

## Titelliste

1. - Emde-Lachmund, Katharina: Auf dem Weg zum informierten Bürger (23.04.2025)
2. - Barber, Sian: Beyond the BBFC (15.04.2025)
3. - Pauliks, Kevin, Ruchatz, Jens: Bildkritik durch Bilder (28.04.2025)
4. - Scharrer, Erica: Children, Media, and Technology (01.04.2025)
5. - Pan, Sizhou: China und die Corona-Pandemie in der Wahrnehmung der deutschen Öffentlichkeit (01.04.2025)
6. - Wittchen, Tobias: Choreografien des Selbst (30.03.2025)
7. - Laird, Tessa: Cinemal (29.04.2025)
8. - Dittmar, Jakob F.: Comic-Analyse (10.04.2025)
9. - Golding, Peter: Communications and Inequality (12.04.2025)
10. - Wiedemann, Thomas: Deutscher Kinospießfilm (15.04.2025)
11. - Germann, Christiane, Ainetter, Wolfgang: Dialog! (08.04.2025)
12. - Gsenger, Rita: Die Finanzierung von Desinformation (23.04.2025)
13. - Haastrup, Helle Kannik: Digital Film and Television Culture (14.04.2025)
14. - Koppel, Ilka, Langer, Sandra, David, Lisa Maria: Digitale Medien in der Grundbildung Erwachsener (16.04.2025)
15. - Olbermann, Zoe: Digitale Meinungsführer#innen in der Umweltkommunikation (22.04.2025)
16. - Krebber, Felix, Bentele, Günter: Geschichte (in) der Unternehmenskommunikation (26.04.2025)
17. - Vindigni, Giovanni: Grundwissen Game Studies und Ludologie (14.04.2025)
18. - Slater, Thomas J: June Mathis (08.04.2025)
19. - Diaz Ruiz, Carlos: Market-Oriented Disinformation Research (25.03.2025)
20. - Ford, Dom: Mytholudics (21.04.2025)
21. - Karofsky, Amy: Philosophy Through Film (31.03.2025)
22. - Curstädt, Lucas: Projektionen des nächsten Menschen (23.04.2025)
23. - Waldenburger, Lisa: Resonanz und Entfremdung auf Facebook (29.04.2025)
24. - Billings, Andrew C, Hardin, Marie: Routledge Handbook of Sport and Social Media (23.04.2025)
25. - Loewenstein, Antony: The Blogging Revolution (01.09.2008)
26. - Guglielmo, Marco: The Left and Digital Politics (04.03.2025)
27. - Click, Melissa A, Scott, Suzanne: The Routledge Companion to Media Fandom (24.03.2025)
28. - Liddy, Susan, Flynn, Deirdre: The Routledge Handbook of Motherhood on Screen (25.04.2025)
29. - Wagner, Francis: Virtual Reality und die Frage nach Empathie (02.04.2025)
30. - Kornfield, Sarah: Watching Women (21.04.2025)
31. - Hepp, Andreas, Wimmer, Jeffrey, Pfadenhauer, Michaela, Kannengießer, Sigrid: Zukunft der Medien - Medien der Zukunft (26.03.2025)

## 1. - Auf dem Weg zum informierten Bürger

---



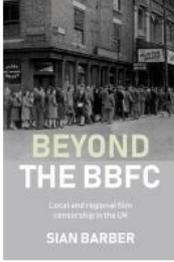
<b>ISBN/ISSN</b>	9783658478339
<b>Autor</b>	Emde-Lachmund, Katharina
<b>Preis</b>	89,99 EUR
<b>Gewicht</b>	406 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	23.04.2025
<b>Autoren:</b>	Emde-Lachmund, Katharina
<b>Verlag</b>	Springer Spektrum
<b>Zusätzliche Daten</b>	Color of cover: Purple, Color of cover: Silver, Color of cover:., Color of cover: White, XVI, 295 S. 13 Abb., Wiesbaden
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Einband</b>	Buch (broschiert)
<b>Seiten</b>	312
<b>Themen</b>	Adoleszenz, Entwicklungspsychologie, Längsschnittuntersuchung, Nachrichtennutzung, Politische Identität, Sozialisationskontexte, politische Identität

### Kurze Inhaltsangabe:

Das Buch beschäftigt sich mit der Entwicklung der Nachrichtennutzung von Jugendlichen in der frühen bis mittleren Adoleszenz. Im Rahmen einer interdisziplinären Herangehensweise werden dazu Ansätze aus der Kommunikationswissenschaft, der Entwicklungspsychologie und der politischen Sozialisationsforschung integriert. Anhand einer längsschnittlichen Untersuchung mit N = 343 Schülerinnen und Schüler werden anschließend unterschiedliche Entwicklungsverläufe nachgezeichnet und durch entwicklungspsychologische und sozialisatorische Einflussfaktoren erklärt. Dabei zeigt sich insbesondere eine enge Verknüpfung zwischen politischen Explorationsprozessen und der Entwicklung der Nachrichtennutzung. Die Autorin Katharina Emde-Lachmund war wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover, mit den Forschungsschwerpunkten Medien- und Nachrichtenrezeption, Statistik und empirische Methoden. Sie ist derzeit als Mitarbeiterin für Marktforschung und Evaluation bei der Region Hannover tätig.

## 2. - Beyond the BBFC

---



<b>ISBN/ISSN</b>	9781526163127
<b>Autor</b>	Barber, Sian
<b>Preis</b>	129,50 EUR
<b>Gewicht</b>	596 g
<b>Verfügbarkeit</b>	hergestellt auf Anfrage
<b>Erscheinungstermin</b>	15.04.2025
<b>Autoren:</b>	Barber, Sian
<b>Verlag</b>	Manchester University Press
<b>Sprache</b>	Englisch
<b>Einband</b>	Buch (gebunden)
<b>Seiten</b>	286
<b>Themen</b>	cinema exhibition, cinematograph act, local authorities

### Kurze Inhaltsangabe:

Beyond the BBFC explores local film censorship activity across Britain and Northern Ireland, from the earliest days of cinema to the rise of home video in the 1980s. This study delves into the diverse and often idiosyncratic systems used to regulate film at the local level, highlighting the motivations and mechanisms behind these efforts. Drawing on archival material from regions including Aberdeen, Bexhill, Belfast, Wakefield and Cheltenham as well as across Wiltshire, Gloucestershire, Somerset, Cornwall, Glamorgan and Berkshire, the book uncovers the wide variation in censorship practices. Local approaches ranged from independently appointed censors to committees who provided stringent scrutiny of all contentious titles. It charts how these different interventions operated, the reasons they endured or why they came to an abrupt end. Placing local censorship within the broader context of national bodies like the British Board of Film Classification (BBFC), the Home Office, the Greater London Council, and The Public Morality Council, the book reveals how place and context uniquely shaped censorship practices. This detailed, historical exploration provides new insights into British local film censorship and how it contributed to debates about film and cinema taking place across the 20th century.

### Informationen zum Autor:

Sian Barber is Reader in Film in the School of Arts, English and Languages at Queen's University Belfast

### 3. - Bildkritik durch Bilder



<b>ISBN/ISSN</b>	9783869626499
<b>Autor</b>	Pauliks, KevinRuchatz, Jens
<b>Preis</b>	39,00 EUR
<b>Gewicht</b>	414 g
<b>Verfügbarkeit</b>	vorübergehend nicht lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	28.04.2025
<b>Autoren:</b>	Pauliks, Kevin, Ruchatz, Jens
<b>Verlag</b>	Herbert von Halem Verlagsgesellschaft
<b>Zusätzliche Daten</b>	Color of cover: Cream, Color of cover: Green, Color of cover: Grey, Color of cover: Silver, Color of cover: White, 70 Illustrationen, Köln
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Einband</b>	Buch (broschiert)
<b>Auflage</b>	1
<b>Seiten</b>	228
<b>Themen</b>	Bildkritik, Bildpraktiken, Ethnologie, Kommunikationswissenschaft, Medienwissenschaft, Social Media, Soziale Medien, Soziologie

#### Inhaltsangabe:

1. Einleitung 1.1 Von der sprach- zur bildförmigen Bildkritik 1.2 Koordinaten zur (Medien-)Geschichte bildförmiger Bildkritik 1.3 Das Soziale und das Mediale der Sozialen Medien 1.4 Soziales Medienwissen digitaler Bilder theoretisieren 2. Die Methode der Bildpraxeografie 2.1 Screenshots sammeln und codieren 2.2 Bildpraktiken beschreiben und analysieren 3. Bildpraktiken bildförmiger Bildkritik 3.1 Bearbeiten am Beispiel von Trump in Peach 3.1.1 Politische Memes als Sozialkritik 3.1.2 Memeing als performative Medienkritik 3.1.3 Politische Bildkritik von Trump in Peach 3.2 Imitieren am Beispiel von @celestobarber 3.2.1 Kritik an Kanye, Juergen & Kim 3.2.2 Imitation des Influencens 3.2.3 Spiegelung des Selbst als Selbstkritik 3.3 Beschriften und Taggen am Beispiel von #instagramvsreality 3.3.1 Instagram und die Realität 3.3.2 Vergleichen von Bildern durch Bild und Schrift in Instagram 3.3.3 Bildkritische Hashtags auf Instagram 3.4 Kuratieren am Beispiel von Insta Repeat 3.4.1 Reisefotografie und Werbung von Instagram-Influencern 3.4.2 Kuratieren von Kuratierungen als bildförmige Selbstkritik 3.4.3 Wiederholen von Wiederholungen als bildförmige Kulturkritik 3.5 Zusammenschau: bildkritische Bildpraktiken als Bausteine einer Praxistheorie des digitalen Bildes in den Sozialen Medien 3.5.1 Was an Bildern in den Sozialen Medien kritisiert wird 3.5.2 Wie User Bilder in den Sozialen Medien theoretisieren 4. Inventar bildkritischer Bildpraktiken in Sozialen Medien 4.1 #BlackoutTuesday 4.2 #DollyPartonChallenge 4.3 Anti-Memes 4.4 Anti-Selfies 4.5 Deep Fried Memes 4.6 Disaster Girl 4.7 Disintegration Effect 4.8 Fake History 4.9 Increasingly Verbose Memes 4.10 Memes Then, Memes Now 4.11 Photographed by Juergen Teller 4.12 Photoshop Requests 4.13 Selfie Dad 4.14 Stocking 4.15 Terrible Real Estate Agent Photographs 4.16 The Situation Room 4.17 Things I Have Drawn 4.18 Weird AI Generations 4.19 Worst of Chefkoch 4.20 Yolocaust 5. Glossar 5.1 Praktiken 5.2 Plattformen 5.3 Formen 6. Quellenverzeichnis 6.1 Literatur 6.2 Abbildungen Die Autoren

#### Kurze Inhaltsangabe:

Bilder in den Sozialen Medien werden nicht nur in wissenschaftlichen oder journalistischen Organen häufig der Kritik unterzogen, sondern ebenfalls in den Bildern der Sozialen Medien selbst. Die Autoren setzen auf das medienphilosophische Potenzial dieser Form der Bildkritik, um aus den digitalen Bildpraktiken selbst Elemente einer Theorie des digitalen Bildes zu gewinnen. Hierfür haben sie den neuen Ansatz der Bildpraxisanalyse entwickelt, der digitale Bilder danach befragt, was sie über ihre eigene piktorale Medienpraxis wissen: sowohl auf welche Charakteristika sich die Kritik richtet als auch wie diese Kritik bildförmig umgesetzt wird. Es interessiert dabei, wie dieses bildförmig materialisierte praktische Wissen das digitale Bild theoretisiert. Digitale Bilder werden insofern nicht nur als durch Medienpraktiken geformt, sondern gleichzeitig als geformte Medienpraxis verstanden. In einem Inventar werden die bildkritischen Medienpraktiken des Bearbeitens, Imitierens, Kuratierens, Beschriftens und Taggens wissenschaftlich katalogisiert, medienpraxeologisch analysiert und visuell

präsentiert. Das Ergebnis ist ein multiperspektivischer Blick auf die diversen Formen und Praktiken des digitalen Bildes in den Sozialen Medien.

**Informationen zum Autor:**

Jens Ruchatz, Prof. Dr., lehrt seit 2012 Medienwissenschaft an der Philipps-Universität Marburg. Er studierte Theater-, Film- und Fernsehwissenschaft, Kunstgeschichte und Soziologie an der Universität zu Köln. Ruchatz promovierte dort mit einer Arbeit zur Mediumgeschichte der fotografischen Projektion. In seiner Habilitation an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen befasste er sich aus Perspektive der Celebrity mit der Mediengeschichte des Interviews. Gegenwärtige Forschungsschwerpunkte sind medienwissenschaftliche Zeitschriftenforschung, Geschichte und Theorie der Fotografie, Praxeologie des digitalen Bildes sowie kulinarische Medien.

## 4. - Children, Media, and Technology

---



<b>ISBN/ISSN</b>	9781032591339
<b>Autor</b>	Scharrer, Erica
<b>Preis</b>	187,50 EUR
<b>Gewicht</b>	531 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	01.04.2025
<b>Autoren:</b>	Scharrer, Erica
<b>Verlag</b>	Taylor & Francis
<b>Sprache</b>	Englisch
<b>Einband</b>	Buch (gebunden)
<b>Seiten</b>	260

### Inhaltsangabe:

Part I: Landscapes/Contexts 1. Introduction 2. Access/Use 3. Representation 4. Parents/Caregivers 5. Media Literacy Education 6. Policies Part II: Interpretations/Implications 7. Social Identity 8. Body Image 9. Aggression 10. News/Politics 11. Learning 12.

### Kurze Inhaltsangabe:

An accessible introduction to children, media, and technology that centers questions of access, diversity, equity, and inclusion to provide a timely and much needed text for communication and media studies students.

### Informationen zum Autor:

Erica Scharrer is Professor of Communication at the University of Massachusetts Amherst where she studies the role of media in the lives of adolescents. She is the co-author of Quantitative Research Methods in Communication: The Power of Numbers for Social Justice with Srividya Ramasubramanian and Media and the American Child with George Comstock. Scharrer is also the editor of the Media Effects/Media Psychology volume of the International Encyclopedia of Media Studies, among other books and articles.

## 5. - China und die Corona-Pandemie in der Wahrnehmung der deutschen Öffentlichkeit



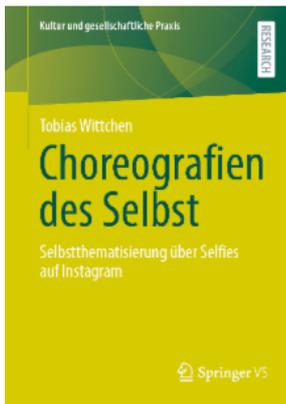
<b>ISBN/ISSN</b>	9783658476649
<b>Autor</b>	Pan, Sizhou
<b>Preis</b>	89,99 EUR
<b>Gewicht</b>	446 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	01.04.2025
<b>Autoren:</b>	Pan, Sizhou
<b>Verlag</b>	Springer Spektrum
<b>Zusätzliche Daten</b>	Color of cover: Blue, Color of cover: Gold, Color of cover: Green, Color of cover: White, Color of cover: Yellow, XIV, 328 S. 42 Abb., Wiesbaden
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Einband</b>	Buch (broschiert)
<b>Seiten</b>	344
<b>Themen</b>	Chinabild, Corona-Pandemie, Deutsche Leitmedien, Interkulturelle Kommunikation, Interkulturellen Hermeneutik, Quantitative und Qualitative Analyse

### Informationen zum Autor:

Sizhou Pan arbeitet als Postdoc am Institut für Studien zur Bundesrepublik Deutschland der Tongji-Universität. Sie promovierte im Fach Sinologie an der Universität Bonn. Ihre Forschungsinteressen umfassen die interkulturelle Kommunikation zwischen China und Deutschland, die Rezeption chinesischer Kultur in Deutschland sowie verwandte Themen. Ihre Forschung wird durch ihr Interesse an der chinesischen Populär- und Gegenwartskultur im Ausland bereichert, mit einem besonderen Fokus auf die Reaktionen internationaler Zielgruppen und die Dynamiken des kulturellen Austauschs zwischen Ost und West.

## 6. - Choreografien des Selbst

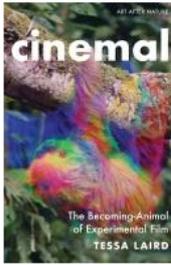
---



<b>ISBN/ISSN</b>	9783658474515
<b>Autor</b>	Wittchen, Tobias
<b>Preis</b>	89,99 EUR
<b>Gewicht</b>	830 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	30.03.2025
<b>Autoren:</b>	Wittchen, Tobias
<b>Verlag</b>	Springer Spektrum
<b>Zusätzliche Daten</b>	Color of cover: Blue, Color of cover: Green, Color of cover: Grey, Color of cover: White, Color of cover: Yellow, XIX, 629 S. 22 Abb., 21 Abb. in Farbe., Wiesbaden
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Einband</b>	Buch (broschiert)
<b>Seiten</b>	652
<b>Themen</b>	Instagram, Selbstdarstellung, Selbstthematization, Selfie, Soziologie, Subjektivierung

## 7. - Cinemal

---



<b>ISBN/ISSN</b>	9781517915711
<b>Autor</b>	Laird, Tessa
<b>Preis</b>	27,00 EUR
<b>Gewicht</b>	342 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	29.04.2025
<b>Autoren:</b>	Laird, Tessa
<b>Verlag</b>	University of Minnesota Press
<b>Sprache</b>	Englisch
<b>Einband</b>	Buch (broschiert)
<b>Seiten</b>	216

### Inhaltsangabe:

Contents Introduction: Hatching the Cinemal 1. Color Is an Animal 2. Speeds and Slownesses 3. Scratch and Sniff: Animal Umwelten 4. The Cry: Insides on the Outside 5. The Liveliness of All Things (Including the Dead) Conclusion: Dappling in the Metacinema of the Universe Acknowledgments Notes Bibliography Index

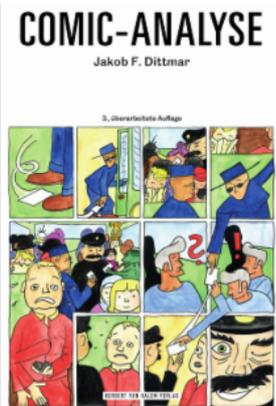
### Kurze Inhaltsangabe:

"Cinemal is Tessa Laird's passionate inquiry into the ways that films mimic the majesty, mystery, and movements of animals, her field notes from countless hair-raising encounters with films in their natural habitat. Using cinematic animal tropes to encourage readers to rethink what it means to be a human, Laird lures us toward the beastly becomings of film and, ultimately, our own animal natures"--

### Informationen zum Autor:

Tessa Laird is an artist, writer, and senior lecturer at the Victorian College of the Arts, University of Melbourne. Her books include a fictocritical exploration of color, A Rainbow Reader, and a cultural history of bats, Bat, in Reaktion Books's celebrated Animal series.

## 8. - Comic-Analyse



<b>ISBN/ISSN</b>	9783869627151
<b>Autor</b>	Dittmar, Jakob F.
<b>Preis</b>	39,00 EUR
<b>Gewicht</b>	472 g
<b>Verfügbarkeit</b>	vorübergehend nicht lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	10.04.2025
<b>Autoren:</b>	Dittmar, Jakob F.
<b>Verlag</b>	Herbert von Halem Verlagsgesellschaft
<b>Zusätzliche Daten</b>	40 s/w Abbildungen
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Einband</b>	Buch (broschiert)
<b>Auflage</b>	3
<b>Seiten</b>	284
<b>Themen</b>	Bildanalyse, Comic, Comics, Graphic Novel, Manga, Textanalyse, Zeichen

### Inhaltsangabe:

1. Einleitung 1.1 Comic-Analyse 2. Comics und Medien 2.1 Comic als Gattung der Druckmedien 2.2 Zeitungsstrip, Comic-Heft 2.3 Graphic Novel und Bandes Dessinée 2.4 Digitale Comics 2.5 Die Medien in den Comics 2.6 Comics und ihre Spuren in den Medien 3. Definition 3.1 Erzählen 3.2 Comics 3.3 Comic-Analyse 3.4 Zeichen 4. Rahmen 4.1 Abstand zwischen Rahmen 4.2 Rahmenstile 5. Bild 5.1 Wahrnehmung und Lesen von Bildern 5.2 Das Bild im Comic 5.3 Leserichtung 5.4 Format 5.5 Komposition 5.6 Ansichten und Perspektive 5.7 Perspektive 5.8 Figuren 5.9 Dargestellte Bewegung 5.10 Dargestellte Emotionen 6. Text 6.1 Konzepte 6.2 Typografie 6.3 Kommentar, Erläuterung 6.4 Sprech- und Gedankenblasen 6.5 Geräusche 7. Konstruktion der Narration 7.1 Sequenz und Erzählweisen 7.2 Bildfolge und Gleichzeitigkeit von Bildern 7.3 Montage als Konstruktion der Sequenz 8. Stil und Farbe 8.1 Bildproduktion und Stil 8.2 Abbildungskonventionen und individueller Stil 8.3 Comic-Produktion und Studio-Stile 8.4 Farbe 9. Zeit 9.1 Erzählzeit und erzählte Zeit 9.2 Historischer Zeitbezug 10. Erzählebenen 11. Genres und Stimmungen 11.1 Sachcomics 12. Schlussbetrachtung Quellenverzeichnis Primärquellen Sekundärquellen Abbildungsnachweise Index

### Kurze Inhaltsangabe:

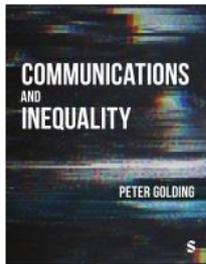
Alle Bildgeschichten erzählen im Prinzip mit demselben bildlichen und textlichen Inventar, seien sie komplex oder simpel, gedruckt, hybrid oder digital publiziert. Die Narration im Comic wird immer aus visuellen Einheiten konstruiert. Entsprechend bietet dieses Buch eine systematische Grundlage für die Beschreibung und Analyse von Comics. Zugleich erleichtert es reflektierte Entscheidungen bei der konkreten Gestaltung von Comics, sowohl auf Ebene einzelner Bilder und ihrer Elemente als auch auf Ebene der Seitenkomposition. Die Elemente von Comics werden isoliert beschrieben und untersucht, um ihr Zusammenwirken genauer zu bestimmen, denn sowohl die Sequenzkonstruktion als auch die Art und Weise, in der einzelne Elemente dabei verwendet werden, machen das Medium Comic und seine Erzählformen aus. Dabei wird die zugrunde liegende Funktionsweise aller Bildgeschichten deutlich - zugleich aber auch die Varianz, die individuelle Bildgeschichten aufweisen und den persönlichen Stil von Comicschaffenden ausmachen können. Diese 3. Auflage wurde grundlegend überarbeitet und erweitert.

### Informationen zum Autor:

Jakob F. Dittmar ist Lektor für Visuelle Kommunikation und Dozent für Medienwissenschaft an der Universität Malmö (Schweden). Er studierte British Studies, Religion, Soziologie und Kunst in Oldenburg, promovierte in Kunstwissenschaft an der Universität GH Essen und wurde mit der Erstauflage des Buchs Comic-Analyse als Medienwissenschaftler an der Technischen Universität Berlin habilitiert.

## 9. - Communications and Inequality

---



<b>ISBN/ISSN</b>	9781473966895
<b>Autor</b>	Golding, Peter
<b>Preis</b>	36,90 EUR
<b>Gewicht</b>	302 g
<b>Verfügbarkeit</b>	hergestellt auf Anfrage
<b>Erscheinungstermin</b>	12.04.2025
<b>Autoren:</b>	Golding, Peter
<b>Verlag</b>	Sage Publications
<b>Sprache</b>	Englisch
<b>Einband</b>	Buch (broschiert)
<b>Seiten</b>	154
<b>Themen</b>	communications and inequality, class-based society, myth of the digital, cyberspace and the internet, digital capitalism, media and citizenship

### Informationen zum Autor:

Peter Golding is Emeritus Professor at Northumbria University, UK. Until July 2015 he was Pro Vice-Chancellor at Northumbria University, and previously Pro Vice-Chancellor (Research) at Loughborough University, where he was Head of Social Sciences from 1991-2006. He is Hon. President of the Media Research Network of the European Sociological Association, editor of the European Journal of Communication, and Hon. Sec. of the subject association for the field in the UK (MeCCSA). He chaired the Research Assessment Exercise for the field in the UK in 2008 and 2014. He has published widely on media sociology, the political economy of the media, and on communications and social policy.

## 10. - Deutscher Kinospiefilm



<b>ISBN/ISSN</b>	9783869627359
<b>Autor</b>	Wiedemann, Thomas
<b>Preis</b>	38,00 EUR
<b>Gewicht</b>	558 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	15.04.2025
<b>Autoren:</b>	Wiedemann, Thomas
<b>Verlag</b>	Herbert von Halem Verlagsgesellschaft
<b>Zusätzliche Daten</b>	Color of cover: Black, Color of cover: Blue, Color of cover: Brown, Color of cover: Purple, Color of cover: White, 8 Illustrationen, Köln
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Einband</b>	Buch (broschiert)
<b>Auflage</b>	1
<b>Seiten</b>	442
<b>Themen</b>	Filmentstehung, Filmförderung, Filmpolitik, Filmproduktion, Filmpädagogik, Filmschaffende, Filmwissenschaft, Kinospiefilm, Wirklichkeitskonstruktion

### Inhaltsangabe:

1. Erkenntnisinteresse: Bewegte Bilder ohne Belang? 1.1 Problemstellung und Forschungsfragen 1.2 Den Film für die Kommunikationswissenschaft zugänglich machen 2. Theorie und Untersuchungsdesign 2.1 Macht-Wissens-Konstellationen im deutschen Kinospiefilm 2.2 Analyseperspektiven und Kategoriensysteme 2.3 Material: Experteninterviews, Filmprotokolle, Dokumente 3. Ergebnisse 3.1 Akteur-Struktur-Dynamiken im Entstehungsprozess deutscher Kinospiefilme Der Ursprung der filmischen Aussagenentstehung: Drehbuch, Regie, Produktion Die Macht von Distribution und Verwertung Die Pflicht zur Interaktion mit dem Filmfördersystem Wer die Film-Kommunikatoren sind und was sie mitbringen Die Maxime von Wirtschaftlichkeit und Gewinnsteigerung (Öffentlich-rechtliche) Sendetauglichkeit erforderlich Die Priorität der Filmförderung: Erfolgswahrscheinlichkeit, Relevanz, Konsensfähigkeit Gegengewicht Filmfestivals? Berufsideologie der Film-Kommunikatoren Strategisches Handeln und vermeintliche Autonomie Was sich trotzdem ändern sollte 3.2 Wirklichkeitskonstruktion deutscher Kinospiefilme Soziales Leben im Film Familie, Freundschaft und Liebe: Wo das Glück am größten ist Arbeit und Wirtschaft: Gemeinwohlorientierung statt Profitmaximierung Eine im Großen und Ganzen funktionierende Gesellschaft Politik und Geschichte: Strukturen hinterfragen, besser in der Vergangenheit Film-Personal und die Anordnung der Sprecherinnen und Sprecher Geschlecht bzw. Gender: weibliche Identität, neue Männlichkeit und Queer-Sein Lebensalter: die immerwährende Frage nach dem Platz in der Welt Privilegierte Blickwinkel, im Glauben an das Gute im Menschen Krankheit und Behinderung: Betroffene in die Mitte der Gesellschaft Die verstärkende Wirkung von Erzählkonventionen Bildung und Erziehung: Chancengleichheit, Partizipation und die Fürsorge des Staates Gestalterische Legitimationsstrategien Flucht und Migration: das Gebot der Humanität und Selbstbestimmung Die Nähe zum Machtdiskurs und Grenzen der Diversität 9 4. Fazit 5. Literatur- und Quellenverzeichnis 5.1 Literatur 5.2 Experteninterviews 5.3 Film-Material 6. Filmindex Über den Autor

### Kurze Inhaltsangabe:

Die Publikation beschäftigt sich aus einer kommunikationswissenschaftlichen Perspektive mit dem deutschen Kinospiefilm und fragt kritisch, was mit einem Massenmedium passiert, wenn es umfassenden öffentlichen Fördermaßnahmen unterliegt. Wie beeinflusst die Architektur der Filmförderung das heimische Filmschaffen und was heißt das für den filmischen Diskurs? Wie steht es also um das Verhältnis von Kinospiefilmen und gesellschaftlichen Strukturen in Deutschland? Zur Beantwortung dieser Fragen stützt sich die zweiteilige Untersuchung auf Schimanks Ansatz der Akteur-Struktur-Dynamiken und die Diskurstheorie und Diskursanalyse in der Tradition Foucaults. Materialbasis sind knapp 100 Experteninterviews mit Vertreterinnen und Vertretern aller für die Entstehung von Kinospiefilmen als zentral erachteten Akteure (Drehbuch, Regie, Produktion, Verleih und Vertrieb, Kinoabspiel, Filmfestivals, Filmförderung, Fernsehen), 40 kommerziell oder künstlerisch

erfolgreiche deutsche Kinospielefilmproduktionen aus den Jahren 2012 bis 2020 sowie eine Vielzahl begleitender Dokumente. Argumentiert wird, dass das deutsche Filmschaffen auch eine politische Dimension besitzt und Hierarchien ausdrückt, die über ökonomische Parameter hinausgehen und autonomes Handeln begrenzen. Die filmischen Wirklichkeitskonstruktionen wiederum sind in der Folge mehrheitlich von Deutungsangeboten bestimmt, die in einem eng abgesteckten Rahmen verharren und so herrschende Wissensstrukturen meist nicht untergraben.

**Informationen zum Autor:**

Thomas Wiedemann, Dr. habil., geboren 1981, hat Kommunikationswissenschaft, Politikwissenschaft, Französische und Spanische Philologie in München, Nancy und Barcelona studiert. Derzeit ist er wissenschaftlicher Mitarbeiter und Privatdozent am Institut für Medienforschung der Technischen Universität Chemnitz. Davor war er am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München tätig und hat die von der Deutschen Forschungsgemeinschaft geförderten Projekte "Making of ... Das handelnde Zusammenwirken im Entstehungsprozess von Spielfilmen in Deutschland" und "Diskursive Wirklichkeitskonstruktion im deutschen Kinospielefilm" geleitet. 2024 wurde ihm die Lehrbefähigung für das Fach Kommunikationswissenschaft erteilt. Seine Forschungsschwerpunkte umfassen insbesondere Medienkultur, Mediendiskurse und mediale Realitätskonstruktionen, Filmanalyse und Filmsoziologie, Fachgeschichte der Kommunikationswissenschaft, Sozialtheorien und qualitative Methoden.

## 11. - Dialog!



<b>ISBN/ISSN</b>	9783367104666
<b>Autor</b>	Germann, ChristianeAinetter, Wolfgang
<b>Preis</b>	49,90 EUR
<b>Gewicht</b>	744 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	08.04.2025
<b>Autoren:</b>	Germann, Christiane, Ainetter, Wolfgang
<b>Verlag</b>	Rheinwerk Verlag
<b>Zusätzliche Daten</b>	Color of cover: Blue, Color of cover: Silver, Color of cover:., Color of cover: White, Color of cover: Yellow, Bonn
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Einband</b>	Buch (broschiert)
<b>Auflage</b>	2
<b>Seiten</b>	396
<b>Themen</b>	Amt, Behörde 2.0, Community Manager, Community-Management, Facebook, Hand-Buch Bücher Ratgeber Lernen Wissen Workshop Seminar Kurse, Hass im Netz Shitstorm, Instagram, LinkedIn, Social-Media-Strategie, TikTok, Twitter X, Verschwörungstheorien im Netz, öffentliche Verwaltung

### Inhaltsangabe:

Vorwort: Warum Behörden und Politiker ohne Social Media den Kontakt zu den Bürgern verlieren ... 13

1. Von den Besten lernen: Erfolgsgeheimnisse aus Behörden, Politik und Organisationen ... 15

1.1 ... Die TikTok-Kommissare: Recruiting bei der Polizei Berlin ... 16

1.2 ... Abgeordnete Emily Vontz: die 'Erklärungkönigin' im Deutschen Bundestag ... 21

1.3 ... Eine Landeshauptstadt und ihre Feuerwehr: Die Krisen-Champions kommen aus Dresden ... 28

1.4 ... LinkedIn-Landrat Sandro Marc Zehner: 'Ich investiere täglich eine Stunde in Social Media' ... 33

1.5 ... Abgeordnete Sigi Maurer: ungeschminkt im Bademantel -- politische Kommunikation mit Wiener Schmääh ... 37

1.6 ... Stadt Köln: 'Social-Media-Verantwortliche müssen sich was trauen' ... 43

TEIL I. Dialog! Social Media ist die Bürgerkommunikation von heute ... 51

2. 'Müssen wir da etwa antworten?' ... 53

2.1 ... Der richtige Umgang mit Kommentaren und Nachrichten auf Social-Media-Kanälen ... 56

2.2 ... Netiquette: Wie stellen wir Diskussionsregeln auf und setzen sie durch? ... 67

2.3 ... Community Management in Behörden und politischen Organisationen: Antworten auf die meistgestellten Fragen ... 70

2.4 ... Wochenenddienst wegen Social Media? ... 73

3. Community-Aufbau und Community-Pflege: Wie Sie auf Social Media wirklich 'social' werden ... 77

3.1 ... Der erste Eindruck zählt ... 78

3.2 ... Beziehungen aufbauen und pflegen ... 81

3.3 ... Mit authentischen Inhalten relevant bleiben ... 87

4. Was tun, wenn ein 'Shitstorm' kommt? ... 89

4.1 ... Shitstorms in Behörden und Organisationen ... 90

4.2 ... Shitstorms in der Politik ... 100

5. Wie gehen wir mit Hass im Netz um? ... 107

5.1 ... Wie wir auf Verschwörungstheorien reagieren sollten ... 108

5.2 ... Müssen wir bei strafrechtlich relevanten Inhalten Anzeige erstatten? ... 109

TEIL II. Personal, Organisation, Budget: Wie werden wir intern fit für Social Media? ... 111

6. 'Wie viel Personal kostet das?' -- die drängendste Frage Ihrer Vorgesetzten und die richtige Antwort ... 113

6.1 ... Was tun Social-Media-Verantwortliche in Organisationen? Eine Aufgabenbeschreibung ... 114

6.2 ... Wie ermittle ich unseren Personalbedarf konkret? ... 120

6.3 ... Können Dienstleister uns bei der Arbeit helfen? ... 123

7. Welche Menschen/Talente brauchen wir für unser Social-Media-Team -- und wie finden wir sie? ... 127

7.1 ... Welche Kompetenzen muss man haben, um in Behörden oder Parteien Social Media zu machen? ... 129

7.2 ... Interne Personalsuche ... 131

7.3 ... Externe Personalsuche ... 132

8. Social-Media-Manager sind genauso wichtig wie Pressesprecher! Über Hierarchien in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ... 139

9. Wie organisieren wir unser Social-Media-Team? ... 143

9.1 ... Das Newsroom-Prinzip ... 144

9.2 ... Die Social-Media-Redaktion ... 161

9.3 ... Was kann ich als 'Ein-Personen-Team' schaffen? ... 183

10. Social Media sind auch interne Kommunikation ... 187

10.1 ...

Zusammenarbeit mit der Leitung ... 187	10.2 ... Zusammenarbeit mit der Fachseite ... 190	10.3 ... Zusammenarbeit mit anderen wichtigen Stellen im Haus ... 193
TEIL III. Social-Media-Praxis: Von Strategie bis Storytelling ... 195		
11. Warum eine Social-Media-Strategie wichtig ist ... 197	11.1 ... Ziel und Zweck unserer Präsenz in sozialen Netzwerken bestimmen ... 200	11.2 ... Bestimmung der Zielgruppe: Zu wem möchten wir Kontakt aufnehmen? ... 202
11.3 ... Inhalte und Botschaften: Worüber möchten wir auf Social Media sprechen? ... 203	12. Welches soziale Netzwerk passt zu uns? ... 207	
12.1 ... Instagram: derzeit Nummer 1 in Behörden und Politik ... 209	12.2 ... Facebook: das Massenmedium ... 217	12.3 ... X (ehemals Twitter): das Politik- und Krisennetzwerk ... 224
12.4 ... TikTok: noch fremd oder schon Mainstream? ... 231	12.5 ... LinkedIn: aufsteigender Star unter den Plattformen ... 240	12.6 ... YouTube: mehr als ein Video-Ablage-Platz ... 245
12.7 ... Threads, Mastodon und Bluesky -- wie relevant sind sie für Behörden und Politik? ... 253	12.8 ... Können wir Social-Media-Kanäle auch wieder schließen? ... 262	
13. Trockene Inhalte spannend posten ... 265	13.1 ... Was macht unseren Social-Media-Beitrag für unsere User interessant? ... 265	13.2 ... Phrasen und Floskeln, die Sie vermeiden sollten ... 268
13.3 ... Storytelling: Geschichten statt Pressemitteilungen ... 278	14. Inhalte und Botschaften an unsere Wunschplattform anpassen ... 295	
14.1 ... Video first, statische Inhalte second ... 298	14.2 ... Das richtige Medienformat: warum horizontale Fotos und Videos ein No-Go sind ... 300	
14.3 ... Derselbe Content für verschiedene Plattformen? Wann 'Zweitverwertung' ausnahmsweise erlaubt ist ... 302	14.4 ... Die neue Bildsprache auf Social Media: 'echt' statt 'perfekt!' ... 303	14.5 ... Texten für Social Media ... 306
14.6 ... ChatGPT und Co.: Wie uns Künstliche Intelligenz bei der Content-Erstellung helfen kann ... 316	15. Wie wir als Behörde auf Social Media das Rennen um Fachkräfte gewinnen ... 321	
15.1 ... Employer Branding für Behörden: Wie wird unser Amt ein interessanter Arbeitgeber? ... 323	15.2 ... Schluss mit speißigen Stellenanzeigen! Wie wir offene Jobs in der Verwaltung 'social-media-tauglich' kommunizieren ... 324	15.3 ... Wie wir Social Media, Website und Bewerbungsprozess sinnvoll zusammenbringen ... 331
16. Was unterscheidet Krisenkommunikation vom Social-Media-Tagesgeschäft? ... 335		
16.1 ... Krisenkommunikation in Behörden und Organisationen ... 336	16.2 ... Krisenkommunikation in der Politik ... 344	16.3 ... Checkliste: Ist unser Social-Media-Team gut auf Krisen vorbereitet? ... 349
TEIL IV. Amtfluencer: Der Megatrend in der behördlichen Social-Media-Kommunikation ... 351		
17. Amtfluencer: Corporate Influencer in Behörden, in der Politik und in Organisationen ... 353		
17.1 ... Was ist eine Amtfluencerin oder ein Amtfluencer? ... 354	17.2 ... Amtfluencer, Testimonials, Influencer: Unterschiede und Abgrenzung ... 358	17.3 ... Strategischer Einsatz von Amtfluencern ... 361
17.4 ... Wie finde ich die richtigen internen Influencer? ... 364	17.5 ... Interessierte einfach 'machen lassen'? ... 366	17.6 ... Wie ich als Arbeitgeber oder Dienstherr meine Influencer am besten unterstütze ... 369
17.7 ... Wie kann ich selbst Amtfluencer werden? ... 371	17.8 ... Who is who? Amtfluencer in deutschen Behörden ... 372	
18. Als Behördenleitung auf Social Media kommunizieren ... 379	18.1 ... Was unterscheidet einen guten von einem schlechten Account eines Politikers oder einer Behördenleitung? ... 380	18.2 ... Worauf sollen wir achten, wenn wir einen Chef-Account aufsetzen? ... 386
Nachwort: Die 10 Social-Media-Gebote und eine kleine Geschichte ... 389		
Index ... 391		

### Kurze Inhaltsangabe:

Auch eine Behörde muss heute zeitgemäß in sozialen Netzwerken kommunizieren - egal ob groß oder klein, mit mehr und mit weniger Budget und Personal. Erfahren Sie, wie Facebook, X, Instagram und Co. keine "Zusatzbelastung" sind, sondern ein funktionierendes und sehr effizientes Hilfsmittel, um Menschen zu erreichen. Mehr an Bewerbern, eine Erhöhung der Wahl- oder Bürgerbeteiligung, ein besseres Image oder die beste Werbung für die eigenen Bürgerangebote. Alles ist möglich. Aus dem Inhalt: Dialog auf Social Media - aber richtig Welches soziale Netzwerk passt zu uns Organisation Ihres Social-Media- Teams Die richtige Social-Media-Strategie Storytelling für Behörden und Politik Amtfluencer und Politfluencer Recruiting über Social Media - Do's & Don'ts Krisenkommunikation Umgang mit Hass im Netz ... und über 200 Best Practices Interviews mit den besten Behörden und Politikerinnen und Politikern in Social Media

### Rezension:

»Mit „Dialog! Social Media für Behörden, Politik und Organisationen“ ist Christiane Germann und Wolfgang Ainetter ein großer Wurf gelungen. Es ist eine intelligente, spannende und vor allen Dingen praxisnahe Einführung in die Bürgerkommunikation über Soziale Medien. Es leitet zum souveränen Umgang mit Hass, Hetze, Shitstorms und Krisen im Netz an. Es sensibilisiert für die benötigten Kompetenzen im Bereich Social Media und behandelt Perspektiven sowohl der externen als auch der internen Kommunikation. Es zeigt die Wichtigkeit von Vernetzung auf. Unter dem Neologismus Amtfluencer wird speziell auf Corporate Influencer in den entsprechenden Institutionen eingegangen. Angereichert sind die Ausführungen stets durch anschauliche und lehrreiche Praxisbeispiel. Entstanden ist ein Vademecum der digitalen Bürgerkommunikation. Ich freue mich schon darauf, mit diesem Werk im praktischen Teil meiner Social-Media-Kurse unterrichten zu dürfen.« (04/2025)

**Informationen zum Autor:**

Wolfgang Ainetter war Kommunikationschef im Bundesverkehrsministerium und gründete dort das vielbeachtete „Neuigkeitenzimmer“, den ersten Newsroom in einem deutschen Bundesministerium. Mit seinem Team gewann er mehrere Kommunikationspreise. Davor arbeitete er 25 Jahre lang als Journalist, unter anderem als Nachrichten-Chef bei „Bild“ und als Chefredakteur des österreichischen Nachrichtenmagazins „News“. Er ist heute Kommunikationsberater.

## 12. - Die Finanzierung von Desinformation



<b>ISBN/ISSN</b>	9783658480479
<b>Autor</b>	Gsenger, Rita
<b>Preis</b>	42,79 EUR
<b>Gewicht</b>	82 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	23.04.2025
<b>Autoren:</b>	Gsenger, Rita
<b>Verlag</b>	Springer Spektrum
<b>Zusätzliche Daten</b>	Color of cover: Blue, Color of cover:, Color of cover: White, VII, 42 S., Wiesbaden
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Einband</b>	Buch (broschiert)
<b>Seiten</b>	52
<b>Themen</b>	Desinformation, Fake News, Finanzierung, Influencer, Manipulation, Medienregulierung, Meinungsbildung, Monetarisierung, Online-Propaganda, Open Access, Plattformökonomie, Social Media, Verschwörungstheorien, Werbepattformen, Werbesysteme, digitale Desinformation

### Inhaltsangabe:

Einleitung: Das Zeitalter der Desinformation?.- Definition und Abgrenzung: Was ist Desinformation?.- Die Online-Umgebung: was hat das Internet damit zu tun?.- Der Desinformationsmarkt: wer profitiert?.- Schlussfolgerung und Ausblick.

### Kurze Inhaltsangabe:

Desinformation und Verschwörungstheorien haben in den letzten Jahren deutlich Aufschwung erhalten, da ihre Verbreitung in den sozialen Medien und anderen Online Plattformen sehr schnell und effektiv sein kann. In zurückliegenden Jahren hat die Europäische Union einige neue Gesetzesgrundlagen geschaffen, die diese Entwicklung eindämmen sollen. Dennoch hat sich ein lukrativer Markt rund um das Verbreiten von Halb- und Unwahrheiten entwickelt. Dies kann negative Konsequenzen für Einzelne und die Gesellschaft mit sich bringen, das zeigen beispielsweise Gewalttaten wie Pizzagate, oder auch die Weigerung sich impfen zu lassen oder Maske zu tragen. Ein weiteres Problem stellt die zunehmende und weltweit verbreitete russische Propaganda dar, insbesondere seit der Eskalation des Ukraine Konflikts. Der Open-Access Band stellt die relevantesten Akteure vor, die von der Verbreitung von Desinformation profitieren: die Influencer:innen, Plattformen, Werbeträger und Zahlungsdienstleister. Dabei lässt sich mit Beispielen aus dem deutschsprachigen Raum zeigen, welche Geschäftsmodelle sich hinter der Monetarisierung verbergen, wie effektiv diese sein können und ob es Möglichkeiten der Eindämmung von Desinformation gibt, indem Finanzierungsmöglichkeiten eingeschränkt werden. Die Zielgruppen Forschende, Journalist:innen und Medienschaffende Interessierte an digitalen Medien, Demokratie und Regulierung Die Autorin Rita Gsenger ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Weizenbaum Institut in Berlin und Doktorandin der Kommunikationswissenschaften an der Freien Universität Berlin. Sie forscht zur Regulierung von Desinformation und Plattform-Governance.

### Informationen zum Autor:

Rita Gsenger ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Weizenbaum Institut in Berlin und Doktorandin der Kommunikationswissenschaften an der Freien Universität Berlin. Sie forscht zur Regulierung von Desinformation und Plattform-Governance.

## 13. - Digital Film and Television Culture

---



<b>ISBN/ISSN</b>	9781032473420
<b>Autor</b>	Haastrup, Helle Kannik
<b>Preis</b>	189,50 EUR
<b>Gewicht</b>	404 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	14.04.2025
<b>Autoren:</b>	Haastrup, Helle Kannik
<b>Verlag</b>	Taylor & Francis Ltd (Sales)
<b>Sprache</b>	Englisch
<b>Einband</b>	Buch (gebunden)
<b>Seiten</b>	150

### Inhaltsangabe:

1. Introduction: digital film and television culture (from Hollywood to social media) 2. Experimental storytelling from art films to blockbuster: challenging narratives, auteurs and online cinephilia 3. Coming-of-age complex serial dramas, female anti-heroes, intertextual storytelling and online engagement 4. Stars on social media: the celebrity matrix, visual presentation of self and negotiating charismatic authority on Instagram 5. Movie awards as digital film culture: cultural authority, live media event as genre and the online cultural forum Datasets Reference

### Kurze Inhaltsangabe:

Digital Film and Television Culture introduces a new framework for the aesthetic and cultural analysis of contemporary film and serial drama, stars on social media, and movie awards shows. This timely book is essential for students and scholars in film, media, cultural studies and digital cultures.

### Informationen zum Autor:

Helle Kannik Haastrup, PhD, is an Associate Professor in Film and Media Studies at the University of Copenhagen. Her research focus on digital film and media culture and aesthetics and celebrity culture on social media platforms.

## 14. - Digitale Medien in der Grundbildung Erwachsener



<b>ISBN/ISSN</b>	9783763977239
<b>Autor</b>	Koppel, Ilka Langer, Sandra David, Lisa Maria
<b>Preis</b>	49,90 EUR
<b>Gewicht</b>	658 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	16.04.2025
<b>Autoren:</b>	Koppel, Ilka, Langer, Sandra, David, Lisa Maria
<b>Verlag</b>	W. Bertelsmann Verlag
<b>Zusätzliche Daten</b>	Color of cover: Green, Color of cover: Silver, Color of cover: White, Color of cover: Yellow, Bielefeld
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Einband</b>	Buch (broschiert)
<b>Auflage</b>	1
<b>Seiten</b>	276
<b>Themen</b>	Grundbildung, Digitale Grundbildung, digitale Inklusion, Alphabetisierung, Erwachsenenbildung, Medienkompetenz, Lernmotivation, digitale Teilhabe, Lernbarrieren, Dyslexie, geringe Literalität

### Inhaltsangabe:

Digitale Medien in der Grundbildung und der Digital Inclusion Pathway

I Stimmen aus der Praxis

II Access: Zugang zu digitalen Medien

Institutionelle Rahmenbedingungen für den Einsatz digitaler Medien in der Grundbildung

Auf dem Weg zur digitalen Inklusion mit Angeboten zur digitalen Grundbildung

Digitale Teilhabe ermöglichen: Die zentrale Bedeutung des Zugangs zu digitalen Medien in der Grundbildung

III Taste

Digitale Medien in der Alphabetisierung und Grundbildung - Erfahrungen und Einstellungen von Kursleitenden

Das Potenzial digitaler Spiele und Spielelemente für die Gestaltung digitaler Lernszenarien in der Alphabetisierung und Grundbildung

IV Readiness

Digitale Medien und ihre Verankerung in pädagogischen Konzepten in der Alphabetisierung und Grundbildung

Die digitale Reise in der Grundbildung beginnen

V Digital Inclusion

Digital literacy and digital inclusion: reading the digital world

VI Methodenteil

Convergent Design

Fokusgruppen für und mit vulnerablen Gruppen - ein Beispiel mit Akteurinnen und Akteuren aus der Grundbildung

Überlegungen zur Konstruktion und Evaluation eines Fragebogens zur Nutzung von digitalen Medien in der Grundbildung unter besonderer Berücksichtigung der Anforderungen von Menschen mit geringer Literalität

**Kurze Inhaltsangabe:**

Der Sammelband untersucht den Einsatz digitaler Medien in der Grundbildung und deren Bedeutung für digitale Inklusion. Er bietet wissenschaftliche Erkenntnisse und zeigt, wie digitale Werkzeuge Lernprozesse unterstützen und soziale Teilhabe fördern.

**Inhaltsangabe:**

Die zunehmende Mediatisierung der Gesellschaft stellt neue Anforderungen an die Grundbildung. Digitale Medien sind zu einem integralen Bestandteil des Alltags geworden. Die Fähigkeit, sie kompetent zu nutzen, ist entscheidend für soziale Teilhabe. Dieser Sammelband präsentiert die Forschungsergebnisse aus dem Projekt „Gelingensbedingungen für den Einsatz digitaler Medien in der Grundbildung“ (GediG), das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert wurde. Zentrale Fragen lauten: Welche Rahmenbedingungen sind notwendig, um digitale Medien in der Grundbildung gewinnbringend einzusetzen? Wie können Kursleitende und Lernende bestmöglich unterstützt werden? Welche Herausforderungen bestehen für Institutionen und Teilnehmende?

Der Sammelband ist thematisch entlang des Digital Inclusion Pathway (Reder, 2015) strukturiert: Der Abschnitt „Access - Zugang zu digitalen Medien“ behandelt die institutionellen Rahmenbedingungen für den Einsatz digitaler Medien und die Herausforderungen beim Zugang für Erwachsene mit geringer Literalität. Im Abschnitt „Taste“ folgen Beiträge zur digitalen Teilhabe und zu motivationalen Faktoren, die Lernende zum Einsatz digitaler Medien befähigen. Ein Beitrag beschäftigt sich mit der Nutzung digitaler Spiele und Spielelemente als innovative Lernmethoden. Im Abschnitt „Readiness“ wird diskutiert, wie digitale Medien erfolgreich in pädagogische Konzepte integriert werden können. Des Weiteren beleuchten die Autorinnen die digitale Inklusion als zentrales Element der Grundbildung. Sie geben zudem einen umfassenden Einblick in die methodischen Ansätze des Projekts, darunter das Convergent Design und Fokusgruppen mit vulnerablen Gruppen. Abschließend wird die Entwicklung und Evaluation eines Fragebogens zur Nutzung digitaler Medien durch Lernende mit geringer Literalität reflektiert.

Die Zielgruppe des Buches umfasst Wissenschaftler:innen, die sich mit digitaler Grundbildung und Alphabetisierung beschäftigen, sowie Praktiker:innen in der Erwachsenenbildung. Besonders für Lehrkräfte und Institutionen der Grundbildung bietet das Werk wertvolle Erkenntnisse zur Gestaltung von Kursangeboten, die digitale Medien sinnvoll einbinden.

**Informationen zum Autor:**

Ilka Koppel, Sandra Langer, Lisa Maria David

## 15. - Digitale Meinungsführer#innen in der Umweltkommunikation



<b>ISBN/ISSN</b>	9783658480899
<b>Autor</b>	Olbermann, Zoe
<b>Preis</b>	89,99 EUR
<b>Gewicht</b>	351 g
<b>Verfügbarkeit</b>	hergestellt auf Anfrage
<b>Erscheinungstermin</b>	22.04.2025
<b>Autoren:</b>	Olbermann, Zoe
<b>Verlag</b>	Springer Spektrum
<b>Zusätzliche Daten</b>	Color of cover: Brown, Color of cover: Orange, Color of cover: Silver, Color of cover: White, Color of cover: Yellow, XVIII, 249 S. 17 Abb., 1 Abb. in Farbe., Wiesbaden
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Einband</b>	Buch (broschiert)
<b>Seiten</b>	268
<b>Themen</b>	Meinungsführer, Persuasion, Social Media, Umweltkommunikation, prosoziale Kommunikation, umweltfreundliche Verhaltensabsichten

### Inhaltsangabe:

Einleitung.- Das Konzept der Meinungsführerschaft.- Wunschidentifikation und parasoziale Phänomene als kommunikatorbezogene Wirkprozesse.- Erkenntnisinteresse und Studienaufbau.- Studie 1.- Studie 2.- Studie 3.- Schlussbetrachtung.

### Kurze Inhaltsangabe:

Das Konzept der Meinungsführerschaft ist zentraler Bestandteil der Kommunikationswissenschaft, scheint sich jedoch durch die Möglichkeiten der sozialen Medien verändert zu haben. Die vorliegende Arbeit betrachtet Meinungsführer

## 16. - Geschichte (in) der Unternehmenskommunikation



<b>ISBN/ISSN</b>	9783658465728
<b>Autor</b>	Krebber, Felix/Bentele, Günter
<b>Preis</b>	119,99 EUR
<b>Gewicht</b>	766 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	26.04.2025
<b>Autoren:</b>	Krebber, Felix, Bentele, Günter
<b>Verlag</b>	Springer Spektrum
<b>Zusätzliche Daten</b>	Color of cover: Grey, Color of cover: Purple, Color of cover:., Color of cover: White, XIX, 492 S. 100 Abb., 69 Abb. in Farbe., Wiesbaden
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Einband</b>	Buch (gebunden)
<b>Seiten</b>	512
<b>Themen</b>	Entstehung der Public Relations im 19. Jahrhundert; Geschichte auf Websites; Geschichte der Unternehmenskommunikation; Geschichtskommunikation; KfW Bankengruppe; Public Relations; Siemens, Hapag, Deutsche Bahn; Unternehmenskommunikation, Geschichtskommunikation, Geschichte der Unternehmenskommunikation, Entstehung der Public Relations im 19. Jahrhundert, Public Relations, Unternehmenskommunikation, Geschichtskommunikation,, Geschichte auf Websites, Siemens, Hapag, Deutsche Bahn, KfW Bankengruppe

### Inhaltsangabe:

Geleitwort.- Vorwort.- Teil 1: Geschichte der Unternehmenskommunikation.- Teil 2: Geschichte als Thema der Unternehmenskommunikation.

### Kurze Inhaltsangabe:

Der Band vereint zwei Themen: Die Berufsfeldgeschichte von Public Relations und Unternehmenskommunikation sowie die Kommunikation der Historie im Rahmen heutiger Unternehmenskommunikation. Zur Untersuchung der Entstehung von Unternehmenskommunikation im 19. Jahrhundert wird ein kommunikations- und geschichtswissenschaftlicher Rahmen aufgespannt. Fallstudien zur Entstehung und Entwicklung der Kommunikation bei Siemens, Hapag (heute Hapag-Lloyd) und Carl Zeiss geben Einblicke in die Geburtsstunden eines bis heute an Relevanz gewinnenden Berufsfeldes. Zweiter inhaltlicher Fokus ist die Frage, wie in der Unternehmenskommunikation Produkt-, Personen- und Unternehmensgeschichte als Querschnittsthema über sämtliche Stakeholdergruppen hinweg thematisiert wird. Hier werden aus einer kommunikationswissenschaftlichen Perspektive zunächst theoretisch berufliches Handlungsfeld, Ziele, Funktionen und Praktiken Strategischer Geschichtskommunikation (im Praxisdiskurs auch Corporate History Communication) beschrieben und anschließend anhand mehrerer Studien empirisch untersucht. Case Studies von Bosch, der Deutschen Bahn, der KfW Bankengruppe und der Munich Re machen die Praxis moderner Strategischer Geschichtskommunikation anschaulich. Herausgeber Prof. Dr. Günter Bentele ist Professor em. für Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig Prof. Dr. Felix Krebber ist Professor für Unternehmenskommunikation an der Business School der Hochschule Pforzheim

### Informationen zum Autor:

Prof. Dr. Günter Bentele ist Professor em. für Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig Prof. Dr. Felix Krebber ist Professor für Unternehmenskommunikation an der

Business School der Hochschule Pforzheim

## 17. - Grundwissen Game Studies und Ludologie



<b>ISBN/ISSN</b>	9783825263881
<b>Autor</b>	Vindigni, Giovanni
<b>Preis</b>	49,90 EUR
<b>Gewicht</b>	984 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	14.04.2025
<b>Autoren:</b>	Vindigni, Giovanni
<b>Verlag</b>	UTB GmbH
<b>Zusätzliche Daten</b>	Color of cover: Blue, Color of cover: Brown, Color of cover: Orange, Color of cover: Red, Color of cover: Silver, Stuttgart
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Einband</b>	Buch (broschiert)
<b>Auflage</b>	1
<b>Seiten</b>	597
<b>Themen</b>	Bildung, Computerspiele, Devcom, Erziehungswissenschaft, Forschung, Game, Game Designer, Game Developer, Gamefikation, Gamescom, Genre, Geschichte, Informatik, Klassifikation, Kreativitätsförderung, Kultur, Lehrbuch, Lernen, Mensch-Computer-Interaktion, Narrative, Neuropsychologie, Psychologie, Pädagogik, Spiele, Spielformen, Spieltheorie, Spielwissenschaft, Strategien, UX-Designer, didaktisiertes Lehrbuch

### Inhaltsangabe:

Geleitwort Vorwort Hinweise zur Arbeit Info zur geschlechtergerechten Schreibung [1534] Über den Autor Glossar Abkürzungsverzeichnis Einleitung 1 Einführung in die Game Studies Lernziele 1.1 Das Spiel: Historische Wurzeln 1.2 Konzeptionelle Entstehung und Entwicklung der Spielpädagogik 1.3 Spielpädagogik: Bildung und Kultur durch funktionales Spielen 1.4 Die Bildungsfunktion des Spiels 1.5 Die Lernfunktion des Spiels 1.6 Die Analysefunktion des Spiels 1.7 Die Beschäftigungs-, Bestätigungs- und Kommunikationsfunktion des Spiels 1.8 Die Verarbeitungs- und Unterhaltungsfunktion des Spiels 1.9 Die Sozialordnungs- und Zeitstrukturierungsfunktion des Spiels 1.10 Edukative Potenziale und Effekte des Spiels 1.11 Spiel und Evolution: Intelligenz bei Wirbeltieren 1.12 Die Geschichte des Spiels: Von antiken Ursprüngen bis zur Spieltheorie 1.13 Ludologische Theorien der Antike 1.14 Die Entwicklung der Ludologie vom Mittelalter bis zur Aufklärung 1.15 Paradigmenwechsel: Neue Ansätze in der Spieltheorie 1.16 Psychologische Ansätze in der Spieltheorie Übungsaufgaben zur Selbstkontrolle 2 Klassifikationsansätze in der Spielwissenschaft Lernziele 2.1 Teleologische Spielformen: Zweckfreie vs. zweckgerichtete Spiele 2.2 Caillois' Spielklassifikation: Agon, Alea, Mimikry, Ilinx 2.3 Klassifikation der Spielformen: Warwitz und Rudolfs 14 Gruppen 2.4 Spielentwicklung bei Kindern: Oerter und Montadas Ansatz 2.5 Genre-Klassifikation: Mechanismen und Herausforderungen 2.6 Die Ilmenauer Taxonomie 2.7 Die Etablierung der Game Studies: Entwicklung der Computerspielforschung 2.8 Die Dichotomie ludologisch und narrativ orientierter Spielertypen 2.9 Fazit Übungsaufgaben zur Selbstkontrolle 3 Kompetenzerwerb im Spiel: Transdisziplinäre Perspektiven Lernziele 3.1 Die Evolution virtueller Gemeinschaften 3.2 Psychologische Aspekte in den Game Studies: Kognition bis Motivation 3.3 Entwicklungspsychologie in Game Studies und Ludologie 3.4 Neuropsychologie der Perzeption in Game Studies und Ludologie 3.5 Das Affolter-Modell 3.6 Kognitive Mechanismen der Aufmerksamkeit in Game Studies und Ludologie 3.7 Zeitwahrnehmung: Bedeutung für Game Studies und Ludologie 3.8 Medienpsychologie in Game Studies und Ludologie 3.9 Interaktive Psychoanalyse: Konzepte und Implikationen in digitalen Spielen 3.10 Integrative Pädagogik: Ansätze in Bildung und Erziehung 3.11 Ethische Grundlagen der Game Studies 3.12 Konklusion: Transdisziplinäre Einsichten durch Game Studies und Ludologie Übungsaufgaben zur Selbstkontrolle 4 Spielertypen: Klassifikation und

Wirkungsanalyse in Game Studies und Ludologie Lernziele 4.1 Interdisziplinäre Analyse von Spielertypologien 4.2 Mediale  
Gewaltdarstellungen: Transhistorische Analyse und Bewertung 4.3 Gewaltrepräsentationen: Digitale Spiele zwischen  
Gewalt, Kultur und Ethik 4.4 Medienwirkungen von Computerspielen auf Spieler - Forschungsstand 4.5 Psychopathologie  
der Spielsucht: Sozialpsychologische Auswirkungen 4.6 Eskapismus und Konsumverhalten in digitalen Spielen 4.7  
Zusammenfassung: Spielmechanismen und ethische Dilemmata Übungsaufgaben zur Selbstkontrolle 5 Resümee und  
Perspektiven 6 Bibliographie Abbildungsbelege Personenverzeichnis Verzeichnis der Stichwörter, Personen und Spiele

**Kurze Inhaltsangabe:**

Die Einsatzmöglichkeiten von Spielen erkennen Spiele durchdringen unser Leben. Sie dienen nicht nur der Unterhaltung.  
Sie sind auch Kommunikations- und Lerninstrument. Giovanni Vindigni führt in die Ludologie, die Lehre des Spielens, ein.  
Eindrucksvoll stellt er Geschichte, Einsatz sowie Klassifikation vor und berücksichtigt den Kompetenzerwerb durch Spiele.  
Der Band bietet soziologische, psychologische und pädagogische Perspektiven. Zahlreiche Transferbeispiele verdeutlichen  
den Stoff. Ein Glossar erklärt zudem die relevanten Fachbegriffe. Ein Buch für Studierende der Wirtschafts- und  
Sozialwissenschaften, der Informatik und Pädagogik. Es ist auch für die Praxis, z.B. UX- und Game-Designer sowie Game  
Developer, geeignet.

**Informationen zum Autor:**

Prof. Dr. Giovanni Vindigni, D.Th., Studiendekan an der DIPLOMA Hochschule für Medienwirtschaft & Medienmanagement,  
Digital Games Business und UX-Design, zusätzlich Doctoral Advisor an der University Middlesex.

## 18. - June Mathis

---



<b>ISBN/ISSN</b>	9781985901926
<b>Autor</b>	Slater, Thomas J
<b>Preis</b>	45,00 EUR
<b>Gewicht</b>	544 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	08.04.2025
<b>Autoren:</b>	Slater, Thomas J
<b>Verlag</b>	University Press of Kentucky
<b>Sprache</b>	Englisch
<b>Einband</b>	Buch (gebunden)
<b>Seiten</b>	304

### Kurze Inhaltsangabe:

"Along with thousands of other girls who hoped to escape tedious employment and domesticity, June Mathis (1887-1927) started acting as a young teen. After more than a decade of stepping onto stages across the US, she moved into the burgeoning film business and behind the camera to begin a prolific career as a screenwriter and producer for profound movies like *The Four Horsemen of the Apocalypse* (1921) and *Blood and Sand* (1922). With her expert use of melodrama and masterful technique, Mathis would eventually become the first female head writer at Metro Pictures. In *June Mathis: The Rise and Fall of a Silent Film Visionary*, Thomas J. Slater illuminates Mathis's important and complicated life and work, not only detailing her discovery of the silent movie superstar Rudolph Valentino and her involvement on the original screenplay for *Ben-Hur* (1925) but also her prowess in all aspects of production. Slater pulls from historical records as well as letters, never-before-studied scripts, and Mathis's handwritten will to build a robust narrative for someone who always had to struggle for success, even though Photoplay acknowledged her as "the most powerful woman in the motion picture industry" in 1923. Slater discusses Mathis's artistic and moral failings, as well as how her efforts--such as overlooked collaborations with writer Katharine Kavanaugh and actress Alla Nazimova--consistently challenged male dominance, militarism, and greed. Despite her talent and achievements, Mathis was pushed to the margins when the industry began removing women from spheres of influence. Following a few months of freelancing, she suffered a heart attack during a Broadway show and died at the age of forty. Very quickly, this woman whose ideas shaped American film for more than a decade was forgotten. June Mathis portrays the cinematic legacy of this "million-dollar girl" whose complex story ended too soon but remains relevant today."--Jacket flap.

### Informationen zum Autor:

Thomas J. Slater is professor emeritus of English at Indiana University of Pennsylvania. He is the author of *Milos Forman: A Bio-Bibliography*, editor of the *Handbook of Soviet and East European Films and Filmmakers*, and coeditor of *American Silent Film: Discovering Marginalized Voices*. His work has been published in the *Journal of Film and Video*, *Cinema Journal*, *Women's Studies*, and *Post Script*.

## 19. - Market-Oriented Disinformation Research

---



<b>ISBN/ISSN</b>	9781032828541
<b>Autor</b>	Diaz Ruiz, Carlos
<b>Preis</b>	188,50 EUR
<b>Gewicht</b>	503 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	25.03.2025
<b>Autoren:</b>	Diaz Ruiz, Carlos
<b>Verlag</b>	Taylor & Francis
<b>Sprache</b>	Englisch
<b>Einband</b>	Buch (gebunden)
<b>Seiten</b>	222

### Inhaltsangabe:

1. Follow the Money: An Introduction to Market-Oriented Disinformation Research 2. The Polysemy of Disinformation: Definitions, Meanings, and Contradictions in Disinformation Research 3. Mapping the Field of Disinformation Research 4. Disinformation Research from a Constructivist Market Studies Perspective 5. Disinformation on Digital Media Platforms: A Market-Shaping Approach 6. The AdTech Ecosystem and Programmatic Advertising 7. A Marketplace for Clicks: The Business Model of Social Media Platforms 8. Echo chambers on social media: Distinguishing between filter bubbles, epistemic bubbles, and structures of strategic discrediting 9. Bots talking to bots: Synthetic Media, AI-generated content, and the "Dead Internet" Conspiracy Theory

### Kurze Inhaltsangabe:

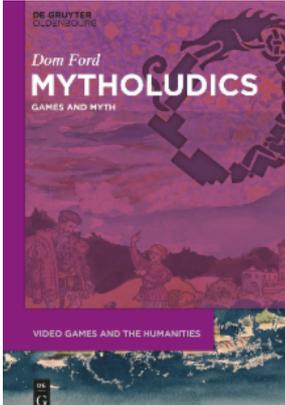
This volume explores the spread of false or misleading information online through the lens of marketing theory and consumer research. The book is a must-read for scholars in journalism, media studies, and political communication, as well as policymakers interested in the democratic governance of social media platforms.

### Informationen zum Autor:

Carlos Diaz Ruiz, Ph.D., is a business academic specializing in marketing strategy, consumer insights, and disinformation research. Dr. Diaz Ruiz is an Associate Professor (tenure track) at Hanken School of Economics in Finland and has been a faculty member at Kedge Business School in France and the University of Auckland in New Zealand. His research has been published in leading scientific journals, including the Journal of Business Research, Journal of Public Policy & Marketing, and New Media & Society. His current work on disinformation explores how advertising technology firms (AdTech) bankroll fake news and harmful content online.

## 20. - Mytholudics

---



<b>ISBN/ISSN</b>	9783111341279
<b>Autor</b>	Ford, Dom
<b>Preis</b>	89,95 EUR
<b>Gewicht</b>	652 g
<b>Verfügbarkeit</b>	vorübergehend nicht lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	21.04.2025
<b>Autoren:</b>	Ford, Dom
<b>Verlag</b>	de Gruyter Verlag
<b>Zusätzliche Daten</b>	11 b/w and 8 col. illustrations, 20 b/w tbl.
<b>Sprache</b>	Englisch
<b>Einband</b>	Buch (gebunden)
<b>Auflage</b>	1
<b>Seiten</b>	358
<b>Themen</b>	Kulturwissenschaften, Myth criticism, Mythologie, Spieltheorie, Videospiele, cultural studies, game studies, play theory

### Kurze Inhaltsangabe:

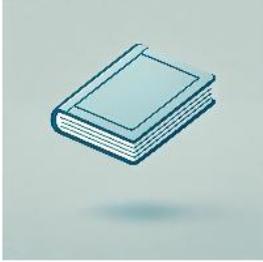
Mytholudics: Games and Myth lays out an approach to understanding games and the worlds they create. Adapting theories from the study of myth and folklore, this book puts forward a framework for analysing the many varied elements, rules, systems and

### Informationen zum Autor:

Dom Ford, Universität Bremen, Bremen, Deutschland.

## 21. - Philosophy Through Film

---



<b>ISBN/ISSN</b>	9781032544663
<b>Autor</b>	Karofsky, Amy
<b>Preis</b>	188,50 EUR
<b>Gewicht</b>	703 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	31.03.2025
<b>Autoren:</b>	Karofsky, Amy
<b>Verlag</b>	Taylor & Francis
<b>Sprache</b>	Englisch
<b>Einband</b>	Buch (gebunden)
<b>Auflage</b>	5
<b>Seiten</b>	388

### Inhaltsangabe:

Introduction 1. Truth (Arrival; Anatomy of a Fall) 2. Skepticism (The Matrix; Inception) 3. Personal Identity (Memento; The Time Traveler's Wife) 4. The Mind-Body Problem (Get Out; Live, Die, Repeat: Edge of Tomorrow) 5. Artificial Intelligence (Her; Ex Machina) 6. Free Will, Determinism, and Moral Responsibility (Everything Everywhere All at Once; Beautiful Boy) 7. Ethics (Crimes and Misdemeanors; Gone Baby Gone) 8. Political Philosophy (Equilibrium; Divergent) 9. Philosophy of Religion (A Serious Man; Silence) 10. The Meaning of Life (Everything Everywhere All at Once; Ad Astra). Notes Readings from Primary Sources Index

### Kurze Inhaltsangabe:

This book uses recently released, well-received movies to explore answers to classic questions in philosophy in an approachable yet philosophically rigorous manner. Amy Karofsky uses one or more films in each chapter to examine one longstanding philosophical question and assess some of the best solutions to it that have been offered.

### Informationen zum Autor:

Amy Karofsky is Professor of Philosophy at Hofstra University. She is the author of A Case for Necessitarianism (Routledge, 2022).

## 22. - Projektionen des nächsten Menschen



<b>ISBN/ISSN</b>	9783963174032
<b>Autor</b>	Curstädt, Lucas
<b>Preis</b>	49,00 EUR
<b>Gewicht</b>	864 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	23.04.2025
<b>Autoren:</b>	Curstädt, Lucas
<b>Verlag</b>	Büchner-Verlag
<b>Zusätzliche Daten</b>	Color of cover: Black, Color of cover: Brown, Color of cover: Green, Color of cover: Grey, Color of cover: White, Marburg
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Einband</b>	Buch (gebunden)
<b>Auflage</b>	1
<b>Seiten</b>	470
<b>Themen</b>	Anthropozentrismus, Blade Runner 2049, Chappie, Cyborg, Donna Haraway, Filmgeschichte, Friedrich Nietzsche, HER, Homo-Mensura-Satz, Human Enhancement, Iron Man, KI, Kingsman, Kybernetic, Limitless, Lucy, Metahumanismus, Planet der Affen, Protagoras, René Descartes, Robotik, Rosi Braidotti, Science Fiction, Selbstoptimierung, Silicon-Valley-Kapitalismus, Spielfilm, Strukturalismus, Transcendence, Utopie, mind uploading

### Kurze Inhaltsangabe:

Für Ray Kurzweil, Googles technischen Entwicklungsleiter, ist die Lage klar: Das 21. Jahrhundert ist das des Posthumanismus. Nicht mehr lange und schon ist die Imagination vom optimierten „neuen Menschen“ nicht mehr nur Topos der Kunst-, Kultur- und Filmgeschichte, sondern Wirklichkeit. Für viele mag dies bizarr, für manche abwegig klingen und in der Tat ist „der nächste Mensch“ noch nicht Realität, seine Projektion aber ragt längst, angetrieben durch die finanzstarke Unterstützung des Silicon Valleys, in unser Hier und Jetzt hinein. Die große Frage lautet: Welche Rolle nimmt hierin der SciFi-Film ein? Ist er nachahmender, weil längst abgehängter Weggefährte einer sich rasant entwickelnden, realen Techno-Utopie? Lucas Curstädt hält in seiner Studie dagegen: Ausgehend von der These, dass das Abhängigkeitsverhältnis ein umgekehrtes ist, da das Technik-Labor ideengeschichtlich, ästhetisch und erkenntnistheoretisch vom Kino-Labor abhängig bleibt, legt er aus ideologiekritischer Perspektive dar, wie Hollywood im 21. Jahrhundert sich in seinen Filmen zum Silicon Valley positioniert. Und dann ist da noch eine andere, tiefgreifende Veränderung: Was hat es mit jenen „posthumanen Agenten“ auf sich, die immer stärker die Leinwände des Kinos bevölkern und bereits verstorbene Schauspieler\_innen neu zum Leben erwecken

### Informationen zum Autor:

Lucas Curstädt studierte zwischen 2013 und 2018 Filmwissenschaft und Philosophie an der Universität Mainz. Seit 2019 ist er wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Bonn im Bereich Medienwissenschaft. Seine Promotion 'Projektionen des nächsten Menschen' gewann den Nachwuchspreis des Büchner-Verlags. Neben der akademischen Arbeit ist er seit 2018 mit seinem Kanal „die zweite produktion“ auf YouTube aktiv, wo er Video-Essays zu den Themen Theorie, Analyse und Geschichte des Films veröffentlicht.

## 23. - Resonanz und Entfremdung auf Facebook



<b>ISBN/ISSN</b>	9783837667813
<b>Autor</b>	Waldenburger, Lisa
<b>Preis</b>	49,00 EUR
<b>Gewicht</b>	496 g
<b>Verfügbarkeit</b>	vorübergehend nicht lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	29.04.2025
<b>Autoren:</b>	Waldenburger, Lisa
<b>Verlag</b>	transcript Verlag
<b>Zusätzliche Daten</b>	6 schwarz-weiße und 1 farbige Abbildungen
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Einband</b>	Buch (broschiert)
<b>Auflage</b>	1
<b>Seiten</b>	309
<b>Themen</b>	Hartmut Rosa, Resonance Theory, Resonanztheorie, Social Media, Soziale Medien

### Kurze Inhaltsangabe:

Können soziale Medien Verbindung schaffen oder tragen sie zur Entfremdung bei? Bedingungen und Potenziale digitaler Resonanz.

### Inhaltsangabe:

In einer zunehmend digitalisierten Welt prägen soziale Medien wie Facebook unseren Alltag – aber ermöglichen sie auch echte Resonanz Erfahrungen? Basierend auf der Resonanztheorie von Hartmut Rosa untersucht Lisa Waldenburger, ob und unter welchen Bedingungen Nutzer innen in den sozialen Medien Resonanz erleben oder ob das Medium eher zur Entfremdung beiträgt. Anhand qualitativer Interviews und der Entwicklung von fünf Idealtypen zeigt sie: Resonanz ist möglich, aber voraussetzungsvoll und immer mit dem Potenzial der Entfremdung verbunden. Die Analyse bietet neue Einblicke in digitale Weltbeziehungen und regt zum Nachdenken über die Bedingungen eines resonanzstiftenden Miteinanders im digitalen Zeitalter an.

### Informationen zum Autor:

Lisa Waldenburger forscht und lehrt am Institut für Soziologie der Universität Innsbruck. Ihre Schwerpunkte liegen in den Bereichen Digitale Kultur bzw. Mediensoziologie, aktuelle Gesellschaftstheorien und qualitative Methoden. In ihrer Forschung beschäftigt sie sich derzeit mit innovativen Praktiken der Langzeitpflege und dem Pflegeverständnis in Österreich.

## 24. - Routledge Handbook of Sport and Social Media



<b>ISBN/ISSN</b>	9781032666198
<b>Autor</b>	Billings, Andrew CHardin, Marie
<b>Preis</b>	297,50 EUR
<b>Gewicht</b>	948 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	23.04.2025
<b>Autoren:</b>	Billings, Andrew C, Hardin, Marie
<b>Verlag</b>	Taylor & Francis Ltd (Sales)
<b>Sprache</b>	Englisch
<b>Einband</b>	Buch (gebunden)
<b>Seiten</b>	458

### Inhaltsangabe:

Introduction - Understanding Sport-Based Social Media: A Game-Changer with Thousands of Ramifications, 1. Fundamentals of Social Media in Sport Studies, 2. Digital Sport Consumption: Exploring and Advancing Theory, 3. Methodological Approaches in Sport and Social Media Research, 4. The State of Sport, Social Media, and Reputation Management, 5. Social Media and Online Hate in Sport: A Case Study of Association Football, Part II: Fan-Oriented Social Media, 6. Reconceptualizing Sports Fandom: Feminine Ethics of Care in Social Media Sports Talk, 7. Social Media and Stadium Performances: Beyond Whistling and Boing, 8. The Fan as a Participant in SocialMediaSport, 9. Fan Engagement, National Identity, and the Toronto Raptors' Sports/Media Cultural Complex, 10. 11. Reframing the Destination Narrative through a Sport Mega-Event: Tracing Social Media's Effect from 2022 FIFA (Men's) World Cup on Qatar's Placebrand, 12. Athlete Activism and Social Media: Platforms for Change, 13. Social Media and Athlete Self-Presentation: Evaluating Complexities and Nuances, 14. Social Media as a Means of Empowerment for Paralympic Athletes and the Visibility of Their Achievements, 15. The Ethical Limitations of Digital Marketing Engagement Strategies: Banterification and Professional Sports Teams' Social Media Channels, 16. Social Media as a Platform for Growing Fandom: The Potential for Team Media Accounts to Inspire More Excitement and Engagement in Women's College Sport, 17. Women's Sports Teams and Social Media in the U.S.: Findings, Frameworks, and Future Research, 18. Public Responses to Sports Teams' Functioning and Policies on Social Media, 19. Use of Social Media in Sport Organizations: Communicating Risks Associated with Contaminated Dietary Supplements, 20. The Relevance of the Five Major European Football Leagues on Social Media and the Influence of Transfers and New Competitors: Cooperation or Competition?, 21. Gender, Representation, and Discursive Meaning-Making: Mediatization and Mediated Football Practices, 22. Collegiate Sports Media in the Era of Popular Feminism: Breaking Free from the Postfeminist Sensibility, 23. The PGA Tour, Organizational Change, and Communicating Care on Social Media, 24. Social Media Presence of Peripheral Basketball Leagues: From the Balkans to the World, 25. 26. Understanding and Tackling Online Abuse Towards Sport Journalists, 27. Journalists, Social Media and Formula One: Life Inside the Piranha Club, 28. The Post-Twitter Era of Social Media in Sport, 29. 30. ELTA Sports, Facebook, and Sports Nationalism in Taiwan, 31. YouTube Interventions to Enhance Cultural Citizenship Through Sport: The Case of TG4 (Ireland)

### Kurze Inhaltsangabe:

This handbook takes an in-depth look at the transformative impact of social media on sport.

### Informationen zum Autor:

Andrew C. Billings is the Ronald Reagan Chair of Broadcasting, Associate Dean for Faculty, and Co-Director of the Beyond Sports Initiative at the University of Alabama, USA. With over 250 journal articles and book chapters and 24 different authored or edited book projects, he is the most published sports communication scholar in the world. He is co-editor of the journal *Communication & Sport* and has been interviewed over 700 times from media outlets ranging from the New York Times to ESPN to the Associated Press. Marie Hardin is Dean of the Donald P. Bellisario College of Communications at the Pennsylvania State University, USA. She chairs the committee for the Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communication and is on steering committees of the Alliance of Schools and Colleges of Communication and Journalism, and the Hearst Journalism Awards Program. Hardin's research is focused on issues of diversity, ethics and professionalism in sports journalism. In 2013, the University of Georgia Grady College of Journalism and Mass

Communication named her a distinguished alumni scholar.

## 25. - The Blogging Revolution

---



<b>ISBN/ISSN</b>	9780522854909
<b>Autor</b>	Loewenstein, Antony
<b>Preis</b>	32,00 EUR
<b>Gewicht</b>	386 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	01.09.2008
<b>Autoren:</b>	Loewenstein, Antony
<b>Verlag</b>	Melbourne University
<b>Zusätzliche Daten</b>	Paperback, Carlton
<b>Sprache</b>	Englisch
<b>Einband</b>	Buch (broschiert)
<b>Seiten</b>	320
<b>Themen</b>	blogging under repressive regimes, internet threatening the rule of governments, bloggers as revolutionaries, Arab Spring, censorship, bloggers as dissidents, revolution in the twenty-first century, potential of the blogosphere

### Kurze Inhaltsangabe:

Examines the ways the internet is threatening the rule of some of the planet's most repressive governments, including in countries such as Iran, Saudi Arabia, China, Cuba, Egypt and Syria. This book discovers the ways that Western multinationals are assisting the restriction of information in these countries.

### Inhaltsangabe:

In many countries, internet censorship has become one of the key human rights issues of the twenty-first century. Best-selling author Antony Loewenstein conducts a searching examination of the ways the internet is threatening the rule of some of the planet's most repressive governments, including in countries such as Iran, Saudi Arabia, China, Cuba, Egypt and Syria. With first-hand investigative reporting, Loewenstein discovers the ways that Western multinationals are assisting the restriction of information in these countries, how bloggers are leading the charge for change and how, thanks to the web, we in the West now have a unique insight into cultures at once radically different from and yet distinctly similar to our own.

### Informationen zum Autor:

Antony Loewenstein is an independent Australian journalist, blogger, photographer and documentarian. He is the author of two bestselling books, *My Israel Question* and *Profits of Doom*, co-author of *For God's Sake*, co-editor of *Left Turn* and *After Zionism* and writes for *The Guardian*, *The Nation*, *Huffington Post*, *The Sydney Morning Herald*, *Haaretz* and other prominent publications. He appears on the BBC, Al Jazeera English, ABC and many other media outlets. He is a Research Associate at the University of Technology's Australian Centre for Independent Journalism.

## 26. - The Left and Digital Politics

---



<b>ISBN/ISSN</b>	9781915445445
<b>Autor</b>	Guglielmo, Marco
<b>Preis</b>	25,50 EUR
<b>Gewicht</b>	366 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	04.03.2025
<b>Autoren:</b>	Guglielmo, Marco
<b>Verlag</b>	University of Westminster Press
<b>Sprache</b>	Englisch
<b>Einband</b>	Buch (broschiert)
<b>Seiten</b>	224

### Kurze Inhaltsangabe:

I recommend The Left and Digital Politics whole-heartedly to all those fighting for digital justice, and beyond.?? Professor Phoebe Moore, University of Essex ?This book sets a new standard for understanding the thorny relationship between the left and digital politics today.

### Informationen zum Autor:

Marco Guglielmo is Marie Curie Postdoctoral Fellow at the University of Valencia (Spain). His current research focuses on progressive imaginaries of the digital commons and alternative forms of artificial intelligence. He is currently co-editing the book Navigating Platform Power: Agency and Resistance in Digital Spaces.

## 27. - The Routledge Companion to Media Fandom



<b>ISBN/ISSN</b>	9781032438009
<b>Autor</b>	Click, Melissa A Scott, Suzanne
<b>Preis</b>	299,50 EUR
<b>Gewicht</b>	966 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	24.03.2025
<b>Autoren:</b>	Click, Melissa A, Scott, Suzanne
<b>Verlag</b>	Taylor & Francis
<b>Sprache</b>	Englisch
<b>Einband</b>	Buch (gebunden)
<b>Auflage</b>	2
<b>Seiten</b>	466

### Inhaltsangabe:

PART I: METHODS, ETHICS, AND THEORETICAL APPROACHES Introduction MELISSA A. CLICK AND SUZANNE SCOTT 1. The Ethics of Studying Online Fandom KRISTINA BUSSE 2. What does the "transnational" mean for fan studies today? Some provocations RUKMINI PANDE 3. (Media) Fandom is Not a Noun KATHERINE E. MORRISSEY 4. After poaching and negotiated readings: Towards the real-time emergence (and the temporary pauses) of fans' co-decoding MATT HILLS 5. Surveying Fandom: The Ethics, Design, and Use of Surveys in Fan Studies LUCY BENNETT 6. Fandom and Disability: Expanding Theoretical Perspectives to Fan Studies DIVYA GARG 7. Transnational Media Fan Studies LORI MORIMOTO 8. When Platforms Fall: Scraping and Interpreting Fandom Data in Tumultuous Times ANASTASIA SALTER & BRIDGET BLODGETT 9. Archaeologies of Fandom: Using Historical Methods to Explore Fan Cultures of the Past KATHY FULLER-SEELEY 10. Conversation on Studying "Toxic" Fans KISHONNA L. GRAY, CARRIELYNN D. REINHARD, ADRIENNE SHAW PART II: FAN PRACTICES AND PLATFORMS 11. Where the Fans Are: Rethinking Fan Studies and Participatory Culture RHIANNON BURY 12. Fan Curators and the Gateways into Fandom DEREK KOMPARE 13. The Roles of Language in Transcultural Fanfiction CLARICE GRECO 14. Fan Tourism and Pilgrimage: Revisited REBECCA WILLIAMS 15. Negotiating Fandom: The Politics of Racebending HENRY JENKINS 16. Shifting, Harry Potter, and TikTok Fan Practices CLAIRE WHITLEY & KATHARINE PERROTTA 17. Tumblr Fan Aesthetics LOUISA ELLEN STEIN 18. Accessing Platformed Fandoms: Disability and Digital Fan Practices ELIZABETH ELLCESSOR 19. A Tale of Two Communities. The Polish Fandom, the Fandom in Poland, and the Internet's Influence on Fan Identities AGNIESZKA URBAŃCZYK 20. Navigating Online Ecosystems: Chinese Celebrity Fans' Participation across Social Media Platforms QIUYAN GUO 21. Vidding and Identity: A Conversation FRANCESCA COPPA, ALEXIS LOTHIAN, AND TISHA TURK PART III: IDENTITIES 22. The Invisible Bag of Holding: Whiteness and Media Fandom BENJAMIN WOO 23. The Queer Politics of Femslash JULIE LEVIN RUSSO 24. Identity, Positionality, and Comics Fandom: Women of Color Fans ERIKA CHUNG 25. Finding the National in Transnational: Mapping Identities and Power in K-Pop Fandoms CELESTE OON 26. Charting Latinx Fandom JILLIAN M. BÁEZ 27. Everyday Costume: Feminized Fandom, Retail, and Beauty Culture ELIZABETH AFFUSO 28. Watching the series of the enemy: The reception of Turkish soap operas by Greeks DIMITRA LAURENCE LAROCHELLE 29. Aging, Fans, and Fandom C. LEE HARRINGTON AND DENISE D. BIELBY 30. Sounding Queer Fandom: Podfic and Nonbinary Theory OLIVIA JOHNSTON RILEY 31. Boys Love Media across Asia: Theorizing the Role of Queer Affect in Transcultural Fandom THOMAS BAUDINETTE 32. Advancing Transcultural Fandom: A Conversation BERTHA CHIN, ASWIN PUNATHAMBEKAR, AND SANGITA SHRESTHOVA PART IV: INDUSTRY AND LABOR 33. Fans and Merchandise AVI SANTO 34. The Fan Fiction Gold Rush 2.0: After/AI MEL STANFILL 35. Fandom and the Politics of Cancel Culture EVE NG 36. Conspicuous Convention: Industry Interpellation and Fan Consumption at San Diego Comic-Con ANNE GILBERT 37. (Black Female) Fans Strike Back: The Emergence of the Iris West Defense Squad KRISTEN J. WARNER 38. Fantagonism, Franchising, and Industry Management of Fan Privilege DEREK JOHNSON 39. Friki Conventions: Comic-cons, Expos, and Fandom in Mexico City GUILLERMO AGUILAR VÁZQUEZ AND ANA FABIOLA VIDAL FERNÁNDEZ 40. Fannish Affect, "Quality" Fandom, and Transmedia Storytelling Campaigns MELANIE E. S. KOHNEN 41. DAZN's Coverage Strategies of the UEFA Women's Champions League: Growing the Game Through Women's Football Fandom CHARLOTTE HOWELL 43. The Bigger Picture: Drawing Intersections between

Comics, Fan, and Industry Studies ALISA PERREN AND LAURA E. FELSCHOW 43. So Strike We All: Union Action and Cosplay on the Picket Line SUZANNE SCOTT AND KATE FORTMUELLER

**Kurze Inhaltsangabe:**

This companion brings together an internationally and interdisciplinarily diverse group of emerging and established fan studies scholars to reflect on the state of the field and to chart new directions for research.

**Informationen zum Autor:**

Melissa A. Click is Associate Professor of Communication Studies at Gonzaga University, USA. Her work on fans, audiences, and popular culture has been published in *Television & New Media*, the *International Journal of Communication Studies*, *Popular Communication*, and *Popular Music & Society*. She is editor of *Anti-Fandom: Dislike and Hate in the Digital Age* (2019), and the co-editor of *Bitten by Twilight* (2010). Suzanne Scott is Associate Professor in the Department of Radio-Television-Film at the University of Texas at Austin, USA. She is the author of *Fake Geek Girls: Fandom, Gender, and the Convergence Culture Industry* (2019), and the co-editor of *Sartorial Fandom: Fashion, Beauty Culture, and Identity* (2023).

## 28. - The Routledge Handbook of Motherhood on Screen

---



<b>ISBN/ISSN</b>	9781032485720
<b>Autor</b>	Liddy, SusanFlynn, Deirdre
<b>Preis</b>	299,50 EUR
<b>Gewicht</b>	1002 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	25.04.2025
<b>Autoren:</b>	Liddy, Susan, Flynn, Deirdre
<b>Verlag</b>	Taylor & Francis Ltd (Sales)
<b>Sprache</b>	Englisch
<b>Einband</b>	Buch (gebunden)
<b>Seiten</b>	488

### Informationen zum Autor:

Susan Liddy lectures in the Department of Media and Communication Studies at MIC, Limerick. Her research interests and publications relate primarily to gender and diversity issues in the Irish screen industries; older women on screen and behind the camera; motherhood and caring; and harmful behaviours in the screen industries workplace. She is President of Women in Film and Television International and Chair of Women in Film and Television Ireland. She is a board member of the Writers Guild of Ireland, Raising Films Ireland and the Irish Film Institute. She is the Director of the Catalyst International Film Festival in Limerick - a festival that prioritises films and filmmakers from underrepresented groups. Deirdre Flynn is Lecturer in 21st-Century Literature at Mary Immaculate College in Limerick and a member of the Young Academy of Ireland at the Royal Irish Academy. She has published widely on contemporary literature, precarity, migration literature and Irish studies. She is the secretary of the International Association for the Study of Irish Literature (IASIL).

## 29. - Virtual Reality und die Frage nach Empathie

Francis Wagner  
**VIRTUAL REALITY  
UND DIE FRAGE  
NACH EMPATHIE**  
Queere Film- und  
medienwissenschaftliche Perspektiven



[transcript] Edition Medienwissenschaft

<b>ISBN/ISSN</b>	9783837676822
<b>Autor</b>	Wagner, Francis
<b>Preis</b>	47,00 EUR
<b>Gewicht</b>	452 g
<b>Verfügbarkeit</b>	lieferbar
<b>Erscheinungstermin</b>	02.04.2025
<b>Autoren:</b>	Wagner, Francis
<b>Verlag</b>	transcript Verlag
<b>Zusätzliche Daten</b>	12 schwarz-weiße und 10 farbige Abbildungen
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Einband</b>	Buch (broschiert)
<b>Auflage</b>	1
<b>Seiten</b>	271
<b>Themen</b>	Film, Gender, Geschlecht, Media, Media Philosophy, Media Studies, Media Theory, Medien, Medienphilosophie, Medientheorie, Medienwissenschaft, Queer Theory

### Kurze Inhaltsangabe:

Die Potenziale für Empathie und eine Analyse queerer Momente in Virtual Reality.

### Inhaltsangabe:

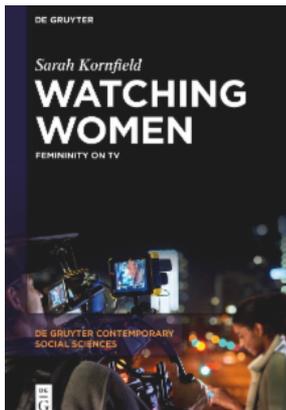
Virtual Reality (VR) wird von Technologieunternehmen oft als Empathie-Maschine bezeichnet, die ein größeres Potential als andere Medien habe, Mitgefühl zu erzeugen. Diesem Versprechen geht Francis Wagner in vier unterschiedlichen Zugängen historisch und kritisch-analytisch nach. Die Medientechnologie VR offenbart dabei queere Potentiale, die in Differenz zu den kommerziellen Versprechen stehen: Sie liegen nicht im gemütlichen Nachempfinden einer anderen Erfahrung oder im Mitleid, sondern ergeben sich vielmehr aus der Kombination dynamischer Beziehungen, instabiler Subjektpositionen, unbequemem Einfühlen und daraus resultierender Reflexionen.

### Informationen zum Autor:

Francis Wagner arbeitet als Universitätsassistentz (PostDoc) an der Universität Wien. Wagner lehrt und forscht an den Schnittstellen von Film-, Medienwissenschaft und Queer Studies. Aktuelle Forschungsschwerpunkte sind Smartwatches, Fitness-/Gesundheitstracking und Gender, (Nicht-)Repräsentation von nicht-Binarität, Virtual Reality, Queer Cinema, Formen von Bewegtbildern, sowie Queer und Trans Media Studies.

## 30. - Watching Women

---



<b>ISBN/ISSN</b>	9783111324937
<b>Autor</b>	Kornfield, Sarah
<b>Gewicht</b>	445 g
<b>Erscheinungstermin</b>	21.04.2025
<b>Autoren:</b>	Kornfield, Sarah
<b>Verlag</b>	de Gruyter Verlag
<b>Zusätzliche Daten</b>	Color of cover: Black, Color of cover: Blue, Color of cover: Brown, Color of cover: Grey, Color of cover: White, 2 b/w and 4 col. ill., 1 b/w tbl., Berlin/Boston
<b>Sprache</b>	Englisch
<b>Einband</b>	Buch (gebunden)
<b>Auflage</b>	1
<b>Seiten</b>	210
<b>Themen</b>	Fernsehserie, Frau, Weiblichkeit, Gaze, Fiktionale Darstellung, Mediale Darstellung von Weiblichkeit, Television, Women, Femininity, Femme

## 31. - Zukunft der Medien - Medien der Zukunft



<b>ISBN/ISSN</b>	9783658470289
<b>Autor</b>	Hepp, Andreas, Wimmer, Jeffrey, Pfadenhauer, Michaela, Kannengießer, Sigrid
<b>Preis</b>	79,99 EUR
<b>Gewicht</b>	441 g
<b>Verfügbarkeit</b>	hergestellt auf Anfrage
<b>Erscheinungstermin</b>	26.03.2025
<b>Autoren:</b>	Hepp, Andreas, Wimmer, Jeffrey, Pfadenhauer, Michaela, Kannengießer, Sigrid
<b>Verlag</b>	Springer Spektrum
<b>Zusätzliche Daten</b>	Color of cover: Blue, Color of cover: Green, Color of cover: Grey, Color of cover: Orange, Color of cover: White, VII, 329 S. 5 Abb., 4 Abb. in Farbe., Wiesbaden
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Einband</b>	Buch (broschiert)
<b>Seiten</b>	340
<b>Themen</b>	Empirische Kommunikations- und Medienforschung, Empirische Methoden in den Sozialwissenschaften, Kultureller Wandel, Medienforschung, Mediensozialisation, Medientheorie, Zukunft der Medien

### Kurze Inhaltsangabe:

Die "Zukunft der Medien" gilt oft als unser aller Zukunft: Wie kaum eine andere Technologie stehen digitale Medien für zukünftige Entwicklungen. Historisch galten Kabelprojekte und Satellitenfernsehen als Vorboten eines neuen Zeitalters. Später traf dies für das Internet und Online-Plattformen zu. Gegenwärtig ist es vor allem kommunikative Künstliche Intelligenz, der das Potenzial für einen weiteren komplexen gesellschaftlichen und kulturellen Wandel zugeschrieben wird. Gleichzeitig interessiert sich die Kommunikations- und Medienforschung für die "Medien der Zukunft", untersucht also den medientechnologischen Wandel, auch im Zusammenhang mit den Veränderungen der Medienaneignung und Medienproduktion sowie im Kontext von gesellschaftlichem und kulturellem Wandel. Aber in welcher Beziehung stehen die Zukunft der Medien und die Medien der Zukunft genau? Ziel des Bandes ist es, diese Frage aus unterschiedlichen Perspektiven der Kommunikations- und Medienforschung zu beleuchten. Er markiert das zwanzigjährige Bestehen der Reihe "Medien - Kultur - Kommunikation". Die Herausgeber

### Informationen zum Autor:

Dr. Andreas Hepp ist Professor für Kommunikations- und Medienwissenschaft am und Sprecher des ZeMKI, Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung der Universität Bremen. Dr. Sigrid Kannengießer ist Professorin für Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Mediensoziologie am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster. Dr. Michaela Pfadenhauer ist Professorin für Soziologie am Institut für Soziologie der Universität Wien. Dr. Jeffrey Wimmer ist Professor für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Medienrealität am Institut für Medien, Wissen und Kommunikation der Universität Augsburg.