

Inhalt

Abbildungsverzeichnis 7

1 Einleitung 9

2 Theoretische Ausgangspunkte 17

2.1 Beschleunigte Zeiten 18

2.2 Resonanztheorie 27

2.3 Facebook als Produkt der Digitalisierung 52

2.4 Forschungspragmatische Ableitung 71

3 Methoden und Erhebung 83

3.1 Forschungsdesign 84

3.2 Erhebungsinstrument 87

3.3 Sampling 89

3.4 Durchführung der Erhebung 91

3.5 Methodisches Vorgehen in der Auswertung 94

4 Empirische Resonanz- und Entfremdungsdefinition 101

4.1 Empirische Erhebung von Resonanzmomenten 103

4.2 Bereiche resonanter Welterfahrung 104

4.3 Indikatoren der Resonanz 109

5 Facebook als Raum von Resonanz und Entfremdung 125

5.1 Ergebnisse der Resonanzcodierung 126

5.2 Ergebnisse der Entfremdungscodierung 138

5.3 Darstellung und Diskussion der Ergebnisse 155

6 Bildung und Beschreibung der Idealtypen 173

6.1 Typenbildung 173

6.2 Idealtyp I – der Aficionado 178

6.3 Idealtyp II – die Pragmatistin 188

6.4 Idealtyp III – der Kritiker	195
6.5 Idealtyp IV – die Darstellerin	201
6.6 Idealtyp V – die Abwesende	207
6.7 Zusammenfassende Darstellung der Idealtypen	210
7 Angeschlossene theoretische Überlegungen	219
7.1 Verhältnis von Resonanz und Entfremdung	219
7.2 Resonanz empirisch erfassen.....	242
7.3 Digitale Resonanz	260
8 Fazit	281
Literatur	285
Anhang	303
I Leitfaden der Interviews	304
II Dokumentationsbogen	307
III Darstellung des Teilsamples ohne Facebook-Account	308
IV Beispiel Steckbrief	308