

Hinweise zur Manuskriptgestaltung

merz | medien + erziehung ist die einzige unabhängige medienpädagogische Fachzeitschrift in Deutschland, in der relevante Themen der Medienpädagogik aufgegriffen und aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet werden. Es wird Wert darauf gelegt, ein möglichst weites thematisches Spektrum aus den Bereichen der medienpädagogischen Forschung und Praxis zu erfassen und dabei auch verwandte Disziplinen im Blick zu haben, die im Hinblick auf medienpädagogische Fragestellungen und Diskurse von Bedeutung sind.

Zweimonatlich erreicht *merz* als Printausgabe ihre Abonnent*innen. Jede Ausgabe beschäftigt sich mit einem aktuellen Thema, das umfassend beleuchtet wird, zu dem Theorien und Ansätze, aktuelle Studien und Erkenntnisse sowie praktische Projekt- und Erfahrungsberichte bzw. Interviews vorgestellt werden. Ergänzend wird in der Rubrik *spektrum* der Blick auf die gesamte Bandbreite der medienpädagogischen Landschaft gerichtet: Aktuelle Diskussionen, Studien oder Projekte finden hier Raum. Die Rubriken *medienreport* und *publikationen* widmen sich dem aktuellen medialen Angebot. Hier werden Filme, Software, Internetangebote oder auch Veranstaltungsangebote vorgestellt und rezensiert sowie neue Fachbücher zum Themenbereich Medien und Erziehung unter die Lupe genommen. Für die Abrundung des Heftes sorgen eine *kolumne*, die Rubrik *aktuell* mit einem *stichwort* zu neuen Entwicklungen, Phänomenen oder Begriffen und ein *nachgefragt*, ein Kurzinterview mit einer Person, stellvertretend für oder mit direktem Bezug zu aktuellen Diskursen, sowie die Kurzrezensionen *kurz notiert* von aktuellen Publikationen und der *service* mit Terminen, Ausschreibungen und Calls for Papers.

Online wird die Printausgabe von *merz* regelmäßig mit aktuellen News, Terminen, Ausschreibungen und Calls for Papers ergänzt. Aus der Printausgabe sind alle Artikel aus den Rubriken *aktuell*, das Editorial sowie Abstract und Literaturverzeichnis aller *thema*- und *spektrum*-Beiträge zum 10. des aktuellen Monats der erschienenen Ausgabe einsehbar. Zwei Monate nach Erscheinen der Printausgabe sind außerdem Medienreporte sowie Rezensionen von Publikationen und die Kolumne vollständig veröffentlicht.

Wir freuen uns immer über Einsendungen zu Projekten aus Forschung und Praxis, über Rezensionen, Veranstaltungshinweise und natürlich Anregungen. Schicken Sie gerne Ihre Ideen, Abstracts und Meinungen an merz@jff.de.

Textarten und Zielsetzung

merz | medien + erziehung akzeptiert nur **Originalbeiträge**. Eingereichte Manuskripte dürfen nicht anderweitig veröffentlicht sein und bis zum Abschluss des redaktionsinternen Gutachterverfahrens keiner anderen Stelle zur Veröffentlichung angeboten werden. Mit der Annahme eines vorgelegten Manuskripts erwirbt der Verlag die Rechte zu dessen redaktioneller Bearbeitung und Veröffentlichung im Rahmen der Zeitschrift *merz*. Über eine Annahme des Manuskripts und den Zeitpunkt der Veröffentlichung entscheidet die Redaktion auf Basis redaktionsinterner Gutachten.

Sowohl eine Einreichung für die Rubrik *thema* wie auch für die Rubrik *spektrum* orientiert sich in **Struktur und Inhalt** an wissenschaftlichen Standards und hat zum Ziel, Vertreter*innen aus der Wissenschaft, dem Fachgebiet der Medienpädagogik sowie aus angrenzenden Disziplinen, Praktiker*innen insbesondere aus den Bereichen der aktiven Medienarbeit der Medienbildung und weiteren pädagogischen Arbeitsfeldern sowie Studierende und fachlich

Interessierte sachlich über ein theoretisch aufgearbeitetes Phänomen, praktische Erfahrungen (zum Beispiel aus Medienprojekten) oder Studienergebnisse zu informieren und gegebenenfalls Desiderate bzw. unbearbeitete Praxisfelder nachvollziehbar offenzulegen. Im Vordergrund steht der Erkenntnisgewinn für und die mögliche Übertragbarkeit auf Tätigkeitsfelder des *merz*-Fachpublikums. Eindimensionale, institutions- oder produktfokussierte, rein beschreibende Beiträge sind für diese Textsorten nicht geeignet. Unbelegte Positionierungen sowie Kommentierungen sollten als solche klar gekennzeichnet sein. Ein besonderes Gewicht sollte auf der Reflexion, Kontextualisierung und kritischen Einordnung des Beschriebenen liegen. Für *spektrum*-Einreichungen stellt die Passfähigkeit der Themenwahl auf originäre, medienpädagogische Themenbereiche darüber hinaus keine zwingende Voraussetzung dar. In Fokussierungen auf Erfahrungen oder Ergebnisse von wissenschaftlichen Untersuchungen oder Praxisprojekten kann zugunsten der bestmöglichen Ausnutzung des verfügbaren Umfangs um ausführliche Darstellungen von unter anderem Methodik, Anbahnung von Projekten und Organisatorisches, Formelles reduziert werden, insofern diese keine besondere Relevanz für den Schwerpunkt und Kernaussage des Beitrags darstellen.

Ansprechpartner*innen

Jede Ausgabe der Zeitschrift wird von einer Fachredaktion begleitet. Die verantwortliche Redaktion für das gesamte Heft liegt bei der *merz*-Redaktion. Die Redaktion ist unter merz@jff.de oder 089-68989120 zu erreichen und steht jederzeit für alle Fragen zur Verfügung.

Formalia

Zeichenumfang eines *thema*-Beitrags umfasst 18.000 bis 25.000 Zeichen (Praxisbeiträge 15.000-20.000 Zeichen, Themenbeiträge 20.000-25.000 Zeichen). Für die Rubrik *spektrum* können ebenfalls 15.000 bis 20.000 Zeichen eingereicht werden. Kleineren Textsorten für die Rubriken *medienreport* (6.000-6.500) oder *publikation* (6.500-7.000) bietet die Printausgabe jeweils zwei Seiten Platz. Eine *kolumne* enthält circa 3.000 Zeichen, während ein *stichwort* aus circa 2.000 Zeichen besteht und sich ein *kurz notiert* aus 1.500 bis 2.200 Zeichen zusammensetzt. Die Angaben zu den Zeichenzahlen verstehen sich inklusive Leerzeichen.

Manuskripte sind der Redaktion per E-Mail einzureichen. *thema*- und *spektrum*-Artikeln ist eine kurze Zusammenfassung des Beitrages in Form eines Abstracts im Umfang von maximal 500 Zeichen (inklusive Leerzeichen) beizufügen, die*den Leser*innen als selbstständiger Text einen hinreichenden Eindruck vom Inhalt des Beitrags vermittelt.

Das **Titelblatt** enthält neben dem Titel des Beitrags Name, Anschrift, Telefonnummer und E-Mail-Adresse aller Autor*innen sowie jeweils eine Kurzvita. Bei mehreren Autor*innen ist anzugeben, wer die Korrespondenz führt.

In wissenschaftlichen bzw. sachlichen und informierenden Beiträgen ist gemäß wissenschaftlichen Standards eine **Ich-Perspektive** zu vermeiden. Ausnahme bilden Darstellungen, in denen der*die Autor*in zentraler bzw. aktiver Teil der im Beitrag fokussierten wissenschaftlichen oder praxisorientierten Situation ist oder es sich um die Textsorte *kolumne* handelt.

Tabellen, grafische Darstellungen und Bilder sollten in den Haupttext integriert und müssen zusätzlich in separaten (Bild-)Dateien eingereicht werden (z. B. in den Formaten png, tiff oder jpg). Bilder und Grafiken zur Illustration des Beitrags sind erwünscht. Diese sollten ebenfalls separat im

tiff-Format eingereicht werden, einen Vorschlag für die Bildunterschrift sowie einen Verweis auf die Bildrechte beinhalten und eine Auflösung von mindestens 300 dpi besitzen.

Gendersensible Sprache: Wenn immer möglich, sollte die neutrale Form verwendet werden. Beispiele: Lehrkräfte, Teilnehmende, pädagogische Fachkräfte, Studierende. Andernfalls soll zwischen die männliche und weibliche Endung ein Stern * gesetzt werden: zum Beispiel Schüler*innen.

Hervorhebungen: Eigennamen wie *Facebook* oder Namen von Instituten wie *JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis* werden kursiv formatiert. Weitere Hervorhebungen werden mit einfachen Anführungszeichen versehen. Doppelte Anführungszeichen werden ausschließlich für direkte Zitate verwendet.

Abkürzungen werden in den Beiträgen nicht verwendet. Das bedeutet, dass 'etc.' und 'usw.' als 'et cetera' und 'und so weiter' ausgeschrieben werden. Auch andere Abkürzungen wie 'd.h.' oder 'i.d.R.' werden als 'das heißt' und 'in der Regel' ausgeschrieben. Eine Ausnahme bildet die Abkürzung 'bzw.', welche benutzt werden darf.

Für die **Gliederung** des Textes werden Zwischenüberschriften verwendet, die logisch und leser*innenfreundlich durch den Text leiten.

Fußnoten werden als Endnoten umgewandelt und sind aufgrund der besseren Lesbarkeit sparsam zu verwenden.

Verweise und Zitationen

Verweise auf Autor*innen sind im Text mit Nachnamen und der Jahreszahl der Publikation anzugeben. Zwei Autor*innen werden beide namentlich erwähnt. Ab drei Personen genügt es, die Erstautor*in zu nennen, ergänzt um die Angabe "et al." Zitate sind in doppelte Anführungszeichen einzuschließen. Zitationen in Zitaten werden mit einfachen Anführungszeichen eingerahmt. Zitate sind mit Angaben der Quellen zu versehen. Bei den Zitaten werden zusätzlich Seitenzahl(en), bei Online-Zitaten das Zugriffsdatum und – sofern vorhanden – die Absatznummer angegeben. Der formale Aufbau der Quellenangabe ist: (Nachname Jahr, S. Seitenzahl[en])
Beispiele: Verweise (vgl. Demmler et al. 2015), Zitate (Glaser/Strauss 1967, S. 45)

Im **Literaturverzeichnis** werden die wichtigsten und nur im Text ausgewiesenen Titel (maximal zwölf Angaben, bitte gegebenenfalls die zentralen Titel kennzeichnen) aufgenommen. Sollte das komplette Literaturverzeichnis länger sein, ist dieses in seiner Vollständigkeit online abrufbar. Das Literaturverzeichnis enthält Vor- und Zunamen der Autor*innen. Die Literatur ist bezogen auf die Erstautor*innen alphabetisch zu ordnen. Bei mehreren Publikationen einer Person sind diese aufsteigend nach Publikationsjahr anzugeben. Mehrere Publikationen eines gleichen Jahres sind entsprechend der chronologischen Erwähnung im Text hinter der Jahreszahl mit dem Zusatz a, b, et cetera zu versehen.

Beispiele für Angaben im Literaturverzeichnis:

Buch

Knop, Karin/Hefner, Dorothee/Schmitt, Stefanie/Vorderer, Peter (2015). Mediatisierung mobil: Handy- und mobile Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien NRW, Band 77. Leipzig: Vistas.

Herausgeberwerk

Schorb, Bernd/Anfang, Günther/Demmler, Kathrin (Hrsg.) (2009). Grundbegriffe der Medienpädagogik. Praxis. München: kopaed.

Beitrag in einem Herausgeberwerk

Wagner, Ulrike/Theunert, Helga/Gebel, Christa/Schorb, Bernd (2012). Jugend und Information im Kontext gesellschaftlicher Mediatisierung. In: Krotz, Friedrich/Hepp, Andreas (Hrsg.), Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze. Wiesbaden: Springer VS, S. 307–330.

Zeitschrift

Schütze, Fritz (1983). Biographieforschung und narratives Interview. In: Neue Praxis, 13 (3), S. 283–293.

Forschungsbericht und Dissertation

Meyer, Jens (1991). Zur Frage der Duplizität. Unveröffentlichte Dissertation. Christian-Albrechts-Universität Kiel.

Digital Object Identifier

Lünenborg, Margreth/Fürsich, Elfriede (2014). Media and the Intersectional Other: The Complex Negotiation of Migration, Gender, and Class on German Television. In: Feminist Media Studies, 14 (6), pp. 959-975. DOI: 10.1080/14680777.2014.882857.

Internetadresse (mit www.)

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2017). JIM 2017. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart. www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf [Zugriff: 31.03.2018]

Internetadresse (ohne www.)

Collin, Philippa (2009). The Making of Good Citizens. Participation Policies, the Internet and Youth Political Identities in Australia and the United Kingdom. University of Sydney. <http://ses.library.usyd.edu.au/bitstream/2123/5399/1/pj-collin-2009-thesis.pdf> [Zugriff: 07.09.2015]

Englisch

Norqvist, Lars/Jahnke, Isa/Olsson, Andreas (2014). The Learners' Expressed Values of Learning in a Media Tablet Learning Culture. In: Rensing, Christoph/de Freitas, Sara/Ley, Tobias/Muñoz-Merino, Pedro J. (Eds.), Open Learning and Teaching in Educational Communities. Wiesbaden: Springer, pp. 458–463.

Belegexemplare/Ansichtsexemplare

merz erscheint im *kopaed*-Verlag. Alle Autor*innen erhalten ein Exemplar der Zeitschrift, in der sein*ihr Beitrag erschienen ist. Zusätzlich stellen wir gerne, beispielsweise für Veranstaltungen, Ansichtsexemplare zur Verfügung. Bei Abnahme von größeren Stückzahlen kann ein Rabatt eingeräumt werden. Anfragen hierzu sind jederzeit gerne an den Verlag (info@kopaed.de oder 089-68890098) zu richten.