

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
Einleitung	19
1. Fragestellung und Anliegen	19
2. Themen und Selbstverortung einer „Theologie der Social Media“	22
3. Personale Identität in pluralen Kontexten: Kulturosoziologische und theologische Zugänge	28
4. Aufbau der Dissertation	35
Teil 1	
Merkmale von Kommunikationen und sozialen Interaktionen in Social Media	41
1. Zum Kommunikations- und Medienverständnis	43
1.1 Mediengeschichte als Geschichte der Mediatisierung	43
1.2 Kommunikation und soziale Interaktion	49
1.3 Präzisierung des Medienverständnisses	59
2. Merkmale und Praktiken der Social Media und des Web 2.0	66
2.1 Die Beteiligung der Akteure als Grundprinzip der Social Media	66
2.2 Hypertextualität und Interaktivität: Leitbegriffe einer Architektur der Beteiligung im Web 2.0	72
2.3 Das Web 2.0 als Medienumgebung und die Lebenswirklichkeit von Digital Natives	79
Teil 2	
Selbstdarstellungen und soziale Interaktionen auf Facebook	89
3. Das Soziale Netzwerk Facebook: Strukturen, Geschichte und Facebookforschung	91
Porträt: Stefanies Nachrichten (Facebook als Kommunikationsmedium)	91
3.1 Soziale Netzwerke und Soziale Netzwerkseiten (SNSs)	95
3.2 Geschichte, Grundidee und technische Grundstruktur von Facebook ..	101
3.3 Themen der Facebookforschung	109
Porträt: Felix' Kontaktdatenbank (Facebook als soziale Ressource)..	113
4. Facework auf Facebook Bewusste Selbstdarstellungen und ihre Gestaltung innerhalb sozialer Interaktionen	121

4.1	Der Facebook-Rahmen: Erzeugung und Modulation sozialer Wirklichkeit.....	122
4.2	Selbstdarstellungen als Auslöser und Ergebnis sozialer Interaktionen.....	127
4.3	Territorien des Selbst auf Facebook: Grenzziehungen, Grenzerweiterungen, Grenzerletzungen	131
4.4	Phatische Kommunikation als Strategie im Umgang mit Kommunikationspotenzialen und -risiken.....	137
	Porträt: Elizabeth, eine Digital Native und Facebookerin der frühen Stunde (Facebook als netzförmige Umgebung).....	144
5.	Strukturen und Wechselwirkungen zwischen Programmarchitektur und Nutzerverhalten.....	149
5.1	Die Bedeutung der Anderen.....	149
5.2	Soziale Interaktionen als Selbstthematization in persönlichen Öffentlichkeiten	160
5.3	Der Wandel von Privatheit und neue Strategien ihres Managements unter Bedingungen sozialer Konvergenz	168
	Porträt: Rosalies Blümchenkleider (Facebook als Tagebuch).....	180
6.	Strategien individualitätsbetonender Selbstdarstellung auf Facebook.....	185
6.1	Selbstaussdruck und Interaktionssignale auf Profilbildern	186
6.2	Möglichkeiten und Bedeutung von Facettenvielfalt	204
6.3	Selbstdokumentation und Selbstentdeckung: Möglichkeiten biografischer Selbstdarstellung.....	219

Teil 3

Darstellung und Nicht-Darstellbarkeit personaler Identität

	Interaktionistische und theologische Perspektiven	227
7.	Selbstdarstellung personaler Identität in sozialen Interaktionen	229
7.1	In Interaktionen verstrickt: Ein symbolisch-interaktionistischer Zugang zu personaler Identität (George Herbert Mead)	230
7.2	Soziale Interaktionen als Selbstdarstellungen personaler Identität (Erving Goffman).....	237
7.3	Ich bin so, aber auch ganz anders: Die Violdimensionalität von Selbstdarstellungen (Lothar Krappmann)	256
7.4	Der Facebook-Nutzer als Manager seines Profils: Gestaltungsspielräume und Orientierungslosigkeit in pluralen Kontexten	265

8.	So und auch anders: Dynamiken von Selbstdarstellungen in pluralen Kontexten	274
8.1	In den Zwischenräumen: Markierung von Individualität durch Techniken der Rollendistanz	276
8.2	Ein Lebenslauf, viele Biografien: Kohärenz und Konsistenz in (auto-)biografischen Selbstdarstellungen.....	282
8.3	Die konstitutive Funktion des Nicht-Dargestellten.....	290
9.	Personale Identität in theologischer Perspektive (Wolfhart Pannenberg)	301
9.1	Das exzentrische Wesen des Menschen: Die soziale Bedingtheit von Ich und Selbst	302
9.2	Die Bestimmung des Menschen zur Gottebenbildlichkeit: Dynamik und Zukunftsbezug personalen Seins	309
9.3	Verwirklichung personaler Identität innerhalb sozialer Beziehungen.....	316
9.4	Der „ganze“ Mensch und seine pluralen Selbstentwürfe: Theologische und symbolisch-interaktionistische Perspektiven im Vergleich.....	322
10.	Nicht-Darstellbarkeit personaler Identität Eine theologische Perspektive auf Dynamiken und Strategien von Selbstdarstellungen.....	329
10.1	Die Opakheit personaler Identität als konstituierendes und dezentrierendes Fundament geschöpflichen Seins	330
10.2	Hinweise zu Aufgaben und Orientierungspunkten theologischer Medienethik	338
10.3	Möglichkeiten der Gestaltung christlicher Gemeinschaft durch Social Media	343
Teil 4		
Anhang		353
1.	Danksagung	355
2.	Tabellarische Übersicht über die Entwicklung von Facebook	356
3.	Literaturverzeichnis	358
Personen- und Sachregister		378