



Informationspreisgabe, Privatsphäre und das Internet

Die Social Exchange Theory ist eine sozialpsychologische Perspektive, die den sozialen Austauschprozess zwischen zwei oder mehreren Personen erklärt. Sie besagt, dass Individuen eine Kosten-Nutzen-Abwägung durchführen, bevor sie miteinander interagieren. Diese Theorie bildet die Grundlage für eine Vielzahl von Studien im Kontext von Informationspreisgabe im Internet. Genauer gesagt, geht sie davon aus, dass InternetnutzerInnen ihre persönlichen Daten preisgeben, wenn der Nutzen der Informationspreisgabe höher wahrgenommen wird, als dessen zugrundeliegenden Privatsphärenrisiken. So kaufen z.B. InternetnutzerInnen Waren online und teilen im Gegenzug ihre persönlichen Informationen, wie Name, Adresse und Telefonnummer mit dem Verkäufer. Hierbei werden InternetnutzerInnen als rationale EntscheidungsträgerInnen definiert, die alle Informationen zur Verfügung haben, um situationsunabhängige Entscheidungen gemäß ihrer Privatsphärepräferenzen zu treffen. Neuere Forschungsergebnisse kritisieren allerdings diese Annahme und zeigen situationsabhängige Faktoren auf, wie z.B. der Verkäufer oder die Darstellung von Vergleichsanbietern einen Einfluss auf die Informationspreisgabe haben. Dies kann zu irrationalen Privatsphäre-Entscheidungen führen. Daran angeknüpft beschreiben jüngst veröffentlichte wissenschaftliche Paper die „Theory of Multilevel Information Privacy“. Dabei wird die Preisgabe-Entscheidung eines Individuums bzw. von InternetnutzerInnen von einer Vielzahl unterschiedlicher Einflüsse dargestellt (Umgebung, Normen, Privacy Calculus, usw.). Die Forscher untersuchen, inwieweit InternetnutzerInnen unterschiedlichen sozialen Identitäten unterliegen und inwieweit InternetnutzerInnen durch die Gruppe, in der sie agieren, beeinflusst werden. So ist es bspw. in unserer Gesellschaft „normal“, einer Krankenschwester die eigene Krankheitsgeschichte zu erklären, die sie mithilfe eines elektronischen Gesundheitssystems dokumentiert. Hingegen ist die Preisgabe der persönlichen Krankheitsgeschichte in sozialen Medien nicht natürlich. So ist zu untersuchen, welche Normen leiten InternetnutzerInnen bei der Preisgabe ihrer persönlichen Daten (z.B. in sozialen Medien) und welchen Einfluss hat dies auf das Privatsphäerverhalten.

Mögliche Fragestellungen

- Wie wird die Social Exchange Theory in der Privatsphäre Literatur angewendet?
- Was ist das Besondere an Privatsphäreentscheidungen im Internet?
- Welche Verzerrungen führen zu irrationalen Entscheidungen in Bezug auf Privatsphäre online?
- Welche Mechanismen könnten Internetnutzer_innen dabei unterstützen rationale Entscheidungen zu treffen?
- Welche Rolle spielen andere Faktoren wie Vertrauen und die wahrgenommene Sensibilität von Daten?
- Welche unterschiedlichen sozialen Identitäten existieren in Bezug auf das Preisgabeverhalten von persönlichen Informationen?
- Welche Normen existieren in Sozialen Netzwerken?
- Wie verändern sich Normen in Bezug auf die Preisgabe von persönlichen Informationen in unserer Gesellschaft?
- Wie wird die Privatsphäre durch die Umgebung oder durch unterschiedliche Gruppen beeinflusst?

Methodik / Vorgehensweise

- Strukturierte Literaturrecherche
- Interviews
- Quantitative Online-Umfragen
- Case Studies
- Experimente
- Vignette Studien

Bewerbung

Wichtig: Wenn Sie daran interessiert sind, eine Abschlussarbeit zum Thema „Privacy“ zu schreiben, senden Sie bitte eine E-Mail-Bewerbung an Anne Zöll (zoell@is.tu-darmstadt.de, S1 | 02 / 246) und Amina Wagner (wagner@is.tu-darmstadt.de, S1 | 02 / 246), die die folgenden Informationen enthält:

- Einen kurzen **Lebenslauf**
- Einen aktuellen **Leistungsnachweis** (kann in TUCaN heruntergeladen werden)
- Eine **kurze Beschreibung** des von Ihnen vorgeschlagenen Themas einschließlich einer **Forschungsfrage**
- Den **Zeitraum**, in dem Sie die Arbeit anfertigen möchten