

Mehr als Bewusstsein für Privatheitsrisiken

Eine Rekonzeptualisierung der Online-Privatheitskompetenz als Kombination aus Wissen, Fähig- und Fertigkeiten

Philipp K. Masur

Online-Privatheitskompetenz wird häufig als Voraussetzung für informationelle Selbstbestimmung angesehen. Eine entsprechende Förderung wird damit oftmals als potenzielle Lösung für Datenschutzprobleme im Internet diskutiert. Bisher wurde Online-Privatheitskompetenz dabei vorrangig als Wissenskonstrukt operationalisiert. Es konnte auch gezeigt werden, dass höheres Privatheitswissen mit mehr Selbstdatenschutz einhergeht. Es ist jedoch unklar, inwiefern eine entsprechende Förderung tatsächlich zu mehr Selbstbestimmung im Internet führt und dazu beiträgt, dass Individuen sich im Internet reflektiert und im Einklang mit ihren Privatheitsbedürfnissen bewegen. Der vorliegende Beitrag argumentiert, dass Online-Privatheitskompetenz allgemeiner als eine Kombination aus Wissen und besonderen Fähig- und Fertigkeiten konzeptualisiert werden muss. Zu diesem Zweck wird eine Rekonzeptualisierung vorgeschlagen, die neben faktischen Wissen über ökonomische, technische und rechtliche Aspekte der Online-Privatheit auch privatheitsbezogene Reflexions- und Kritikfähigkeit sowie konkrete Privatheits- und Datenschutzfertigkeiten umfasst.

Schlüsselwörter: Online-Privatheit, Privatheitskompetenz, Wissensaneignung, Datenschutz, Informationelle Selbstbestimmung

Für viele Menschen ist die Nutzung digitaler Medien ein fester Bestandteil ihres Alltags geworden. Aktivitäten, die ehemals nur offline ausgeführt wurden, finden in zunehmendem Maße auch in Online-Umgebungen statt. Immer mehr Menschen nutzen unzählige Kommunikations- und Informationstechnologien (z. B. Computer, Smartphones oder Smartwatches) sowie spezifische Online-Anwendungen und -Plattformen (z. B. Instant-Messenger, Soziale Netzwerkseiten oder Online-Shopping-Dienste), um mit anderen Menschen zu kommunizieren, einzukaufen, einen Partner zu finden, alltägliche oder private Informationen zu suchen, Zerstreuung zu finden oder Nachrichten zu konsumieren. Auch komplexere Aufgaben werden mittlerweile Online-Diensten überlassen: Navigationssysteme zeigen den Weg, Tracking-Anwendungen zeichnen sportliche Leistungen auf, Streaming-Dienste schlagen personalisiert Musik oder Filme vor. Die Verfügbarkeit von mobilem Breitbandinternet erlaubt es gerade Smartphone-Nutzerinnen und -Nutzern, diese „Dienste und Funktionen der Online-Kommunikation jederzeit und an jedem Aufenthaltsort in Anspruch zu nehmen“ (Vorderer 2015: 259).

Bei all diesen Online-Aktivitäten entstehen personenbezogene Daten, die durch wirtschaftliche und staatliche Akteure gespeichert, analysiert und verwertet werden. Die unterschiedlichen Informationen erlauben in Kombination einen intimen Einblick in das Leben, die Verhaltensweisen und Wünsche einzelner Individuen (Acquisti, Brandimarte & Loewenstein 2015: 509). Drei technische Entwicklungen der letzten Jahrzehnte führten dabei nach Nissenbaum (2010) insbesondere zu einer Bedrohung der Privatheit (S. 36): 1) stetig zunehmende Kapazitäten, große Datens Mengen zu speichern und effektiv zu verwalten; 2) neue Möglichkeiten, auf Informationen von unterschiedlichen Orten aus zuzugreifen und so zu kombinieren; sowie 3) weitreichende Entwicklungen in der Informatik, Computertechnik und Statistik, die Vorhersagen auf Basis von Big Data in

bisher unbekanntem Ausmaß ermöglichen. Der zunehmende Verlust von Privatheit auf dieser *vertikalen* Ebene (d. h. gegenüber Online-Diensteanbietern oder staatlichen Institutionen; vgl. Masur, Teutsch & Dienlin 2018: 15ff.) bei gleichzeitig hoher Akzeptanz der Dienste führt letztlich auch zur Abschwächung des normativen Wertes der Privatheit in der Gesellschaft (Sevignani 2016). Gerade weil Online-Diensteanbieter behavorale und psychologische Prozesse im Zusammenhang mit der Offenbarung privater Informationen ausnutzen (Acquisti et al. 2015: 512) und außerdem die Strukturen und Anreizsysteme, in denen Online-Kommunikation stattfindet, bereitstellen, scheinen die Nutzerinnen und Nutzer den damit einhergehenden Informationskapitalismus im zunehmenden Maße zu akzeptieren (Castells 2010; Sevignani 2016).

Es besteht jedoch auch ein erhöhtes Risiko, dass Privatheitsverletzungen auf einer *horizontalen* Ebene entstehen (vgl. Masur et al. 2018: 9ff.): Selbst diejenigen Daten und Informationen, die bewusst nur mit ausgewählten Personen (z. B. den Facebook-Freunden oder den Twitter-Followern) geteilt wurden, können ungewollt ein unbekanntes und potenziell großes Publikum erreichen (boyd 2008). Neue Online-Umgebungen sind durch eine zunehmende Vermischung privater und öffentlicher Sphären gekennzeichnet (Papacharissi 2011). Ehemals getrennte soziale Kontexte werden dadurch vermengt und konfrontieren Nutzerinnen und Nutzer mit der Herausforderung, ihr Verhalten an disperse und häufig nur schwer erfassbare Publika anzupassen (Binder, Howes & Sutcliffe 2009; Hogan 2010; Vitak 2012).

Der Schutz der Privatheit scheint also insbesondere in medial-vermittelten Umwelten und Kommunikationsräumen vor neue gesellschaftliche und individuelle Herausforderungen gestellt. Eine Einschränkung oder sogar Verletzung der Privatheit wird vor diesem Hintergrund vorrangig im Kontext des Verlustes von Freiheit und Selbstbestimmung diskutiert (z. B. Seubert 2016a: 89). Aus diesem Grund ist es auch das Recht auf *informationelle Selbstbestimmung*, welches – abgeleitet aus dem allgemeinen Persönlichkeitsrecht (Art. 2 Abs. 1 GG in Verbindung mit Art. 1 Abs. 1 GG) – das Recht des Einzelnen begründet, grundsätzlich selbst über die Preisgabe und Verwendung seiner personenbezogenen Daten zu bestimmen, und so den Schutz informationeller Privatheit garantieren soll (BVerfGE 65, 1).

Die Frage ist, inwiefern dieses normative Ideal in einer sich immer weiter ausdifferenzierenden Medien- und Kommunikationswelt nicht nur rechtlich garantiert, sondern auch im konkreten Einzelfall erreicht werden kann. Auf der einen Seite bedarf es dazu staatlicher Regulierung durch entsprechende Gesetze, um auf der vertikalen Ebene den privatheitsgefährdenden Praktiken von Online-Diensteanbietern und staatlichen Institutionen entgegenzuwirken (z. B. Gusy, Eichenhofer & Schulte 2016: 397ff.).¹ Gemäß Eichenhofer hat der Staat (bzw. die EU) sogar die Verpflichtung, das Datenschutzrecht einerseits einzuhalten und andererseits aktiv durchzusetzen. Dies gilt „umso stärker“, wenn der Einzelne selbst nicht die Möglichkeit hat, für seinen Schutz zu sorgen (Eichenhofer 2016: 55). Gleichzeitig sollten Online-Diensteanbieter jedoch angehalten werden, ihre Dienste so zu gestalten, dass auch auf der horizontalen Ebene informative Selbstbestimmung individuell umsetzbar ist (z. B. durch das Bereitstellen von entsprechenden Einstellungsmöglichkeiten oder Privacy-by-Design).

Auf der anderen Seite ist es erforderlich, dass das Individuum in der Lage ist, sich im Internet selbstbestimmt und im Einklang mit seinen Wünschen und Bedürfnissen zu bewegen, zu kommunizieren und zu handeln. Aktuelle wissenschaftliche wie auch ge-

1 Die seit Mai 2018 geltende Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) kann als ein entsprechendes Beispiel angesehen werden. Durch sie gilt beispielsweise, dass die Verarbeitung personenbezogener Daten nur aufgrund eines Erlaubnistatbestands zulässig ist.

sellschaftliche Debatten sehen deswegen in der Förderung von Online-Privatheitskompetenz eine wichtige Voraussetzung für informationelle Selbstbestimmung (Hoofnagle, King, Li & Turow 2010; Masur, Teutsch & Trepte 2017; Park 2013). Der vorliegende Beitrag widmet sich dieser zweiten Perspektive und hinterfragt, wie Online-Privatheitskompetenz konzeptualisiert werden muss, um dem Anspruch gerecht zu werden, das Individuum in die Lage zu versetzen, sich im Internet selbstbestimmt und im Einklang mit den eigenen Privatheitsbedürfnissen zu bewegen. Wie sich zeigen wird, kann individuelle Online-Privatheitskompetenz letztlich dann auch als Grundlage für die Durchsetzung von staatlicher Regulierung und Datenschutz angesehen werden, da erst das kritische Verständnis für privatheitsrelevante Aspekte soziale Verantwortung und damit demokratisches Potenzial hervorbringen kann (vgl. Masur, Teutsch, Dienlin & Trepte 2017: 187)

Obwohl sich die Forschung schon länger mit dem Konzept einer privatrechtsbezogenen Kompetenz beschäftigt (für einen Überblick siehe Trepte et al. 2015), erscheint die theoretische Fundierung lückenhaft und gerade in Hinblick auf den formulierten Anspruch ausbaufähig. Neben der fragmentierten Erfassung einzelner Dimensionen und der häufigen Fokussierung auf spezifische Anwendungsfälle oder Plattformen ist vor allem problematisch, dass Online-Privatheitskompetenz nahezu ausschließlich als Wissenskonstrukt operationalisiert wurde. Dabei wurden unterschiedliche Dimensionen deklarativen (z. B. rechtliche, ökonomische und technische Aspekte) und prozeduralen Wissens (z. B. Wissen über Datenschutzstrategien) untersucht. Auch wenn empirische Forschung bereits zeigen konnte, dass eine derart gemessene Online-Privatheitskompetenz mit der Umsetzung verschiedener Datenschutzmaßnahmen einhergeht (z. B. Masur, Teutsch & Trepte 2017; Park 2013), ist dennoch fraglich, inwiefern allein die Vermittlung von Wissen zur informationellen Selbstbestimmung befähigt. Ein umfassender Kompetenzbegriff geht vielmehr weit über das Vorhandensein von Wissen hinaus.

Im vorliegenden Beitrag schlage ich eine umfassende Rekonzeptualisierung der Online-Privatheitskompetenz vor, die neben deklarativem und prozedurellem Wissen auch spezifische Reflexionsfähigkeiten (z. B. die Identifikation individueller Risiken, Bewertung eigener Bedürfnisse und Verhaltensweisen), datenschutzbezogene Fertigkeiten (z. B. die Fertigkeit, privatheitsbezogen Medien auszuwählen und medienspezifische Datenschutzstrategien umzusetzen) sowie über die eigene Person hinausgehende Kritikfähigkeiten (z. B. die Fähigkeit, den Status Quo zu hinterfragen und aktiv mitzugegenstalten) umfasst. Darauf aufbauend argumentiere ich, dass nur eine derart konzeptualisierte Online-Privatheitskompetenz als Voraussetzung für informationelle Selbstbestimmung in demokratischen Gesellschaften angesehen werden kann.

1. Privatheit als Ausmaß der Abgeschiedenheit

Um das Konzept Online-*Privatheitskompetenz* verstehen zu können, müssen wir zunächst den Begriff der Privatheit näher definieren. Da der akademische Diskurs über Privatheit in unterschiedlichen Disziplinen geführt wird (für einen Überblick siehe Masur 2018: 45ff.), existiert kaum eine einheitliche und allseits anerkannte Definition. Aus sozial-psychologischer Sicht ist es jedoch hilfreich, Privatheit als das Ausmaß individu-

eller, freiwillig gewählter *Abgeschiedenheit* zu betrachten.² Das Ausmaß der Privatheit bemisst demnach, wie stark sich ein Mensch aus eigenen Stücken aus sozialer Interaktion bzw. aus der Gesellschaft im Allgemeinen zurückzieht. Eine entsprechend häufig zitierte Definition stammt von Westin: „[P]rivacy is the voluntary and temporary withdrawal of a person from the general society through physical or psychological means“ (Westin 1967: 5). Westin postulierte weiterhin, dass je nach Art des Rückzugs vier Formen der Privatheit denkbar sind (ebd.: 33–35): Separation (physische Abgeschiedenheit), Zurückhaltung (psychologische Abgeschiedenheit), Intimität (geteilte Abgeschiedenheit) und Anonymität (Abgeschiedenheit durch Nicht-Identifizierbarkeit).

Ein hohes Maß an Privatheit ist jedoch nicht ein Idealzustand, auf das sich menschliches Verhalten stetig ausrichtet. Vielmehr suchen Menschen *je nach Bedarf* private Situationen auf. Altman (1975) argumentierte deswegen, dass Menschen sich in einem stetigen Aushandlungsprozess befinden, durch den sie versuchen, ihr erwünschtes Ausmaß an Privatheit mit dem tatsächlichen Ausmaß an Privatheit in Einklang zu bringen. Das subjektive Ausmaß an Privatheit ist damit unmittelbar an die spezifischen Bedingungen der jeweilig vorherrschenden Situation gebunden. Es wird insbesondere durch die Wahrnehmung derjenigen Umweltfaktoren, die das Ausmaß der Abgeschiedenheit bestimmen, beeinflusst (Masur 2018: 138ff.). Diese umfassen interpersonale Faktoren (z. B. wer hat gerade Zugang zu mir oder zu Informationen über mich?) und externe Faktoren (z. B. welche physischen oder virtuellen Barrieren, die den Zugang zu mir oder zu Informationen über mich erschweren oder verhindern, sind gerade vorhanden?).

Zusammenfassend lässt sich Privatheit also als das Ausmaß an Abgeschiedenheit verstehen, welches durch die spezifische Kombination interpersonaler und externer Faktoren der Umwelt bestimmt wird. Dabei können durch unterschiedliche situative Bedingungen auch die von Westin (1967) postulierten Formen der Privatheit hervorgerufen werden. Die Präsenz eines guten Freundes oder des Partners (interpersonaler Faktor) kann bei gleichzeitiger physischer Abgeschiedenheit (durch externe Faktoren hervorgerufen) ein hohes Maß an Intimität bedeuten und damit ein hohes Maß an Privatheit. Gleichzeitig kann die Nutzung eines Online-Forums mit einem Pseudonym (externer Faktor) ein hohes Maß an Anonymität gewährleisten und dann unabhängig davon, dass das eigene Verhalten (z. B. das Posten von sensitiven Inhalten) von vielen anderen Nutzerinnen und Nutzern wahrgenommen werden kann, eine hohes Maß an Privatheit bedeuten.

Der Wert der Privatheit liegt dabei weniger im Erreichen des relativen Zustandes der Abgeschiedenheit selbst, sondern in der Befriedigung fundamentaler Bedürfnisse, für die Privatheit als eine Art Schutzraum notwendig ist (Johnson 1974; Trepte & Masur 2017a). Privatheit ermöglicht beispielsweise die Erfahrung von Autonomie und damit die Befreiung von externen Einflüssen (Nissenbaum 2010; Rössler 2001; Westin 1967), emotionale Entlastung (Westin 1967), Selbstbewertung (Altman 1975; Westin 1967) sowie geschützte Kommunikation und damit Selbstoffenbarung (Dienlin 2014; Masur 2018; Westin 1967). Das Mitteilen privater Informationen ist wiederum für die Herstellung von Nähe und sozialer Eingebundenheit unabdingbar (Derlega & Grzelak 1979; Omarzu 2000). Es handelt sich dabei ausnahmslos um Bedürfnisbefriedigungen oder Verhaltensweisen, die eine Art „private Sphäre“ benötigen, da sie sonst mit unkontrollierbaren Risiken einhergehen (Johnson 1974). Aus dieser psychologischen Perspektive ist die

2 Eine Unterscheidung zwischen Offline- und Online-Privatheit ist hier nicht notwendig, da Privatheit unabhängig vom Medium als ein psychologisches Konzept verstanden werden kann, dessen Ausgestaltungsprozesse und -möglichkeiten lediglich je nach Medium bzw. Umgebung variieren.

Möglichkeit zum Rückzug und damit die Erfahrung von Privatheit eine notwendige Voraussetzung für das individuelle Wohlbefinden. Privatheit ist also ein *sekundäres* Bedürfnis, welches *primäre* Bedürfnisbefriedigung ermöglicht.

Bei einem Ungleichgewicht zwischen erwünschter und tatsächlich vorherrschender Privatheit (d. h. wenn die vorherrschenden Bedingungen als nicht geeignet wahrgenommen werden, ein entsprechendes Grundbedürfnis ohne Risiko zu befriedigen) versucht das Individuum, das Ausmaß der Privatheit durch eine Anpassung der Umwelt oder durch eine Anpassung des Verhaltens (z. B. die Art der Kommunikation) zu regulieren (Altman 1975; Dienlin 2014; Masur 2018). Privatheitsregulation lässt sich dabei in präventive und korrektive sowie individuelle und kollektive Maßnahmen unterscheiden (Lampinen, Lehtinen, Lehmuskallio & Tamminen 2011): Sie reichen von dem Schließen einer Tür in Offline-Kontexten über die Anpassung von Privatheitseinstellungen auf sozialen Netzwerkseiten (Litt 2013; Trepte & Masur 2016) und dem Etablieren von Regeln zur Informationsweitergabe (Petronio 2002) bis hin zur Umsetzung technisch anspruchsvoller Software-Lösungen, wie z. B. der Installation von Anti-Tracking-Software, Nutzung von Verschlüsselung oder Anonymisierungstools (Masur, Teutsch & Trepte 2017).

2. Entwicklung eines privatheitsbezogenen Kompetenzbegriffs

Ein privatheitsbezogener Kompetenzbegriff muss stets auch im Kontext vermeintlich ähnlicher Konzepte wie Medienkompetenz oder digitaler Kompetenz diskutiert werden. Unter Kompetenzen versteht man allgemein „die bei Individuen verfügbaren oder durch sie erlernbaren kognitiven Fähigkeiten und Fertigkeiten, um bestimmte Probleme zu lösen, sowie die damit verbundenen motivationalen, volitionalen und sozialen Bereitschaften und Fähigkeiten, um die Problemlösungen in variablen Situationen erfolgreich und verantwortungsvoll nutzen zu können“ (Weinert 2003: 27–28). Dabei verbindet der Kompetenzbegriff faktisches Wissen über Sachverhalte (z. B. wie ein Fahrrad funktioniert) mit Fähigkeiten, die als Gesamtheit der zur Ausführung einer bestimmten Leistung oder Aufgabe erforderlichen personalen Bedingungen definiert werden können (z. B. die Fähigkeit, die Balance zu halten; vgl. Häcker, 2017). Aus dem Wissen und den Fähigkeiten erwachsen wiederum konkrete Fertigkeiten, welche das Individuum in die Lage versetzen, bestimmte Leistungen oder Aufgaben umzusetzen (z. B. Radfahren; vgl. Heuer, 2017). Die kommunikationswissenschaftliche Beschäftigung mit dem Kompetenzbegriff begann vor allem in den späten 1960er Jahren, als sich der vorrangig sprachwissenschaftlich verwendete Begriff in den Entwicklungs- und Sozialisationstheorien etablierte (vgl. Baacke 1996: 115; Sutter & Charlton 2002: 130). Die Medienpädagogik änderte im Zuge dessen ihre vornehmlich „bewahrpädagogische“ Ausrichtung hin zu einem ganzheitlichen Blick auf die Mediennutzerinnen und -nutzer, die nicht mehr als passive Opfer der Medien, sondern vielmehr als aktive und selbstbestimmte Nutzerinnen und Nutzer der medialen Kommunikationsmöglichkeiten angesehen wurden (Treumann, Baacke, Haacke, Hugger & Vollbrecht 2002: 21).

Medienkompetenz wird grundsätzlich als ein Teilbereich allgemeiner kommunikativer Kompetenz angesehen (Baacke 1973) und als die Fähigkeit definiert, „in die Welt aneignender Weise auch alle Arten von Medien für das Kommunikations- und Handlungsrepertoire von Menschen einzusetzen“ (S. 119). Im Laufe der Zeit wurden unterschiedliche Dimensionen der Medienkompetenz vorgeschlagen. Baacke (1996) unterscheidet beispielsweise 1) Medienkritik (Fähigkeit, Medien bzw. Prozesse des Mediensystems analytisch, reflexiv und ethisch zu beurteilen), 2) Medienkunde (faktisches Wissen über das Mediensystem), 3) Mediennutzung (Fertigkeit, Medien rezeptiv und inter-

aktiv zu nutzen) und 4) Mediengestaltung (Fertigkeit, vorhandene Medienangebote zu erstellen, zu verändern und weiterzuentwickeln). Groeben (2002b) erweitert dieses Modell und unterscheidet 1) Medienwissen und Medialitätsbewusstsein, 2) medienspezifische Rezeptionsmuster, 3) medienbezogene Genussfähigkeit, 4) medienbezogene Kritikfähigkeit, 5) Selektion und Kombination von Mediennutzung, 6) (produktive) Partizipationsmuster und 7) Anschlusskommunikation. Medienkompetenz bezieht sich damit stets auf die Medienumwelt und das damit und darin stattfindende Handeln und Kommunizieren. Das normative Ziel ist also die Befähigung des Individuums, Medien zu nutzen und für ihr Kommunikations- und Handlungsrepertoire einzusetzen.

Online-Privatheitskompetenz umschreibt dagegen das erlernbare Wissen sowie die kognitiven Fähig- und Fertigkeiten, privatheitsbezogene Probleme im Internet zu lösen, und die Bereitschaft, diese Problemlösungen auch in unterschiedlichen Kommunikations- und Nutzungssituationen umzusetzen. Der Begriff zielt damit auf die individuellen Voraussetzungen ab, die zur Befriedigung eines *sekundären* Bedürfnisses notwendig sind. Auch wenn das normative Ziel ist, Menschen die Befähigung zu geben, private Räume oder private Zustände herstellen zu können, so liegt der Wert dieses Ziels erst indirekt in der Befriedigung fundamentalerer Bedürfnisse (z. B. Autonomie oder Selbstoffenbarung), für die eben diese privaten Räume erforderlich sind (vgl. oben). Aus soziologischer und rechtswissenschaftlicher Sicht adressiert der Begriff weiterhin die Frage, welches Wissen und welche Fähigkeiten notwendig sind, damit das Individuum auch in der Informationsgesellschaft Kommunikationsräume in Hinblick auf Privatheitsschutz mitgestalten bzw. Privatheitsregulierung demokratisch einfordern kann (Masur, Teutsch, Dienlin et al. 2017).

Es gibt durchaus Parallelen zwischen Subdimensionen der Online-Privatheitskompetenz und Teilespekten der Medienkompetenz: Einerseits erfordert der kompetente Umgang mit Privatheit im Internet auch die Fähigkeit, Medien privatheitsbezogen nutzen zu können, was eine hohe Kenntnis über deren Funktionsweisen und Nutzungs-potenzialen voraussetzt. Andererseits kann Online-Privatheitskompetenz auch als Voraussetzung für Online-Kommunikation angesehen werden, da nur mit ihrer Hilfe Online-Kommunikationsräume so gestaltet werden können, dass Kommunikation möglich wird, ohne die eigenen Privatheitsbedürfnisse zu kompromittieren. Medienkompetenz bezieht sich dabei auf verantwortungsvolle Mediennutzung und Kommunikationsfähigkeit im Allgemeinen, während Online-Privatheitskompetenz ein relatives Bedürfnis nach Abgeschiedenheit sowie die Fähigkeit, diese Abgeschiedenheit zu erreichen, in den Mittelpunkt stellt.

In den späten 80er Jahren und vermehrt seit Anfang der 2000er Jahre beschäftigen sich Forscher aus unterschiedlichen Fachgebieten weitestgehend unabhängig von der Medienkompetenz- und Privatheitsforschung mit dem Begriff der Computerkompetenz bzw. der digitalen Kompetenz (z. B. Dutton & Anderson 1989; Hargittai 2002; Lankshear & Knobel 2008). Während Computerkompetenz vorrangig Kenntnisse über Grundlagen der Informatik, soziale Implikationen des Computers und die Fähigkeit, einen Computer zu bedienen, umfasste (Dutton & Anderson 1989), beschreibt digitale Kompetenz allgemeiner eine ganze Reihe an Fähigkeiten (vgl. Bawden 2008: 20). Dazu gehören zum Beispiel 1) die Fähigkeit zur Informationssuche (Hargittai 2002; 2005) sowie 2) zu deren kritischer Einordnung (Bawden 2001) und 3) die Fähigkeit sich in vernetzten Umgebungen zurechtzufinden (Gilster 2006). Eine zusammenfassende Definition digitaler Kompetenz liefert vor diesem Hintergrund Martin (2006): „Digital Literacy is the awareness, attitude and ability of individuals to appropriately use digital tools and facilities to identify, access, manage, integrate, evaluate, analyze and synthesize dig-

ital resources, construct new knowledge, create media expressions, and communicate with others, in the context of specific life situations, in order to enable constructive social action; and to reflect upon this process." (S. 155). Damit werden auch Verbindungen zwischen den Teilaспектen der Online-Privatheitskompetenz und der digitalen Kompetenz deutlich: Auch Online-Privatheitskompetenz beinhaltet bestimmte technische Fertigkeiten (z. B. die Fähigkeit zur Installation von Schutzprogrammen) oder auch die Fähigkeit zur Evaluierung und Einordnung digitaler Ressourcen (z. B. Webseiten oder Programme als privatheitsgefährdend).

Trotz der Überschneidungen mit diesen Teilaспектen der Medien- und digitalen Kompetenz argumentiere ich, dass die eigenständige Betrachtung der Online-Privatheitskompetenz sowohl aus theoretischer wie auch empirischer Sicht sinnvoll ist. Erstens erlaubt der Fokus auf privatheitsbezogene Wissensdimensionen, Fähigkeiten und Fertigkeiten eine explizite Adressierung der notwendigen Voraussetzungen für *informationell* selbstbestimmtes Handeln im Internet. Die Beschäftigung mit einem solchen Kompetenzbegriff ermöglicht also die Erforschung derjenigen personellen Bedingungen, die gegeben sein müssen, damit das Individuum tatsächlich selbst über die Preisgabe personenbezogener Informationen und Daten bestimmen kann. Zweitens erlaubt der Begriff eine konzeptionelle Verdichtung, die im Hinblick auf die empirische Erfassung zwingend notwendig und im Kontext potenzieller Bildungsprogramme, die den unbedarften Umgang mit der eigenen Privatheit verhindern sollen, unverzichtbar ist. Erst der klare Fokus auf Privatheit erlaubt handhabbare Operationalisierungen, die im direkten Zusammenhang mit privatheitsbezogenem Verhalten stehen.

Hier wird auch deutlich, dass bei der Explikation der Online-Privatheitskompetenz (wie bei jedem anderen Kompetenzbegriff auch) zu klären ist, welche normativen Zielvorstellungen eine konstitutive Rolle spielen (vgl. Groeben 2002a: 16). Die Online-Privatheitskompetenz setzt als Prämisse voraus, dass es gesellschaftlich wünschenswert ist, das Individuum in die Lage zu versetzen, kompetent im Umgang mit Privatheit und Datenschutz im Internet zu handeln, und damit Privatheit als wichtigen Wert anzusehen. Dieser Wert lässt sich einerseits durch die psychologischen Funktionen der Privatheit begründen (siehe Abschnitt 1), andererseits aber auch auf einer gesellschaftlichen Ebene rechtfertigen.³ Gemäß Seubert (2016b) ist Privatheit nicht nur im Sinne eines liberalen Freiheitsbegriffes als Rückzugsmöglichkeit des Einzelnen zu verstehen, sondern muss ebenso als konstitutiv für den kritischen Meinungsaustausch und die demokratische Meinungsbildung gedacht werden. Privatheit und private „Räume“ tragen daher maßgeblich jene kommunikative Infrastruktur, die die Grundlage für demokratisches Zusammenleben bildet (Rössler 2001; Seubert 2016b).

Diese normative Zielvorstellung scheint (zurzeit) auch gesellschaftlich getragen. Eine repräsentative Befragung der deutschen Bevölkerung brachte zum Beispiel hervor, dass über 90 Prozent der Deutschen es wichtig finden, dass jeder selbst entscheiden können sollte, welche Informationen über einen selbst öffentlich zugänglich sind (Trepte & Masur 2017b: 35). Diese Norm könnte aber durch neue Nutzungsgewohnheiten verändert werden. In derselben Befragung fanden zwar über 90 Prozent, dass Privatheit ein schützenswertes Gut sei; gleichzeitig glaubte aber auch ein Drittel, dass Privatheit in der heutigen Gesellschaft weniger wichtig sei (ebd.: 34).

Einschränkend muss hier allerdings genannt werden, dass die Förderung von Online-Privatheitskompetenz auch kritisch betrachtet werden kann, da eine verstärkte Förde-

3 In diesem Zusammenhang sei auch auf den Sonderschwerpunkt „Privatheit und Demokratie“ im Forschungsjournal Soziale Bewegungen (2017; Band 30, Heft 2) verwiesen.

rung gleichzeitig mit einer Verantwortungsübergabe an den Einzelnen einhergeht. Es wurde bereits argumentiert, dass sich staatliche Akteure dadurch unrechtmäßig aus der Verantwortung ziehen könnten (Matzner, Masur, Ochs & Pape 2016). Im Rahmen der Rekonzeptualisierung soll dieser Umstand berücksichtigt werden, indem herausgestellt wird, dass mit einem hohen Ausmaß an Online-Privatheitskompetenz in der Bevölkerung auch die Voraussetzung geschaffen ist, die Verantwortung für Privatheitsregulierung stärker auf staatliche Akteure zu übertragen.

3. Bisherige Konzeptualisierungen

Vor diesem Hintergrund können nun bisherige Konzeptualisierungen der Online-Privatheitskompetenz betrachten werden (für einen ausführlichen Überblick, siehe Trepte et al. 2015). Erste Grundlagen wurden in den 90er Jahren in der US-amerikanischen Marketing-Forschung gelegt. Im Kontext von Mailinglisten und Telemarketing wurde untersucht, inwiefern Kunden ein Bewusstsein darüber haben, dass sie ihrem Namen aus entsprechenden Listen der Unternehmen löschen lassen können (Culnan 1995; Milne & Rohm 2000). Als erstes zeichnete sich also *Wissen über Opting-Out-Strategien* als wichtige Verhaltensdeterminante ab. Milne und Rohm (2000) erfasssten aber ebenfalls, inwiefern die Studienteilnehmenden ein *Bewusstsein für die Datensammlungspraktiken* der Unternehmen haben. Diese Dimension faktischen Wissens wurde später weiter ausdifferenziert und umfasste das Bewusstsein über jegliche Datensammlungs-, Datenanalyse- und Datenweitergabepraktiken von Unternehmen (Turow 2003; Turow, Feldman & Meltzer 2005; Turow, Hennessey & Bleakley 2008). Einige Studien erkannten weiterhin, dass ein kompetenter Umgang mit Privatheit im Internet auch spezifisches *technisches Wissen*, z. B. das Verständnis für die Funktionsweise von Cookies, voraussetzt (Jensen, Potts & Jensen 2005; Turow et al. 2005). Jensen et al. (2005) konnten außerdem zeigen, dass ihre Studienteilnehmenden glaubten, mehr über Privatheitsrisiken im Internet zu wissen, als sie es letztlich taten. Acquisti und Gross (2006) untersuchten einerseits, inwiefern Facebooknutzerinnen und -nutzer Kenntnis von den Datensammlungs- und Datenweitergabepraktiken von Facebook haben, andererseits aber auch, inwiefern sie über die durch die Plattform bereitgestellten Einstellungsmöglichkeiten zur Regulierung der horizontalen Privatheit Bescheid wussten. Sie zeigten damit einen weiteren Aspekt prozeduralen Wissens im Kontext von Online-Privatheit auf: *Wissen über plattformbezogene Privatheitsschutzmöglichkeiten*.

In den letzten zehn Jahren wurden darauf aufbauend umfangreichere Studien durchgeführt, die weitere Wissensdimensionen identifizierten: Hoofnagle et al. (2010) und Morrison (2013) untersuchten beispielsweise explizit, welches Wissen Internetnutzerrinnen und -nutzer über jeweils US-amerikanisches bzw. kanadisches Datenschutzrecht haben. *Wissen über rechtliche Aspekte des Datenschutzes im Internet* spielte daraufhin auch in nachfolgenden Studien eine wichtige Rolle. Den ersten multidimensionalen Ansatz stellte letztlich Park (2013) vor, der Privatheitskompetenz über die Dimensionen Wissen über technische, rechtliche und ökonomische Aspekte operationalisierte. Auf Basis einer Inhaltsanalyse von privatheitsbezogenen Publikationen, Projektberichten, themenbezogenen Medienberichterstattungen, Rechtsdokumenten und Datenschutzerklärungen (Trepte et al., 2015) schlugen Masur, Teutsch und Trepte (2017) schließlich die bisher umfangreichste Definition vor:

„Unter Online-Privatheitskompetenz verstehen wir die Kombination von deklarativem und prozedurellem Wissen über Privatheit im Internet. Deklaratives Wissen bezieht sich auf das definitivische Wissen über Sachverhalte und umfasst Kenntnisse über technische, rechtliche und ökono-

mische Zusammenhänge im Internet (z. B. Wissen, dass die auf Facebook hochgeladenen Fotos in das Eigentum des Netzwerkbetreibers übergehen). Prozedurales Wissen bezeichnet das Wissen, wie etwas gemacht wird, also welche Strategien individuell umgesetzt werden können, um persönliche Daten im Internet zu schützen (z. B. Wissen, wie man Cookies löscht)“ (S. 3).

In einer für Deutschland repräsentativen Befragungsstudie konnte die auf dieser Basis entwickelte, aus 20 Items bestehende Online-Privatheitskompetenzskala (OPLIS⁴) auch empirisch validiert werden.

Die bisherigen Studien konnten unabhängig von den unterschiedlichen Konzeptualisierungen von Online-Privatheitskompetenz zeigen, dass höhere Privatheitskompetenz mit der Umsetzung von Datenschutzmaßnahmen einhergeht. Park (2013) fand in seiner Studie beispielsweise positive Zusammenhänge zwischen den technischen, rechtlichen und auf Unternehmenspraktiken bezogenen Dimensionen und technischem Schutzverhalten (z. B. Löschen des Browserverlaufs) sowie sozialem Schutzverhalten (z. B. das Meiden von bestimmten Webseiten). Im Kontext der Nutzung von sozialen Netzwerkseiten konnten Livingstone, Ólafsson und Staksrud (2013) in einer Studie mit über 25.000 Jugendlichen aus 25 europäischen Ländern belegen, dass diejenigen Teilnehmenden, die angaben, sich mit Datenschutzmaßnahmen auf sozialen Netzwerkseiten auszukennen, seltener ihr Profil öffentlich sichtbar gemacht hatten. Auch deutsche Studien zeigten im Kontext der Smartphone-Nutzung, dass es positive Zusammenhänge zwischen der Kompetenz in Privatheits- und Sicherheitsfragen und der Implementierung von Sicherheitsmaßnahmen gibt. Zum Beispiel verwendeten kompetente Smartphone-Nutzerinnen und -Nutzer eher einen verschlüsselten Instant Messenger oder hatten bereits Apps aus Datenschutzgründen nicht genutzt (Kraus, Wechung & Möller 2014; Masur 2018: 258–266). Auch Masur, Teutsch und Trepte (2017) fanden positive Zusammenhänge zwischen dem Globalfaktor der Online-Privatheitskompetenz und der Häufigkeit, mit der aktive Datenschutzmaßnahmen umgesetzt wurden (z. B. die Nutzung eines Pseudonyms oder anonymer E-Mail-Adressen bei Online-Registrierungen oder die Nutzung von Anti-Tracking-Software). Eine Metaanalyse von Baruh, Secinti und Cemalcilar (2017) fand entsprechend auch positive Zusammenhänge sowohl zwischen Privatheitskompetenz und der Intention, Datenschutzmaßnahmen zu ergreifen ($r = .13$, Basis waren drei Studien), als auch zwischen Privatheitskompetenz und der tatsächlichen Nutzung von Schutzmaßnahmen ($r = .29$, Basis waren 10 Studien).

Auf Basis der Literatur können mehrere Schlüsse gezogen werden: 1) Auffallend ist zunächst, dass Online-Privatheitskompetenz nahezu ausschließlich als Wissenskonstrukt konzeptualisiert und nur selten ein allgemeinerer Kompetenzbegriff zugrunde gelegt wurde. Auf diese Weise wurden zwar unterschiedliche Wissensdimensionen identifiziert, jedoch kaum hinterfragt, inwiefern höheres Wissen in diesen Dimensionen überhaupt als ein ausreichender Indikator für Online-Privatheitskompetenz angesehen werden kann. 2) Gerade weil die unterschiedlichen Dimensionen oftmals nur vereinzelt und fragmentiert in unabhängigen Studien untersucht wurden, ist weiterhin unklar, auf welche Art und Weise sie als Teil einer umfassenderen Online-Privatheitskompetenz gedacht werden müssen. 3) Die anfangs angesprochene Unterscheidung zwischen vertikaler und horizontaler Privatheit bleibt in bisherigen Konzeptualisierungen nahezu unberücksichtigt. Die bisherigen Versuche, Online-Privatheitskompetenz zu konzeptualisieren, fokussieren meistens auf vertikale Privatheit (i. e. gegenüber Online-Diensteanbietern oder Institutionen) und nur in Einzelfällen auf horizontale Privatheit (i. e. gegenüber anderen Nutzerinnen und Nutzern). Letztere konzentrieren sich dabei häufig

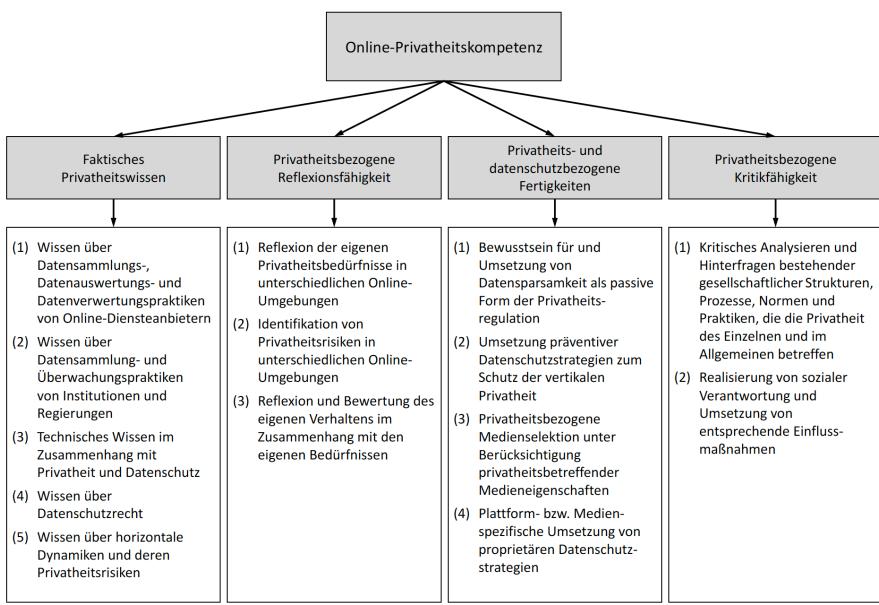
⁴ Mehr Informationen auf www.oplis.de.

auf spezifische Plattformen (z. B. Facebook) und weniger auf allgemeine Prozesse der horizontalen Privatheitsregulation. 4) Höheres Wissen ging in bisherigen Studien mit einer häufigeren Umsetzung von vertikal ausgerichtetem Datenschutzverhalten einher. Auf einer horizontalen Ebene gibt es dagegen nur wenig vergleichbare Ergebnisse.

4. Online-Privatheitskompetenz als Kombination aus Wissen, Fähig- und Fertigkeiten

Im Folgenden werde ich vier Dimensionen der Online-Privatheitskompetenz skizzieren, die einerseits auf den bereits angesprochenen, allgemeineren Kompetenzbegriff zurückgehen, andererseits auf der bisherigen Forschung aufbauen und die darin identifizierten Defizite aufgreifen (siehe Abbildung).

Abbildung: Online-Privatheitskompetenz als Kombination aus Wissen, Fähig- und Fertigkeiten



Dabei soll der im Absatz 2 entwickelte Anspruch an die Online-Privatheitskompetenz berücksichtigt und anhand empirischer Ergebnisse evaluiert werden, inwiefern bestimmte Fähig- und Fertigkeiten dafür zusätzlich zu den bisher identifizierten Wissensdimensionen notwendig sind. Innerhalb der vier Dimensionen wird deswegen zusätzlich in spezifischere Wissensanteile und Fähig- und Fertigkeiten unterdifferenziert. Die angestrebte Mehrdimensionalität soll dabei einerseits eine Ausdifferenzierung relevanter und bisher nicht berücksichtigter Aspekte der Online-Privatheitskompetenz ermöglichen, gleichzeitig aber auch eine vereinheitlichende und integrative Komprimierung darstellen. Der Abstraktionsgrad ist dabei bewusst so gewählt, dass Veränderungen in der Medien- und Kommunikationswelt, in den sozialen und individuellen Praktiken der

Mediennutzung sowie im jeweiligen nationalen Rechtssystem zukünftig integriert werden können.

4.1 Faktisches Privatheitswissen

Die erste Dimension fasst einen Großteil der bisherigen Forschung zu Wissensaspekten der Online-Privatheitskompetenz zusammen und fußt damit grundlegend auf dem von Masur, Teutsch und Trepte (2017) entwickelten Modell der Online-Privatheitskompetenz. Damit umfasst sie 1) das Verständnis der unterschiedlichen Formen von Informationsflüssen im Internet sowie der dahinterstehenden Geschäftsmodelle kommerzieller Online-Diensteanbieter und deren Datensammlungs-, Datenauswertungs- und Datenverwertungspraktiken im Internet; 2) das Bewusstsein über staatliche und institutionelle Datensammlungs- und Überwachungspraktiken; 3) technisches Wissen über die Infrastruktur des Internets, privatheitsbezogene Software sowie spezifischer Online-Anwendungen, ohne das einerseits potenzielle Privatheitsrisiken nicht identifiziert werden können (z. B. muss man verstehen, was ein Cookie ist, bevor man ihn als ein Privatheitsrisiko einschätzen kann) und andererseits technische Lösungen nicht umgesetzt werden können (z. B. muss man wissen, wie man ein Programm installiert oder einen Browser bedient); und 4) Kenntnisse des national und international geltenden Datenschutzrechtes inklusive der dadurch ableitbaren Rechte und Pflichten der Online-Diensteanbieter auf der einen Seite (z. B. das Bereitstellen der Datenschutzerklärung) und der Nutzerinnen und Nutzer auf der anderen (z. B. die Kenntnis der Betroffenenrechte). Während diese Aspekte vorrangig die vertikale Privatheit betreffen, gehört zu dieser Dimension weiterhin auch 5) das Bewusstsein über horizontale Dynamiken, die potenzielle Privatheitsverletzungen und -gefahren mit sich bringen können (z. B. das Bewusstsein für die spezifischen Strukturen und Charakteristiken von Online-Umgebungen und die darin stattfindenden Interaktionen zwischen Nutzerinnen und Nutzern; das Verständnis für soziale Dynamiken, wie beispielsweise die einfache Skalierbarkeit bestimmter Inhalte).

Wichtig ist, diese faktischen Wissensanteile als miteinander verbunden anzusehen. Dafür spricht auch, dass Masur, Teutsch und Trepte (2017) in ihrer Validierungsstudie einen starken Globalfaktor, unabhängig von den dimensionsspezifischen Varianzanteilen, gefunden haben (S. 187). So ist technisches Wissen allein (z. B. das Wissen, was ein Cookie ist, nämlich schlicht ein kleines Datenpaket, welches zwischen Webseiten und Computerfestplatten ausgetauscht wird) im Hinblick auf die Evaluation von Privatheitsrisiken nicht ausreichend. Erst in Kombination mit dem Wissen um institutionelle Praktiken (z. B. dass Online-Diensteanbieter Cookies nutzen, um Nutzerinnen oder Nutzer bei wiederholten Besuchen ihrer Website identifizierbar zu machen) erlangt es die notwendige Bedeutung für das individuelle Verhalten. Bei Kenntnis der entsprechenden Betroffenenrechte kann die Nutzerin oder der Nutzer dann auch Datenschutzaufnahmen einleiten (z. B. die Löschung der personenbezogenen Daten auf Betreiberseite beantragen).

Aus einer prozessorientierten Perspektive stellt diese faktische Wissensdimension einerseits die Voraussetzung für, andererseits jedoch auch eine Begleiterscheinung der Entwicklung aller weiteren Fähig- und Fertigkeiten und damit eine Kernkomponente des umfassenden Kompetenzbegriffs dar. Es versteht sich von selbst, dass das Wissen in allen vier aufgeführten Bereichen stetig wachsen kann und auch muss, gerade wenn man den stetigen Wandel der institutionellen und ökonomischen Praktiken, die stetige Entwicklung neuer Kommunikationstechnologien und die darin stattfindenden sozialen

Kommunikationsprozesse sowie die sich daran orientierenden Rechtssysteme berücksichtigt.

4.2 Privatheitsbezogene Reflexionsfähigkeit

Die nächste Dimension beschreibt unterschiedliche Fähigkeiten, das mehrdimensionale Privatheitswissen im Kontext der eigenen Mediennutzung zu reflektieren. Es beinhaltet 1) die Fähigkeit zur Selbstreflexion und damit zur Identifikation der eigenen Privatheitsbedürfnisse in unterschiedlichen Kontexten, Medienumgebungen und im Hinblick auf die darin auftretenden horizontalen und vertikalen Dynamiken; 2) die Fähigkeit, auf Basis des faktischen Wissens über ökonomische, technische, rechtliche und soziale Aspekte der Online-Privatheit individuelle Privatheitsrisiken zu erkennen und insbesondere das Ausmaß an tatsächlicher Privatheit in verschiedenen Online-Umgebungen bewerten zu können, und 3) das eigene Verhalten in diesem Zusammenhang zu evaluieren.

Auch hier gilt, dass die Fähigkeiten ineinander greifen und aufeinander aufbauen. Nachdem zum Beispiel ein Nutzer gelernt hat (Dimension 1), dass Facebook seine Daten sammelt und an Werbetreibende weiterleitet (eine vertikale Privatheitseinschränkung) und gleichzeitig die geposteten Inhalte auf Facebook für unterschiedliche Nutzerinnen und Nutzer aus ehemals getrennten sozialen Kontexten zugänglich sein können (horizontale Privatheitseinschränkung), muss er sich nun damit auseinandersetzen, ob dies im Lichte seiner eigenen Privatheitsbedürfnisse annehmbar ist oder nicht. Darüber entwickelt er einen neuen Bezug zu den eigenen Bedürfnissen und kann in einem zweiten Schritt bewerten, ob in vernetzten Öffentlichkeiten, wie sie soziale Netzwerkseiten wie Facebook darstellen (boyd 2011), das Ausmaß der Privatheit auf der vertikalen oder horizontalen Ebene ausreichend ist. Diese Dimension rekurriert damit auf die Idee von Altman (1975), dass Menschen stets ihr erwünschtes Privatheitsmaß mit dem tatsächlichen vergleichen. Entsteht bei dieser Bewertung, die eben Wissen über den Einfluss der Umgebung auf das Ausmaß der Privatheit voraussetzt, ein Ungleichgewicht, muss der Betroffene dann im nächsten Schritt evaluieren, ob das eigene Verhalten in diesem neu bewerteten Kontext noch angemessen ist.

Es ist dabei keineswegs zwingend, dass Individuen durch erlerntes Wissen automatisch ihr eigenes Verhalten reflektieren. Es ist beispielsweise denkbar, dass erst negative Erfahrungen (z. B. ein ungewollter Eingriff in die eigene Privatsphäre) ein Umdenken bewirken. Problematisch ist hier jedoch, dass Internetnutzerinnen und -nutzer (zumindest auf einer horizontalen Ebene) nur wenig negative Erfahrungen machen (Trepte & Masur 2017b: 41) und Privatheitseinschränkungen auf einer vertikalen Ebene häufig nur schwer fassbar und im Alltag kaum spürbar sind. Eine Studie von Trepte, Dienlin und Reinecke (2014) konnte allerdings zeigen, dass erst negative Erfahrungen auf sozialen Netzwerkseiten langfristig zu einer anderen Einschätzung des Privatheitsrisikos führen. Der Einfluss auf unterschiedliche Formen der Privatheitsregulation war jedoch weniger stark und teilweise sogar gar nicht vorhanden. Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass mehr Wissen (Dimension 1) eine präzisere Bewertung und damit auch umfassendere Reflexion ermöglicht, gerade weil die Identifikation von Risiken bestimmtes Wissen erfordert. Damit kann mehr Wissen mit einem Beklemmungsgefühl einhergehen, welches dann Reflexion hervorrufen kann. Nichtsdestotrotz bedarf es unter Umständen weiterer äußerer Faktoren (z. B. negativer Erfahrungen), damit das Individuum tatsächlich das bisherige Verhalten evaluiert.

4.3 Privatheits- und datenschutzbezogene Fertigkeiten

Die dritte Dimension beinhaltet entsprechend das prozedurale Wissen (i. e. konkrete Fertigkeiten), das zur Umsetzung von Privatheitsregulation im Internet und damit auch zur Durchführung konkreter Datenschutzmaßnahmen auf der horizontalen und vertikalen Ebene notwendig ist. Dazu gehört 1) das Bewusstsein, sowohl auf horizontaler, als auch auf vertikaler Ebene über Datensparsamkeit (in Westins (1967) Terminologie: Zurückhaltung) die eigene Privatheit regulieren zu können; 2) die Fertigkeit, präventive Datenschutzstrategien umzusetzen, die vor allem auf einer vertikalen Ebene global den Zugang zu personenbezogenen Informationen und die Identifizierbarkeit einschränken (z. B. durch die Nutzung von Anonymisierungstools wie TOR, Installation von Anti-Tracking-Software, Nutzung von Verschlüsselung bei der E-Mail-Kommunikation); 3) die Fertigkeit zur privatheitsbezogenen Medienselektion (z. B. Threema anstelle von WhatsApp zu nutzen, um eine höhere Anonymität zu gewährleisten); und 4) die Fertigkeit, medienspezifische Datenschutz- und Privatheitsregulierungsmöglichkeiten zu nutzen (z. B. die Privatheitseinstellungen bei Facebook anzupassen).

Diese Dimension trägt dem Umstand Rechnung, dass Wissen allein nicht ausreichend ist, um Datenschutzstrategien auch umzusetzen. Braun, von Pape, Wolfers, Teutsch und Trepte (2018) steigerten zum Beispiel in einem Experiment das Wissen über die Datennutzung sozialer Netzwerkseiten mittels eines Tutorials. Die Kontrollgruppe erhielt ein Tutorial eines Mindmap-Programms, das keinerlei Informationen zur Privatheit enthielt. Obwohl die Teilnehmenden der Experimentalgruppe signifikant mehr Wissensfragen zur Online-Privatheit richtig beantworten konnten, gaben sie bei einem anschließenden, fingierten Test einer eigens für das Experiment programmierten Netzwerk-Seite für Studierende nicht weniger Daten ein als Teilnehmende der Kontrollgruppe. Ähnliche Befunde gibt es auch im Kontext der Phishing-Prävention. Die Förderung von Wissen allein führte nicht zu einem bewussteren Umgang mit entsprechenden Spam-Mails (z. B. Caputo, Pfleeger, Freeman & Johnson 2014; Junger, Montoya & Overink 2017).

Die bisherige kommunikationswissenschaftliche Forschung zu Privatheitsregulierungsverhalten beschränkt sich weiterhin vorrangig auf Selbstoffenbarungsmanagement auf sozialen Netzwerkseiten (z. B. Dienlin & Metzger 2016; Krasnova, Veltri & Günther 2012; Masur & Scharkow 2016; Taddicken 2014; Vitak & Kim 2014) bzw. auf die Umsetzung plattformspezifischer Datenschutzstrategien (z. B. Litt 2013; Vitak, Blasiola, Patil & Litt 2015). Häufig wurde dagegen nicht berücksichtigt, dass allein die Auswahl bestimmter Plattformen oder Anwendungen als Privatheitsregulierung betrachtet werden muss (Lampinen 2016; Masur 2018). Eine umfassende prozedurale Dimension der Online-Privatheitskompetenz muss entsprechend erweitert werden.

4.4 Privatheitsbezogene Kritikfähigkeit

Die letzte Dimension fokussiert, ähnlich wie die in der Medienkompetenzforschung entwickelte Teilkomponente Medienkritik (Baacke 1996) bzw. medienbezogene Kritikfähigkeit (Groeben 2002b) in einem besonderen Maß auf das Ziel der informationellen Selbstbestimmung. Es geht darum, sich nicht vom Status Quo überwältigen zu lassen und stattdessen eine eigenständige, rationale Position aufrechtzuerhalten (vgl. auch Groeben 2002b: 172). Sie umfasst 1) die Fähigkeit, problematische gesellschaftliche Strukturen, Prozesse, Normen und Praktiken, die die Privatheit des Einzelnen und im Allgemeinen betreffen, analytisch zu erfassen und zu kritisieren, sowie 2) auf einer ethischen Ebene das Bewusstsein, dass darüber eine soziale Verantwortung entsteht, der durch unterschiedliche, über die individuelle Verhaltensanpassung hinausgehende Ein-

flussmaßnahmen (z. B. das Anregen von Diskursen, die Unterstützung von Initiativen oder die Realisierung des demokratischen Potenzials durch die Wahl entsprechender Politiker oder Parteien) nachgegangen werden muss. Ähnlich wie die Medienkritikfähigkeit beschreibt die privatheitsbezogene Kritikfähigkeit also „eine analytisch-distanzierte Verarbeitungshaltung [...], die vor einem spezifischen gesellschaftstheoretischen Hintergrund insbesondere von der ideologiekritischen Ästhetik (Frankfurter Provenienz: Adorno etc.) postuliert [...] worden ist“ (Groeben 2002b: 173).

Die privatheitsbezogene Kritikfähigkeit ist in diesem Zusammenhang von besonderer Bedeutung, da nur über sie eine ausreichend analytische Tiefe in der individuellen Auseinandersetzung mit Privatheit entstehen kann, die letztlich zur endgültigen Umsetzung informationeller Selbstbestimmung notwendig ist. Eine Dekomodifizierung der Privatheit, wie sie zum Beispiel Sevignani (2016) beschreibt, kann letztlich nur demokratisch umgesetzt und kollektiv gesichert werden. In diesem Sinne kann die privatheitsbezogene Kritikfähigkeit auch als individuelle Voraussetzung für die aktive Einflussnahme auf nur staatlich durchführbare Privatheitsregulierung auf der vertikalen Ebene angesehen werden. Die ersten drei Dimensionen der Online-Privatheitskompetenz sind die Voraussetzung, den privatheitsbetroffenen, gesellschaftlichen und ökonomischen Rahmen, in dem sich das Individuum bewegt, zu verstehen, im Kontext der eigenen Bedürfnisse und des eigenen Verhaltens zu reflektieren und sich letztlich gegen die darin auftretenden Gefahren und Risiken zu schützen. Erst die vierte Dimension geht über diese ego-zentrierte Perspektive hinaus und befähigt das Individuum zu hinterfragen, ob dieser Status Quo überhaupt gesellschaftlich wünschenswert ist, und steigert somit auch die Motivation, diesen aktiv zu verändern.

5. Diskussion und Ausblick

Mit der Rekonzeptualisierung der Online-Privatheitskompetenz in vier Hauptdimensionen wurde hinterfragt, welche zusätzlichen Fähig- und Fertigkeiten notwendig sind, um das bisher vorrangig untersuchte faktische Wissen in prozedurales Wissen zu konsolidieren. Zu diesem Zweck ergänzt es bisherige multidimensionale Wissenskonzepte der Online-Privatheitskompetenz um Reflexions- und Kritikfähigkeiten sowie spezifische Umsetzungsfertigkeiten. Es wurde argumentiert, dass erst ein solch umfassender, privatheitsbezogener Kompetenzbegriff, gerade im Hinblick auf potenzielle Fördermaßnahmen, als angemessene Voraussetzung für die Umsetzung des Ideals der informationellen Selbstbestimmung angesehen werden kann.

Dennoch muss kritisch beachtet werden, dass auch mit dieser Rekonzeptualisierung ein (zu) idealistisches Bild eines perfekt kompetenten Individuums gezeichnet wird. In einer kritischen Betrachtung der kommunikativen Kompetenz merkte schon Baacke (1996) an, dass das Ideal der perfekten Diskursfähigkeit nur dann denkbar ist, wenn „Verzerrungen und Störungen der Kommunikation (z. B. Machtverhältnisse, Abhängigkeiten, größeres oder geringeres Rednergeschick etc.) ausgeschaltet werden können“ (S. 116). Das aufgeworfene Ideal der Online-Privatheitskompetenz muss entsprechend ebenfalls im Kontext situativer, gesellschaftlicher und kultureller Einflüsse verstanden werden und ist damit einer Vielzahl an Störungen ausgesetzt. Aus einer prozessorientierten Perspektive ist zum Beispiel leicht denkbar, dass Menschen recht schnell faktisches Wissen erlangen und dies auch im Kontext ihres eigenen Verhaltens reflektieren können. Für das Erlernen prozeduralen Wissens und damit konkreter Umsetzungsfertigkeiten bedarf es jedoch einer klaren Verhaltensintention, bei Bedarf das eigene Verhalten auch ändern und neue Fertigkeiten aktiv erlernen zu wollen (Ajzen 1991; im Kontext von Privatheitsverhalten siehe auch Dienlin & Trepte 2015; Niemann 2016).

Dieser Schritt, der insbesondere durch die Reflexionsfähigkeiten beeinflusst wird, ist jedoch aus zwei Gründen herausfordernd: Erstens stehen den Privatheitsbedürfnissen, die diese Verhaltensänderung oder Lernprozesse anregen, häufig starke Gratifikationen der eher privatheitsgefährdenden Nutzung neuer und insbesondere sozialer Medien gegenüber (Dienlin & Metzger 2016; Krasnova et al. 2012). Gleichzeitig sind Privatheitsverletzungen oder -einschränkungen häufig nur selten, und wenn sie auftreten, dann kaum erfassbar.

Zweitens zeigen Studien häufig, dass Nutzerinnen und Nutzer nur wenig Datenschutz betreiben (Litt 2013: 1653; Matzner et al. 2016: 284–285). Erste qualitative Studien legen nahe, dass viele Menschen glauben, dass sie gerade auf einer vertikalen Ebene nichts gegen die informationelle Ausbeutung durch Online-Diensteanbieter ausrichten können (Hoffmann, Lutz & Ranzini 2016). Auf dieser Basis, so postulieren die Autoren, entstehe sogar eine Art Privatheitszynismus, der trotz existierender Privatheitssorgen die geringe Umsetzung von Privatheitsregulierung erklären könne. Gemeint ist damit ein Gefühl der Unsicherheit und der Machtlosigkeit gegenüber den Datensammlungspraktiken von Online-Diensteanbietern. Mit Blick auf die Rekonzeptualisierung der Online-Privatheitskompetenz mag die Entwicklung eines solchen Privatheitszynismus durch fehlende privatenbezogene Kritikfähigkeit erklärbar sein.

Ein weiterer kritischer Punkt der Auseinandersetzung mit Online-Privatheitskompetenz liegt in der empirischen Erfassung. Während Teilespekte wie faktisches Wissen objektiv durch Testfragen erfasst werden können (und so auch schon häufig erfasst wurden; vgl. Abschnitt 3), so sind abstraktere Formen der allgemeinen Kompetenz nur durch Performanzen der empirischen Untersuchung zugänglich (vgl. Sutter & Charlton 2002: 135). Zum Beispiel kann man letztlich bei einem Probanden nur auf prozedurales Wissen bzw. Fertigkeiten schließen (Dimension 3), indem man ihn bei der Umsetzung von Datenschutzstrategien beobachtet und die Effektivität seiner Entscheidungen anhand seiner persönlichen Zielsetzung (Dimension 2) evaluiert. Bei solchen indirekten Maßen kann man die Kompetenz nicht direkt überprüfen. Diskrepanzen zwischen angenommener Kompetenz und beobachteter Performanz sind damit stets durch fördernde oder hindernde Faktoren erklärbar. Eine solche Perspektive macht jedoch den Kompetenzbegriff schlichtweg nicht falsifizierbar. Ungleich schwieriger ist die Erfassung von Reflexions- und Kritikfähigkeiten. Hier mag höchstes ein impliziter Test, der gleichzeitig die individuelle Situation des Individuums berücksichtigt, Aufschluss über das jeweilige Maß an Kompetenz geben.

Die jetzige Rekonzeptualisierung ist vor diesem Hintergrund zunächst vor allem als Anregung und systematische Grundlage zu verstehen, Online-Privatheitskompetenz ganzheitlicher zu betrachten. Es handelt sich bei den Dimensionen um einen ersten Versuch der Strukturierung, der durch empirische Studien bestätigt und validiert werden muss. Zu diesem Zweck sind die Dimensionen bewusst offengehalten, um etwaige durch empirische Daten gewonnene Erkenntnisse im Zuge der Weiterentwicklung aufgreifen zu können. Ein weiterer wichtiger Punkt ist in diesem Kontext auch, dass sich das notwendige faktische Wissen und auch die prozeduralen Fertigkeiten stetig ändern. Mit neuen Plattformen, Geschäftspraktiken und Nutzungsgewohnheiten entstehen neue Anforderungen an das Individuum. Eine empirische Erfassung der Online-Privatheitskompetenz muss diese Veränderungen stets berücksichtigen. Gleichermaßen gilt es zu beachten, dass gerade der rechtliche Rahmen nicht nur einem zeitlichen Wandel unterliegt, sondern sich auch je nach nationalem und kulturellem Kontext unterscheidet. Ein Vergleich zwischen Ländern muss dies also ebenfalls berücksichtigen.

Trotz dieser, dem Kompetenzbegriff stets innewohnenden Probleme ist die weitere theoretische und empirische Erforschung der Online-Privatheitskompetenz ein wichtiger gesellschaftlicher Auftrag, um letztlich das Individuum in die Lage zu versetzen, sich in der heutigen und zukünftigen Informationsgesellschaft selbstbestimmt und in Einklang mit den eigenen, rational reflektierten Privatheitsbedürfnissen zu bewegen. Diese normative Zielsetzung kann jedoch nicht allein durch die (pädagogische) Förderung der Online-Privatheitskompetenz einzelner Individuen erreicht werden und muss – ganz im Sinne der Zielorientierung der privatheitsbezogenen Kritikfähigkeit – als kollektive und gesamtgesellschaftliche Aufgabe verstanden werden.

Literatur

- Acquisti, A., & Gross, R. (2006). Imagined communities: Awareness, information sharing, and privacy on the Facebook. In D. Hutchison, T. Kanade, J. Kittler, J. M. Kleinberg, F. Mattern, J. C. Mitchell, ... P. Golle (Hrsg.), *Lecture notes in computer science: Privacy enhancing technologies* (S. 36–58). Berlin, Heidelberg: Springer. https://doi.org/10.1007/11957454_3.
- Acquisti, A., Brandimarte, L., & Loewenstein, G. (2015). Privacy and human behavior in the age of information. *Science*, 347(6221), 509–514. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1465>.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5979\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5979(91)90020-T).
- Altman, I. (1975). *The environment and social behavior: Privacy, personal space, territory, crowding*. Monterey, CA: Brooks/Cole Publishing Company.
- Baacke, D. (1973). *Kommunikation und Kompetenz: Grundlegung einer Didaktik der Kommunikation und ihrer Medien*. München: Juventa.
- Baacke, D. (1996). Medienkompetenz: Begrifflichkeit und sozialer Wandel. In A. von Rein (Hrsg.), *Theorie und Praxis der Erwachsenenbildung: Medienkompetenz als Schlüsselbegriff* (S. 112–124). Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Baruh, L., Secinti, E., & Cemalcilar, Z. (2017). Online privacy concerns and privacy management: A meta-analytical review. *Journal of Communication*, 67(1), 26–53. <https://doi.org/10.1111/jcom.12276>.
- Bawden, D. (2001). Information and digital literacies: A review of concepts. *Journal of Documentation*, 57(2), 218–259. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000007083>.
- Bawden, D. (2008). Origins and concepts of digital literacy. In C. Lankshear & M. Knobel (Hrsg.), *Digital literacies: Concepts, policies and practices* (S. 17–32). New York, NY: Lang.
- Binder, J., Howes, A., & Sutcliffe, A. (2009). The problem of conflicting social spheres: Effects of network structure on experienced tension in social network sites. In D. R. Olsen, R. Arthur, K. Hinckley, M. Ringel Morris, S. Hudson, & S. Greenberg (Hrsg.), *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems '09* (S. 965–974). <https://doi.org/10.1145/1518701.1518849>.
- boyd, d. (2008). Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In D. Buckingham (Ed.), *Youth, identity, and digital media* (S. 119–142). Cambridge, MA: The MIT Press.
- boyd, d. (2011). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (S. 39–58). New York, NY: Routledge.
- Braun, M., von Pape, T., Wolfers, L., Teutsch, D., & Trepte, S. (2018). Perspektiven und Trends der Privatheit. In M. Friedewald (Hrsg.), *Privatheit und selbstbestimmtes Leben in der digitalen Welt: Interdisziplinäre Perspektiven auf aktuelle Herausforderungen des Datenschutzes* (S. 221–250). Wiesbaden: Springer.
- Caputo, D. D., Pfleeger, S. L., Freeman, J. D., & Johnson, M. E. (2014). Going spear phishing: Exploring embedded training and awareness. *IEEE Security & Privacy*, 12(1), 28–38. <https://doi.org/10.1109/MSP.2013.106>.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society*. Oxford: Wiley.

- Culnan, M. J. (1995). Consumer awareness of name removal procedures: Implications for direct marketing. *Journal of Direct Marketing*, 9(2), 10–19. <https://doi.org/10.1002/dir.4000090204>.
- Derlega, V. J., & Grzelak, J. (1979). Appropriateness of self-disclosure. In G. J. Chelune (Hrsg.), *Self-disclosure: Origins, patterns, and implications of openness in interpersonal relationships* (S. 151–176). San Francisco: Jossey-Bass.
- Dienlin, T. (2014). The privacy process model. In S. Garnett, S. Halft, M. Herz, & J. M. Möning (Hrsg.), *Medien und Privatheit* (S. 105–122). Passau: Karl Stutz.
- Dienlin, T., & Metzger, M. J. (2016). An extended privacy calculus model for SNSs: Analyzing self-disclosure and self-withdrawal in a U.S. representative sample. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 21(5), 368–383. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12163>.
- Dienlin, T., & Trepte, S. (2015). Is the privacy paradox a relic of the past? An in-depth analysis of privacy attitudes and privacy behaviors. *European Journal of Social Psychology*, 45(3), 285–297. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2049>.
- Dutton, W. H., & Anderson, R. E. (1989). Computers and literacy: Differing perspectives in the social sciences. *Social Science Computer Review*, 7(1), 1–6. <https://doi.org/10.1177/089443938900700101>.
- Eichenhofer, J. (2016). Privatheit im Internet als Vertrauensschutz: Eine Rekonstruktion der Europäischen Grundrechte auf Privatleben und Datenschutz. *Der Staat*, 55, 41–67.
- Gilster, P. (2006). Digital fusion: Defining the intersection of content and communications. In A. Martin & D. Madigan (Hrsg.), *Digital literacies for learning* (S. 42–50). London: Facet Publ.
- Groeben, N. (2002a). Anforderungen an die theoretische Konzeptualisierung von Medienkompetenz. In N. Groeben & B. Hurrelmann (Hrsg.), *Medienkompetenz: Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen* (S. 11–22). Weinheim: Juventa.
- Groeben, N. (2002b). Dimensionen der Medienkompetenz: Deskriptive und normative Aspekte. In N. Groeben & B. Hurrelmann (Hrsg.), *Medienkompetenz: Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen* (S. 160–197). Weinheim: Juventa.
- Gusy, C., Eichenhofer, J., & Schulte, L. (2016). e-privacy: Von der Digitalisierung der Kommunikation zur Digitalisierung der Privatsphäre. In S. Baer, O. Lepsius, C. Schönberger, C. Waldhoff, & C. Walter (Hrsg.), *Das Öffentliche Recht der Gegenwart: Jahrbuch des Öffentlichen Rechts der Gegenwart* (S. 385–411). Tübingen: Mohr Siebeck.
- Häcker, O. (2017). Fähigkeit. In Wirtz, M. (Hrsg.), *Dorsch – Lexikon der Psychologie*. Göttingen: Hogrefe. <https://m.portal.hogrefe.com/dorsch/fachigkeit/> [18.10.2018].
- Hargittai, E. (2002). Second-level digital divide: Differences in people's online skills. *First Monday*, 7(4). <https://doi.org/10.5210/fm.v7i4.942>.
- Hargittai, E. (2005). Survey measures of web-oriented digital literacy. *Social Science Computer Review*, 23(3), 371–379. <https://doi.org/10.1177/0894439305275911>.
- Heuer, H. (2017). Fertigkeit. In Wirtz, M. (Hrsg.), *Dorsch – Lexikon der Psychologie*. Göttingen: Hogrefe. <https://m.portal.hogrefe.com/dorsch/fertigkeit/> [18.10.2018].
- Hoffmann, C. P., Lutz, C., & Ranzini, G. (2016). Privacy cynicism: A new approach to the privacy paradox. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 10(4). <https://doi.org/10.5817/CP2016-4-7>.
- Hogan, B. (2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 377–386. <https://doi.org/10.1177/0270467610385893>.
- Hoofnagle, C., King, J., Li, S., & Turow, J. (2010). How different are young adults from older adults when it comes to information privacy attitudes and policies. <http://ssrn.com/abstract=1589864> [22.10.2018].
- Jensen, C., Potts, C., & Jensen, C. (2005). Privacy practices of Internet users: Self-reports versus observed behavior. *International Journal of Human-Computer Studies*, 63(1–2), 203–227. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2005.04.019>.
- Johnson, C. A. (1974). Privacy as personal control. In D. H. Carson & S. T. Margulis (Hrsg.), *Man-environment interactions: Evaluations and applications. The state of the art in environmental design research. Privacy* (S. 83–100). Stroudsburg, PA: Dowden, Hutchinson & Ross.

- Junger, M., Montoya, L., & Overink, F.-J. (2017). Priming and warnings are not effective to prevent social engineering attacks. *Computers in Human Behavior*, 66, 75–87. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.012>.
- Krasnova, H., Veltri, N. F., & Günther, O. (2012). Self-disclosure and privacy calculus on social networking sites: The role of culture. *Business & Information Systems Engineering*, 4(3), 127–135. <https://doi.org/10.1007/s12599-012-0216-6>.
- Kraus, L., Wechsung, I., & Möller, S. (2014). A comparison of privacy and security knowledge and privacy concern as influencing factors for mobile protection behavior. *Workshop on Privacy Personas and Segmentation (PPS) at the Symposium on Usable Privacy and Security (SOUPS)*. <http://cups.cs.cmu.edu/soups/2014/workshops/privacy/s2p4.pdf> [18.10.2018].
- Lampinen, A. (2016). Why we need to examine multiple social network sites. *Communication and the Public* 1(4), 489–493. <https://doi.org/10.1177/2057047316681171>.
- Lampinen, A., Lehtinen, V., Lehmuskallio, A., & Tammisen, S. (2011). We're in it together: Interpersonal management of disclosure in social network services. In D. Tan, G. Fitzpatrick, C. Gutwin, B. Begole & W. A. Kellogg (Hrsg.), *The 2011 annual conference: Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems* (S. 3217–3226). ACM. <https://doi.org/10.1145/1978942.1979420>.
- Lankshear, C., & Knobel, M. (Hrsg.) (2008). *Digital literacies: Concepts, policies and practices*. New York, NY: Lang.
- Litt, E. (2013). Understanding social network site users' privacy tool use. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1649–1656. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.01.049>.
- Livingstone, S., Ólafsson, K., & Staksrud, E. (2013). Risky social networking practices among 'underage' users: Lessons for evidence-based policy. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(3), 303–320. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12012>.
- Martin, A. (2006). A European framework for digital literacy. *Nordic Journal of Digital Literacy*, 2(151–161). https://www.idunn.no/file/pdf/33191479/a_european_framework_for_digital_literacy.pdf.
- Masur, P. K. (2018). Situational privacy and self-disclosure: Communication processes in online environments. Cham, Switzerland: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-78884-5>.
- Masur, P. K., & Scharkow, M. (2016). Disclosure management on social network sites: Individual privacy perceptions and user-directed privacy strategies. *Social Media + Society*, 2(1). <https://doi.org/10.1177/2056305116634368>.
- Masur, P. K., Teutsch, D., & Dienlin, T. (2018). Privatheit in der Online-Kommunikation. In W. Schweiger & K. Beck (Hrsg.), *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden: Springer.
- Masur, P. K., Teutsch, D., & Trepte, S. (2017). Entwicklung und Validierung der Online-Privatheitskompetenzskala (OPLIS). *Diagnostica*, 63, 256–268. <https://doi.org/10.1026/0012-1924/a000179>.
- Masur, P. K., Teutsch, D., Dienlin, T., & Trepte, S. (2017). Online-Privatheitskompetenz und deren Bedeutung für demokratische Gesellschaften. *Forschungsjournal Soziale Bewegungen*, 30(2), 119. <https://doi.org/10.1515/fjsb-2017-0039>.
- Matzner, T., Masur, P. K., Ochs, C., & Pape, T. von. (2016). Do-It-Yourself Data Protection: Empowerment or Burden? In S. Gutwirth, R. Leenes & P. d. Hert (Hrsg.), *Law, governance and technology series: Data Protection on the Move* (Vol. 24, S. 277–305). Dordrecht: Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-017-7376-8_11.
- Milne, G. R., & Rohm, A. J. (2000). Consumer privacy and name removal across direct marketing channels: Exploring opt-in and opt-out alternatives. *Journal of Public Policy & Marketing*, 19(2), 238–249.
- Morrison, B. (2013). Do we know what we think we know? An exploration of online social network users' privacy literacy. *Workplace Review*. (April 2013), 58–79.
- Niemann, J. (2016). *Risiken und Nutzen der Kommunikation auf Social Networking Sites: Theoretische Modellierung und empirische Befunde auf Basis der 'Theory of Reasoned Action'*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Nissenbaum, H. (2010). *Privacy in context: Technology, policy, and the integrity of social life*. Palo Alto, CA: Stanford University Press.

- Omarzu, J. (2000). A disclosure decision model: Determining how and when individuals will self-disclose. *Personality and Social Psychology Review*, 4(2), 174–185. https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0402_05
- Papacharissi, Z. (Hrsg.) (2011). *A networked self: identity, community, and culture on social network sites*. New York, NY: Routledge.
- Park, Y. J. (2013). Digital literacy and privacy behavior online. *Communication Research*, 40(2), 215–236. <https://doi.org/10.1177/0093650211418338>.
- Petronio, S. (2002). *Boundaries of privacy*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Rössler, B. (2001). *Der Wert des Privaten*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Seubert, S. (2016a). Zwischen Emanzipation und Beherrschung: Das Private im digitalen Zeitalter. *WestEnd – Neue Zeitschrift für Sozialforschung*, (1), 89–102.
- Seubert, S. (2016b). Stichwort: Privatheit und politische Freiheit. *WestEnd – Neue Zeitschrift für Sozialforschung*, (1), 85–87.
- Sevignani, S. (2016). *Privacy and capitalism in the age of social media*. London, UK: Routledge.
- Sutter, T., & Charlton, M. (2002). Medienkompetenz: Einige Anmerkungen zum Kompetenzbegriff. In N. Groeben & B. Hurrelmann (Hrsg.), *Medienkompetenz: Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen* (S. 129–147). Weinheim: Juventa.
- Taddicken, M. (2014). The ‘privacy paradox’ in the social web: The impact of privacy concerns, individual characteristics, and the perceived social relevance on different forms of self-disclosure. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(2), 248–273. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12052>.
- Trepte, S., & Masur, P. K. (2016). *Cultural differences in social media use, privacy, and self-disclosure: Research report of a multicultural survey study*. Stuttgart: Universität Hohenheim. http://opus.uni-hohenheim.de/volltexte/2016/1218/pdf/Trepte_Masur_ResearchReport.pdf [22.10.2018].
- Trepte, S., & Masur, P. K. (2017a). Need for privacy. In Zeigler-Hill, V., Shakelford, T. K. (Ed.), *Encyclopedia of personality and individual differences*. London: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8_540-1.
- Trepte, S., & Masur, P. K. (2017b). Privacy attitudes, perceptions, and behaviors of the German population: Research report of a representative survey study. In Friedewald et al. (Hrsg.), *Forum Privatheit und selbstbestimmtes Leben in der digitalen Welt*. Karlsruhe: Fraunhofer ISI. https://www.forum-privatheit.de/forum-privatheit-de/publikationen-und-downloads/veroeffentli-chungen-des-forums/Trepte_Masur_2017_Research_Report_Hohenheim.pdf [22.10.2018].
- Trepte, S., Dienlin, T., & Reinecke, L. (2014). Risky behaviors: How online experiences influence privacy behaviors. In B. Stark, O. Quiring, & N. Jackob (Hrsg.), *Von der Gutenberg-Galaxis zur Google Galaxis* (S. 225–244). Wiesbaden, Germany: UVK.
- Trepte, S., Teutsch, D., Masur, P. K., Eicher, C., Fischer, M., Hennhöfer, A., & Lind, F. (2015). Do people know about privacy and data protection strategies? Towards the “online privacy literacy scale” (OPLIS). In S. Gutwirth, R. Leenes, & P. d. Hert (Hrsg.), *Reforming European data protection law* (S. 333–365). Dordrecht: Springer.
- Treumann, K. P., Baacke, D., Haacke, K., Hugger, K. U., & Vollbrecht, R. (2002). *Medienkompetenz im digitalen Zeitalter: Wie die neuen Medien das Leben und Lernen Erwachsener verändern*. Wiesbaden: Springer. <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-663-10774-3>.
- Turow, J. (2003). *Americans and online privacy: The system is broken*. A report from the Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania. https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.de/&httpsredir=1&article=1411&context=asc_papers [22.10.2018].
- Turow, J., Feldman, L., & Meltzer, K. (2005). *Open to exploitation: America’s shoppers online and offline*. Report from the Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania. Abgerufen unter https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1035&context=asc_papers [22.10.2018].
- Turow, J., Hennessey, M., & Bleakley, A. (2008). Consumers’ understanding of privacy rules in the marketplace. *Journal of Consumer Affairs*, 42(3), 411–424. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2008.00116.x>.

- Vitak, J. (2012). The impact of context collapse and privacy on social network site disclosures. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(4), 451–470. <https://doi.org/10.1080/08838151.2012.732140>.
- Vitak, J., & Kim, J. (2014). “You can’t block people offline”: Examining how Facebook’s affordances shape the disclosure process. *Proceedings of the CSCW ’14*.
- Vitak, J., Blasiola, S., Patil, S., & Litt, E. (2015). Balancing audience and privacy tensions on social network sites. *International Journal of Communication*, 9, 1–20. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.004>.
- Vorderer, P. (2015). Der mediatisierte Lebenswandel: Permanently online, permanently connected. *Publizistik*, 60(3), 259–276. <https://doi.org/10.1007/s11616-015-0239-3>.
- Weinert, F. E. (2003). *Leistungsmessungen in Schulen*. Weinheim, Basel: Beltz.
- Westin, A. F. (1967). *Privacy and freedom*. New York, NY: Atheneum.

Online-Privatheit: Identität und Kommunikation im Social Web – Theorie und Empirie



Identität, Orientierung und Lebenswelt

Ein mehrdimensionaler Blick auf situatives Aushandeln von Privatheit im Social Web

Von Assoz. Prof. PD Mag. Dr. Sascha Trültzsch-Wijnen

2018, 514 S., brosch., 94,-€

ISBN 978-3-8487-5185-3

eISBN 978-3-8452-9380-6

(*Lebensweltbezogene Medienforschung: Angebote – Rezeption – Sozialisation, Bd. 7*)

nomos-shop.de/39478

Privatheit steht im unmittelbaren Zusammenhang mit Identität und Kommunikation – der Band geht diesem Zusammenhang in Alltag und Social Web nach. Dazu wird ein mehrdimensionales handlungstheoretisches Konzept vorgelegt, dessen Nutzen anhand mehrerer empirischer Teilstudien illustriert wird.



Unser Wissenschaftsprogramm ist auch online verfügbar unter:

www.nomos-eibrary.de

Portofreie Buch-Bestellungen unter
www.nomos-shop.de

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Nomos