eine breite Masse auf bestimmte Dinge aufmerksam zu machen ist, in sicheren SNS jedoch nicht gegeben. Daher bietet sich für solche Aktivitäten auch ein hybrider Einsatz von sicheren und gängigen SNS an. Die gängigen SNS werden also dann eingesetzt, wenn es darum geht, eine breite Masse anzusprechen, und die sicheren SNS, wenn es sich um sensible Daten handelt. Trotzdem geht bei dem Einsatz sicherer SNS Niederschwelligkeit verloren, da die meisten SNS NutzerInnen in den gängigen SNS angemeldet sind und sich zusätzlich bei dem jeweiligen sicheren SNS anmelden müssen, um Angebote als Adressatinnen wahrzunehmen.

Zudem haben die sicheren SNS keine Struktur, die zur Immateriellen Arbeit 2.0 aufruft, wodurch die negativen Auswirkungen auf Identität und Psyche gemindert werden. Auch die auf Differenz basierende Aufmerksamkeitsökonomie könnte dadurch abgebaut werden. Eventuell entstehen dadurch mehr Aufmerksamkeitsökonomien, die auf Einigkeit und Gemeinsamkeiten beruhen, wodurch im besten Fall das Entstehen virtueller Gemeinschaften nach Rheingold gefördert wird. Dieses ist jedoch rein hypothetisch.

Die gleichen Möglichkeiten bieten aber auch SNS, die eigens für bestimmte Zwecke erstellt werden können. Um ein eigenes SNS zu erstellen, kann man zum Beispiel den Service von Ning in Anspruch nehmen<sup>46</sup>. Dieser bietet an ein eigenes SNS auf deren Server mit vorgefertigten Entwicklungsmöglichkeiten aufzubauen. Die Gestaltungsfreiheit ist daher eingeschränkt, und die Datensicherheit liegt wieder bei dem Betreiber. Vielversprechender, aber auch aufwendiger, ist das Verwenden einer Creative-Commons-Software<sup>47</sup> namens Dolphin. Diese Software bietet absolute Gestal-

---

46 Ning ist mit Werbung gratis, und ohne Werbung kostet der Service je nach Mitgliederzahl zwischen 22 und 82 € im Monat.

47 Eine Software, die frei bearbeitet werden kann und für jeden zur Verfügung steht. Auch Open Source genannt.

tungsfreiheit und die Möglichkeit, die Daten auf einem eigenen Server zu speichern. Weiter bietet sie die Option, sich auch mit Kontakten in Facebook zu vernetzen, wodurch Öffentlichkeitsarbeit und die Möglichkeit, eine breite Masse auf bestimmte Dinge aufmerksam zu machen, gegeben ist. Wie aber muss ein SNS sein, damit es für die Praxis Sozialer Arbeit förderlich ist? Dieser Frage wird im nächsten Kapitel nachgegangen.

## **5 SNS auf die Interessen Sozialer Arbeit zugeschnitten**

Ein SNS, welches für die Praxis Sozialer Arbeit förderlich ist muss zunächst für jeden zugänglich sein, um eine partizipatorische Parität zu erreichen. Ausgeschlossen werden jedoch alle, die ein kommerzielles Interesse verfolgen, um das SNS werbefrei zu halten. Ausgenommen davon sind Projekte, die einen gemeinnützigen Zweck verfolgen, aber Werbung von Sponsoren enthalten. Dieses SNS darf nicht nur Praxisfeldern der Sozialen Arbeit einen Vorteil bringen, sondern muss das Ziel haben, durch die Vernetzung der NutzerInnen das Gemeinwesen zu stärken und Virtuelle Gemeinschaften zu fördern, um dadurch Partizipationsmöglichkeiten und das Sozialkapital der NutzerInnen zu erweitern. Somit würde das SNS selber Tätigkeiten von Professionellen übernehmen. Dieses wird erreicht, indem die Funktionen des SNS auf Aktivitäten (Veranstaltungen, Engagements, Projekte, Vorträge, Seminare oder ähnliches) im Sozialraum ausgerichtet sind. In der Funktionsgruppe Identitätsmanagement wählen nie NutzerInnen Kategorien aus, durch die sie bestimmten Aktivitäten im Sozialraum zugeordnet werden können. Durch Funktionen der Gruppe Netzwerkawareness bekommen die NutzerInnen daraufhin Vorschläge, die zu ihnen passen können. Anders als bei Facebook können die NutzerInnen dann nicht den Like-Button, sondern einen „Support-Button“ drücken, wenn sie eine Aktion unterstützenswert finden. Das Drücken dieses Buttons, unterstützt eine Aktion schon dadurch, dass andere NutzerInnen aus der Kontaktliste automatisch darüber informiert werden. Dieser Button ermöglicht auch die Optimierung der Vorschläge im SNS. Zusätz-

lich gibt es einen „join“-Button, der eine Teilnahme zusichert. Die Modalitäten und die Verbindlichkeit dieser Zusage obliegen den Initiatoren der Aktivität. In der Funktionsgruppe Kontextawareness werden die Vorschläge für neue Kontakte über die gewählten Kategorien der NutzerInnen gefiltert. Eine Veränderung der Funktionen wirkt sich auf die in 2.2 vorgestellten Merkmale und die daraus resultierenden Anwendungsmöglichkeiten aus. Die markanten Merkmale eines solchen SNS wären dann:

- Eine Registrierung ist nicht erforderlich.
- Im Falle einer Registrierung kann man Interessen für bestimmte Aktivitäten angeben.
- Diese Daten liegen dann in strukturierter Form vor, und man kann sich anhand dieser Angaben mit anderen Profilen vernetzen.
- Dieses können Profile von Menschen innerhalb und außerhalb des privaten Umfelds sein sowie Personengruppen, Institutionen und Organisationen jeglicher Art, wenn diese keine kommerziellen Interessen verfolgen.
- Die Beziehungen zu anderen Profilen werden in verschiedenen Formen dargestellt.
- Bekanntschaften durch Gemeinsamkeiten über „fünf Ecken“ werden ersichtlich gemacht.

Diese Struktur ermöglicht eine Vielzahl neuer und unvorhersehbarer Anwendungsmöglichkeiten. Sicher ist aber, dass im Zentrum dieser Anwendungen Aktivitäten stehen werden. Aufgrund der vorgeschlagenen Struktur können sich die NutzerInnen untereinander besser unterstützen. Damit Professionelle zusätzliche Unterstützung anbieten können, muss Folgendes erfüllt sein.

Der Quellcode<sup>48</sup> der verwendeten SNS-Software muss für jeden zugänglich gemacht werden, damit nachvollziehbar ist, was diese Software tatsächlich tut. Dieses ist für die Vertrauenswürdigkeit und für das Aufspüren von Fehlern wichtig. Weiter gibt es dadurch die Möglichkeit die Software weiterzuentwickeln. Eine dezentrale Speicherung ist ebenfalls wichtig, damit die NutzerInnen entscheiden können, wo ihre Daten gespeichert werden. Außerdem kommt es so zu weniger Ausfällen. Zusätzlich ist es sinnvoll, nicht nur die Daten als Ganzes zu verschlüsseln, sondern auch die einzelnen Nachrichten, Chats, Posts und Kommentare, um eine Datensicherheit zu gewährleisten. Falls eine Verschlüsselung geknackt wird, liegen trotzdem nicht gleich sensible Informationen offen. Bei der Profilerstellung haben NutzerInnen die Möglichkeit, ihre wahre Identität offen zu legen oder anonym zu bleiben. So sollte auch ein Einwegprofil angeboten werden, mit dem man einmalig und ohne die Angaben von Daten das SNS zur Kommunikation nutzen kann. Weiter müssen NutzerInnen immer entscheiden können, welche Information wen erreicht. Dieses ist wichtig, um Rollenkonflikte zu vermeiden. Dafür müssen die NutzerInnen ihren Kontakten frei wählbare Kategorien zuordnen können. Beim Erstellen einer Information kann dann gewählt werden, welcher Kategorie von NutzerInnen diese sichtbar gemacht werden soll. Auch sollten die NutzerInnen darüber entscheiden können, wie lange eine Information auf einem Server gespeichert wird. Diese Möglichkeit sollte ebenfalls bei jeder Erstellung von Information zur Verfügung stehen.

Es gibt sicherlich noch weitere Entwicklungsmöglichkeiten ein SNS für die Praxis Sozialer Arbeit förderlich zu gestalten; aber wichtig ist hier eher Folgendes: Der Grundgedanke dieser Vorschläge ist, dass die angebotenen Funktionen und deren strukturelle Ausrichtung, ja sogar die Datensicherheit, Auswirkungen auf die Anwendungen der NutzerInnen haben. So fördert eine kommerzielle Ausrichtung eines SNS eher Anwendungen, die von Konkurrenz, Vergleichen, Besitz, Neid und Gier geprägt sind und eine gemeinnützige Ausrichtung eher Anwendungen, die von Mitgefühl, Solidarität, Vertrauen, Gemeinschaft und Einigkeit geprägt sind. Dieses ist jedoch auch rein hypothetisch. Es gibt jedoch Beispiele, die für diese Hypothese sprechen. Ein gutes Beispiel, wie eine bestimmte Ausrichtung in SNS deren Anwendung beeinflusst, ist

---

48 In einer Programmiersprache formulierter Text, auf dessen Grundlage eine Software funktioniert.

die Plattform „jetzt.de“. Auf dieser SNS-Plattform stehen von den NutzerInnen erstellte Texte im Vordergrund, die sie zu angebotenen Themenbereichen geschrieben haben (vgl. Autenrieth/ Neumann-Braun 2011, 26). Die Funktionen sind daher auf Verwaltung, Austausch und Diskussion dieser Texte ausgerichtet. Dementsprechend wird die Plattform hauptsächlich verwendet, um sich über bestimmte Themenbereiche auszutauschen und zu diskutieren.

Diese Vorschläge sollen keine Ablösung von gängigen SNS initiieren. Vielmehr eine Koexistenz, in der gängige und sichere SNS ihre Domänen haben und sich gegenseitig ergänzen. Doch wer kann ein solches SNS neben gängigen SNS etablieren? „Nur eine über viele gesellschaftliche Gruppen hinweg organisierte nachhaltige Initiative kann dem etwas entgegensetzen, indem sie besonders jene anspricht, deren Daten ihre Karriere noch vor sich haben“ (Röhle 2011, 28). Die Profession Soziale Arbeit würde sich potentiell für die Bildung einer solchen Initiative eignen.

## **6 Schlussbetrachtung**

Es konnte erörtert werden, dass SNS durch die vielseitigen Anwendungs- und Einsatzmöglichkeiten ein Teil des privaten und beruflichen Alltags vieler Menschen geworden ist. Auch in der Praxis Sozialer Arbeit werden SNS zunehmend verwendet. Durch die genaue Analyse der Funktionen, Anwendungen und der daraus resultierenden Auswirkungen von SNS konnte gezeigt werden, dass sich für die Praxis der Sozialen Arbeit und deren AdressatInnen Chancen und Risiken durch die Nutzung von SNS ergeben. Chancen bieten die vielseitigen Einsatzmöglichkeiten besonders, um Handlungen zu initiieren, planen, koordinieren, organisieren, gestalten, darzustellen und bekannt zu machen. Weiter stellte sich heraus, dass SNS das Potential zur Förderung von Gemeinschaften und Sozialkapital in sich tragen. Als Risikofaktoren stellten sich ein Mangel an Datensicherheit und die damit einhergehenden Datenverwertungen heraus. Die Strukturen, die sich aufgrund dessen in einigen SNS etabliert



haben, schienen zum Teil förderlich, aber auch hinderlich für die psychosoziale Entwicklung zu sein. Dieses konnte nicht ausreichend geklärt werden und bedarf weiterer Prüfung durch empirische Forschungen. Auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse konnten Handlungsempfehlungen für die Praxis Sozialer Arbeit ausgesprochen werden. Weiter wurde gezeigt, wie ein SNS gestaltet sein muss, um im Interesse der Sozialen Arbeit zu sein. Schlussfolgernd kann festgehalten werden, dass aufgrund der Risiken SNS in der Praxis Sozialer Arbeit nur mit äußerster Vorsicht unter Berücksichtigung der herausgearbeiteten Bedingungen zu verwenden sind. In dieser Hinsicht besteht dringender Handlungsbedarf, praxisfeldübergreifende Richtlinien für den Einsatz von SNS festzulegen, damit die Rechte der AdressatInnen nicht verletzt werden. Weiter sollte in Betracht gezogen werden, ein auf die Praxis Sozialer Arbeit zugeschnittenes SNS zu etablieren, um Chancen maximal ausnutzen zu können und Risiken zu vermeiden. Da das Internet und die dazugehörigen SNS sich schnell entwickeln und wandeln, muss sich Soziale Arbeit kontinuierlich mit den Chancen und Risiken für die Praxis und ihren AdressatInnen auseinandersetzen, um dem „Codes of Ethics“ treu zubleiben.

## 7 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: „Pull“-Aktivitäten und ihre Nutzungshäufigkeit. Seite 12

Tabelle 2: „Push“-Aktivitäten und ihre Nutzungshäufigkeit. Seite 12

Tabelle 3: Kommunikation und ihre Nutzungshäufigkeit. Seite 13

## 8 Abkürzungsverzeichnis

**SNS:** Social Network Service

**BRD:** Bundesrepublik Deutschland

**Destatis:** (deutsches) Statistisches Bundesamt

**HmbBfDI:** Der Hamburgische Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit

**BDSG:** Bundesdatenschutzgesetz

**BMFSFJ:** Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

**JIM:** Jugend, Information, (Multi-) Media

**MJA:** mobile Jugendarbeit

## 9 Literaturliste und Quellenverzeichnis

Adekmann, Ralf 2011: Von der Freundschaft in Facebook. Mediale Politiken sozialer Beziehungen in Social Network Sites. In: Leistert, Oliver/ Röhle, Theo (Hg.): Generation Facebook. Über das Leben im Social Web. Bielefeld: transcript Verlag: S. 127-144

Autenrieth, Ulla P./ Neumann-Braun, Klaus (Hg.) 2011: Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web. Bildbezogenes Handeln und Peergroup-Kommunikation auf Facebook & Co. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft/ Edition Reinhard Fischer

Autenrieth, Ulla P./ Bänziger, Andreas/ Rohde, Wiebke [u.a.] 2011: Gebrauch und Bedeutung von Social Network Sites im Alltag junger Menschen: ein Ländervergleich zwischen Deutschland und der Schweiz. In: Neumann-Braun, Klaus/ Autenrieth, Ulla P. (Hg.) 2011: Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web. Bildbezogenes Handeln und Peergroup-Kommunikation auf Facebook & Co. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft/ Edition Reinhard Fischer: S. 31-54

Baecker, Dirk 2011: Nur die Ähnlichkeit unterscheidet uns. In: Leistert, Oliver/ Röhle, Theo (Hg.): Generation Facebook. Über das Leben im Social Web. Bielefeld: transcript Verlag: S. 123-125

Beck, Ulrich 1986: Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt a.M.: Suhrkamp)

Behörde für Gesundheit und Verbraucherschutz (Hg.) 2012: Ich suche dich. Wer bist du? . Soziale Netzwerke & Datenschutz. Tipps für Jugendliche. Hamburg: Behörde für Gesundheit und Verbraucherschutz

Bodle, Robert 2011: Regime des Austauschs. Offene APIs, Interoperabilität und Facebook. In: Leistert, Oliver/ Röhle, Theo (Hg.): Generation Facebook. Über das Leben im Social Web. Bielefeld: transcript Verlag: S. 79-99

Bourdieu, Pierre 1992: Ökonomisches, kulturelles und soziales Kapital. In: Bourdieu, Pierre/ Steinrück, Margarete (Hg.) 1992: Die verborgenen Mechanismen der Macht. Schriften zu Politik & Kultur 1. Hamburg: Vsa Verlag: S. 49-75

Castells, Manuel 2003: Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Aus der Triologie „Das Informationszeitalter“. Opladen: Leske und Budrich

Cleppien, Georg/ Lerche, Ulrike 2010: Einleitung – Soziale Arbeit und Medien. In: Cleppien, Georg/ Lerche, Ulrike (Hg.) 2010: Soziale Arbeit und Medien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaft: S. 7-20

Coté, Mark/ Pybus, Jennifer 2011: Social Networks: Erziehung zur Immateriellen Arbeit 2.0. In: Leistert, Oliver/ Röhle, Theo (Hg.): Generation Facebook. Über das Leben im Social Web. Bielefeld: transcript Verlag: S. 51-73

Ebersbach, Anja/ Glaser, Markus/ Heigl, Richard 2008: Social Web. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft

Ehrenberg, Alain 2008: Das erschöpfte Selbst. Depression und Gesellschaft in der Gegenwart. Berlin: suhrkamp taschenbuch wissenschaft 1875

Falterbaum, Johannes 2009: Rechtliche Grundlagen Sozialer Arbeit. Eine praxisorientierte Einführung. Stuttgart: Kohlhammer

Flade, Antje 2009: Entwicklungsaufgaben und Mobilität im Jugendalter. In: Tully, Claus (Hg.) 2009: Multilokalität und Vernetzung. Beiträge zur technikbasierten Gestaltung jugendlicher Sozialräume. Weinheim und München: Juventa: S. 101-110

Foucault, Michel 1983: Der Wille zum Wissen. Sexualität und Wahrheit. 1, 14., durchgesehene und korrigierte Auflage. Frankfurt. a. M.: Suhrkamp

Foucault, Michel 2005: Analytik der Macht. Frankfurt. a. M.: Suhrkamp

Fuchs, Manuel 2013: Facebook im Praxisalltag mobiler Jugendarbeit. In: Kinder und Jugendarbeit 2.0. Grundlagen, Konzepte und Praxis medienbezogener Sozialer Arbeit. Weinheim und Basel: Beltz Juventa: S. 150-163

Geiger, Bettina 2008(a): Schulsozialarbeit. In: Thesing, Theodor/ Geiger, Bettina/ Erne-Herrmann, Petra (Hg.) [u.a.] 2008: Sozialpädagogische Praxisfelder. Ein Handbuch zur Berufs- Institutionskunde für Sozialpädagogische Berufe. Freiburg: Lambertus-Verlag: S. 182-191

Geiger, Bettina 2008(b): Offene Kinder- und Jugendarbeit. In: Thesing, Theodor/ Geiger, Bettina/ Erne-Herrmann, Petra (Hg.) [u.a.] 2008: Sozialpädagogische Praxisfelder. Ein Handbuch zur Berufs- Institutionskunde für Sozialpädagogische Berufe. Freiburg: Lambertus-Verlag: S. 182-191

Gerlitz, Carolin 2011: Die Like Economy. Digitaler Raum, Daten und Wertschöpfung. In: Leistert, Oliver/ Röhle, Theo (Hg.): Generation Facebook. Über das Leben im Social Web. Bielefeld: transcript Verlag: S. 101-122

Heintz, Bettina 2003: Gemeinschaft ohne Nähe. In: Thiedeke, Udo (Hg.) 2003: Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimension. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag: S. 180-210

Heite, Catrin 2008: Soziale Arbeit im Kampf um Anerkennung. Professionstheoretische Perspektiven. Weinheim und München: Juventa

Klein, Alexandra 2010: Bin ich schon drin oder was? Partizipation und Internet. In: Cleppien, Georg/ Lerche, Ulrike (Hg.) 2010: Soziale Arbeit und Medien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaft: S. 165-176

Koch, M./ Richter, A./ Schlosser, A. 2007: Produkte zum IT- gestützten Social. In: Wirtschaftsinformatik, Heft 6/2007: S. 1-8

Krotz, Friedrich 2001: Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien. Opladen: Westdeutscher Verlag

Krotz, Friedrich 2007: Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Kutscher, Nadia 2011: Soziale Arbeit im virtuellen Raum. In: Otto, Hans-Uwe/ Thiersch, Hans 2011: Handbuch Soziale Arbeit. Grundlagen der Sozialarbeit und Sozialpädagogik. 4., völlig neu bearbeitete Auflage. München und Basel: Ernst Reinhardt Verlag: S. 1302-1309

Kutscher, Nadia 2013(a): Internet und Soziale Netzwerke. In: Deinet, Ulrich/ Sturzenhecker, Benedikt (Hg.) 2013: Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit. 4., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften: S. 193-196

Kutscher, Nadia 2013(b): Virtuelle Soziale Netzwerke als Herausforderung für eine mediatisierte Soziale Arbeit. In: Steiner, Olivier/ Goldoni, Marc (Hg.) 2013: Kinder und Jugendarbeit 2.0. Grundlagen, Konzepte und Praxis medienbezogener Sozialer Arbeit. Weinheim und Basel: Beltz Juventa: S. 43-67

Langlois, Ganaele/ Elmer, Greg/ McKelvey, Fenwick 2011: Vernetzte Öffentlichkeiten. Die doppelte Artikulation von Code und Politik in Facebook. In: Leistert, Oliver/ Röhle, Theo (Hg.): Generation Facebook. Über das Leben im Social Web. Bielefeld: transcript Verlag: S. 253-278

Leistert, Oliver/ Röhle, Theo 2011: Identifizieren, Verbinden, Verkaufen. Einleitendes zur Maschine Facebook, ihren Konsequenzen und den Beiträgen in diesem Band. In: Leistert, Oliver/ Röhle, Theo (Hg.): Generation Facebook. Über das Leben im Social Web. Bielefeld: transcript Verlag: S. 7-30

Lidl, Doris 2013: Facebook in der Schulsozialarbeit. In: Kinder und Jugendarbeit 2.0. Grundlagen, Konzepte und Praxis medienbezogener Sozialer Arbeit. Weinheim und Basel: Beltz Juventa: S. 232-240

Luhmann, Niklas 1997: Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp

Milgram, Stanley 1967: The Small World Problem. In: Psychology Today. v. 1 May 1967: S. 60-67

Rheingold, Howard 1996: Lernen damit umzugehen. In: Bollmann, Stefan/ Heibach, Christiane (Hg.) 1996: Kursbuch Internet. Anschlüsse an Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur. Mannheim: Bollmann: S. 255-262

Richter Alexander 2010: Der Einsatz von Social Networking Services in Unternehmen. Eine explorative Analyse möglicher soziotechnischer Gestaltungsparameter und ihrer Implikationen. Wiesbaden: Gabler Verlag

Schäfer, Bernhard (Hg.) 1999: Einführung in die Gruppensoziologie. Geschichte, Theorien, Analysen. Wiesbaden: Quelle und Meyer

Schelske, Andreas/ Herczeg, Michael (Hg.) 2007: Soziologie vernetzter medien. Grundlagen computervermittelter Vergesellschaftung. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH

Schmidt, Jan 2009: Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0 . Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH

Thiedeke, Udo 2003: Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimension. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

Tully, Claus (Hg.) 2009: Multilokalität und Vernetzung. Beiträge zur technikbasierten Gestaltung jugendlicher Sozialräume. Weinheim und München: Juventa

Wiedemann, Carolin 2011: Facebook: Das Assessment-Center der alltäglichen Lebensführung. In: Leistert, Oliver/ Röhle, Theo (Hg.): Generation Facebook. Über das Leben im Social Web. Bielefeld: transcript Verlag: S. 161-182

Zimbardo, Philip G./ Gerrig, Richard J. 2004: Psychologie. 16., aktualisierte Auflage. München: Pearson Studium



## Quellenbeleg

Alexa Internet 2013: Top sites, online unter:

<http://www.alexa.com/siteinfo/facebook.com> (Zugriff 28.12.14)

Amann, Melanie/ Seifert, Leonie 2012: Warum wollen wir Facebook? . Die Sucht nach dem Netz. Frankfurt a.M.: Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, online unter:

<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/warum-wollen-wir-facebook-die-sucht-nach-dem-netz-11734346-p2.html?printPagedArticle=true> (Zugriff 27.02.2014)

ARD/ZDF-Onlinestudie 2013: Social Media, online unter:

<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=433> (Zugriff 27.02.2014)

Beuth, Patrick 2012: Facebook-Alternativen. Netzwerke aller Länder vereinigt euch. Hamburg: ZEIT ONLINE GmbH, online unter:

<http://www.zeit.de/digital/datenschutz/2012-05/facebook-alternativen-social-swarm>

(Zugriff 27.02.2014)

BMFSFJ 2013: 14. Kinder- und Jugendbericht. Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe in Deutschland. Deutscher Bundestag, online unter:

<http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/14-Kinder-und-Jugendbericht.property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf>

(Zugriff 27.02.2014)

Boyd, Danah/ Ellison, Nicole 2007: Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 11, online unter:

<http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf> (Zugriff 27.02.2014)

DBSH 2014: Profession. Gerechtigkeit, Verantwortung und Sicherheit - Soziale Arbeit positioniert sich. Berlin: Deutscher Berufsverband für Soziale Arbeit e.V. , online unter:

<http://www.dbsh.de/beruf.html> (Zugriff 27.02.2014)

Dorfer, Tobias/ Paukner, Pascal 2013: Zensur-Vorwürfe. München: Süddeutscher Verlag, online unter:

<http://www.sueddeutsche.de/digital/zensur-vorwuerfe-domian-akzeptiert-entschuldigung-von-facebook-1.1627989> (Zugriff 27.02.2014)

Facebook 2013(a): Quarterly Earnings Slides. Q3 2013, online unter:

[http://files.shareholder.com/downloads/AMDA-NJ5DZ/2839972861x0x701506/17022978-7098-44d9-877c-dd492c924ec7/FB\\_Q313InvestorDeck.pdf](http://files.shareholder.com/downloads/AMDA-NJ5DZ/2839972861x0x701506/17022978-7098-44d9-877c-dd492c924ec7/FB_Q313InvestorDeck.pdf) (Zugriff 27.02.2014)

Facebook 2013(b): Quarterly Earnings Slides. Q4 2013, online unter:

[http://files.shareholder.com/downloads/AMDA-NJ5DZ/2939369023x0x721748/be75c513-b84a-486d-a838-25cdc79c6a16/FB\\_Q413EarningsSlidesFINAL.pdf](http://files.shareholder.com/downloads/AMDA-NJ5DZ/2939369023x0x721748/be75c513-b84a-486d-a838-25cdc79c6a16/FB_Q413EarningsSlidesFINAL.pdf) (Zugriff 27.02.2014)

HmbBfDI (Der Hamburgische Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit)  
2013: Facebook Gesichtserkennung. Verwaltungsverfahren eingestellt, online unter:

[http://www.datenschutz-hamburg.de/news/detail/article/facebook-gesichtserkennung-verwaltungsverfahren-eingestellt.html?](http://www.datenschutz-hamburg.de/news/detail/article/facebook-gesichtserkennung-verwaltungsverfahren-eingestellt.html?tx_ttnews[backPid]=186&cHash=fbe1754ce24c2b17f0c20547bf1e1784)

[tx\\_ttnews\[backPid\]=186&cHash=fbe1754ce24c2b17f0c20547bf1e1784](http://www.datenschutz-hamburg.de/news/detail/article/facebook-gesichtserkennung-verwaltungsverfahren-eingestellt.html?tx_ttnews[backPid]=186&cHash=fbe1754ce24c2b17f0c20547bf1e1784)

(Zugriff 27.02.2014)

Kirch, Nico 2013: Nutzerzahlen auf einen Blick, online unter:

<http://www.socialmediastatistik.de/> (Zugriff 28.12.14)

Kutter, Inge 2013: Facebook macht dick, blöd... . ...und wirkt wie Sex: Ist das tatsächlich zu beweisen?. Hamburg: ZEIT ONLINE GmbH, online unter:

<http://www.zeit.de/2013/06/Facebook-Depression-Gesundheit> (Zugriff 27.02.2014)

Lazzarato, Maurizio 1996: Immaterial Labor. In: Generation Online, online unter:

<http://www.generation-online.org/c/fcimmateriallabour3.htm> (Zugriff 27.02.2014)

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2013: JIM-Studie 2013. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart, online unter:

<http://www.mpfs.de/index.php?id=613> (Zugriff 27.02.2014)

Richter, Alexander/ Koch, Martin 2008: Funktionen von Social-Networking-Diensten. Forschungsgruppe Kooperationssysteme. München: Universität der Bundeswehr, online unter:

[http://ibis.in.tum.de/mkwi08/18\\_Kooperationssysteme/04\\_Richter.pdf](http://ibis.in.tum.de/mkwi08/18_Kooperationssysteme/04_Richter.pdf)

(Zugriff 27.02.2014)

Scherer, Katja 2013: Gezielter Wahnsinn. Facebook will Anzeigen persönlicher machen. Gelingt das auch? Ein Erfahrungsbericht. Hamburg: ZEIT ONLINE GmbH, online unter:

<http://www.zeit.de/2013/49/facebook-werbung-anzeigen-internet> (Zugriff 27.02.2014)

Sophos 2007: Sophos Facebook ID probe shows 41% of users happy to reveal all to potential identity thieves, online unter:

<http://www.sophos.com/en-us/press-office/press-releases/2007/08/facebook.aspx>

(Zugriff 27.02.2014)

Statistisches Bundesamt 2012: 53% der Internetnutzer sind in sozialen Netzwerken aktiv. Pressemitteilung Nr. 172 vom 16.05.2012, online unter:

[https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2012/05/PD12\\_172\\_63931.html;jsessionid=025C603DA66A8421DFDC2282C3EEEC3E.cae2](https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2012/05/PD12_172_63931.html;jsessionid=025C603DA66A8421DFDC2282C3EEEC3E.cae2)

(Zugriff 27.02.2014)

Weichert, Thilo 2012: Facebook, der Datenschutz und die öffentliche Sicherheit. In: Möllers, Martin H. W./ van Ooyen, Robert Chr. (Hg.) 2012: Jahrbuch öffentlicher Sicherheit 2012/2013. Frankfurt a.M.: Verlag für Polizeiwissenschaft: S.381-391, online unter:

<https://www.datenschutzzentrum.de/facebook/JBOES-2012-2013-Sonderdruck-Weichert.pdf> (Zugriff 27.02.2014)

## **10 Eidesstattliche Versicherung**

Ich versichere, dass ich die vorstehende Arbeit selbständig und ohne fremde Hilfe angefertigt und alle Stellen, die ich wörtlich oder annähernd wörtlich aus Veröffentlichungen entnommen habe, als solche kenntlich gemacht habe, mich auch keiner anderen als der angegebenen Literatur oder sonstiger Hilfsmittel bedient habe.

Nicolaus Eggers

Hamburg, 27.02.2014