

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Ausgangspunkt: Die Entgrenzung von Öffentlichkeit	1
1.2	Gegenstandsbereich: Nicht alles, was öffentlich ist, ist öffentlich.....	4
1.3	Fragestellung und Vorgehensweise: Eingrenzung von Öffentlichkeit	6
2	Semantische Dimensionen des Öffentlichkeitsbegriffs.....	11
2.1	Historische Dimensionen: Allgemeinheit, Kollektivität, Legitimation.....	11
2.2	Soziale Dimensionen: Privatheit vs. Zugänglichkeit.....	14
2.3	Kommunikative Dimensionen: Personalisierung vs. Zugänglichkeit	18
2.4	Zwischenfazit.....	22
3	Forschungslinien: von der Gesellschaft zum Individuum.....	25
3.1	Öffentlichkeitsforschung	30
3.1.1	Öffentlichkeit als rationaler Diskurs	30
3.1.2	Öffentlichkeit als Aufmerksamkeit.....	35
3.1.3	Öffentlichkeit als Vergesellschaftung.....	38
3.1.4	Öffentlichkeit als Abgrenzung.....	41
3.1.5	Konsequenzen	44
3.2	Privatheitsforschung.....	48
3.2.1	Privatheit als Rückzug aus der Gesellschaft.....	51
3.2.2	Privatheit als bedrohte Autonomie.....	54
3.2.3	Privatheit als privatrechtliche Angelegenheit	59
3.2.4	Privatheit als Bedrohung der Gemeinschaft.....	62
3.2.5	Privatheit als kontingente Illusion	64
3.2.6	Konsequenzen	65

3.3	Selbstoffenbarungsforschung.....	68
3.3.1	Selbstoffenbarung als Interaktionsbedürfnis.....	70
3.3.2	Selbstoffenbarung als Regulierungsprozess.....	73
3.3.3	Selbstoffenbarung als Selbstdarstellung.....	77
3.3.4	Selbstoffenbarung als sprachliche Varietäten	83
3.3.5	Selbstoffenbarung als Meinungsäußerung	85
3.3.6	Konsequenzen	87
3.4	Zwischenfazit.....	90
4	Theorie unklarer Öffentlichkeit I – Begriffsklärung	95
4.1	Kommunikationsstrukturelle Reformulierung des Öffentlichkeitsbegriffs	95
4.1.1	Öffentliche und nichtöffentliche Kommunikationssituationen.....	96
4.1.2	Öffentliche und nichtöffentliche Kommunikationsbeziehungen	101
4.1.3	Adressierung, Zugänglichkeit und Aufmerksamkeit	113
4.1.4	Zwischenfazit	125
4.2	Unklare Öffentlichkeit	128
4.2.1	Uneindeutigkeit.....	130
4.2.2	Inkongruenz.....	141
4.2.3	Unsicherheit.....	148
4.2.4	Komplexität.....	153
4.3	Zwischenfazit.....	155

5	Theorie unklarer Öffentlichkeit II – Öffentlichkeitsverhalten	159
5.1	Situationen	162
5.1.1	Basale Situationen	162
5.1.2	Soziale Situationen	163
5.1.3	Kommunikative Situationen	165
5.2	Verhalten.....	168
5.2.1	Markierungsverhalten	172
5.2.2	Erwartungsverhalten.....	178
5.2.3	Kommunikationsverhalten.....	184
5.3	Regulierung von Öffentlichkeit: zur Begründung der Vermeidungsthese	187
5.3.1	Dynamiken öffentlicher Kommunikation.....	187
5.3.2	Vermeidung als Komplexitätsreduktion.....	191
5.3.3	Vermeidung als Auflösung von Inkongruenzen	195
5.4	Zwischenfazit.....	201

6	Empirie unklarer Öffentlichkeit I –	
	Die Theorie unklarer Öffentlichkeit als Forschungsheuristik	203
6.1	Methodische Umsetzung: Gesprächsrunden als Quelle von Situationsbeschreibungen und Öffentlichkeitsverhalten	207
6.1.1	Erhebungsmethode Gruppendiskussion	207
6.1.2	Auswahl der Teilnehmer	208
6.1.3	Leitfaden und Transkription	211
6.2	Rekonstruktion typischer Situationen	213
6.2.1	Analyseverfahren.....	213
6.2.2	Ergebnisse.....	225
6.3	Eingrenzung des Geltungsbereichs der Vermeidungsthese.....	234
6.3.1	Analyseverfahren.....	234
6.3.2	Markierungsverhalten	239
6.3.3	Erwartungsverhalten.....	243
6.3.4	Kommunikationsverhalten.....	248
6.4	Zwischenfazit.....	255
6.4.1	Typische Situationen unklarer Öffentlichkeit.....	256
6.4.2	Rahmenbedingungen der Vermeidungsthese.....	258

7	Empirie unklarer Öffentlichkeit II – Die Überprüfung der Vermeidungsthese.....	263
7.1	Theoretische Ausgangslage	267
7.1.1	Vermeidungserwartungen	267
7.1.2	Kommunikationsvermeidung.....	271
7.2	Methodische Umsetzung.....	273
7.2.1	Untersuchungsanlage	273
7.2.2	Treatment.....	281
7.2.3	Messinstrumente	288
7.2.4	Stichprobenplanung.....	301
7.2.5	Effektive Stichprobe	307
7.2.6	Zusammenfassung	312
7.3	Ergebnisse	313
7.3.1	Markierungen des Öffentlichkeitsstatus	313
7.3.2	Vermeidungserwartungen	320
7.3.3	Kommunikationsvermeidung	332
7.4	Zwischenfazit.....	341
8	Zusammenfassung, Fazit und Ausblick	347
	Literatur	355

Unklare Öffentlichkeit

Individuen in Situationen zwischen öffentlicher und
nichtöffentlicher Kommunikation

Jünger, J.

2018, XXI, 384 S. 18 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-18887-0