UNIVERSITÄT LEIPZIG

Datenschutz und Self-Impression-Management

Sebastian May, Tim Heilmann und Jens Awisus

Dienstag, 5. Mai 2015

Gliederung (1)

- Self-Impression-Management
  - Menschenbild
  - Verhalten
  - Einsatz
- Datenschutz in sozialen Netzwerken
  - Monetarisierung *facebook*
  - Datenspeicherung *facebook*
  - Data Fairplay
  - Datenschutz durch Nutzer

Gliederung (2)

- Smartphones und ihre datenschutztechnische Relevanz
  - Apps als Mittel zur Datensammlung
  - Welche Daten werden gesammelt?
  - Gefahren und Auswirkungen der Datensammlung
  - Wie kann ich mich vor dem Datensammeln schützen?

Hier ein einführendes Video:

https://www.youtube.com/watch?v=QxVZYiJKl1Y&app=desktop

Self-Impression-Management

F. Schiller

Was man scheint, hat jedermann zum Richter,

was man ist, hat keinen.

Man ist, wofür man gilt.

Selbstdarstellung

- Thema der Sozialpsychologie
- bewusste oder unbewusste Steuerung des Eindrucks, den Personen oder Organisationen auf andere machen
- „Wir alle spielen Theater“ (Erving Goffman) →

  Prozesse sozialer Beeinflussung bzw. sozialen Machtgewinns (Tedeschi 1972)

Menschenbild

- bemühen, den Eindruck auf andere zu steuern/kontrollieren
- soziale Anerkennung zu erzielen
- Management des Eindrucks: Informationsübermittlung, Aufmerksamkeit gezielt manipulieren, um gewünschtes Selbstbild zu repräsentieren

Verhalten (1)

- wie naive Psychologen, die ihre Mitmenschen beobachten und aufgrund ihrer Beobachtung auf deren Motive, Dispositionen, Intentionen, Persönlichkeitsmerkmale usw. schließen. Diese Schlüsse bestimmen dann weitgehend das Verhalten der Beobachter gegenüber den beobachteten Personen. (Heider 1958)

Verhalten (2)

- Annahme: Personen in sozialen Interaktionen müssen zunächst Informationen (Gesprächsinhalte, Kleidung, Gesicht, Stimme, Frisur, Statussymbole, Reputation, Expertise) über Interaktionspartner analysieren, um sich Eindruck zu bilden

➔ hängt stark von eigenen Einstellungen, Gefühlen und klischeehaften Bilderwelten ab

Einsatz

- strategisch und taktisch: Das Selbst verstanden als Image, das eine Person durchsetzt, indem sie ihrem sozialen Publikum Informationen liefert, die zu einer erwünschten kognitiven Repräsentation führen
- Gezielte Selektion von Informationen, von denen positive Wirkung erwartet werden (Statussymbole, soziale Kontakte, Hobbys, Stile usw.) und Darstellung als das Ganze
- Antizipation potenzieller Reaktionen und Erwartungen des Publikums

Beispiele

- Einsatz in PR → Images verändern
- Vorstellungsgespräch: kalkulierte Wahl der Kleidung, des Erscheinungsbilds, der Gesprächsinhalte, wie auch der Stil des Auftretens (ebenso der Einstellende)
- Umgang mit Fotografien: Menschen vernichten unangenehme Fotos, während gelungene Aufnahmen als realistisch bezeichnet werden

Datenschutz in sozialen Netzwerken

Datenschutz in sozialen Netzwerken

- Jaron Lanier
- *1960 in New York
- Gegner der Open-Source-Bewegung

- „Algorithmen werden Korrelationen zwischen den Lesern meiner Worte und ihren Käufen, ihren romantischen Abenteuern, ihren Schulden und bald schon ihren Genen ausfindig machen. Am Ende werden diese Worte einen Beitrag zum Reichtum der wenigen leisten, denen es gelungen ist, sich zu Herren der Computing-Clouds aufzuschwingen."

Wie verdient Facebook Geld? (1)

- **2004 gegründet**
- **Ca. 1,44 Mrd. User**

2007

- -138 Mio. US$

2014

- + 3 Mrd. US$

Wie verdient Facebook Geld? (2)

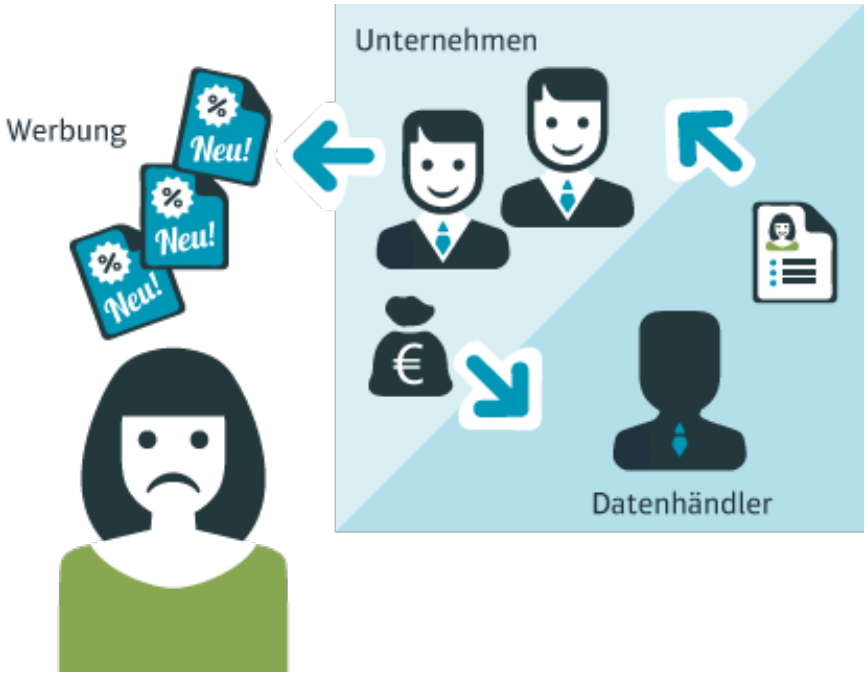
Datenspeicherung auf Facebook (1)

- Max Schrems
- *1987 in Salzburg
- Jurist und Datenschutzexperte

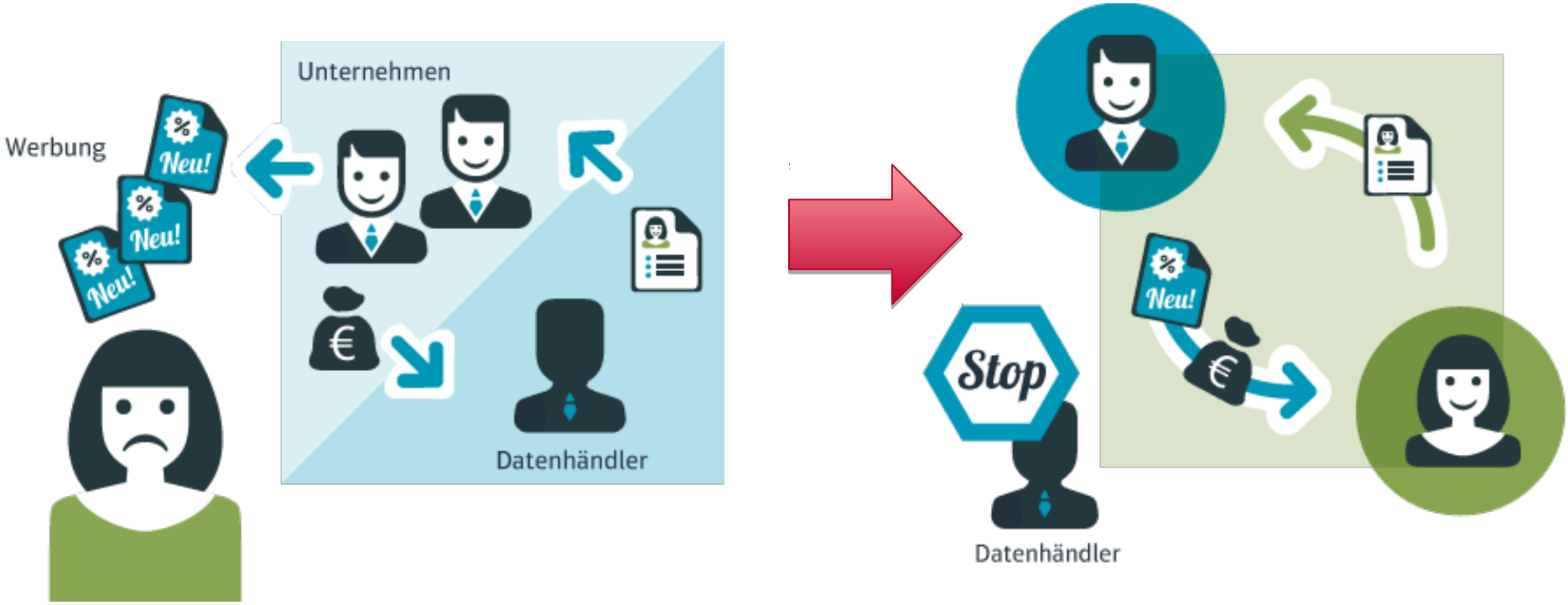
Datenspeicherung auf Facebook (2)

- Max Schrems
- *1987 in Salzburg
- Jurist und Datenschutzexperte

Gegenstück – Data Fairplay (1)



Gegenstück – Data Fairplay (2)



Datenschutz von Seiten der Nutzer (1)

Datenschutz von Seiten der Nutzer (2)

Datenschutz von Seiten der Nutzer (3)

- Thessa-Party 2011
- 1600 Partygäste
- Ca. 50.000€ Schaden

Datenschutz von Seiten der Nutzer (4)

- Live-Streaming + Live-Chat
- Ca. 100 Mio. Streams/Monat
- Ca. 15% aus Dt.

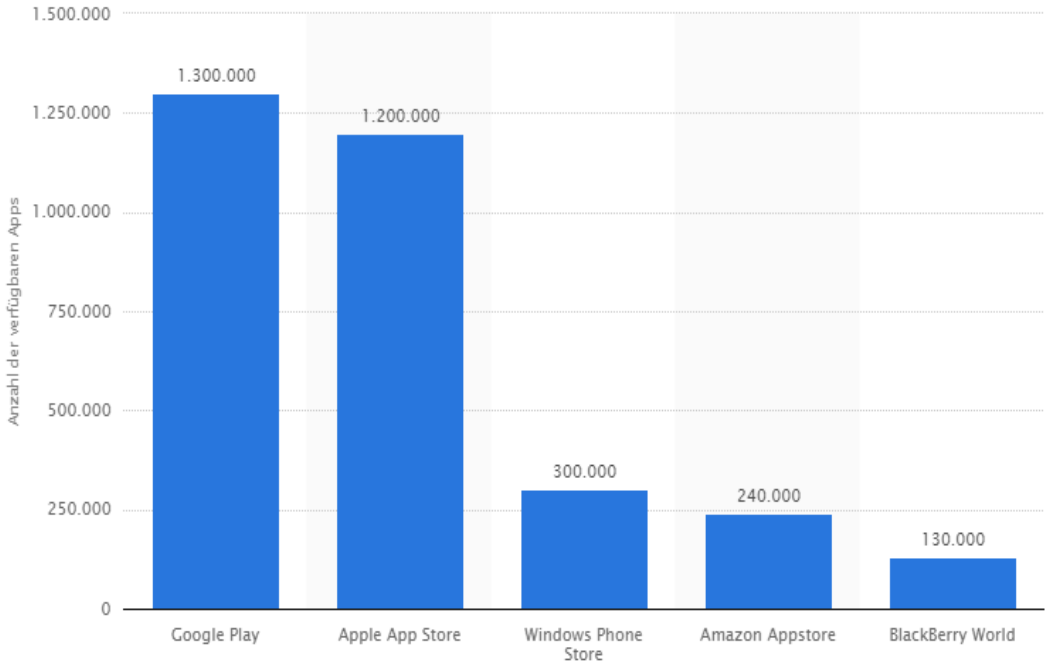
- Adi Sideman

Smartphones und ihre datenschutztechnische Relevanz

Smartphones und ihre datenschutztechnische Relevanz

- Ca. 1,91 Milliarden Smartphone-Nutzer Weltweit
- Davon 45,6 Millionen Nutzer in Deutschland

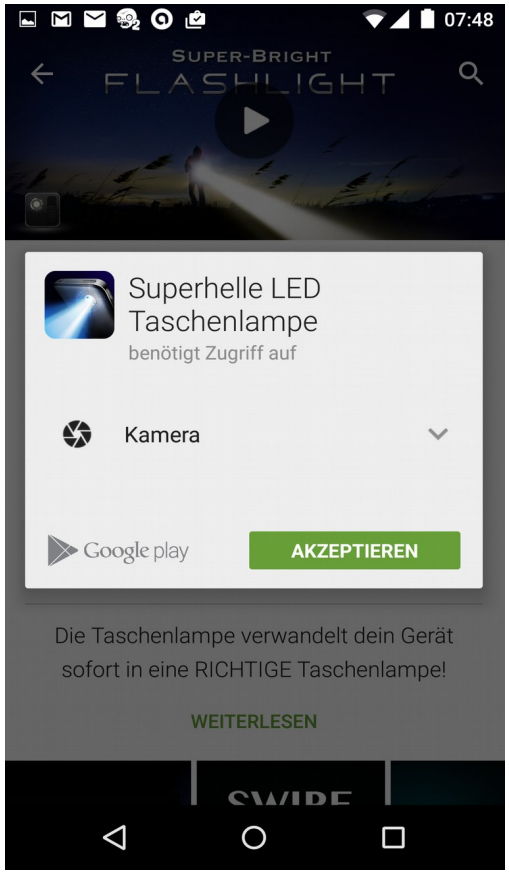
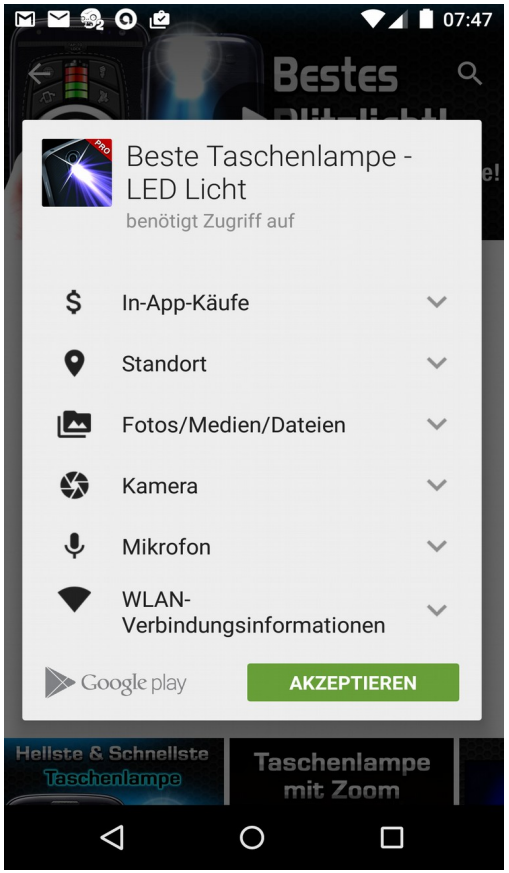
Apps als Mittel zur Datensammlung



- **Ca. 1,3 Millionen Apps im Google Play Store**
- **Facebook ist die beliebteste App**

Welche Daten werden gesammelt?

- Alles was nützlich aussieht
- z.B.: Bild-, Video-, Sounddatein, GPS-Standort, Kontaktdaten, W-Lan Netze, IMEI-Nummer, Suchdaten und vieles mehr

Gefahren und Auswirkungen der Datensammlung

Wie kann ich mich vor dem Datensammeln schützen