

IM BLICKPUNKT: Das Digitale Ich



Das Ich im Web
Geburt & Kindheit
Jugend
Macht der Bilder
Ausbildung & Berufseinstieg
Identitätsdiebstahl
Privat- und/oder Berufsleben
Scores & Badges
Tod





Das Digitale Ich

Keine 50 Jahre ist das Internet alt: Ein Menschenleben dauert meist länger – und wird immer öfter und immer ausführlicher online präsentiert. Die Chronik bei Facebook, die Fotoalben bei Flickr, der Einkaufszettel bei Amazon und die Karriere bei Xing gehören für viele Menschen zum Alltag im digitalen Zeitalter.

Seit Social Media und das mobile Internet sich durchgesetzt haben, ist es schnell und einfach möglich, die eigene Persönlichkeit für Familie, Freunde und Fremde digital zu dokumentieren oder zu konstruieren. Menschen platzieren heute mehr oder weniger bewusst eine nahezu unüberschaubare und unlöschbare Masse von Daten und Inhalten im Internet: Das digitale Ich entwickelt sich – von der Geburt bis zum Tod.

Das Internet erlaubt es, sich so darzustellen, wie man von anderen Menschen wahrgenommen werden möchte. Dieses digitale Ich wird mit Zahlen und Abzeichen versehen, um sich mit anderen zu vergleichen. Der Mensch will im Internet erfolgreich und glücklich wirken, entsprechend wird das digitale Ich optimiert.

IM BLICKPUNKT: Das Digitale Ich diskutiert die verschiedenen Möglichkeiten, die eigene Persönlichkeit im Internet zu präsentieren, um zugleich auf Stolpersteine und Gefahren hinzuweisen.

Das Ich im Web

Immer mehr Menschen „existieren“ von der Geburt bis zum Tod im Internet. Sie werden zu Netizens (ein Kofferwort aus Internet und Citizens), zu Einwohnern im Internet, die ihre Beziehungen mittels Social Media organisieren und ungezählte, aber meist ausgewählte Ausschnitte aus ihrem Leben präsentieren. Somit ist es möglich, die eigene Persönlichkeit im Internet an ein Wunschbild anzupassen. Dennoch wird ein gänzlich konstruiertes digitales Ich nicht lange überleben: Ist der Kontrast zwischen echtem und digitalem Ich zu stark, wird das eigene Image beschädigt – offline und online. Es gilt, den richtigen Weg zu finden, damit sich das digitale Ich nicht negativ auf das tatsächliche Leben auswirkt.

Es ist kaum noch möglich, sich nicht im Internet wiederzufinden: Selbst ohne eigene Social Media-Profile wird nahezu jeder Mensch einmal in sozialen Netzwerken erwähnt oder bei Foto- und Videoplattformen abgebildet werden. Deshalb gestalten viele Menschen ihr digitales Ich selbst, um sich Familie, Freunden, Fremden, Arbeitskollegen und Geschäftsleuten zu präsentieren.

Das Herz des digitalen Ichs sind Social Media-Profile, die allen Netizens eine recht einheitliche Struktur vorgeben: Name, Foto, Wohnort, Arbeitsstelle, Interessen und mehr sollen eingetragen werden. Trotzdem werden die standardisierten Formulare als eine Aufwertung der eigenen Individualität wahrgenommen, beschreibt André Hoever in „Individualität und die Voreinstellungen des Positiven – Ein Essay über den Erfolg von Facebook“. Um sich abzuheben, werden die Profile möglichst individuell gestaltet. Dazu kommen die Kontakte als Fans, Freunde oder Follower, um einerseits die eigene Beliebtheit zu belegen und andererseits ein großes persönliches Publikum zu schaffen.

Selbstverständlich wird das eigene Ich in der Kommunikation mit anderen immer teilweise konstruiert. Dieser Trend verstärkt sich allerdings erheblich in der Kommunikation via Social Media, denn in und mit ihnen werden nur Ausschnitte des eigenen Lebens weitergegeben – vorwiegend erfolgreiche, glückliche und lustige Momente. Auch negative Erfahrungen können leicht beschönigt werden.

Dies lässt sich zu einer bewussten Selbstdarstellung steigern, indem die Ausschnitte gezielt ausgewählt oder sogar geschaffen werden, um sich zum gewünschten digitalen Ich zusammenzusetzen, das nur teilweise dem wirklichen Menschen entspricht. Statusmeldungen und veröffentlichte Inhalte haben das hauptsächliche Ziel, viele Reaktionen zu erzeugen und sich in den Ranglisten von Scoring Tools (siehe Scores & Badges) zu verbessern.

Das ergibt sich aus der speziellen Form der Kommunikation in sozialen Netzwerken, die Hoever so beschreibt: Das eigene Mitteilungsbedürfnis trifft auf ein Publikum, das aufgrund des persönlichen oder digitalen Kontakts potenziell interessiert ist. Jedoch ist

eine Reaktion nicht verpflichtend – im Gegensatz zu anderen Medien wie Brief, E-Mail, Telefon oder SMS. Damit kann der Urheber auch nicht wissen, welche und wie viele Menschen die eigene Statusmeldung erhalten haben, weil diese Meldung vom Publikum verpasst oder ausgeblendet werden kann.

Die einzige Bestätigung ist die direkte Reaktion, die im Gegensatz zur realen Welt tendenziell positiv ausfällt und somit das digitale Ich ins rechte Licht rückt. Denn einerseits sind soziale Netzwerke lediglich mit Buttons ausgestattet, die Zustimmung ausdrücken, und andererseits begibt sich das Publikum selten in einen Konflikt, wenn es einfach schweigen kann.

Zugleich ist das unbemerkte Beobachten möglich: So kann jeder am Leben seiner Kontakte teilhaben, ohne überhaupt zu kommunizieren. Barbara Frischling betont, dass sich dieses Beobachten auf den Umgang mit Kontaktanfragen, die Gestaltung des Profils und andere Social Media-Aktivitäten auswirkt. Man sei sich bewusst, dass jeder Schritt des digitalen Ichs vom eigenen Publikum verfolgt werden kann.

Unter diesen Bedingungen entwickelt sich im Internet ein mehr oder weniger konstruiertes digitales Ich, das einen Menschen begleitet oder strategisch eingesetzt wird, um sich zu profilieren.

Geburt & Kindheit

Wenn der Nachwuchs auf der Welt ist, stellt sich die Frage, ob das Kind auch gleich im Internet verewigt wird. Schließlich sollen und wollen Familie und Freunde das Baby bewundern. Schon die ersten Fotos aus dem Krankenhaus werden online veröffentlicht – mit einem mobilen Gerät ist das kein Problem. Auch Krankenhäuser schmücken ihre Websites gerne mit Baby-Galerien, die auch Name, Größe und Gewicht ausweisen.

Ob ein Kind schon mit der Geburt den ersten Schritt zum digitalen Ich tut, entscheiden die Eltern. Werden Fotos und Fortschrittsberichte des Nachwuchses öffentlich in sozialen Netzwerken eingestellt oder diskreter per E-Mail versendet? Mindestens bis ein Kind lesen und schreiben kann, sind die Eltern für dessen digitales Ich verantwortlich, denn in dieser Phase

sollte es das Internet nicht allein nutzen. Eine aktuelle Forsa-Studie im Auftrag des Lernportals „Scoyo“ hat ergeben, dass etwa 70 Prozent der befragten Eltern meinen, dass Kinder bis zwölf Jahre den Computer nicht alleine nutzen dürfen (Stand 2012).

Jugend

Die Pubertät bewältigen Kinder heute auch mit Hilfe von Social Media, die es erlaubt, Kontakte zu pflegen und sich über persönliche und alltägliche Dinge auszutauschen. Viele Jugendliche fragen sich: Wer bin ich? Wer will ich sein? Folglich wird das digitale Ich nun in eigener Regie definiert, mit einigen Mausklicks kann man sich abgrenzen, aber auch neue Verbündete finden.

Ab welchem Alter sich Jugendliche bei Social Media registrieren dürfen, ist weder einheitlich geregelt, noch gibt es wirksame Kontrollen durch die Anbieter. Am frühesten können Kinder beim sozialen Netzwerk SchülerVZ starten – mit zehn Jahren. Die marktbeherrschenden Angebote aus den USA wie Facebook, Youtube, Twitter und Tumblr sind ab 13 Jahren nutzbar. Eine US-Studie von 2012 hat ergeben, dass drei Viertel aller Jugendlichen mindestens ein Social Media-Profil haben – absoluter Favorit ist Facebook. Immerhin sind soziale Netzwerke die zweitbeliebteste Art, um mit Freunden zu kommunizieren, noch vor dem Telefonieren.

Das digitale Ich soll für Freunde, Bekannte und Fremde interessant wirken. Besonders Facebook regt mit der Chronik an, das gesamte Leben – auch rückwirkend – zu gestalten. Das eigene Profil beginnt mit der Geburt und kann neben den alltäglichen Statusmeldungen auch um wichtige Lebensereignisse wie erster Kuss, Beziehungen, Schwangerschaften, Reisen, Gewichtsverlust, Tätowierungen und Piercings ergänzt werden.

Viele Jugendliche gehen recht sorglos mit der eigenen Privatsphäre um, denn es gilt, viele Kontakte und die richtigen Freunde in sozialen Netzwerken zu haben. So erhalten auch flüchtige Bekannte uneingeschränkter Zugang zum eigenen Profil und dem digitalen Ich. Eine Studie der Universität Twente hat ergeben, dass attraktive Freunde auch einen positiven Eindruck des eigenen Profils bei Facebook erzeugen.





In der Jugend ist es wichtig, sich über Freunde, Aktivitäten und Interessen zu definieren, um sich so von Eltern und Erwachsenen abzugrenzen. Dieses Verhalten wird auf das digitale Ich übertragen, das beliebt wirken soll. Folglich werden nur die tollsten Fotos, die interessantesten Erlebnisse und die besten Outfits präsentiert. Das kann dazu führen, dass andere Jugendliche das Gefühl haben, nicht mithalten zu können oder ein weniger positives Leben zu führen. Ein Phänomen, das die Amerikanische Akademie der Kinderärzte als „Facebook Depression“ beschrieben hat.

Dennoch ergibt die erwähnte US-Studie, dass sich Jugendliche durch soziale Netzwerke eher positiv beeinflusst fühlen, weil sie sich unter anderem als selbstsicherer und kontaktfreudiger empfinden.

Macht der Bilder

Fotos sagen mehr als Worte – und sind so ein fundamentaler Teil des digitalen Ichs. Denn Bilder verraten auf einen Blick viel über einen Menschen: an welchen Orten er sich aufhält, mit welchen Menschen er zusammen ist und welchen Kleidungsstil er bevorzugt. Zusätzliche Erläuterungen sind meist nicht nötig, so dass Fotos auch sprachliche Barrieren überwinden und Emotionen wecken.

Knapp 60 Prozent der Jugendlichen mit einem Social Media-Profil veröffentlichen gerne Fotos von sich und ihren Freunden. Zugleich gibt ein Teil zu, sich ausgeschlossen zu fühlen, sich Sorgen um das eigene Aussehen zu machen und sich schlecht zu fühlen, wenn eigene Bilder keine positiven Reaktionen erhalten.

Fotos lassen sich schnell und einfach ins Internet stellen, um Aufmerksamkeit zu erregen, aber gleichzeitig verliert man auch die Kontrolle. Schließlich können die Motive von anderen genauso schnell und einfach abgespeichert und an anderer Stelle erneut veröffentlicht werden.

Ausbildung & Berufseinstieg

Die veröffentlichten Fotos können zum Hindernis beim beruflichen Start werden: Auch Ausbilder und Arbeitgeber besuchen die Profile von Bewerbern, somit prägt das digitale Ich den ersten Eindruck. Des-

halb sollten nicht alle „Jugendsünden“ und keine sensiblen Daten öffentlich einsehbar sein. Indessen wirken rein karriereorientierte Profile oder ein fehlendes digitales Ich nicht immer überzeugend oder authentisch – kein Vorgesetzter wird erwarten, dass man die eigene Jugend mit Mineralwasser und Lehrbüchern verbracht hat. Zudem ist es für viele Berufe wichtig, im Umgang mit dem Internet und Social Media erfahren zu sein.

Identitätsdiebstahl

Wer das digitale Ich mit zu vielen persönlichen Daten ausstattet, kann zum Opfer von Identitätsdiebstahl werden. Die Informationstechnik identifiziert Menschen anhand einer Datenmenge, die sie von anderen unterscheidet – typischerweise handelt es sich um Benutzernamen und Passwörter, aber bei vielen Versandshops und Vertragsänderungen reichen schon

Links

Digitales Ich

- „Individualität und die Voreinstellungen des Positiven – Ein Essay über den Erfolg von Facebook“ von André Hoever in „kommunikation@gesellschaft“ (Sonderausgabe).
Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/536065
- „Verbindungsstatus: Es ist kompliziert. Gedanken zur Ambivalenz von Nähe und Distanz bei der Nutzung von Facebook“ von Barbara Frischling in „kommunikation@gesellschaft“ (Sonderausgabe).
Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/911502

Jugend

- „Im nicht endenden Strom des Microcontent“ – Artikel von Jan-Hinrik Schmidt (8. August 2012).
Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/36460
- Englischsprachige Studie „Social Media, Social Life: How teens view their digital lives“.
Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/141215
- Englischsprachige Pressemitteilung zur Studie „Does beauty matter? The role of friends' attractiveness and gender on social attractiveness ratings of individuals on Facebook“ (23. April 2012).
Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/716712

Name und Geburtsdatum. Werden solche Datenkombinationen von Fremden genutzt, handelt es sich um Identitätsdiebstahl.

Die Täter wollen sich in der Regel finanzielle Vorteile verschaffen oder – seltener – das Opfer beziehungsweise andere Menschen diskreditieren. Sich gegen die kriminellen Doppelgänger zu wehren, ist nicht einfach und recht langwierig. Den Identitätsdiebstahl hat das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) im Lagebericht 2011 als „steigende Gefährdung“ eingestuft. Auch der Missbrauch von Daten, die sich teilweise problemlos aus Social Media zusammentragen lassen, ist ein Schwerpunkt der Internet-Kriminalität.

Privat- und / oder Berufsleben

Wie soll das digitale Ich nach einem gelungenen Berufseinstieg auftreten – privat, beruflich oder beides? Wer mit Verwandten, Freunden und Bekannten in Kontakt bleiben will oder die eigenen Hobbys und Interessen mit anderen teilen möchte, kann das digitale Ich recht privat halten und teilweise unter einem Pseudonym statt dem Klarnamen agieren. Das verbietet sich, wenn das digitale Ich die berufliche Karriere widerspiegeln und unterstützen soll.

Um im Internet gefunden zu werden, ist der Klarnamen notwendig. Soziale Netzwerke wie Xing und LinkedIn oder kreative Angebote wie vizualize.me und Lebenslauf.cc sind darauf spezialisiert, das digitale Ich aus beruflicher Sicht zu präsentieren. Vor allem für Selbständige gilt es, das digitale Ich unter Marketingaspekten zu optimieren, dazu gehört auch, durch die

Veröffentlichung von privaten Dingen authentischer zu wirken.

Den meisten Netizens dürfte eine strikte Trennung zwischen privatem und beruflichem digitalen Ich nicht gelingen, selbst wenn diese mittels getrennten Profilen – etwa persönliches Profil und Fanseite bei Facebook – und / oder unter verschiedenen Namen gepflegt werden. Entweder schleichen sich Hinweise auf Beruf und Arbeit in private Profile ein – und umgekehrt. Oder es gelingt findigen Menschen, die Verbindung zwischen den einzelnen Profilen herstellen.

Mit der Zeit setzen sich die hinterlassenen Spuren im Internet zu einem digitalen Ich zusammen, das selbst den realen Menschen nicht vollständig bekannt ist. Der Journalist Marcus Lindemann hat ausprobiert, welche Schlüsse sich aus einzelnen und frei zugänglichen Informationen des digitalen Ichs ziehen lassen, wenn sie systematisch ausgewertet werden. Bei nahezu allen teilnehmenden Menschen ist es gelungen, Informationen zu entschlüsseln und zu verknüpfen, die die Betroffenen gar nicht öffentlich machen wollten. Ein Teilnehmer hat angesichts des recherchierten Porträts sogar einer Veröffentlichung widersprochen.

Die Bemühungen, dass das digitale Ich überwiegend glücklich, erfolgreich und attraktiv wirkt, dürften sich wohl durch das gesamte Leben ziehen – und können auch über das Ziel hinausgehen, etwa wenn Profile mit bezahlten Kontakten ausgestattet werden. Die deutsche Profilagentin Kixka Nebraska, die unter einem Pseudonym arbeitet, erklärte in einem Interview, dass es am besten sei, wenn das digitale Ich eine Verlängerung der Offline-Persönlichkeit im Internet sei.

Links

Identitätsdiebstahl

- „Die Lage der IT-Sicherheit in Deutschland 2011“ – Bericht des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik mit einem Kapitel zu Identitätsdiebstahl und -missbrauch.

Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/895216

- „Digitale Doppelgänger: Identitätsdiebstahl im Internet“ – Artikel von Alexander Wragge bei iRights.info (15. Juni 2012).

Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/500655

Privat- und / oder Berufsleben

- „Datenschutz-Fallrückzieher: Ein Netizen entdeckt den Wunsch nach Privatsphäre“ – Artikel im c't Magazin von Marcus Lindemann und Jan Schneider (Ausgabe 1/11).

Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/926988

Scores & Badges

- „Die Schufa fürs Web: Klout misst euren sozialen Wert“ – Artikel von Basic Thinking-Autor Jürgen Vielmeier (26. April 2012).

Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/920678

- Kostenfreie und kostenpflichtige Alternativen zu Klout – englischsprachiger Artikel von ReadWriteWeb-Autor David Storm vom 28. Oktober 2011.

Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/257810

Scores & Badges

Ein Grund für die (über-)jeifrige Inszenierung des digitalen Ichs sind zahlreiche Scoring- und Statistik-Tools, die sich parallel zu Social Media ausbreiten. Diese Angebote messen den Erfolg und Einfluss der eigenen Social Media-Aktivitäten – das digitale Ich wird in Scores und Badges ausgedrückt. Diese Zahlen und Abzeichen werden als Ranglisten präsentiert, um zum Vergleich anzuregen.

Marktführer unter den Scoring Tools ist Klout, das recht umstritten ist. Klout ermittelt einen Score von maximal 100, der das eigene Gewicht durch Social Media quantifizieren soll. Problem ist, dass die Kalkulation der Punktezahln weder transparent noch nachvollziehbar ist. Zudem agiert Klout in der Grauzone von Datenschutz und Privatsphäre, denn Scores werden auch für Menschen ermittelt, die sich nicht angemeldet haben. Es genügt schon, wenn sie zu den Kontakten von registrierten Mitgliedern gehören. Der Klout Score ist abrufbar, obwohl die betreffenden Menschen einer Ermittlung und Veröffentlichung nicht zugestimmt haben.

Das kann Konsequenzen im realen Leben haben, wenn Arbeitgeber den Klout Score prüfen und die Kandidaten ihre (niedrige) Punktezahln gar nicht ken-

Links

Tod

■ „Datenschutz endet mit dem Tod – (Rechtlicher) Umgang mit dem digitalen Nachlass“ – Artikel im rechtzweinnull Blog von Rechtsanwalt Dr. Carsten Ulbricht (30. März 2010).

Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/186440

■ „Das Netz vergisst den Verstorbenen nicht“ – Artikel der Süddeutschen Zeitung (6. August 2012).

Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/794268

■ Als „Portal für digitale Unsterblichkeit“ versteht sich „Stay-alive“, an dem Online-Friedhof ist der ehemalige Focus-Chefredakteur Helmut Markwort beteiligt.

www.stayalive.com/de

■ Online-Dienste zur Verwaltung von Zugangsdaten (englischsprachig).

legacylocker.com

www.youdeparted.com

www.deathswitch.com

nen. In den USA haben Firmen begonnen, Menschen mit hohem Score beim Kundenservice und bei Angeboten zu begünstigen, weil sie als Meinungsführer und Multiplikatoren angesehen werden. Ebenfalls vorstellbar ist, dass Suchmaschinen diese Werte in die Reihenfolge der Treffer einbeziehen.

Die erreichten Scores und Badges lassen sich auch aktiv dem digitalen Ich anheften, indem sie automatisiert bei Facebook oder Twitter erscheinen. Jedoch steht bei diesem „Egotracking“ fast immer die Quantität vor der Qualität der Aktivitäten.

Tod

Weil Internet und Social Media noch nicht alt sind, machen sich die meist jungen Nutzer kaum Gedanken über den Tod und das (unsterbliche) digitale Ich. Denn Profile in sozialen Netzwerken, Blogs und Websites existieren, so lange der Anbieter auf dem Markt ist. Viele Social Media-Anbieter haben keine klare Regeln bei einem Todesfall, löschen Profile aber teilweise auf Antrag. Facebook bietet ein Formular, um den Tod einer Person zu melden, deren Profil kann in einen Gedenkstatus versetzt oder gelöscht werden.

Was soll nach dem Tod geschehen? Aus gesetzlicher Sicht erlischt der Datenschutz für die verstorbene Person und es sind die jeweiligen Nutzungsbedingungen der Anbieter gültig, erläutert Rechtsanwalt Carsten Ulbricht im Blog rechtzweinnull. Hingegen sind die Urheberrechte an eigenen Inhalten vererbbar.

Noch ist rechtlich nicht eindeutig geklärt, wer auf den digitalen Nachlass zugreifen darf. Deshalb sollte man seinen Willen schriftlich festhalten. Dürfen Familienmitglieder, Freunde oder gar kein Mensch den Zugang zu Social Media-Profilen erhalten?

Wer die Zugangsdaten nicht mit ins Grab nehmen möchte, sollte die sensiblen Daten bei einer vertrauenswürdigen Person oder einem Notar hinterlegen, damit sich die berechtigten Hinterbliebenen nicht mü-

sam Zugang verschaffen müssen und gegebenenfalls schnell handeln können. Denn bei Verbrechen oder Unfällen wurden Social Media-Profile von den (Boulevard-)Medien bereits missbräuchlich als Quelle für Fotos und Freunde genutzt.

Auch im Internet gibt es Anbieter, die Zugangsdaten und Namen der berechtigten Personen verwalten, um diese bei einem Todesnachweis herauszugeben. Die Online-Dienste sind einfacher zu aktualisieren als ein notarielles Dokument, jedoch ist noch nicht abzusehen, wie sicher die Daten sind und ob die Anbieter dauerhaft auf dem Markt bleiben.

Sollen die Profile gelöscht werden oder erhalten bleiben, um öffentlich und gemeinsam zu gedenken? Für letztere Option existieren auch Friedhöfe im Internet, die digitale Gedenkstätten mit Fotos und anderen Dokumenten anbieten. Das Projekt „stayalive“ hat das Ziel, alle realen Friedhöfe online zu erfassen, um echte Grabstätten mit digitalem Denkmal zu verknüpfen.

Impressum

Die Erstellung dieser Broschüre wurde von der Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen gefördert. Sie kann kostenlos unter www.grimme-institut.de/imblickpunkt heruntergeladen werden.

Grimme-Institut

Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH

Eduard-Weitsch-Weg 25 · D-45768 Marl

Tel: +49 (0) 2365 9189-0 · Fax: +49 (0) 2365 9189-89

E-Mail: info@grimme-institut.de

Internet: www.grimme-institut.de

Text: Christina Quast

Redaktion: Annette Schneider

Gestaltung und Layout: Georg Jorczyk

Bildquellen: Eka Panova (S. 1), Olena Pantiukh (S. 1-4);

alle Fotolia.com

Redaktionsschluss: Oktober 2012