

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	9
Tabellenverzeichnis	11
Einleitung	13

I Das multidimensionale Konzept von Privatheit

1. Privatheit: Begriffsdefinition.....	20
2. Privatheit und Öffentlichkeit: Historischer Überblick.....	21
2.1. Privatheit und Politik in der Antike.....	22
2.2. Von der Spätantike in das frühe Mittelalter: Die Entdeckung des Intimen.....	24
2.3. Spätmittelalter und Aufklärung: Die Diskussion des Öffentlichen	26
2.4. Die „Emanzipation des Privaten“ im 20. Jahrhundert.....	27
3. Sozialpsychologische Mechanismen individueller Privatheit	29
3.1. Funktionen individueller Privatheit	29
3.2. Privatheit als Regulativ im interpersonalen Interaktionsprozess.....	32
3.3. Herstellungs- und Ausgestaltungsprozesse individueller Privatheit	36
4. Juristische Implikationen von Privatheit	45
4.1. Die Sphären-, Rollen- und Kommunikationstheorie als Grundlagen des juristischen Privatheitsmodells.....	45
4.2. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht als Recht auf Privatheit.....	48
4.3. Das Recht auf informationelle Selbstbestimmung	52
5. Die Mediatisierung des Privaten	54
6. Zwischenfazit: Dimensionen von Privatheit	62

II Formen und Funktionen von Online-Privatheit

1.	Der politische Wert von Online-Privatheit: Zwischen Technikpessimismus und Medieneuphorie	65
1.1.	Das Ende von Privatheit im Überwachungsstaat.....	66
1.2.	Neue Demokratie durch digitale Privatheit	68
1.3.	Datenfreiheit: Das digitale Zeitalter ist post-privat	70
2.	Datenschutz – conditio sine qua non für Online-Privatheit?.....	72
2.1.	Das Internet als Blackbox: Zwischen Unsicherheit und Unwissen.....	72
2.2.	Techniken der Erfassung und Verwertung privater Daten	75
2.3.	Privacy Awareness als Voraussetzung für erfolgreichen Datenschutz.....	78
3.	Motive privaten Verhaltens im Social Web	81
3.1.	Gratifikationen von Online-Privatheit	82
3.2.	Online-Privatheit als Kalkül	89
4.	Der Angebotscharakter des Social Web und dessen Einfluss auf individuelles Privacy Management	92
4.1.	Audience Management: Regulierung des informationellen Zugangs in sozialen Online-Netzwerken	95
4.2.	Selbst- und Fremddarstellung: Chancen und Risiken der Identitätsgestaltung in sozialen Online-Netzwerken	98

III Das Modell der User Generated Privacy

1.	Handlungstheoretischer Rahmen und Vorüberlegungen	106
2.	Modellierung privatsrelevanten Online-Handelns.....	114
3.	Zusammenfassung: Das Modell der User Generated Privacy.....	133

IV Jugendliche im 21. Jahrhundert: Die „digitale Generation“

1. Mediatisierte Jugend.....	138
1.1. Die Generation der „Digital Natives“.....	141
1.2. Jugendliche in sozialen Online-Netzwerken.....	143
2. Strategien des Privacy Managements Jugendlicher	144
2.1. Gestaltungsformen von Online-Privatheit	145
2.2. Revision des Privacy Paradox? Der Wert des Datenschutzes bei Jugendlichen	152
3. Anpassung des theoretischen Modells der User Generated Privacy auf die Gruppe der Jugendlichen.....	158

V Empirische Untersuchung: Online-Privatheit bei Jugendlichen

1. Qualitative Medienforschung: Forschungsfragen und Studiendesign....	164
2. Online-Privatheit 12- bis 14-Jähriger	174
2.1. Triangulative Analyse der Gruppeninterviews und Fragebögen	180
2.2. Analyse der Zeichnungen.....	188
2.3. Zwischenfazit: Online-Privatheit 12- bis 14-Jähriger.....	203
3. Handlungsmuster und Determinanten im Online-Privatheitsprozess 15- bis 18-Jähriger.....	204
3.1. Komplexe Regulierungsstrategien im Spannungsverhältnis von Digital Crowding und Selbstoffenbarung.....	216
3.2. Privacy Awareness und ihre Determinanten	225
3.3. Zum Verständnis von Online-Privatheit	244
3.4. Zwischenfazit: Online-Privatheit 15- bis 18-Jähriger.....	249
4. Zusammenfassung und Diskussion der Untersuchungsergebnisse	251
Schlussbetrachtung und Ausblick	269
Literaturverzeichnis	277