

Inhalt

Intro	11
1. Die Person: Elemente einer Sozialtheorie der Personalisierung	25
1.1 Intro: Die Person als Prozess	25
1.2 Erreichbarkeit: Personalisierung als Adressierung	28
1.3 Innerlichkeit: Personalisierung als Faltung	35
1.4 Kontinuität: Zwischen Außen und Innen	43
1.4.1 Sozialisation und Personalisierung	44
1.4.2 Sozialisation und Intersubjektivität	46
1.4.3 Zwei Modi der Erreichbarkeit	48
1.4.4 Infrastrukturen der Metamorphose	50
1.5 Outro: Personalisierung als Erreichbarkeit	53
2. Die private Person: Privates und Persönliches in der vordigitalen Moderne ..	59
2.1 Intro: Die Person des Privaten	59
2.2 Praktiken der Grenzziehung	61
2.3 Semantiken der Institutionalisierung	64
2.4 Varianten des Privaten und ihre Person	66
2.4.1 Die gespaltene Person	69
2.4.2 Die authentische Person	72
2.4.3 Die besondere Person	75
2.4.4 Die dezisionale Person	78
2.5 Outro: Die Erreichbarkeit der privaten Person	80
3. Digitalisierung und die Krise des Privaten	85
3.1 Intro: Digitalisierung als Krise	85

3.2	Elemente der Digitalisierung des Sozialen	87
3.2.1	Intervention: Die Teilnahme digitaler Technologien am Sozialen	88
3.2.2	Postdigitale Kultur: Struktur und Semantik der Kontrollkrise	92
3.2.3	Kontrolle der Kontrolle	96
3.3	Sorge um Privatheit: Der NSA-Untersuchungsausschuss des 18. Deutschen Bundestages (NSAUA)	97
3.3.1	Intro: Der NSAUA als Sorge um Privatheit	97
3.3.2	Topologie der Arena: Die sozialen Welten	101
3.3.3	Oszillationen der Sorge: Ereignisse und Verschiebungen	111
3.3.4	Outro: Überwachung als Krise der Kontrolle	122
3.4	Kritik an Privatheit: Die Postprivacy-Kontroverse (PPK)	123
3.4.1	Intro: Die Postprivacy-Kontroverse als Kritik an Privatheit	123
3.4.2	Die Arena der Kontroverse	125
3.4.3	Kritik der Kontrolle	129
3.4.4	Jenseits der Kontrolle	133
3.4.5	Eine postprivate Person?	135
3.4.6	Outro: Leben im Netz nach der Kontrolle	138
3.5	Outro: Die Gestalt der digitalen Krise des Privaten	139
4.	Die verteilte Person: Digitalisierung des Persönlichen	143
4.1	Intro: Beziehungsweisen der verteilten Person	143
4.2	Freundschaft und ihre Digitalisierung	146
4.2.1	Freundschaft als Modus der Personalisierung	146
4.2.2	Variabilität: Drei Dimensionen der Freundschaft	148
4.2.3	Die Digitalisierung der Freundschaft	158
4.3	Das Selfie als Personalisierungsweise	162
4.3.1	Selfies als Mittler:innen	162
4.3.2	Einbettung: Das Selfie als postdigitales Format	165
4.3.3	Methode: Autoethnografie als Zugang	167
4.3.4	Verteiltheit: Selfies in Relationen	169
4.3.5	Artifizialisierung: Der Transport des Persönlichen	174
4.4	Ökonomie des Persönlichen	183
4.4.1	Die datenökonomische Infrastrukturierung der Person	183
4.4.2	Zwischen Optionalität und Prädiktivität	184
4.4.3	Unpersönliche Personalisierung	186
4.4.4	Präparierende Prädiktion	188
4.5	Outro: Die verteilte Person	191

5. Outro: Die verteilte Person und ihre Privatheit	193
Literatur	199
Dank	229

