merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Wolfgang Reißmann: Mediatisierung – Kommerzialisierung – Ökonomisierung: Sind aktuelle Medienumgebungen Katalysatoren instrumentellen Handelns und Denkens?

Beitrag aus Heft »2014/04: Jugend – Medien – Kommerzialisierung«

Die Verquickung von Mediatisierungs- und Kommerzialisierungsprozessen ist aktuell in zumindest drei Bereichen zu beobachten. Erstens interessieren Individuen gestern wie heute als potenzielle Konsumenten. Zweitens ist die Lebensführung in kommerzialisierten Medienumgebungen zunehmend selbst zu einem wirtschaftlichen Rohstoff und einer Ware geworden. Drittens legen aktuelle Medienumgebungen ökonomisierte Handlungs- und Denkmuster nahe, das heißt, sie beeinflussen Selbst und Sozialbeziehungen. Vor diesem Hintergrund wird für mehr Kritische Kommunikationswissenschaft plädiert und Medienpädagogik innerhalb eines solchen Unterfangens als wichtige Instanz verortet.

Literatur:

Andrejevic, Mark (2002). The Work of Being Watched: Interactive Media and the Exploitation of Self-Disclosure. In: Critical Studies in Media Communication, 19(2), pp. 230-248.

Brüggen, Niels/Dirr, Eva/Schemmerling, Mareike/Wagner, Ulrike (2014). Jugendliche und Online-Werbung im Social Web. Herausgegeben vom Bayerischen Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz. München. URL: www.jff.de/jff/fileadmin/user_upload/Projekte_Material/ verbraucherbildung.socialweb/JFF-Studie_Jugendliche_Online-Werbung_SocialWeb.pdf [Zugriff: 14.07.2014]-

Habermas, Jürgen (1981/1987). Theorie des kommunikativen Handelns. Band 2. Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Karmasin, Matthias/Rath, Matthias/Thomaß, Barbara (Hrsg.) (2013). Normativität in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: VS.

Krotz, Friedrich (2006). Rethinking the Digital Divide-Approach: From a technically based understanding to a concept referring to Bourdieu's social Capital. In: Nico, Carpentier et al. (Eds.), Researching Media, Democracy and Participation. Tartu: Tartu University Press, pp. 177-189.

Reißmann, Wolfgang (2013). Jugendliche zwischen Person und Figur: „Medienperson" als Persona-Typ im „Real-People"-Genre Netzwerkplattform. In: Emmer, Martin/ Filipović, Alexander/Schmidt, Jan-Hinrik/Stapf, Ingrid (Hrsg.), Echtheit, Wahrheit, Ehrlichkeit. Authentizität in der Online-Kommunikation. Weinheim/Basel: Beltz- Juventa. S. 155-168.

Theunert, Helga (2005). Medien als Orte informellen Lernens im Prozess des Heranwachsens. In: Sachverständigenkommission Zwölfter Kinder- und Jugendbericht, S. 175-300.

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

Turkle, Sherry (2011). Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other. New York: Basic Books.

Wagner, Ulrike (2013). Ein souveränes Leben mit Medien gestalten. Normative Perspektiven medienpädagogischer Forschung. In: Karmasin, Matthias/Rath, Matthias/Thomaß, Barbara (Hrsg.), Normativität in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: VS, S. 267-288.

Wehner, Josef (2010). „Numerische Inklusion" – Wie die Medien ihr Publikum beobachten. In: Sutter, Tilmann/ Mehler, Alexander (Hrsg.), Medienwandel als Wandel von Interaktionsformen. Wiesbaden: VS, S. 183-210.

Winter, Carsten (2001). Globale Kommerzialisierung von Öffentlichkeit? Perspektiven für eine mediensoziologische Erforschung der Rolle von Medienunternehmen und Medienproduktion im Kontext von Gesellschafts- und Kulturwandel. In: Karmasin, Matthias/Knoche, Manfred/Winter, Carsten (Hrsg.), Medienwirtschaft und Gesellschaft I. Medienunternehmen und die Kommerzialisierung von Öffentlichkeit. Münster: Lit, S. 41-68.

Winter, Rainer (2007). Kritische Theorie jenseits der Frankfurter Schule? Zur aktuellen Diskussion und Bedeutung einer einflussreichen Denktradition. In: Winter, Rainer/Zima, Peter V. (Hrsg.), Kritische Theorie heute. Bielefeld: transcript, S. 23-46.