Lehrmittelverlag
Zürich

Dossier

Facebook und Medienkompass

facebook

Inhaltsverzeichnis

Einleitung 3

Einheit 1: Erscheinungsformen von ICT und Medienbegriff 4

Medienkompass 1: Was sind Medien? 4

Medienkompass 2: Ein Ding für (fast) alle Fälle 4

Einheit 3: Reale und virtuelle Welt 5

Medienkompass 2: Mehr als die Wirklichkeit 5

Einheit 5: Vernetzung / Einheit 8: Mit Medien publizieren 6

Medienkompass 1: Vernetzt und verlinkt 6

Medienkompass 2: Präsent im Web 6

Medienkompass 2: Blog – das öffentliche Tagebuch 6

Einheit 13: Sicherer Umgang (Schutz vor Datenverlust) 7

Medienkompass 1: Sicher ist sicher 7

Medienkompass 2: Hier steckt der Wurm drin 7

Einheit 14: Privatsphäre (Schutz des Menschen) 8

Medienkompass 1: Ausgeschnüffelt und durchschaut 8

Medienkompass 2: Spuren im Netz 8

Einheit 15: Verhalten in virtuellen Räumen 11

Medienkompass 1: Chat – Geplauder im Internet 11

Medienkompass 2: Spass, Unfug und Verbrechen 11

Einheit 16: Urheberrecht 12

Medienkompass 1: Mein Werk, dein Werk 12

Medienkompass 2: Der Urheber hat Recht 12

Einheit 17: Chancengerechtigkeit 13

Medienkompass 2: Information für alle? 13

Einheit 18: Reflexion der Mediennutzung 14

Medienkompass 1: Medien überall 14

Medienkompass 2: Überall dabei und immer mobil 14

Weiterführende Publikationen zu Facebook und Social Communities 15

© 2012 Lehrmittelverlag Zürich

Einleitung

Eine aktuelle Untersuchung der Pädagogischen Hochschule Zürich zeigt, wie intensiv Kinder und Jugendliche auf Facebook präsent sind[1]. Von den befragten 189 Schülern und Schülerinnen aus dem ganzen Kanton Zürich im Alter von 11 bis 16 Jahren nutzen 70% Facebook. Wenn es um die Kommunikation unter Jugendlichen geht, steht Facebook ganz oben. So verfügen fast 75 Prozent der befragten Sekundarschüler über einen Facebook-Account, bei den Primarschülern sind es 22 Prozent (5. Klasse), bzw. 35 Prozent (6. Klasse). Dass so viele Primarschüler bereits über ein Facebook-Profil verfügen, erstaunt, denn das Mindestalter für die Einrichtung eines Accounts beträgt 13 Jahre. Etwas mehr als ein Drittel der Befragten hat auf Facebook zwischen 300 und 500 Freunde. Laut der Umfrage werden vor allem Kollegen und Kolleginnen aus dem realen Leben zum eigenen Profil hinzugefügt.

Diese starke Nutzung unter Jugendlichen macht Facebook zu einem Thema in der Schule, das mithilfe des Lehrmittels Medienkompass behandelt werden kann: Obwohl Facebook im Medienkompass nicht namentlich genannt wird (Facebook gibt es erst seit 2008 auf deutsch), lassen sich die Chancen und Risiken von sozialen Netzwerken unter verschiedenen Aspekten im Medienkompass aufgreifen.

[1] http://www.phzh.ch/de/Ueber_uns/Kommunikation/Medienmitteilungen/Medienmitteilungen-Detail/?NewsId=4721

© 2012 Lehrmittelverlag Zürich

Einheit 1: Erscheinungsformen von ICT und Medienbegriff

Einheit 1 von Medienkompass 1 und 2 behandelt den Medienbegriff und verschiedene Formen von Medien. Facebook kann dabei als Kommunikations- und Massenmedium verstanden werden.

Medienkompass 1: Was sind Medien?

Aufgabe: Medienalltag (S. 9)
Die Schülerinnen und Schüler überlegen sich, wie viele Medien sie pro Tag nutzen und wie vielen Medien sie täglich begegnen. Mit welchen Medien werden Botschaften gesendet und empfangen? Hier ist ein Fokus auf soziale Netze möglich: In welchen Situationen und wie oft verwenden die Schülerinnen und Schüler Facebook zum Kommunizieren?

Aufgabe: Medienauswahl (S. 9)
Als Variante zu dieser Aufgabe lassen Freunde zu einer Veranstaltung über Facebook einladen. Welche unbeabsichtigen Folgen kann dies haben? (Je nach Profil-Einstellungen können völlig unbekannte – und unerwünschte – Personen auftauchen.)

Medienkompass 2: Ein Ding für (fast) alle Fälle

Aufgabe: Massenmedium im Internet (S. 9)
Immer mehr kleine und grosse Unternehmungen sowie auch berühmte Personen nutzen Social Media zur Kundenpflege und -information. Dies kann hier als zusätzlicher Aspekt der Aufgabe beobachtet und protokolliert werden.

© 2012 Lehrmittelverlag Zürich

Einheit 3: Reale und virtuelle Welt

Hier geht es darum, die Unterschiede zwischen realer und virtueller Welt deutlich zu machen. Thematisiert wird die Faszination virtueller Welten und deren Bedeutung im Alltag. Facebook lässt sich dabei als virtuelle Welt mit eigenen Gesetzmässigkeiten verstehen.

Medienkompass 2: Mehr als die Wirklichkeit

Facebook ist für viele Jugendliche eine Art ergänzendes Angebot zu ihren realen Freunden und Freizeitaktivitäten. Die Freundschaften, die sie hier weiterpflegen, sind real, die Art des Kontaktes und der Freundschaftsbezeugungen ist jedoch virtuell. Anders als im wirklichen Leben kann man auf Facebook rasch viele «Freunde» haben.

Freunde finden in Facebook – spielend einfach?

Aufgabe: Face to face (S. 17)
Wie in jeder Social Community im Internet ist auch bei Facebook die Eindrucksbildung wichtig, das «Identity Management». Bei dieser Aufgabe wäre also zu fragen: Welches Foto verwende ich in meinem Facebook-Profil? Wie verändere ich es? Welchen Eindruck möchte ich mit der Veränderung erwecken? Verwende ich gar einen Avatar als Bild?

© 2012 Lehrmittelverlag Zürich

Einheit 5: Vernetzung / Einheit 8: Mit Medien publizieren

Die Einheiten 5 und 8 schaffen ein Verständnis für die Funktionsweise des Web und für das Publizieren im Web. Das Facebook-Profil stellt für viele Schülerinnen und Schüler einen eigenen Webauftritt dar, der bewusst gestaltet sein will.

Medienkompass 1: Vernetzt und verlinkt

Aufgabe: Linkliste erstellen (S. 27)
In Facebook sind auf der Pinnwand die Links ersichtlich, die von Facebook-Freunden geteilt werden. Durch Klicken kommt man zum entsprechenden Artikel.

Medienkompass 2: Präsent im Web

Aufgabe: Eigene Website planen (S. 29)
Mit der neuen Möglichkeit der «Chronik» kann jeder Facebook-User eine eigene Website über sich selber erstellen. Die eigenen Daten (Fotos, Freunde, Informationen, Posts, Kommentare usw.) werden chronologisch in Wort und Bild dargestellt. Es ist deshalb genau zu überlegen und zu planen, was und wie man auf Facebook etwas veröffentlicht und wer dies sehen darf.

Die ganze Lebensgeschichte auf Facebook?

Medienkompass 2: Blog – das öffentliche Tagebuch

Einträge in Facebook werden automatisch und ausschliesslich chronologisch publiziert. Dadurch erhält die Pinnwand auf Facebook ebenfalls den Charakter eines Blogs.

© 2012 Lehrmittelverlag Zürich

Einheit 13: Sicherer Umgang (Schutz vor Datenverlust)

Die Einheit 13 beider Bände will ein Bewusstsein schaffen für den sicheren Umgang mit Passwörtern, aber auch für die Gefährdung des Computers und der persönlichen Daten.

Medienkompass 1: Sicher ist sicher

Passwörter sind auch für die Sicherheit in Facebook von grosser Wichtigkeit. Immer wieder hört man vom Austausch von Passwörtern als Vertrauensbeweis. Dies kann tückisch sein. Eine Beziehung kann zerbrechen und die beste Freundin ist plötzlich keine mehr. Dann kann es aus Rache zu einem sogenannten «Identity Theft» kommen. Im Namen einer anderen Person wird dann das Profil verwaltet, verändert und für eigene Mitteilungen in fremdem Namen missbraucht. Wird dabei das Passwort noch verändert, kann der eigentliche Kontoinhaber nicht mehr auf die eigenen Daten zugreifen.

Passwörter sind nur sicher, wenn sie nicht erraten werden können und nur einer Person bekannt sind. Viele Webdienste bieten ein Login via Facebook an. Dadurch wird das Facebook-Login noch wichtiger und zum Schlüssel für andere Dienste.

Aufgabe: Passwort-Check (S. 61)
Die Schülerinnen und Schüler können ihr Facebook-Passwort online checken lassen.

Medienkompass 2: Hier steckt der Wurm drin

Mit der Einwilligung, dass sogenannte «Anwendungen» auf Facebook auf das eigene Profil zugreifen dürfen, kann auch Malware (schädliche Software) eingeschleust werden, und es können Daten ausspioniert werden.

© 2012 Lehrmittelverlag Zürich

Einheit 14: Privatsphäre (Schutz des Menschen)

Hier soll ein Bewusstsein geschaffen werden für den Umgang mit persönlichen Daten im Internet und für die Privatsphäre als schützenswertes Gut. Gerade bei Facebook ist dies ein umstrittenes Thema. Das Geschäftsmodell von Facebook beruht (wie das vieler anderer sozialen Netzwerke) darauf, dass die User den scheinbar kostenlosen Dienst über die Preisgabe ihrer Daten finanzieren. Diese Daten werden, zusammen mit dem Nutzerverhalten, von Facebook ausgewertet und erlaubt es den Werbekunden von Facebook, gezielt Werbung zu platzieren.

Medienkompass 1: Ausgeschnüffelt und durchschaut

Mit dem Akzeptieren der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) von Facebook[2] willigt der Facebook-User zu einer langen Liste von Bedingungen ein, die in den meisten Fällen nie gelesen werden. Facebook behält sich vor, die AGB jederzeit zu ändern. Wer auf dem neusten Stand bleiben will, muss sich selbst informieren, da Facebook dies als Holschuld, nicht als Bringschuld ansieht. Nur wer die Seite «Facebook Site Governance»[3] mit «Gefällt mir» quittiert hat, erfährt von geplanten und bereits umgesetzten Änderungen. Hier kann man zwar Änderungen kommentieren, z.B. «Ich bin mit den Änderungen nicht einverstanden», doch hat dies keine Auswirkung auf das Inkrafttreten der neuen Regelungen.

Werden sogenannte «Anwendungen» (externe Programme) ins Facebook-Profil eingebunden, wird diesen Anwendungen u.a. auch das Recht zugestanden, auf Daten des eigenen Profils zugreifen zu können. Dabei werden die Daten jedoch weder spezifiziert, noch können sie eingeschränkt werden. Auch das Nicht-Installieren von Anwendungen schützt nicht zuverlässig. Verwenden Facebook-Freunde solche Anwendungen, können diese auch auf die eigenen Daten zugreifen.

In Facebook müssen die Konto- und Privatsphären-Einstellungen unbedingt den eigenen Bedürfnissen entsprechend angepasst werden. Die verschiedenen Einstellungsmöglichkeiten sind oft nur umständlich zu finden und die Erklärungen dazu sind nicht immer verständlich. Ein Blick in die Hilfe von Facebook kann hier unter Umständen zweckdienlich sein. Da Facebook die Benutzeroberfläche immer wieder umstellt, neue Funktionen anbietet oder gar die Nutzungsbedingungen ändert, sollten diese Einstellungen von Zeit zu Zeit kontrolliert werden.

Aufgabe: Die roten Kreise (S. 65)
Diese Aufgabe lässt sich anpassen in Bezug auf Informationen, die man auf Facebook veröffentlichen bzw. auf keinen Fall preisgeben möchte.

Medienkompass 2: Spuren im Netz

Was wir auf Facebook posten, kommentieren, teilen und «liken» («Gefällt mir»), hinterlässt Spuren im Netz. Diese Spuren lassen sich zwar mit den Privatsphären-Einstellungen teilweise steuern, andererseits ist man gerade bei Facebook auch von den Profil-Einstellungen der eigenen Facebook-Freunde abhängig.

---

[2] http://www.facebook.com/legal/terms
[3] http://www.facebook.com/fbsitegovernance

© 2012 Lehrmittelverlag Zürich

Ein Ausschnitt aus den komplexen Profil-Einstellungen von Facebook

Wenn jemand seine Pinnwand als «öffentlich» eingestellt hat, werden die eigenen «Posts» und «Likes» darauf automatisch auch öffentlich und sogar mit Google auffindbar, auch wenn man selbst die Auffindbarkeit des eigenen Profils in Google nicht angeklickt hat. Auf die eigenen Facebook-Einstellungen ist deshalb nur bedingt Verlass. Es ist nicht möglich zu erkennen, wie ein Facebook-Freund seine Einstellungen gesetzt hat. Was man an eine (eigene oder fremde) Pinnwand schreibt, bleibt im Netz und ist auch für Personen einsehbar, mit denen man nicht auf Facebook befreundet ist und die nicht einmal auf Facebook registriert sein müssen, da über Google bereits einiges einsehbar ist. Kommentare, Links, Bilder, «Likes» usw. lassen sich mit einem einzigen Klick teilen und werden so weiterverbreitet. Was nur meine Freunde sehen, kann via dieser Facebook-Freunde an weitere Facebook-User verteilt werden, die dann wieder den Ursprung des Posts bei mir nachverfolgen können. Aus all diesen Gründen ist die Devise «Think before you post» auf Facebook besonders wichtig!

Bevor man Fotos, Videos und Kommentare über andere Personen postet, muss man diese um Erlaubnis fragen. Ebenso verhält es sich bei den Markierungen auf Fotos. Zuwiderhandlung verletzen die Privatsphäre und können – je nach Inhalt – als Cybermobbing geahndet werden.

Welche Informationen man über sich selbst preisgibt, ist gut zu überlegen. Einerseits gilt Facebook der Kontaktpflege, d.h. es sollen persönliche Hinweise veröffentlicht werden, damit der Austausch bereichernd und interessant wird. Andererseits sollten nicht zu viele persönliche und auf keinen Fall sensible Daten veröffentlicht werden. Die Bekanntgabe von Telefonnummer, Mailadresse usw. ist auf Facebook nicht empfehlenswert. Freunde aus dem realen Leben haben diese Daten bereits, andere Personen brauchen sie nicht. Es ist auch möglich, auf Facebook Kontakt aufzunehmen, ohne dass solch persönliche Kontaktinformationen publiziert sind.

Gerade Kinder und Jugendlichen sollen sich besonders gut überlegen, welche Bilder sie von sich auf Facebook veröffentlichen. Dies ist auch deshalb so wichtig, weil sie im Laufe ihrer Entwicklung verschiedene Rollen ausprobieren und diese nicht nur im realen, sondern auch im virtuellen Leben auf Facebook testen. Je nachdem, welche Bilder (und

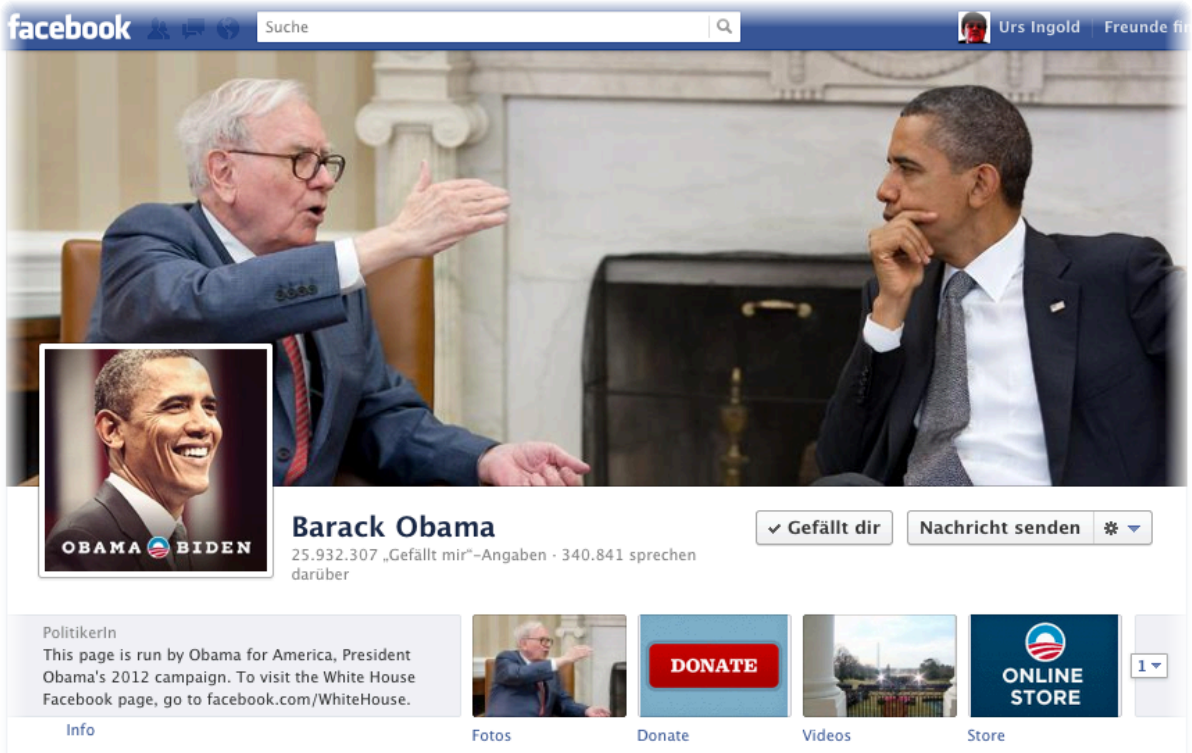
© 2012 Lehrmittelverlag Zürich

auch Kommentare sowie Links) man auf dem eigenen Facebook-Profil hat, lässt man einen anderen Blick auf sich zu, gibt man eine andere Facette von sich preis. Weiter ist zu beachten, dass Bilder im Internet auch nach dem Löschen der ursprünglichen Quelle eben nicht unbedingt gelöscht sind («das Netz vergisst nichts»).

Zusatzaufgabe: Facebook-Profile vergleichen
Mit den Schülerinnen zwei bis drei bestehende Facebook-Profile, die sich in der Art der Selbstdarstellung und im Umgang mit der Privatsphäre unterscheiden, analysieren und nach folgenden Punkten vergleichen:

- Wie stellen sich die Personen dar?
- Was geben sie von sich preis?
- Was finde ich gut daran? Was finde ich problematisch?

Bei dieser Übung sollten auf keinen Fall Profile aus der eigenen Klasse verwenden werden, da dies zu unangenehmen Situationen für die betroffenen Schülerinnen und Schüler führen kann und sie sich grundsätzlich weniger offen zu Profilen ihrer Freundinnen und Kollegen äussern. Mit Vorteil verwendet man Profile bekannter Persönlichkeiten wie Politiker, Prominente oder Sportler.



Facebook als Teil des Wahlkampfes (www.facebook.com/barackobama)

Einheit 15: Verhalten in virtuellen Räumen

Ethische Verhaltensregeln sind gerade in der Welt von Facebook besonders wichtig. Solche Regeln werden in der Einheit 15 beider Bände von Medienkompass thematisiert.

Medienkompass 1: Chat – Geplauder im Internet

Facebook verfügt über einen integrierten Chat, was ein spezielles Chatprogramm wie MSN oder Skype überflüssig macht. Ist man in Facebook online, sieht man automatisch, welche Facebook-Freunde ebenfalls online zum Chatten verfügbar sind. Hier gelten im Chat in Bezug auf Sicherheit und Datenschutz die gleichen Vorsichtsmassnahmen wie in einem normalen Chat. Die Netiquette muss eingehalten werden. Die Kinder und Jugendlichen sollen nur Kontakt mit jemandem aufnehmen, den sie aus dem «richtigen» Leben kennen, nie mit Fremden. Zudem sollen sie im Zweifelsfall nachfragen, ob es sich dabei wirklich um die betreffende Person handelt, z.B. via Mail oder am Telefon. Es gibt immer wieder Fälle von «Identity Theft» und gefälschten Facebook-Profilen.

Medienkompass 2: Spass, Unfug und Verbrechen

Verletzende, beleidigende und diffamierende Fotos sowie Aussagen über andere im Internet, gerade auch in sozialen Netzwerken wie Facebook, gelten als Cybermobbing und können von der Polizei strafrechtlich verfolgt werden. Jeder lebende Mensch besitzt das Recht am eigenen Bild, was bedeutet, dass ohne vorherige und ausdrückliche Einwilligung kein Bild veröffentlicht werden darf. Wird die Person dabei noch unvorteilhaft dargestellt, verschärft sich die Situation. Das gleiche gilt auch für Posts und Kommentare.

© 2012 Lehrmittelverlag Zürich

Einheit 16: Urheberrecht

In Einheit 16 von Medienkompass 1 und 2 wird der Umgang mit fremdem geistigem Eigentum behandelt. Dabei werden die wichtigsten Bestimmungen des Urheberrechts in Bezug auf das Internet erklärt. Diese gelten auch auf Facebook, wobei sich Facebook dabei weitgehende Nutzungsrechte ausbedingt.

Medienkompass 1: Mein Werk, dein Werk

Gefällt einem ein Bild aus dem Internet gut und möchte man es in Facebook mit anderen teilen, so postet man am besten die Webadresse (URL) des Bildes. Auf diese Weise ist die Quelle für alle klar ersichtlich. Das ist besser, als das Bild zuerst auf den eigenen Computer zu speichern und danach ohne Angabe der Quelle wieder zu veröffentlichen. Zudem umgeht man dabei das Risiko, sich durch einen Download Malware auf den eigenen Computer zu laden. Sieht man bei einem Facebook-Freund einen spannenden Link, lässt sich dieser mit der Teilen-Taste auf der eigenen Pinnwand ebenfalls veröffentlichen und man macht dadurch gleichzeitig klar, woher die Idee stammt.

Medienkompass 2: Der Urheber hat Recht

Wem «gehören» die Bilder und Texte, die Facebook-User publizieren? Wer hat die Nutzungsrechte? Facebook hält in ihrer «Erklärung der Rechte und Pflichten», unter «2. Der Austausch deiner Inhalte und Informationen»[4] fest:

> «Für Inhalte wie Fotos und Videos („IP-Inhalte“), die unter die Rechte an geistigem Eigentum fallen, erteilst du uns durch deine Privatsphäre- und Anwendungseinstellungen die folgende Erlaubnis: *Du gibst uns eine nicht-exklusive, übertragbare, unterlizenzierbare, gebührenfreie, weltweite Lizenz für die Nutzung jeglicher IP-Inhalte, die du auf oder im Zusammenhang mit Facebook postest („IP-Lizenz“)*. Diese IP-Lizenz endet, wenn du deine IP-Inhalte oder dein Konto löschst, außer deine Inhalte wurden mit anderen Nutzern geteilt und diese haben die Inhalte nicht gelöscht.»

Im Klartext: Facebook beansprucht die Nutzungsrechte an allen Inhalten, die von den Usern auf Facebook veröffentlicht werden. Dies ist ein sehr weitreichendes Recht, das sich Facebook hier herausnimmt, und sollte mit den Schülerinnen und Schülern eingehend besprochen werden.

[4] http://www.facebook.com/legal/terms

© 2012 Lehrmittelverlag Zürich

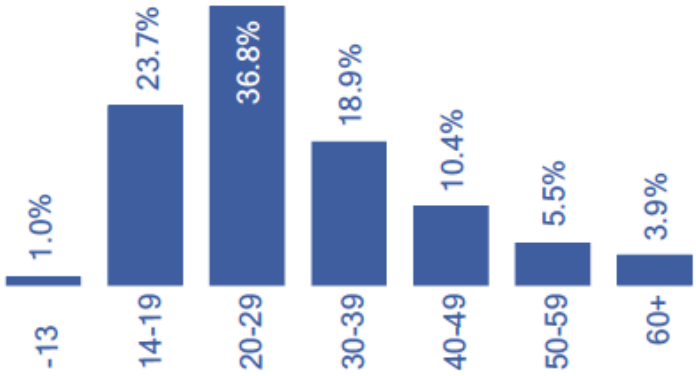
Einheit 17: Chancengerechtigkeit

In Einheit 17 von Medienkompass 2 soll ein Bewusstsein für Chancengerechtigkeit am Beispiel des Zugangs zu Information geschaffen werden. Facebook lässt sich dabei als «globales Dorf» verstehen.

Medienkompass 2: Information für alle?

Rund 800 Mio. Menschen sind 2012 Mitglied bei Facebook. Das wäre nach China und Indien der drittgrösste Staat der Welt. Nicht in allen Ländern sind prozentual gleich viele Menschen mit dabei. Grundsätzlich kann jeder Mitglied werden, der Zugriff aufs Internet und eine eigene Mailadresse hat und älter als 13 Jahre ist. Facebook ist kostenlos und in über 70 Sprachen verfügbar und kann somit geografische, sprachliche und kulturelle Grenzen überwinden. Es ist beispielsweise möglich, dass Leute aus fünf Kontinenten der gleichen Facebook-Gruppe angehören und das gleiche Video «liken».

Interessant ist die Verbreitung von Facebook nach Ländern, Geschlecht und Altersgruppen. *Social Media Schweiz* stellt die von Facebook preisgegeben Daten anschaulich dar[5], beispielsweise die Altersverteilung der Nutzerinnen und Nutzer:



Altersverteilung der Facebook-User weltweit (2011). Quelle: Social Media Schweiz

[5] http://www.socialmediaschweiz.ch/html/infografik.html

© 2012 Lehrmittelverlag Zürich

Einheit 18: Reflexion der Mediennutzung

Hier geht es um die Reflexion der eigenen Mediennutzung, speziell um die Bedeutung des Handys bzw. de Smartphones. Facebook macht einen wesentlichen Teil der gesamten Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen aus (vgl. JAMES-Studie 2010[6] und Studie der PH Zürich[7]).

Medienkompass 1: Medien überall

Aufgabe: Medientagebuch (S. 80)
In einem Medientagebuch lässt sich der Gebrauch von Facebook gesondert erfassen, speziell den mobilen Zugriff via Smartphone oder anderer Geräte.

Aufgabe: Die Funktionen verschiedener Medienangebote (S. 81)
Die Schülerinnen und Schüler überlegen sich, welche Funktionen (Pinnwand, Chronik, Chat, Nachrichten usw.) von Facebook sie wozu verwenden.

Aufgabe: Eine Welt ohne Medien (S. 81)
Diese Aufgabe lässt sich entsprechend anpassen: «eine Welt ohne Facebook». Die Schülerinnen und Schüler verzichten eine Woche lang auf Facebook und halten die Erlebnisse fest. Gehört man ohne Facebook «nicht mehr dazu»?

Medienkompass 2: Überall dabei und immer mobil

Der Zugang zu Facebook erfolgt immer mehr über mobile Geräte wie Smartphones oder Tablets. Für iPhone und Android sind spezielle Facebook-Apps erhältlich. Das Handy (sprich Smartphone) wird dann zum Störfaktor, wenn jemand dauernd mit Facebook beschäftigt ist und sich nicht auf das Gegenüber (oder den Unterricht) konzentriert.

---

[6] http://www.swisscom.com/de/ghq/verantwortung/kommunikation-fuer-alle/jugendmedienschutz/james-studie.html
[7] http://www.phzh.ch/de/Ueber_uns/Kommunikation/Medienmitteilungen/Medienmitteilungen-Detail/?NewsId=4721

© 2012 Lehrmittelverlag Zürich

Weiterführende Publikationen zu Facebook und Social Communities

- Anleitung der PH Zürich zu sicheren Facebook-Einstellungen:
  http://www.medienbildung.ch/webautor-data/26/Facebook-Einstellungen.pdf
- Informationen zu sozialen Netzwerken der Initiative klicksafe.de:
  http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/soziale-netzwerke/
- Merkblatt zu Social Communities der Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen:
  http://www.grimme-institut.de/imblickpunkt/pdf/imblickpunkt_social-communities.pdf
- Dossier von SF Wissen zu Internet-Communities:
  http://www.wissen.sf.tv/Dossiers/Medien/Facebook-Co.-Internet-Communities#!videos

Impressum

Dieses Dossier wurde in Zusammenarbeit mit der Pädagogischen Hochschule Zürich entwickelt. Autoren: Urs Ingold und Silvie Spiess, unter Mitwirkung von Daniel Ammann, Flurin Senn und Friederike Tilemann.

«Facebook» ist eine eingetragene Marke der Firma Facebook, Inc.

Alle Links wurden am 12.4.2012 überprüft.