

# Inhalt

- 1 Einleitung: Digitalität als kybernetische Herausforderung — 1**
  - 1.1 Mediale Transformationsprozesse der Gegenwart — 3
  - 1.2 Zum Forschungsstand — 15
  - 1.3 Die vorliegende Studie — 24
  
- 2 Öffentlichkeit: strukturelle und funktionale Perspektiven auf ein komplexes Phänomen — 30**
  - 2.1 Unterschiedliche Fassungen des Öffentlichkeitsbegriffs — 31
  - 2.2 Öffentlichkeit als Prinzip der Bestimmung und Bewertung öffentlicher Kommunikation — 35
    - 2.2.1 Strukturwandel der Öffentlichkeit — 39
      - 2.2.1.1 Die Herausbildung der bürgerlichen Öffentlichkeit — 40
      - 2.2.1.2 Das Ideal der öffentlichen Sphäre und ihr Niedergang: die Vermachtung der Öffentlichkeit — 44
    - 2.2.2 Öffentlichkeit als kommunikativ erzeugter sozialer Raum — 54
  - 2.3 Öffentlichkeit als intermediäres Kommunikationssystem — 59
    - 2.3.1 Öffentlichkeit als gesellschaftliches Beobachtungssystem — 60
    - 2.3.2 Öffentlichkeit als prozessuales Geschehen — 62
      - 2.3.2.1 Ebenen von Öffentlichkeit — 65
      - 2.3.2.2 Öffentlichkeitsarenen und Aufmerksamkeit — 70
    - 2.3.3 Themen im öffentlichen Raum und die Gestaltungskraft der Medien: Agenda-Setting und Anschlusskommunikation — 75
  - 2.4 Neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und Entstehung digitaler Öffentlichkeiten — 82
    - 2.4.1 ‚Das‘ Internet als neuer öffentlicher Interaktionsraum — 83
      - 2.4.1.1 Der virtuelle Raum als intersubjektiv gestalteter Raum — 86
      - 2.4.1.2 ‚Netzwerk‘ als Metapher und heuristische Figur — 89
    - 2.4.2 Die Technologien der Social Media und das Social Web — 96

- 2.4.2.1 Zur Entwicklung ‚des‘ Internets und online-basierter Anwendungen — **96**
- 2.4.2.2 Social Media und Social Web — **100**
- 2.4.2.3 Vorstrukturierung sozialer Praxis — **108**
- 2.4.3 Partizipation und Diskurs: Internet und Öffentlichkeit reloaded — **110**
  - 2.4.3.1 Integrierte Netzwerköffentlichkeit — **114**
  - 2.4.3.2 Persönliche Öffentlichkeiten und das Problem der Privatsphäre — **122**
  - 2.4.3.3 Gegenöffentlichkeiten und hybride Räume — **129**
- 3 Digitalisierung und religiöse Kommunikation — 136**
  - 3.1 Digitale Kommunikation — **136**
    - 3.1.1 Kommunikation unter den Bedingungen des gegenwärtig sich ereignenden Mediatisierungsprozesses — **137**
    - 3.1.2 Kommunikative Praxen online — **142**
    - 3.1.3 Digitalität als Kultur — **150**
  - 3.2 Transformationen von Religion und Religiosität in der Gegenwart — **163**
    - 3.2.1 Individualisierung — **166**
      - 3.2.1.1 Institutionenabhängige Individuallagen: neue Außensteuerung und Standardisierung — **168**
      - 3.2.1.2 Sakralisierung des Subjekts — **171**
    - 3.2.2 Pluralisierung und Synkretisierung — **176**
    - 3.2.3 Popularisierung und Spiritualisierung — **179**
      - 3.2.3.1 Die Grundbewegung des Transzendierens — **181**
      - 3.2.3.2 Die Etablierung der populären Religion — **184**
    - 3.2.4 Eventisierung und neue soziale Formationen — **189**
      - 3.2.4.1 Eventisierung und Verszenung — **189**
      - 3.2.4.2 Posttraditionale Gemeinschaften und Kommunikationsgemeinschaften — **193**
    - 3.2.5 Mediatisierung von Religion und Religiosität — **200**
  - 3.3 Resonanz als Modus der Weltbeziehung — **204**
    - 3.3.1 Beschleunigung, dynamische Stabilisierung und die Digitalisierung von Kommunikation — **205**
    - 3.3.2 Resonanz, Resonanzsphären und Resonanzachsen — **209**
    - 3.3.3 Religiöse Kommunikation und Resonanzaffinität von Online-Konversationen — **213**

- 4 Empirische Öffentlichkeiten: Untersuchungen zu Dimensionen des Religiösen in onlinebasierten Kommunikationsgemeinschaften — 220**
- 4.1 Methodischer Zugang und Gegenstand — 222
- 4.1.1 Qualitative Inhaltsanalyse — 226
- 4.1.1.1 Kategorie und Einheit — 229
- 4.1.1.2 Das konkrete Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse — 231
- 4.1.2 Die Untersuchung von Online-Inhalten — 234
- 4.1.2.1 Die Online-Inhaltsanalyse — 235
- 4.1.2.2 Online-Konversationen und Diskurse (online) — 242
- 4.1.2.3 Zur Integration gesprächsanalytischer Elemente — 249
- 4.2 Operationalisierungen — 255
- 4.2.1 Konzeptionen, Annahmen, Vorwissen: Perspektivierungen religiöser Kommunikation und Diskursivität auf Encounter-Ebene — 256
- Exkurs: Die Debatte um Sterbehilfe – Problemlagen und Argumentationsmuster — 263
- 4.2.2 Phase 1: Materialgewinnung und inhaltlich strukturierende Inhaltsanalyse — 280
- 4.2.2.1 Ein erstes Kategoriensystem: thematische Orientierung — 281
- 4.2.2.2 Einstieg in das Material: drei Falldarstellungen — 282
- 4.2.2.3 Zwischenfazit: Sample und erste Befunde einer kategorienbasierten Auswertung — 296
- 4.2.3 Phase 2: Diskursive Praktiken, Typik und Topik — 309
- 4.2.3.1 Typenbildende Inhaltsanalyse und kommunikative Topik — 309
- 4.2.3.2 Ein neues Kategoriensystem: Topoi, Kommunikationsmodi, Akteurpräsentationen — 316
- 4.2.4 Phase 3: Untersuchung von Blog-Kommunikation — 330
- 4.2.4.1 Auswahl von Blogs — 330
- 4.2.4.2 Material und Akteurpräsentationen: Erste Überlegungen zur Auswertung — 333
- 4.3 Diskussion der Ergebnisse — 351
- 4.3.1 Kommunikationsgemeinschaften und passagere Kommunikation — 352

4.3.2	Religiöse Kommunikation in den (einfachen) Öffentlichkeiten ‚des‘ Netzes — <b>353</b>
4.3.2.1	Explizit (christlich-)religiöse Kommunikation — <b>353</b>
4.3.2.2	Themen letztinstanzlicher Bedeutung — <b>357</b>
4.3.2.3	Resonanzsensible Kommunikation — <b>362</b>
4.3.3	Konfliktlinien im Feld öffentlicher religiöser Kommunikation — <b>365</b>
4.3.3.1	Säkularismus — <b>365</b>
4.3.3.2	Nähe christlicher Akteure zum Rechtspopulismus/ Rechtsextremismus — <b>369</b>
4.3.3.3	Echokammern und inhaltsorientierte Fragmentierung — <b>374</b>
<b>5</b>	<b>Kirche und Öffentlichkeit: die medialen Transformationsprozesse und die Kommunikationskulturen der Kirche — 379</b>
5.1	<i>Public Relations</i> der Kirchen — <b>385</b>
5.1.1	<i>Public Relations</i> als Kommunikationsfunktion der Kirchen und die Besonderheit von Non-Profit-PR — <b>385</b>
5.1.2	<i>Public Relations</i> -Arbeit und Online-Kommunikation — <b>391</b>
5.1.3	Konkretionen — <b>394</b>
5.2	Die Pluralität der Volkskirche und ihre Öffentlichkeitsrelevanz — <b>406</b>
5.2.1	Kirche in alltagsweltlichen Kontexten: zur sozialen Praxis von Akteuren in der Netzwerköffentlichkeit — <b>406</b>
5.2.2	Reflexiv gestalteter Pluralismus und Öffentlichkeit der Volkskirche — <b>413</b>
5.2.3	Herausforderungen Öffentlicher Theologie — <b>423</b>
<b>6</b>	<b>Epilog — 437</b>
	<b>Anhang — 440</b>
1	Kategoriensystem (Phase 1) — <b>440</b>
2	Topoi, Argumentationsmuster, Beispiele (Phase 2) — <b>442</b>
	<b>Literaturverzeichnis — 460</b>
	<b>Sachregister — 506</b>
	<b>Personenregister — 513</b>