

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