
Medienbildung und Gesellschaft

Band 32

Herausgegeben von

J. Fromme, Magdeburg, Deutschland

W. Marotzki, Magdeburg, Deutschland

N. Meder, Essen, Deutschland

D. M. Meister, Paderborn, Deutschland

U. Sander, Bielefeld, Deutschland

Johannes Fromme • Florian Kiefer
Jens Holze (Hrsg.)

Mediale Diskurse, Kampagnen, Öffentlichkeiten

 Springer VS

Herausgeber
Johannes Fromme
Florian Kiefer
Jens Holze

Otto-von-Guericke-Universität
Magdeburg
Deutschland

Medienbildung und Gesellschaft

ISBN 978-3-658-10525-9

ISBN 978-3-658-10526-6 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-658-10526-6

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Lektorat: Stefanie Laux, Stefanie Loyal

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH ist Teil der Fachverlagsgruppe
Springer Science+Business Media (www.springer.com)

Inhalt

Mediale Diskurse, Kampagnen und Öffentlichkeiten – Einleitung 1
Johannes Fromme, Jens Holze und Florian Kiefer

Teil 1 Theoretische Beiträge zu medialen Diskursen

Mediale Diskurse und biographische Transformationen. Entwurf einer methodologischen Rahmung zur Untersuchung von diskursiven und biographischen Verschränkungen in Medienbildungsprozessen 9
Patrick Bettinger

Digitale Öffentlichkeiten und Netzneutralität. Eine Betrachtung am Fallbeispiel von #drosselkom 35
Dan Verständig

Zum Verhältnis von Bildungspotenzialen und Dispositiven 55
Christopher Könitz

Spielwelt. Das Weltbild der Simulation im Computerspiel 71
Niklas Schrape

Teil 2 Empirische Beiträge zu medialen Diskursen

„Neue“ und „alte“ Öffentlichkeiten. Ein Vergleich der Konstitution von Öffentlichkeit durch klassische Nachrichtenmedien und Wikileaks 101
Judith Beyrle

Peer Groups und Freundschaften auf Facebook. Methodische Triangulation zur Identifizierung von Handlungs- und Meinungsbildungsprozessen im Netz	115
<i>Valentin Belentschikow und Nicholas H. Müller</i>	
Medienpädagogische Positionen im Diskurs einer TV-Talkshow	129
<i>Ralf Biermann</i>	
Autorinnen und Autoren	147