

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT UND DANKSAGUNG	VII
1 EINFÜHRUNG	1
1.1 Zur Einstimmung: Der Tod – ein existentielles Thema.....	1
1.2 Erkenntnisinteresse: Totengedenken und Manifestationen von Erinnerung	6
1.3 Zum aktuellen Forschungsstand: Der Tod in den Sozial- und Kulturwissenschaften	10
1.4 Zur theoretischen Einbettung: Totengedenken und Erinnerungskultur	27
1.5 Zum methodischen Vorgehen: „virtuelle Ethnographie“	29
1.6 Ziel der Arbeit und Gang der Argumentation	44
2 DIE EINSTELLUNGEN ZUM TOD IN DER POSTMODERNEN GESELLSCHAFT – RAHMENVERHÄLTNISSE FÜR DAS ENTSTEHEN VON TOTENGEDENKEN IM INTERNET	49
2.1 Pluralisierung, Säkularisierung und Individualisierung als Merkmale unserer Gesellschaft	53
2.2 Privatisierung des Todes.....	57
2.3 Private Trauer im öffentlichen Raum	60
3 TOTENRITUAL IN DER POSTMODERNE?	65
3.1 Der Tod – ein ritueller Prozess?	66
3.2 Rituelle Neuerungen.....	71
3.2.1 <i>Bestattungsverhalten heute</i>	73
3.2.2 <i>Das Meer als letzte Ruhestätte</i>	84
3.2.3 <i>Alternative Bestattungsformen und -rituale</i>	86
3.2.4 <i>Diamanten und andere Kuriositäten</i>	90
3.2.5 <i>Bestattungsrituale und -formen als „Moden“ unserer Zeit</i>	92
4 TOTENGEDENKEN UND BESTATTUNGSKULTUR	99
4.1 Der Friedhof als Gedächtnisort.....	99
4.2 Friedhofästhetik: ein friedhofsgeschichtlicher Exkurs.....	106
4.3 Auswirkungen gewandelter Bestattungsrituale auf das Totengedenken.....	112

5	DAS MEDIUM INTERNET UND SEINE DIMENSIONEN	119
5.1	Das Alltagsmedium Internet.....	120
5.2	„Cyberspace“ als ethnologisches Forschungsfeld.....	121
5.3	Begriffliche Bestimmung	125
6	ERINNERUNGSKULTUR UND KOLLEKTIVES GEDÄCHTNIS ..	129
6.1	Kollektives Gedächtnis und Totengedenken	129
6.2	Kollektives Gedächtnis und Dimensionen der Erinnerungskultur	135
6.3	Mediale Repräsentation und Distribution von Erinnerung: Das Internet als Gedächtnismedium.....	137
6.4	Totengedenken im „Cyberspace“ – Mediale Repräsentation vom Tod	140
7	TOD UND GEDENKEN IM INTERNET	149
7.1	Definition des Untersuchungsgegenstandes.....	152
7.2	Internetmemorials und Erinnerungsportale	157
7.2.1	<i>Intention der Betreiber.....</i>	<i>167</i>
7.2.2	<i>Gestaltungsmerkmale von Internetmemorials</i>	<i>174</i>
7.2.3	<i>Bezahlung, Dauer und Art der Zugänglichkeit.....</i>	<i>185</i>
7.2.4	<i>Die Nutzer der Internetmemorials.....</i>	<i>187</i>
7.3	Private Gedenkseiten mit eigener Domain	190
7.3.1	<i>Beschreibung einer „typischen“ Gedenkhomepage anhand eines Beispiels</i>	<i>193</i>
7.3.2	<i>Gestaltungsmerkmale.....</i>	<i>204</i>
7.3.3	<i>Die Nutzer der Internetgedenkseiten.....</i>	<i>209</i>
7.3.3.1	Glaube und religiöse Einstellungen	212
7.3.3.2	Grab, Bestattung und Gedenktage als zentrale Themen der Gedenkseiten	216
7.3.4	<i>Die Besucher der Gedenkseiten</i>	<i>224</i>
7.4	Motive für das Erstellen von Internetgedenkseiten	231
7.4.1	<i>Veröffentlichen und Informieren.....</i>	<i>231</i>
7.4.2	<i>Selbstdarstellung.....</i>	<i>236</i>
7.4.3	<i>Erinnern als zentrales Motiv von Gedenkseiten.....</i>	<i>238</i>
7.4.4	<i>Trauerarbeit im World Wide Web</i>	<i>248</i>
7.4.5	<i>Sozialer bzw. psychologischer Aspekt der Gedenkseiten</i>	<i>269</i>
7.4.6	<i>Kollektivbildung durch Internetgedenkseiten.....</i>	<i>274</i>
7.5	Unsterblichkeit im Netz? – Losgelöst von Raum und Zeit.....	298

7.6	Das Internet – ein öffentlicher und privater Raum.....	304
7.7	Gedenkseiten als „Welten“ des kollektiven Gedächtnisses.....	309
8	ANONYMES GRAB UND „VIRTUELLER“ GEDENKSTEIN: WEGE EINER NEUEN ERINNERUNGSKULTUR? – EINE SCHLUSSBETRACHTUNG	323
8.1	Ethnologische Ausblicke.....	334
8.2	Zu guter Letzt	347
	ANHANG: VERZEICHNISSE	351
	1. <i>Abbildungsverzeichnis</i>	351
	2. <i>Tabellenverzeichnis</i>	351
	3. <i>Verzeichnis der verwendeten Internetseiten</i>	352
	3.1 Gedenkseiten für trauernde Eltern, Erinnerungsportale	352
	3.2 Internetmemorials	353
	3.3 Untersuchte Gedenkeinträge in Internetmemorials.....	355
	3.4 Spezielle „virtuelle Friedhöfe“	357
	3.5 Untersuchte und zitierte Gedenkseiten.....	357
	3.6 Sonstige Internetquellen.....	362
	4. <i>Literaturverzeichnis</i>	364
	4.1 Monographien und Sammelbände.....	364
	4.2 Literatur online	379
	4.3 Zeitschriften, Zeitungen und Broschüren.....	382
	4.4 Lexika und Nachschlagewerke.....	384