



FORUM PRIVATHEIT UND SELBSTBESTIMMTES
LEBEN IN DER DIGITALEN WELT

Forschungsbericht

PRIVATHEIT IN DEN MEDIEN

BERICHTERSTATTUNG ZUM THEMA
PRIVATHEIT UND INTERNET IN
DEUTSCHEN MEDIEN

Forschungsbericht

PRIVATHEIT IN DEN MEDIEN

BERICHTERSTATTUNG ZUM THEMA
PRIVATHEIT UND INTERNET IN
DEUTSCHEN MEDIEN

Autoren:

Cornelia Mothes¹, Thilo von Pape², Sabine Trepte²

- (1) Ohio State University, School of Communication, Columbus, OH
- (2) Universität Hohenheim, Lehrstuhl für Medienpsychologie, Stuttgart

Herausgeber:

Peter Zoche, Regina Ammicht-Quinn, Marit Hansen, Jessica Heesen, Thomas Hess, Jörn Lamla, Christian Matt, Alexander Roßnagel, Sabine Trepte, Michael Waidner

Inhalt

1	Medien und Privatheit.....	4
2	Methodisches Vorgehen.....	6
2.1	Untersuchungsanlage.....	6
2.2	Dimensionen der Privatheit.....	7
3	Medienberichterstattung zum Thema Privatheit – Ein Zwischenbericht	8
3.1	Ein Überblick über das Thema Privatheit in den Medien.....	8
3.2	Darstellung von Privatheit in den deutschen Medien	9
3.3	Relevanz von Privatheit im Spiegel der deutschen Medien	12
3.4	Medienprognosen zur Entwicklung der Privatheit.....	14
3.5	Ursachen- und Verantwortungszuschreibung für Privatheit in Gegenwart und Zukunft.....	14
4	Ein vorläufiges Fazit	16
	Literaturverzeichnis	17
	Aus dem Forschungskontext	19

Medien und Privatheit

Medien erfüllen innerhalb komplexer Gesellschaften – in denen es Bürgern oft nicht mehr möglich ist, Informationen über relevante Ereignisse durch Primärerfahrungen zu sammeln – die bedeutende Funktion, die Bevölkerung über für sie wichtige Themen, Probleme und Handlungsoptionen zu unterrichten. Medien beeinflussen auf diese Weise nicht nur, welche Ereignisse Bürger als wichtig einstufen (vgl. McCombs & Shaw, 1972), sondern legen auch Interpretationsmuster dazu nahe, wie über diese Ereignisse nachgedacht wird, welche Argumente verhandelt werden (vgl. Entman, 1993), wo die Ursachen zu suchen sind oder wer die Verantwortung für Veränderungen trägt (vgl. Bennett, 2012).

Bei globalen und interdisziplinär wirksam werdenden Konzepten wie der *Privatheit* schlägt der Einfluss der Medien besonders zu Buche, da Bürger bei derartigen Themen stark auf Informationen aus den Medien angewiesen sind, um sich überhaupt eine eigene Meinung bilden zu können. Auch Medien stoßen dabei auf gewisse Herausforderungen, einem solchen Thema habhaft zu werden. Vorrangig greifen sie in diesem Fall auf Experten – etwa aus dem politischen, wirtschaftlichen und technologischen Umfeld – zurück, um über deren Meinungen eine offizielle Absicherung der medial vermittelten Informationen zu gewährleisten (z. B. Kepplinger, 2001, S. 119). Durch die Aufnahme von Expertenäußerungen als Zeichen von Faktizität – so Hackett (2008, S. 365) provokativ – könne man behaupten, „dass große Teile der Nachrichten aus Meinungsäußerungen, also aus individuell entwickelten Perspektiven auf ein Geschehen bestehen, nicht unbedingt aus Berichten über Sachverhalte.“

In vielen Fällen kann die konkrete Auswahl von Experten somit für das vermittelte Verständnis des Themas entscheidend sein. Es ist anzunehmen, dass Experten unterschiedlicher Disziplinen Privatheit jeweils anders verstehen und definieren. Auch die gesellschaftlichen Wertedimensionen von Privatheit werden von Experten und gesellschaftlichen Akteuren sehr unterschiedlich eingeschätzt. Zu jener Konzept- und Wert-Differenziertheit tritt weiterhin eine sachlogische Prognoseunsicherheit, da die derzeitigen Ereignisse – etwa im Rahmen des Datenschutzes – in ihren Konsequenzen gegenwärtig noch kaum abschätzbar sind, in verschiedene Richtungen weisen und unter anderem auch abhängig davon sind, wer in der Verantwortung für gegenwärtige gesellschaftliche Zustände und zukünftige Entwicklungen gesehen wird (z. B. Ho, Scheufele, & Corley, 2013).

Damit hat das Thema Privatheit eine Komplexität erlangt, die in den meisten Medien nicht widerspiegelt werden kann. Zum einen verbietet es das Gebot der Aktualität (z. B. Lewis, Williams & Franklin, 2008; Machill, Beiler & Zenker, 2008), zum anderen der Anspruch der Vereinfachung der Medieninhalte. Es liegt daher letztlich im Entscheidungsspielraum des jeweiligen Mediums auszuwählen, welche konkrete Sichtweise in der breiten Bevölkerung Gehör findet und welche Handlungsoptionen diskutiert werden. Medien bestimmen auf diese Weise entscheidend mit, wie sich die gesellschaftliche Realität von Privatheit heute und in Zukunft gestaltet (vgl. Dudo, Dahlstrom & Brossard, 2007).

Mit Blick auf die mediale Darstellung von Privatheit im digitalen Zeitalter stellen sich somit insbesondere vier Forschungsfragen:

1. Welche Konzepte von Privatheit werden in deutschen Medien thematisiert?
2. Welche Relevanz weisen deutsche Medien der Privatheit zu?

3. Welche Prognose leiten deutsche Medien für die Entwicklung von Privatheit in der Zukunft ab?
4. Welche Akteure/Institutionen werden von deutschen Medien für den gegenwärtigen Zustand und die zukünftige Entwicklung von Privatheit verantwortlich gemacht?

2 Methodisches Vorgehen

2.1 Untersuchungsanlage

Zum Ziel der Beantwortung dieser Forschungsfragen wurde am Lehrstuhl für Medienpsychologie eine quantitative Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung durchgeführt, die den medialen Diskurs zum Thema „Privatheit in der digitalen Welt“ in Deutschland für 2014/2015 betrachtet. Datengrundlage für die hier beschriebene Untersuchung bildeten die zum Start der Erhebung reichweitenstärksten Print- und Online-Medien sowie Fernsehsender Deutschlands (vgl. AGF, 2013; IVW, 2013, 2014; Social Media Charts, 2014). Untersucht wurden die Print- und Onlineberichterstattung dreier überregionaler Qualitätszeitungen (Süddeutsche Zeitung, FAZ, Die WELT), der auflagenstärksten überregionalen Boulevardzeitung (BILD) sowie Wochenzeitung (Die ZEIT) und des auflagenstärksten Nachrichtenmagazins (Der SPIEGEL). Für die Fernsehberichterstattung wurden die fünf großen deutschen öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehsender analysiert (Das Erste, ZDF, RTL, Sat. 1, ProSieben). Zusätzlich zu diesen klassischen Medienquellen wurden mit heise.de, huffingtonpost.de und deutschland-wirtschafts-nachrichten.de drei genuine Onlinenachrichten-Angebote berücksichtigt, deren Inhalte im Internet besonders starke Resonanz – etwa durch Likes, Kommentierungen und Weiterleitungen – hervorrufen. Der Untersuchungszeitraum erstreckte sich vom 01. Mai 2014 bis zum 28. Februar 2015. Im vorliegenden Forschungsbericht bilden die Beiträge der ersten zwei Monate (01. Mai 2014 bis 30. Juni 2014) die Analysegrundlage für die Darstellung eines vorläufigen Zwischenstandes.

In die Untersuchung aufgenommen werden all jene Beiträge der genannten Medien, in denen einerseits die Begriffe Privatheit bzw. die damit verwandten Begriffe Privatsphäre oder Selbstbestimmung enthalten sind und in denen es andererseits um gesellschaftliche Entwicklungen in Zeiten von Internet, Digitalisierung und/oder Technologien geht. Auf diese Weise ergeben sich folgende Kombinationen von Suchoperatoren: Privatheit* ODER Privatsphäre* ODER Selbstbestimm* UND Internet* ODER Digital* ODER Techn*. Die Ableitung der Suchoperatoren erfolgte auf Basis eines Pretests. Für die Recherche der Print- und Onlinebeiträge klassischer Medien wurden spezielle Fachdatenbanken genutzt (Factiva, FAZ Archiv, Nexis, Süddeutsche Zeitung Archiv). Für die Erfassung der Beiträge aus genuine Onlinequellen wurde auf die konkreten Internetpräsenzen dieser Quellen zurückgegriffen. Das Auffinden und Speichern von Fernsehbeiträgen erfolgte im Rahmen eines wöchentlichen Monitorings gemäß der Zugriffskriterien durch das externe Marktforschungsunternehmen aserto GmbH & Co.KG.

Analyseeinheit ist der einzelne Print-, Online- bzw. Fernsehbeitrag. Für Online- und Printmedien gilt als Beitrag ein abgesetzter Textbeitrag inklusive dessen Überschrift und möglicher Dach- und Unterzeilen. Bilder wurden aufgrund unterschiedlicher Darstellungen der Beiträge in den Datenbanken nicht berücksichtigt. Für Fernsehsender gilt als Beitrag ein eigenständiger journalistischer Beitrag einer Sendung, der über eine An- bzw. Abmoderation verfügen kann, die als Teil des Beitrags codiert wird, während Werbeunterbrechungen nicht in die Codierung eingingen.

2.2 Dimensionen der Privatheit

Das Kategoriensystem der vorliegenden Inhaltsanalyse umfasst sowohl formalstilistische Merkmale (z. B. Ressort/Genre, Darstellungsform, Umfang des Beitrags) als auch inhaltliche Merkmale, die im Wesentlichen auf die Frage abzielen, welche Sichtweisen, Argumentationsstrukturen und Akteurskonstellationen über deutsche Medien vermittelt werden, wenn es um gesellschaftliche Trends und Perspektiven der Privatheit in der digitalen Welt geht. Im Mittelpunkt stehen dabei vier zentrale, aus der Sozialpsychologie stammende Dimensionen von Privatheit (Burgoon, 1982; für einen Überblick siehe Trepte & Reinecke, 2011a): Die *informationelle Privatheit* bezeichnet dabei die Möglichkeit einer Person, Kontrolle darüber auszuüben, wer Informationen über sie sammelt und weiterverbreitet. Unter *sozialer Privatheit* wird die Kontrolle einer Person über ihre sozialen Kontakte verstanden sowie die Möglichkeit des Bürgers, sich aus sozialen Kontakten zurückzuziehen. Als *physische Privatheit* gilt die Möglichkeit eines Menschen, den Zugang zu den eigenen Räumlichkeiten oder zum eigenen Körper kontrollieren zu können. Die *psychische Privatheit* letztlich lässt sich als die Möglichkeit beschreiben, emotionale und kognitive Einflüsse kontrollieren zu können, also im Wesentlichen die Intimität und die Tiefe des Austauschs mit anderen Menschen.

Für diese vier Dimensionen wird im Rahmen der Inhaltsanalyse untersucht, welche Bedeutung sie für den aktuellen Mediendiskurs haben, wie ihre derzeitige Qualität in den Medien eingeschätzt wird und welche zukünftigen Veränderungen diskutiert werden. Hierfür wurde für alle vier Dimensionen differenziert, wie stark andere ‚von Außen‘ zugreifen (*Ausmaß der Privatheit*) und wie stark die persönliche Kontrolle über jene Einflüsse und Zugriffe dargestellt wird (*Kontrolle über Privatheit*).

Die Darstellung von Privatheit in den Medien wurde daher auf zwei separaten Stufen erfasst: In einem ersten Schritt wurde für jede im Beitrag thematisierte Dimension von Privatheit (informationell, sozial, psychisch, physisch) separat festgehalten, ob sie als gegenwärtig hoch oder gering eingestuft wird und inwiefern zukünftig eine Erhöhung oder Verringerung der Privatheit erwartet wird (*Ausmaß der Privatheit*). Inwiefern es sich dabei um einen vom Betroffenen kontrollierten Zustand handelt (*Kontrolle über Privatheit*), wurde erst in einem zweiten Schritt durch separate Items erfasst, die mögliche Einschränkungen der persönlichen Kontrollierbarkeit von Privatheit genauer beschreiben.

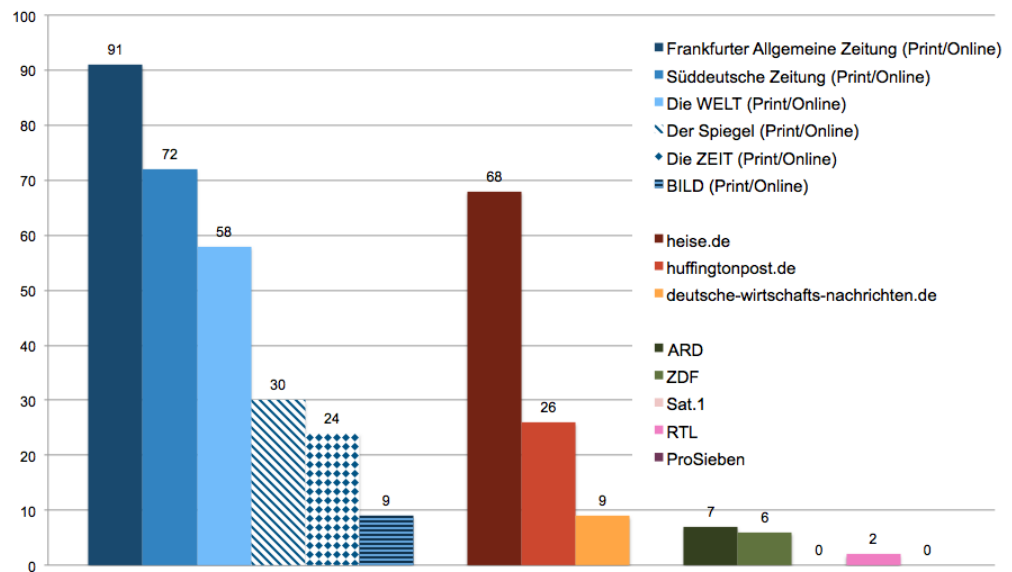
Die anhand des Codebuchs durchgeführte Analyse der aufgefundenen Beiträge erfolgte durch drei intensiv geschulte Codierer. Ein Intercoder-Reliabilitätstest mit insgesamt 20 Beiträgen aus allen einbezogenen Mediengattungen erbrachte einen zufriedenstellenden Wert von Holstis CR = .89 (CR = .89 für formale Kategorien und CR = .88 für inhaltliche Kategorien). Die hier dargestellten Ergebnisse beziehen sich auf die ersten zwei Erhebungsmonate (01. Mai bis 30. Juni 2014) und stellen vorläufige Befunde zu einzelnen Kategorien des Codebuchs dar.

3 Medienberichterstattung zum Thema Privatheit – Ein Zwischenbericht

3.1 Ein Überblick über das Thema Privatheit in den Medien

Insgesamt erschienen im Mai und Juni 2014 in den untersuchten Medien 402 Artikel, die sich laut Zugriffskriterien mit Privatheit in der digitalen Welt beschäftigten. Davon fanden sich 387 Artikel bei Print- und Onlinemedien; die untersuchten Fernsehsender thematisierten Privatheit in nur 15 Beiträgen. Am häufigsten wurde das Thema in den Print- und Onlineausgaben der überregionalen Qualitätszeitungen *Frankfurter Allgemeine Zeitung* und *Süddeutsche Zeitung* behandelt. An dritter Stelle folgte das auf technologische Entwicklungen spezialisierte Online-Nachrichtenportal *heise.de* (siehe Abb. 01). Mit 42% griffen die Beiträge das Thema Privatheit am häufigsten als aktuelles politisches Nachrichtenthema im Ressort Politik/Nachrichten bzw. im Rahmen von TV-Nachrichtensendungen auf. Knapp die Hälfte aller Print- und Onlinebeiträge widmete dem Thema eine umfassende Auseinandersetzung in Artikeln von bis zu zwei DIN A4-Seiten Umfang. Im Fernsehen wiesen die Beiträge im Mittel eine Länge von 2,55 Minuten auf (SD = 1,45 Minuten).

Abb. 01 Häufigkeit der Thematisierung von Privatheit in deutschen Medien (absolute Angaben) im Mai und Juni 2014



Betrachtet man das Berichterstattungsaufkommen im Zeitverlauf, fällt – wenig überraschend – auf, dass die mediale Diskussion um Privatheit besonders dann stimuliert wird, wenn politische Schlüsselereignisse stattgefunden haben (siehe Abb. 02). Für die Untersuchungsmonate Mai und Juni 2014 zeigte sich dies besonders deutlich im Zuge des sogenannten „Google-Urteils“ des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) vom 13. Mai 2014, mit dem es Bürgern ermöglicht wurde, von ihrem ‚Recht auf Vergessen‘ Gebrauch zu machen und die Entfernung von Links in den Ergebnislisten von Google zu erwirken. Einen weiteren Peak in der Berichterstattung provozierte der sich Anfang Juni einstellende Jahrestag um die ersten Enthüllungen des ehemaligen NSA-Mitarbeiters Edward Snowden. Ende Juni waren es vor allem die Ereignisse rund um den im März 2014 durch den Deutschen Bundestag eingesetzten und Ende Juni zum dritten Male öffentlich tagenden NSA-Untersuchungsausschuss.

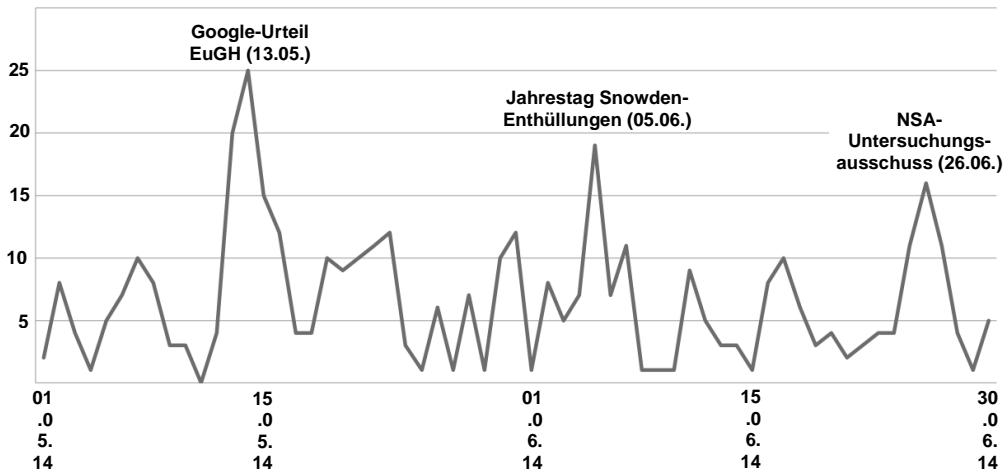


Abb. 02 Häufigkeit der media-
len Thematisierung von Priva-
theit im Zeitverlauf (absolute
Anzahl von Beiträgen nach
Datum)

3.2 Darstellung von Privatheit in den deutschen Medien

Wenn in den deutschen Medien von Privatheit im digitalen Zeitalter gesprochen wird, so in erster Linie im Sinne einer informationellen Privatheit, global verstanden als Zugriff Dritter auf private Informationen einer Person. Diese wurde in 90% der Beiträge als Haupt- oder Nebenthema angesprochen (siehe Abb. 03). An zweiter Stelle folgt in 37% aller Artikel die Thematisierung von physischer Privatheit als Eingriff Dritter in das Privateigentum bzw. den persönlichen Schutzraum einer Person. Die soziale und psychische Privatheit – also Zugriffe auf die Person als Interaktionspartner und Eingriffe in das Denken, Fühlen und Handeln von Personen – sind mit 10% bzw. 9% vergleichsweise selten Thema der Berichterstattung und wenn überhaupt, dann vorrangig als Nebenschauplatz.

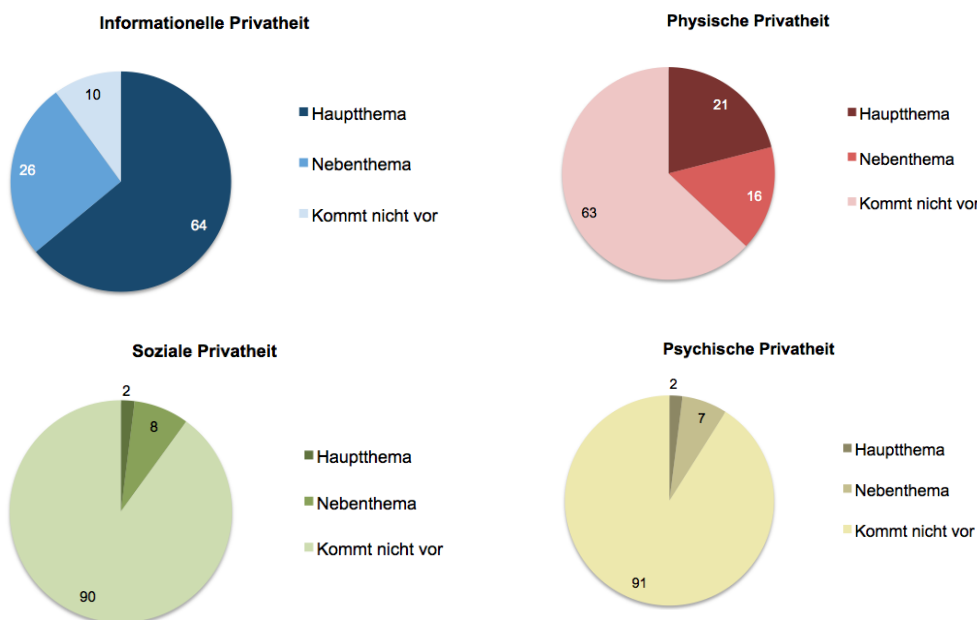


Abb. 03 Thematisierung von
informationeller, physischer,
sozialer und physischer Priva-
theit in deutschen Medien
(Angaben in %; Basis: N = 402)

Für alle vier Dimensionen der Privatheit gehen deutsche Medien überwiegend von einem gegenwärtig geringen *Ausmaß der Privatheit* aus (siehe Abb. 04). Dies mag einerseits Ausdruck von Negativismus als einem der wichtigsten Nachrichtenfaktoren der Medienberichterstattung sein, spiegelt aber auch die Ereignislage der vergangenen

Monate wider, die hauptsächlich mit Bedrohungen von Privatheit in Beziehung stehen, denkt man etwa an das dominante Thema der NSA-Überwachung.

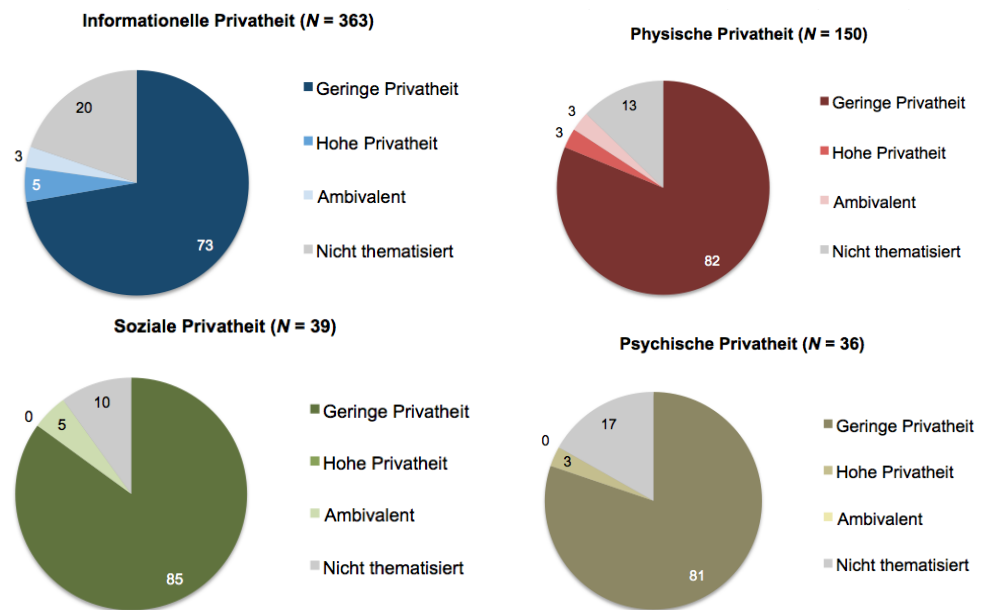


Abb. 04 Mediale Beurteilung des Ausmaßes von Privatheit (Angaben in %)

Die mediale Einschätzung eines generell eher geringen Ausmaßes von Privatheit setzt sich auch in den einzelnen Merkmalen fort, die anzeigen, inwiefern es Bürgern aus Mediensicht heute möglich ist, Kontrolle über ihre Privatheit auszuüben. Für die Erfassung der *Kontrolle über Privatheit* wurden in der Inhaltsanalyse verschiedene Faktoren aufgenommen, die Einfluss auf die Kontrollmöglichkeiten der Bürger haben können. Insgesamt wurden in Anlehnung an die bisherige Forschung (z. B. Trepte, Dienlin & Reinecke, 2014; Rainee, Kiesler, Kang & Madden, 2013; Schumacher, Kimpeler & Friedewald, 2013) 15 Merkmale erhoben, welche die Regulierung und Kontrolle von Privatheit erschweren können.

Wie Abbildung 05 zeigt, steht die mediale Einschätzung des geringen Ausmaßes an Privatheit mit großem Abstand insbesondere in Zusammenhang mit einer fehlenden Kontrolle über die Sammlung und Speicherung privater Daten durch Dienste-Betreiber (wie etwa Google oder Facebook) und Behörden (wie etwa NSA oder BND). Die massenhafte Datensammlung wird in den betrachteten Beiträgen nicht nur am häufigsten so oder ähnlich thematisiert (in 58% der Beiträge); sie wird – als logische Folge der Ereignislage – von Medien so oder ähnlich auch fast einhellig bestätigt (in 56% der Beiträge) und in keinem der Artikel in Zweifel gezogen. Bei insgesamt geringerer Häufigkeit der Thematisierung trifft dies ebenfalls auf die Aussage zu, Dienste-Betreiber und/oder Behörden würden personenbezogene Daten analysieren, um daraus Vorhersagen über die Person abzuleiten. Diese Aussage wurde so oder ähnlich in 19% aller Beiträge bejaht. Folgerichtig sehen die Medien die Möglichkeit auch überwiegend in Gefahr, als Bürger unbeobachtet zu bleiben: In 14% der Beiträge fand sich eine Bestätigung dieser Aussage, während sie nur in jeweils 1% der Beiträge verneint bzw. ambivalent diskutiert wurde. Ein ähnliches Muster findet sich bei nahezu allen weiteren Einflussmerkmalen, die individuelle Kontrollmöglichkeiten in Bezug auf die eigene Privatheit schmälern können – allerdings insgesamt mit deutlich geringerer Anzahl an Nennungen, was teilweise auch dem hier dargestellten kurzen Untersuchungszeitraum geschuldet ist.

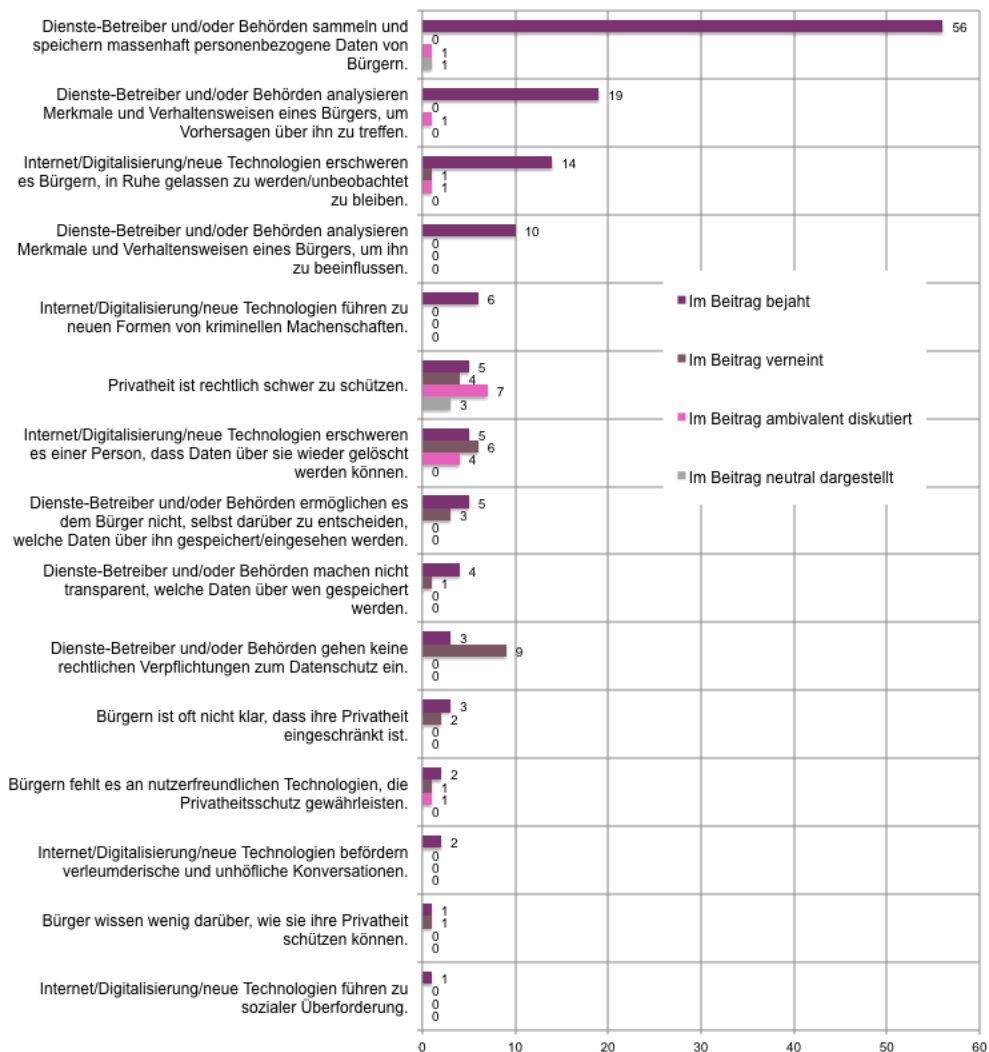
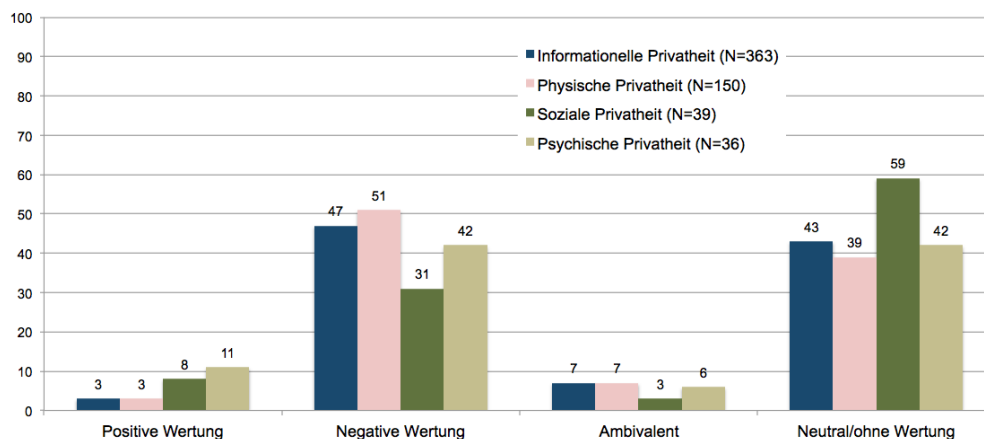


Abb. 05 Einflussfaktoren auf Kontrollmöglichkeiten individueller Privatheit (Angaben in %; Basis: N = 402)

Abweichungen von diesem Muster zeigen sich in der Tendenz vor allem bei solchen Items, die von Entwicklungen des Privatheitsschutzes während des Untersuchungszeitraums beeinflusst waren. So werden – vor allem im Nachgang des EuGH-Urteils – durchaus Möglichkeiten der rechtlichen Regulierung sowie der rechtlichen Verpflichtung von Dienste-Anbietern und/oder Behörden auf Datenschutz-Maßnahmen thematisiert und die Möglichkeiten für Bürger diskutiert, personenbezogene Daten nachträglich löschen bzw. einsehen zu können.

Diese Optionen für erhöhte Kontrolle und Regulierung bleiben aber in ihrer Häufigkeit (noch) überschattet von der Thematisierung einer generell geringen Handhabe gegen organisierte Datensammlung, -speicherung und -analyse. So ist es auch kaum verwunderlich, dass die Beurteilung des gegenwärtigen Zustands von Privatheit – sofern eine solche Bewertung im Beitrag vorgenommen wurde – in erster Linie negativ ausfällt (siehe Abb. 06).

Abb. 06 Mediale Bewertung
des Ausmaßes der Privatheit in
verschiedenen Bereichen (An-
gaben in %)



3.3 Relevanz von Privatheit im Spiegel der deutschen Medien

Eine mediale Feststellung einer geringen Privatheit ist nicht zwangsläufig mit einer Relevanzzuschreibung gleichzusetzen. Um die mediale Beurteilung der Relevanz von Privatheit einschätzbar zu machen, wurde in Anlehnung an die Befunde der bisherigen Forschung (vgl. Rössler, 2001; Trepte & Reinecke, 2011b; Westin, 1967) für jeden Beitrag die Bedeutsamkeit der Privatheit noch einmal konkreter erfasst – einerseits anhand ihrer generellen Wichtigkeit für die Freiheit, Selbstbestimmung und Autonomie des Menschen und andererseits anhand alternativer Bedürfnisse der Bürger, die mit dem Privatheitsbedürfnis in Widerspruch stehen können und möglicherweise sogar höher bewertet werden als das Bedürfnis nach Privatheit selbst. Da sich daraus das viel diskutierte ‚Privacy Paradox‘ ergeben kann (z. B. Taddicken, 2013), wurde das Bedürfnis nach Privatheit also mit weiteren Gratifikationen der digitalen Welt abgeglichen, die ‚Gegenwerte‘ zur Privatheit darstellen können.

Wie Abbildung 07 zeigt, wurden nur in einer Minderheit der untersuchten Beiträge überhaupt Wertungen in Bezug auf Privatheit vorgenommen. Dies lässt sich auf die große Zahl an *Nachrichtenbeiträgen* zurückführen, die im Journalismus an eine größere Objektivität bzw. Neutralität geknüpft sind. Wurden Werturteile gefällt, so insbesondere in Bezug auf die generelle Bedeutung von Privatheit für eine freiheitliche, autonome und selbstbestimmte Entwicklung des Menschen, die in 17% der Beiträge thematisiert wurde. Weitere 10% der Beiträge gingen auch auf das individuelle Bedürfnis der Bürger ein, ihre Privatheit schützen zu wollen. Im Vergleich seltener kamen alternative Bedürfnisse zur Sprache, etwa das Bedürfnis nach sozialer Unterstützung (1%), die technologisch erleichterte Optimierung von Handlungsentscheidungen (3%) oder der bequeme Zugang zu Informationen und Gütern (4%).

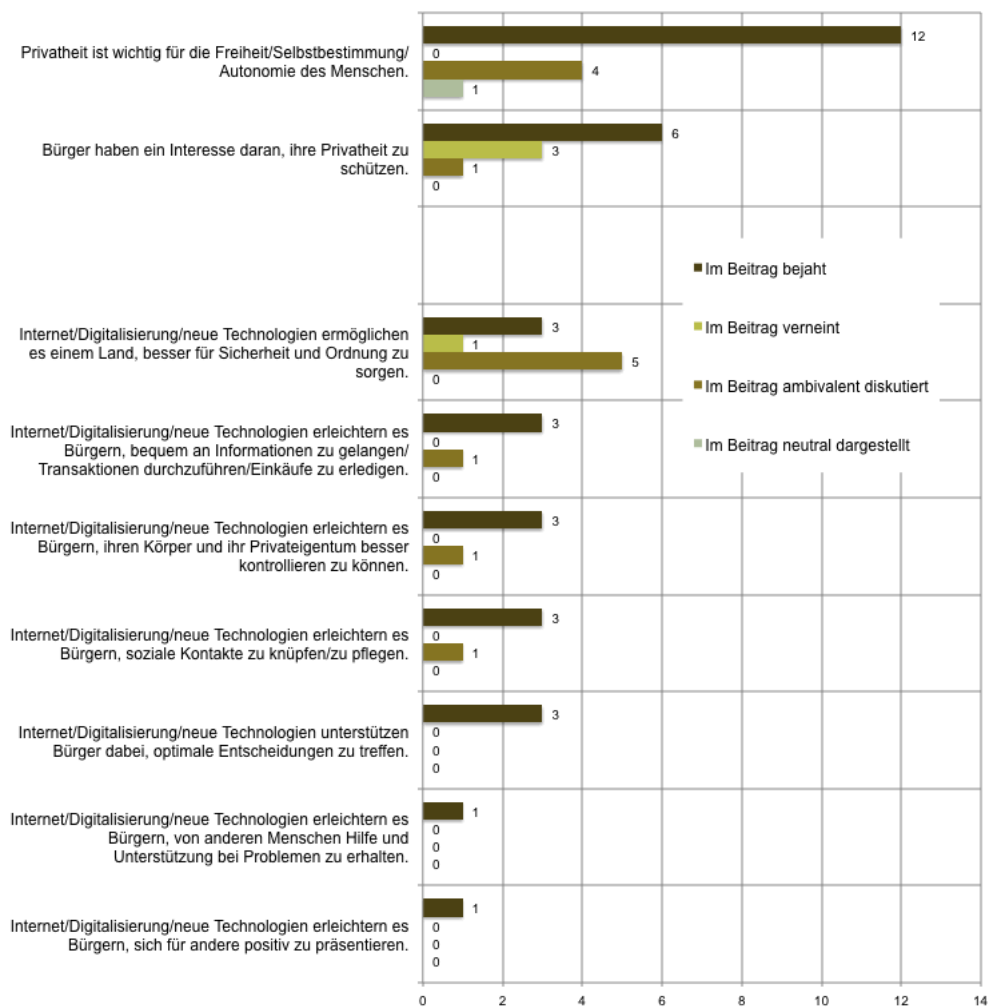


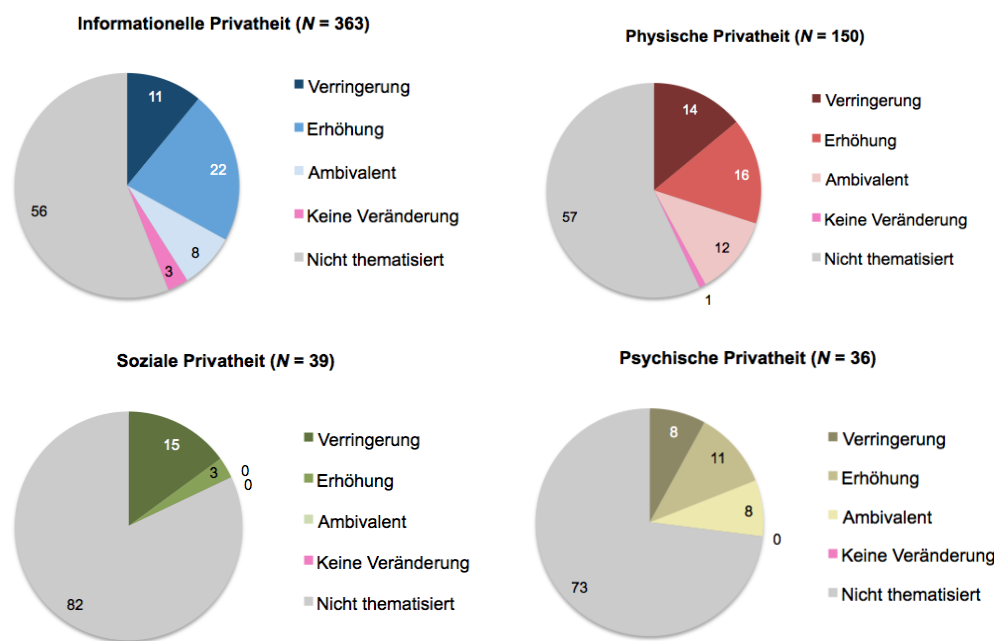
Abb. 07 Abwägungen zwischen Privatheit und konkurrierenden Bedürfnissen (Angaben in %; Basis: N = 402)

Ein ‚Gegenwert‘, der vergleichsweise häufig diskutiert wird (in 9% der Beiträge) und sich derzeit wohl insbesondere aus den Entwicklungen der internationalen Terrorismusbekämpfung ableitet, ist das Bedürfnis nach Sicherheit und Ordnung, das in den vergangenen Jahren seinen Widerhall in nationalen und internationalen Sicherheitsdebatten fand. Während allerdings eine Mehrzahl der Beiträge die gesellschaftliche und individuelle Relevanz von Privatheit als hoch einschätzt, thematisieren die deutschen Medien den Sicherheitsaspekt überwiegend ambivalent. Dennoch ist auch die Relevanz von Privatheit für ein selbstbestimmtes und autonom gestaltbares Leben durch eine differenzierte Betrachtungsweise geprägt, die insbesondere mit der Debatte um ein ‚Recht auf Vergessen‘ in Zusammenhang steht. So häuften sich mit der medialen Wertschätzung des Gerichtsurteils auch kritische Stimmen, die eine dadurch bedingte Beschneidung der Informationsfreiheit anmahnten. Ein Artikel der FAZ-Onlineausgabe vom 31. Mai 2014 etwa titelte „Es gibt eine Kollision der Grundrechte“. Auf Süddeutsche.de wurde bereits am Tag des Urteils die Frage aufgeworfen, ob es sich hierbei um einen „Segen oder eine neue Form der Zensur“ handle.

3.4 Medienprognosen zur Entwicklung der Privatheit

Die Ereignisse im Untersuchungszeitraum schlagen sich auch in den medialen Prognosen über die zukünftige Entwicklung von Privatheit nieder. Einen expliziten Blick in die Zukunft wagt etwas weniger als die Hälfte der Medienberichte. In Hinblick auf soziale und psychische Privatheit liegt der Wert noch einmal darunter. Dennoch gibt es Grund zu der Annahme, dass die politischen Datenschutz- und Aufklärungs-Maßnahmen der Monate Mai und Juni 2014 Anlass zu einem Optimismus für die Zukunft der Privatheit gegeben haben (siehe Abb. 08). So halten sich bei den zwei am häufigsten thematisierten Dimensionen der Privatheit Aussichten auf eine zukünftige Erhöhung von Privatheit annähernd die Waage mit Perspektiven auf eine weitere Verringerung. Detaillierte Analysen der konkreten Triebkräfte, die hinter den angestellten medialen Prognosen stehen, können aufgrund der derzeit noch zu geringen Fallzahlen jedoch erst nach Abschluss der Erhebung erfolgen.

Abb. 08 Mediale Beurteilung der zukünftigen Entwicklung der Privatheit (Angaben in %)



3.5 Ursachen- und Verantwortungszuschreibung für Privatheit in Gegenwart und Zukunft

Auf welche Urheber gehen diese tendenziell kritischen Aussagen über den aktuellen Zustand von Privatheit und der verhalten optimistische Blick in die Zukunft zurück? In 80% der Artikel kamen Vertreter aus der Gesellschaft als Urheber zu Wort (siehe Abb. 09). Darunter wurden sowohl Medienvertreter gefasst (einschließlich der Redakteure des jeweiligen Beitrags) als auch Vertreter von nichtstaatlichen und non-profit-Organisationen wie Menschenrechtsorganisationen und Bürgerinitiativen. Im Vergleich dazu seltener kommen Experten aus Wissenschaft und Technik, Bürger oder Akteure aus Politik und Wirtschaft zu Wort. Letztere werden hingegen – die Ereignisse der vergangenen Monate widerspiegelnd – als primäre Verursacher der gegenwärtigen Lage der Privatheit eingestuft. Dabei wird den Wirtschaftsakteuren – allen voran den Betreibern und Entwicklern von Informations- und Kommunikationsdiensten (in 37% der Beiträge) – eine im Vergleich zur Politik noch gewichtigere Rolle zugeschrieben. Als Verursacher innerhalb der politischen Sphäre werden hauptsächlich Sicherheitsbehörden betrachtet, die in 31% der Beiträge als solche genannt oder dargestellt werden.

Wirtschaft und Politik sind es letztlich auch, von denen in der Zukunft primär Handlungsbereitschaft erwartet wird. Medien nehmen damit deutlich ihre klassische Rolle als ‚Vierte Gewalt‘ wahr, entlassen allerdings auch den Bürger nicht aus der Verantwortung. Bürgern – insbesondere in ihrer Funktion als Nutzer von Technologien – wird sowohl eine Mitschuld an den bisherigen Entwicklungen als auch ein Potenzial zur Veränderung gegenwärtiger Zustände zugeschrieben. Demgegenüber sehen Medien im Handeln gesellschaftlicher Akteure wie Whistleblowern, Bürgerinitiativen, Aktivisten oder Datenschutz-Verbänden kaum Ursachen aktueller Gegebenheiten oder Angriffspunkte für zukünftige Entwicklungen.

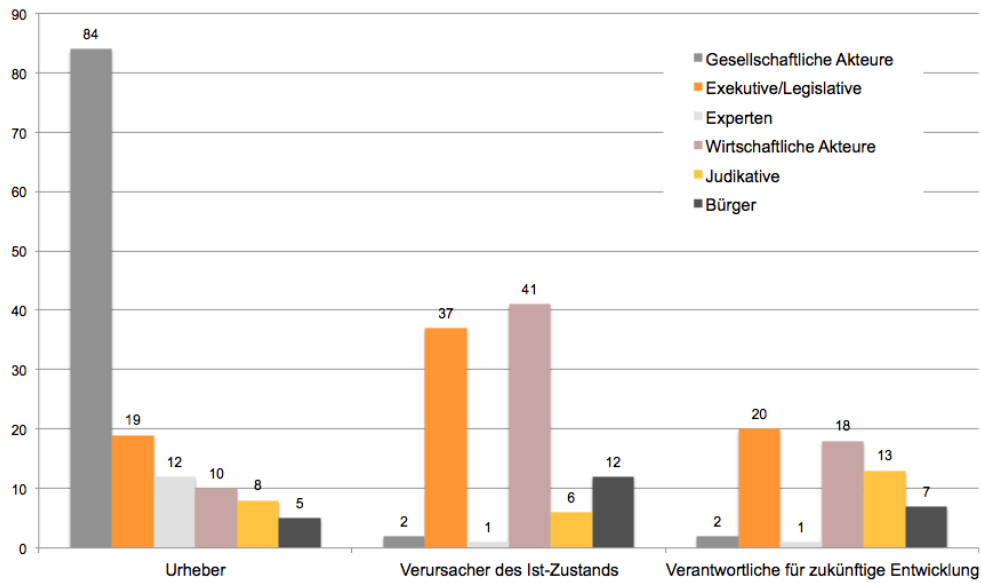


Abb. 09 Zentrale Akteure im medialen Privatheitsdiskurs (Angaben in %; Basis: N = 402)

4 Ein vorläufiges Fazit

Der Blick der Medien auf die Gesellschaft beeinflusst die Selbstbeobachtung der Gesellschaft wie auch ihre zukünftige Entwicklung. Besonders brisant ist die Rolle der Medien in Zeiten von Unsicherheit. Die Ereignisse der vergangenen Monate haben gezeigt, dass das Thema Privatheit aktuell als ein Paradebeispiel einer solchen Unsicherheit für Deutschland gelten kann. Aufgrund der gesellschaftlichen Bedeutung der medialen Abbildung dieses Themas ist es das Ziel der hier vorgestellten Inhaltanalyse, die Facetten des über Medien gespiegelten Verständnisses von Privatheit möglichst konkret zu erfassen. Aus den Daten zweier Monate des Jahres 2014 lassen sich erste Hinweise darauf ableiten, in welchen Zusammenhang Medien das Thema Privatheit setzen, welche Thesen sie vertreten und wie Privatheit im Kontext der Digitalisierung beurteilt wird.

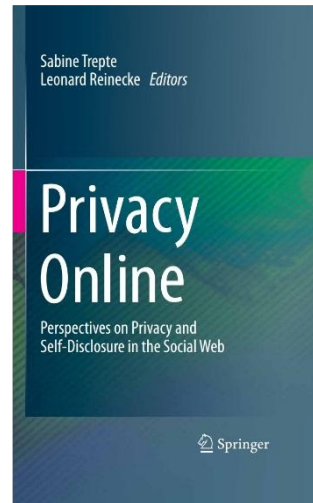
Auf der Grundlage der hier vorgestellten Ergebnisse lässt sich feststellen, dass Medien derzeit insbesondere den Zugriff der Gesellschaft auf persönliche Daten von Bürgern im Blick haben, wenn sie von Privatheit sprechen. Dies entspricht anderen inhaltsanalytischen Befunden (vgl. Schuhmacher et al., 2013) und korrespondiert auch mit den größten Sorgen der Bevölkerung (vgl. DIVSI, 2013), zu denen eine Wechselwirkung allerdings hier nur unterstellt werden kann. Den institutionalisierten Zugriff auf personenbezogene Daten schätzen Medien gegenwärtig als bedenklich ein – nicht zuletzt, da mit ihm die freiheitliche Entwicklung des Menschen in Gefahr gesehen wird. Dabei unterliegt diese Einschätzung einer durchaus differenzierten Betrachtung und schließt auch das kritische Hinterfragen möglicher ‚Kehrseiten‘ des Privatheitsschutzes nicht aus. Trotz der oft erforschten und häufig bestätigten Boulevardisierungstendenzen der Medienberichterstattung (z. B. Donsbach & Büttner, 2005) lässt sich eine Dramatisierung des Themas zumindest insofern nicht feststellen, als dass mediale Zukunftsaussichten durchaus eine positive Valenz aufweisen und – damit verbunden – Handlungsstrategien angesprochen werden, die nicht nur an das politische System gerichtet sind, sondern auch an wirtschaftliche Akteure und den Bürger selbst appellieren.

- AGF (2013). Marktanteile der AGF- und Lizenzsender im Tages-durchschnitt 2013. www.agf.de/daten/tvdaten/marktanteile/# (abgerufen am 30.03.2014).
- Bennett, W. L. (2012). *News: The politics of illusion* (9. Aufl.). Boston, MA: Longman.
- Burgoon, J. K. (1982). Privacy and communication. In M. Burgoon (Hrsg.), *Communication Yearbook* 6 (S. 206–249). Beverly Hills: Sage.
- Burgoon, J. K., Parrott, R., Le Poire, B. A., Kelley, D. L., Walther, J. B., & Perry, D. (1989) Maintaining and restoring privacy through communication in different types of relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 6, 131–158.
- Dienlin, T. (2014). The privacy process model. In S. Garnett, S. Halft, M. Herz, & J.-M. Mönig (Hrsg.), *Medien und Privatheit* (S. 105–122). Passau: Stutz.
- DIVSI (2013): DIVSI Studie zu Freiheit versus Regulierung im Internet. Hamburg: Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet. <https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2013/12/divsi-studie-freiheit-v-regulierung-2013.pdf> (abgerufen am 05.06.2014).
- Donsbach, W., & Büttner, K. (2005). Boulevardisierungstrend in deutschen Fernsehnachrichten. *Publizistik*, 50, 21–38.
- Dudo, A. D., Dahlstrom, M. F., & Brossard, D. (2007). Reporting a potential pandemic: A risk-related assessment of avian influenza coverage in U.S. newspapers. *Science Communication*, 28(4), 429–454.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43, 51–58.
- Lewis, J., Williams, A., & Franklin, B. (2008). Four rumours and an explanation: A political economic account of journalists' changing newsgathering and reporting practices. *Journalism Practice*, 2(1), 27–45.
- Hickethier, K. (2008). Die Wahrheit der Fiktion: Zum Verhältnis von Faktizität, Fake und Fiktionalisierung. In B. Pörksen, W. Loosen, & A. Scholl (Hrsg.), *Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis. Festschrift für Siegfried Weischenberg* (S. 361–374). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Ho, S. S., Scheufele, D. A., & Corley, E. A. (2013). Factors influencing public risk–benefit considerations of nanotechnology: Assessing the effects of mass media, interpersonal communication, and elaborative processing. *Public Understanding of Science*, 22(5), 606–623.
- IVW (2013). Reichweiten Print, 4. Quartal 2013. <http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=&p=> (abgerufen am 30.03.2014).
- IVW (2014). Reichweiten IVW Online, Februar 2014. <http://ausweisung.ivw-online.de> (abgerufen am 30.03.2014).
- Kepplinger, H. M. (2001). Der Ereignisbegriff in der Publizistikwissenschaft. *Publizistik*, 46(2), 117–139.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176–187.
- Machill, M., Beiler, M., & Zenker, M. (2008). *Journalistische Recherche im Internet. Bestandsaufnahme journalistischer Arbeitsweisen in Zeitungen, Hörfunk, Fernsehen und Online*. Berlin: Vistas.

- Mothes, C., & Trepte, S. (in prep.). Das Thema Privatheit aus Sicht deutscher Experten: Eine qualitative Analyse von Experteninterviews zur Bedeutung des Privatheitskonzeptes und dessen zukünftiger Entwicklung.
- Rainee, L., Kiesler, S., Kang, R., & Madden, M. (2013). Anonymity, Privacy, and Security Online. http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2013/PIP_AnonymityOnline_090513.pdf (abgerufen am 23.08.2014).
- Rössler, B. (2001). Der Wert des Privaten. Frankfurt: Suhrkamp.
- Schumacher, J., Kimpeler, S., & Friedewald, M. (2013). Privacy and Security in the Media: Quantitative Analysis. http://prismsproject.eu/wp-content/uploads/2013/12/PRISMS-D6-1_QuantitativeMediaAnalysis_final.pdf (abgerufen am 12.03.2014).
- Social Media Charts (2014). Die 10000-Flies-Like-Medien des Monats, Ausgabe 2/2014. <http://www.10000flies.de/blog/die-10000-flies-like-medien-des-monats-ausgabe-22014> (abgerufen am 30.03.2014).
- Taddicken, M. (2013). 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, 248–273.
- Trepte, S., Dienlin, T., & Reinecke, L. (2014). Risky behaviors: How online experiences influence privacy behaviors. In B. Stark, O. Quiring & N. Jakob (Hrsg.), *Von der Gutenberg-Galaxis zur Google-Galaxis* (S. 225–244). Wiesbaden: UVK.
- Trepte, S., & Reinecke, L. (Hrsg.) (2011a). *Privacy online: Perspectives on privacy and self-disclosure in the social web*. Berlin: Springer.
- Trepte, S., & Reinecke, L. (2011b), The social web as a shelter for privacy and authentic living. In S. Trepte & L. Reinecke (Hrsg.), *Privacy online: Perspectives on privacy and self-disclosure in the social web* (S. 61–73). Berlin: Springer.
- Westin, A. F. (1967). *Privacy and freedom*. New York: Atheneum.

Aus dem Forschungskontext

- Matzner, P., Masur, P., Ochs, C. & von Pape, T. (in press), Do-It-Yourself Data Protection – Empowerment or Burden? In, S. Gutwirth, R. Leenes & Paul de Heert (Hrsg.), *Data Protection on the Move: Current Developments in ICT and Privacy/Data Protection*. Dordrecht: Springer
- Reinecke, L. & Trepte, S. (2014). Authenticity and well-being on social network sites: A two-wave longitudinal study on the effects of online-authenticity and the positivity bias in SNS communication. *Computers in Human Behavior*, 95-102.
- Trepte, S. & Reinecke, L. (Eds.) (2011). *Privacy online. Perspectives on privacy and self-disclosure in the social web*. New York: Springer.
- Trepte, S. & Reinecke, L. (2011). The social web as a shelter for privacy and authentic living. In S. Trepte & L. Reinecke (Eds.), *Privacy online. Perspectives on privacy and self-disclosure in the social web* (p. 61-74). Springer: Heidelberg, New York.
- Trepte, S. (2012). Privatsphäre aus psychologischer Sicht. In J. Schmidt & T. Weichert (Hrsg.). *Datenschutz. Grundlagen, Entwicklungen, Kontroversen* (S. 59-66). Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn.
- Trepte, S., & Reinecke, L. (2013). The reciprocal effects of social network site use and the disposition for self-disclosure: A longitudinal study. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1102–1112.
- Trepte, S., Dienlin, T., Reinecke, L. (2014). Risky behaviors — How online experiences influence privacy behaviors. In B. Stark, O. Quiring, & N. Jakob (Eds.), *Von der Gutenberg-Galaxis zur Google-Galaxis* (S. 225-244). UVK: Wiesbaden.
- Trepte, S., Dienlin, T., Reinecke, L. (2015). The influence of social support received in online and offline contexts on satisfaction with social support and satisfaction with life: A longitudinal study. *Media Psychology*, 18(1), 74-105.
- Trepte, S., & Dienlin, T. (2014). Privatsphäre im Internet. In T. Porsch & S. Pieschl (Eds.), *Neue Medien und deren Schatten* (S. 53-80). Göttingen: Hogrefe.
- Trepte, S. (2015). Social Media, Privacy, and Self-Disclosure: The Turbulence Caused by Social Media's Affordances. *Social Media & Society*, 1(1).
- Trepte, S., Masur, P. K., Scharnow, M. & Dienlin, T. (2015). Privatheitsbedürfnisse verschiedener Kommunikationstypen on- und offline: Ergebnisse einer repräsentativen Studie zum Umgang mit persönlichen Inhalten. *Media Perspektiven*, 5, 250-257.
- Trepte, S., Teutsch, D., Masur, PK, 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). *Reforming European Data Protection Law*, 333-365.
- Dienlin, T. & Trepte, S. (2014). Is the privacy paradox a relic of the past? An in-depth analysis of privacy attitudes and privacy behaviors. *European Journal of Social Psychology*.



IMPRESSUM

Kontakt:

Peter Zoche
Koordinator Sicherheitsforschung und Technikfolgenabschätzung

Telefon +49 721 6809-152
Fax +49 721 6809-315
E-Mail info@forum-privatheit.de

Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI
Breslauer Straße 48
76139 Karlsruhe

www.isi.fraunhofer.de
www.forum-privatheit.de

Schriftenreihe:

Forum Privatheit und selbstbestimmtes Leben in der digitalen Welt
ISSN-Internet 2199-8914

1. Auflage
Dezember 2015

Druck

Stober GmbH Druck und Verlag, Eggenstein



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung – Nicht kommerziell – Keine Bearbeitungen 4.0 International Lizenz.



GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

PROJEKTPARTNER



Natur **U N I K A S S E L**
Technik
Kultur **V E R S I T Ä T**
Gesellschaft

provet

Projektgruppe verfassungsverträgliche Technikgestaltung

UNIVERSITÄT HOHENHEIM
LEHRSTUHL FÜR MEDIENPSYCHOLOGIE



EBERHARD KARLS
UNIVERSITÄT
TÜBINGEN



INTERNATIONALES ZENTRUM
FÜR ETHIK IN
DEN WISSENSCHAFTEN



ULD

Unabhängiges Landeszentrum für
Datenschutz Schleswig-Holstein

