**Den Sozialen Netzwerken kommt bei der Nutzung des Internets eine besondere Bedeutung zu, da sie verschiedene Medienformate verbinden und sowohl privat als auch beruflich genutzt werden. Mit zwei Milliarden aktiven Nutzern ist Facebook das größte Soziale Netzwerk der Welt. Etwa 1,3 Milliarden Nutzer sind täglich mindestens einmal auf Facebook eingeloggt – davon 33,3 Prozent in der Region Asien-Pazifik, 20,8 Prozent in Europa und 14,2 Prozent in den USA und Kanada. Weltweit sind mehr als eine Milliarde Menschen in Gruppen auf Facebook aktiv, täglich werden bei Facebook mehr als 750 Millionen neue Freundschaften geschlossen. Im ersten Quartal 2017 nahm das Unternehmen 8,0 Milliarden US-Dollar ein, allein 7,9 Milliarden US-Dollar durch Werbung. Die Sozialen Netzwerke ziehen jedoch auch Kritik auf sich: Traditionelle soziale Kontakte würden leiden, der Datenschutz reiche nicht aus und die Hürde, respektvolle Umgangsformen zu missachten, sei vergleichsweise niedrig. Schließlich wird vor allem die kommerzielle Nutzung personenbezogener Daten kritisiert.**

Fakten

Kein Medium ist für die globale Vernetzung so prägend wie das Internet. Auch im kulturellen Bereich hat das Internet einen großen Einfluss auf die Inhalte und die Form der Kommunikation. Durch die zunehmende Verbreitung, die schneller werdende Datenübertragung und das veränderte Nutzerverhalten dringt das Internet immer tiefer in den Alltag von immer mehr Menschen ein.

Unter den verschiedenen Nutzungsformen des Internets kommt den sogenannten Sozialen Netzwerken eine besondere Bedeutung zu, da sie verschiedene Medienformate (E-Mail, Kurznachrichten, Chat, Video, Bild) verbinden. Sie dienen sowohl der direkten privaten und beruflichen Kommunikation als auch der Verbreitung von informierenden und unterhaltenden Inhalten. Die unterschiedlichen Intensitäten der Kommunikation reichen vom privaten Eins-zu-eins-Kontakt über den Austausch in festen Gruppen bis zur Kommunikation mit allen Nutzern eines Netzwerks. Dabei bildet nicht der einzelne Nutzer die Basis, sondern das Netzwerk, das sich nach innen verdichtet und nach außen expandiert.

Mit zwei Milliarden aktiven Nutzern im Juni 2017 ist Facebook mit Abstand das größte Soziale Netzwerk der Welt. Nach Angaben des Unternehmens haben sich im ersten Quartal 2017 knapp 1,3 Milliarden Nutzer täglich mindestens einmal auf Facebook eingeloggt. Von diesen Nutzern lebte ein Drittel in der Region Asien-Pazifik (33,3 Prozent), 20,8 Prozent in Europa und 14,2 Prozent in den USA und Kanada. Die verbleibenden 31,8 Prozent entfielen auf die anderen Welt-Regionen. Allein in Deutschland waren Mitte 2017 30 Millionen Menschen monatlich auf Facebook aktiv, 27 Millionen davon über ihre mobilen Endgeräte. 23 Millionen Deutsche nutzen Facebook täglich, davon wiederum 21 Millionen mobil.

Ende März beschäftigte Facebook 18.770 Mitarbeiter. Im ersten Quartal 2017 nahm das Unternehmen 8,0 Milliarden US-Dollar ein (4. Quartal 2016: 8,8 Mrd. USD) – davon 7,9 Milliarden US-Dollar durch Werbung. Entgegen der Nutzerzahlen entfiel von den Einnahmen im ersten Quartal 2017 fast die Hälfte auf die USA und Kanada (49,4 Prozent), ein knappes Viertel auf Europa (23,7 Prozent) und rund ein Sechstel auf die Region Asien-Pazifik (17,1 Prozent). Jeden Tag geben 800 Millionen Menschen bei Facebook über den "Like"-Button an, dass ihnen etwas gefällt. Weltweit sind mehr als eine Milliarde Menschen in Gruppen auf Facebook aktiv, täglich werden bei Facebook mehr als 750 Millionen neue Freundschaften geschlossen.

Die intensive Nutzung der Sozialen Netzwerke bringt jedoch auch Probleme mit sich. Während die Offenheit der Netzwerke den gesellschaftlichen Austausch erleichtert, gibt es die Befürchtung, dass allein aus Zeitgründen die persönlichen Kontakte leiden. Aus der Sicht des Datenschutzes wird die umfangreiche Veröffentlichung privater Informationen kritisiert: Auch wenn das Problem nicht neu ist, so sind bei den Sozialen Netzwerken die Zahl der betroffenen Personen sowie der Umfang der zur Verfügung stehenden Informationen sehr groß. Weiter wird kritisiert, dass sich in den Sozialen Netzwerken Falschmeldungen nahezu ungehindert und rasant verbreiten können. Zudem mache es die Anonymität der Netzwerke den Nutzern leichter, Standpunkte radikal zu vertreten und dabei auch respektvolle Umgangsformen zu missachten. Bezogen auf die sozialen Folgen der digitalen Kommunikation befänden wir uns daher noch in der Experimentierphase.

Im Zusammenhang mit der Kommerzialisierung der Netzwerke wird insbesondere die personenbezogene Werbung kritisiert, die sich am Nutzerverhalten und den jeweiligen Online-Profilen orientiert. Kritisiert wird dabei, dass die Netzwerke die Rechte der Nutzer stark einschränken, sich selbst aber weitreichende Rechte, vor allem bei der Weitergabe der Daten an Dritte, einräumen. Manche Kritiker, wie die US-amerikanische Wirtschaftswissenschaftlerin Shoshana Zuboff, gehen noch weiter: Nach ihrer Einschätzung versuchen Unternehmen wie Google oder Facebook mit den in der Vergangenheit gesammelten Daten Einfluss auf das Verhalten der Nutzer in der Gegenwart oder sogar Zukunft zu nehmen. Die umfangreiche kommerzielle Nutzung personenbezogener Daten führt für sie zu einem "Überwachungskapitalismus", der die liberale Ordnung bedroht, da die Prinzipien der Selbstbestimmung infrage gestellt werden.

Datenquelle

Facebook: www.facebook.com, newsroom.fb.com, investor.fb.com

Begriffe, methodische Anmerkungen oder Lesehilfen

**Soziale Netzwerke** stellen ihren Nutzern auf einer Online-Plattform Speicherplatz für die Erstellung eines eigenen Profils zur Verfügung. Die Nutzer können unter anderem Fotos und Videos speichern, Nachrichten verfassen und empfangen und sich in Gruppen zusammenschließen, um gemeinsame Interessen zu teilen. Personen, denen das Mitglied Einblick in das persönliche Profil gestattet, werden 'Freunde' genannt. Die meisten Sozialen Netzwerke sind werbefinanziert und aus diesem Grund für die Mitglieder kostenlos. Bei anderen müssen für bestimmte Funktionen Beiträge bezahlt werden.

**Aktive Nutzer** bei Facebook sind Nutzer, die sich in den vorangehenden 30 Tagen mindestens einmal auf Facebook eingeloggt haben.

Dieser Text ist unter der Creative Commons Lizenz [by-nc-nd/3.0/de/](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/) veröffentlicht.

Bundeszentrale für politische Bildung 2017 | [www.bpb.de](http://www.bpb.de)