
Medien – Kultur – Kommunikation

Herausgegeben von

A. Hepp, Bremen

F. Krotz, Bremen

W. Vogelgesang, Trier

Kulturen sind heute nicht mehr jenseits von Medien vorstellbar: Ob wir an unsere eigene Kultur oder ‚fremde‘ Kulturen denken, diese sind umfassend mit Prozessen der Medienkommunikation verschränkt. Doch welchem Wandel sind Kulturen damit ausgesetzt? In welcher Beziehung stehen verschiedene Medien wie Film, Fernsehen, das Internet oder die Mobilkommunikation zu unterschiedlichen kulturellen Formen? Wie verändert sich Alltag unter dem Einfluss einer zunehmend globalisierten Medienkommunikation? Welche Medienkompetenzen sind notwendig, um sich in Gesellschaften zurecht zu finden, die von Medien durchdrungen sind? Es sind solche auf medialen und kulturellen Wandel und damit verbundene Herausforderungen und Konflikte bezogene Fragen, mit denen sich die Bände der Reihe „Medien – Kultur – Kommunikation“ auseinandersetzen. Dieses Themenfeld überschreitet dabei die Grenzen verschiedener sozial- und kulturwissenschaftlicher Disziplinen wie der Kommunikations- und Medienwissenschaft, der Soziologie, der Politikwissenschaft, der Anthropologie und der Sprach- und Literaturwissenschaften. Die verschiedenen Bände der Reihe zielen darauf, ausgehend von unterschiedlichen theoretischen und empirischen Zugängen, das komplexe Interdependenzverhältnis von Medien, Kultur und Kommunikation in einer breiten sozialwissenschaftlichen Perspektive zu fassen. Dabei soll die Reihe sowohl aktuelle Forschungen als auch Überblicksdarstellungen in diesem Bereich zugänglich machen.

Herausgegeben von

Prof. Dr. Andreas Hepp
Universität Bremen

Dr. Waldemar Vogelgesang
Universität Trier

Prof. Dr. Friedrich Krotz
Universität Bremen

Friedrich Krotz • Andreas Hepp (Hrsg.)

Mediatisierte Welten

Forschungsfelder
und Beschreibungsansätze



Springer VS

Herausgeber
Friedrich Krotz,
Andreas Hepp,
Bremen, Deutschland

Die vorliegende Publikation entstand in dem von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) geförderten Schwerpunktprogramm 1505 „Mediatisierte Welten: Kommunikation im medialen und sozialen Wandel“ (<http://www.mediatisiertewelten.de/>).



DFG Schwerpunktprogramm 1505
MEDIATISIERTE WELTEN



Deutsche
Forschungsgemeinschaft

ISBN 978-3-531-18326-8
DOI 10.1007/978-3-531-94332-9

ISBN 978-3-531-94332-9 (eBook)

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

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden 2012

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.

Einbandentwurf: Künkellopka GmbH, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist eine Marke von Springer DE.
Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media
www.springer-vs.de

Inhalt

Andreas Hepp, Friedrich Krotz

Mediatisierte Welten: Forschungsfelder und Beschreibungsansätze –
Zur Einleitung 7

I. Zur Beschreibung mediatisierter Welten

Friedrich Krotz

Von der Entdeckung der Zentralperspektive zur Augmented Reality:
Wie Mediatisierung funktioniert 27

II. Publikumskonstruktionen und Geschäftsmodelle in mediatisierten Welten

Josef Wehner, Jan-Hendrik Passoth, Tilmann Sutter

Gesellschaft im Spiegel der Zahlen – Die Rolle der Medien 59

Michaela Pfadenhauer, Tilo Grenz

Mediatisierte Fitness? Über die Entstehung eines Geschäftsmodells 87

III. Organisation und Lokalität in mediatisierten Welten

Andreas Breiter, Stefan Welling, Arne Hendrik Schulz

Mediatisierung schulischer Organisationskulturen 113

Jutta Röser, Corinna Peil

Das Zuhause als mediatisierte Welt im Wandel. Fallstudien und Befunde
zur Domestizierung des Internets als Mediatisierungsprozess 137

IV. Medien und Formate in mediatisierten Welten

Karin Knorr Cetina

Skopische Medien: Am Beispiel der Architektur von Finanzmärkten167

*Benjamin Beil, Lorenz Engell, Jens Schröter, Herbert Schwaab,
Daniela Wentz*

Die Fernsehserie als Reflexion und Projektion des medialen Wandels197

V. Vergemeinschaftung und Erleben in mediatisierten Welten

Andreas Hepp, Matthias Berg, Cindy Roitsch

Die Mediatisierung subjektiver Vergemeinschaftungshorizonte:
Zur kommunikativen Vernetzung und medienvermittelten
Gemeinschaftsbildung junger Menschen227

Ronald Hitzler, Gerd Möll

Eingespielte Transendenzen:
Zur Mediatisierung des Welterlebens am Beispiel des Pokerns257

VI. Politik und Information in mediatisierten Welten

Caja Thimm, Jessica Einspänner, Mark Dang-Anh

Politische Deliberation online:
Twitter als Element des politischen Diskurses.....283

Ulrike Wagner, Helga Theunert, Christa Gebel, Bernd Schorb

Jugend und Information im Kontext gesellschaftlicher Mediatisierung307

Über die Autorinnen und Autoren331

Index339