

# Inhalt

Vorwort zur Reihe .....	5
Zu diesem Buch: Leitmotive der Analyse eines komplexen Lehrgebiets ....	7
<b>1 Die medien- und sozialwissenschaftlichen Grundlagen .....</b>	<b>13</b>
1.1 Medienwissenschaften heute – eine interdisziplinäre Herangehensweise .....	13
1.2 Die Rolle und Stellung der Medien in der spätmodernen Gesellschaft .....	15
1.2.1 Fluchtpunkt: Mediatisierter Alltag .....	15
1.2.2 Medien, Medialität, Diskurs .....	18
1.2.3 ›Die Medien‹ heute – Ein kurzer Trendreport .....	22
1.3 Alltägliche Lebensführung in einer mediatisierten Gesellschaft .....	24
1.3.1 In welcher Gesellschaft sind die Medien platziert? ....	25
1.3.2 Die einfach moderne Gesellschaft – funktionale Differenzierung .....	26
1.3.3 Das Abdanken der organisierten Gesellschaft der Moderne .....	28
1.3.4 Medien in spätmodernen Gesellschaften .....	32
1.3.5 Die Folgen der Ökonomisierung .....	35
1.3.6 Relation von Individuum und Gesellschaft .....	36
1.3.7 Gesellschaften der späten Moderne sind mediatisiert	37
1.3.8 Auf einen Blick .....	39
1.4 Nutzung, Selektion, Rezeption, Wirkung und Sozialisation ..	40
1.4.1 Ausstattung mit und Nutzung von Medien .....	40
1.4.2 Selektion und Rezeption von Medieninhalten .....	42
1.4.3 Ein Modell von Selektion, Rezeption und Wirkung ..	43
1.5 Die Praxeologie des Mediengebrauchs in der alltäglichen Lebensführung .....	52
1.5.1 Prämissen der Praxeologie des Mediengebrauchs ....	52
1.5.2 Basisperspektiven der Praxeologie des Mediengebrauchs .....	54
1.5.3 Auf einen Blick .....	60
<b>2 Schnittfelder von Medien- und Sozialarbeitswissenschaft .....</b>	<b>62</b>
2.1 Sozialisation und die Medien .....	62

2.1.1	Sozialisationstheorie und -forschung .....	62
2.1.2	Mechanismen und Praktiken der Sozialisation zu und durch Medien .....	65
2.1.3	Kontexte der medialen Sozialisation: Zeitgeschichte und Generationen .....	67
2.1.4	Kontexte: Familiäre Mediensozialisation .....	71
2.1.5	Identität – ein ausgewähltes ›Produkt‹ der Sozialisation .....	77
2.1.6	Auf einen Blick .....	83
2.2	Soziale Ungleichheit und Medien .....	84
2.2.1	Soziale Ungleichheit soziologisch analysiert .....	84
2.2.2	Repräsentationen von sozialer Ungleichheit in den Medien .....	88
2.2.3	Mediennutzung/-rezeption und Ungleichheit .....	93
2.2.4	Zur Entstehung sozialer Differenzen im Mediengebrauch .....	97
2.2.5	Auf einen Blick .....	98
2.3	Abweichendes Verhalten und Medien .....	99
2.3.1	Normen, soziale Kontrolle und Soziale Arbeit .....	100
2.3.2	Abweichendes Verhalten und Kriminalität in den Medien .....	102
2.3.3	Medien und die Konstruktion sozialer Probleme .....	104
2.3.4	Medien als Ko-Faktoren der Entstehung von abweichendem Verhalten .....	108
2.3.5	Medien als Instrumente und Ziele abweichenden Verhaltens .....	112
2.3.6	Medien und erwünschtes Verhalten: Prosozialität und Empathie .....	115
2.3.7	(Selbst-)Kontrolle durch Medienarrangements – Zukunftsmusik? .....	120
2.3.8	Auf einen Blick .....	124
2.4	Das gute Leben und die Medien .....	124
2.4.1	Vom Denkverbot zum rege bereisten Forschungsgebiet .....	125
2.4.2	Moderne ›Glücksforschung‹ im Überblick .....	126
2.4.3	Glück in und aus den Medien .....	128
2.4.4	Ein integratives Modell .....	129
2.4.5	Auf einen Blick .....	131
2.5	Gender und Medien .....	132
2.5.1	Mediale Konstruktionen und De-Konstruktionen der Geschlechterordnung .....	133
2.5.2	Gender Media Studies .....	136
2.5.3	Neue Perspektiven: Geschlecht, Nutzung, Rezeption und Medienpraktiken .....	139
2.5.4	Auf einen Blick .....	140
2.6	Politik, Partizipation und Medien .....	141

2.6.1	Medien und Politik .....	141
2.6.2	Öffentlichkeit und Medien in demokratischen Politikprozessen .....	143
2.6.3	Entertainisierung der Politik.....	147
2.6.4	Wirkungen politischer Kommunikation .....	149
2.6.5	Politische Regulierung/Media Governance .....	152
2.6.6	Auf einen Blick .....	153
2.7	Migration, Flucht, Integration: Teilhabe in und durch Medien .....	154
2.7.1	Mediennutzung und -praktiken in der Fremde .....	154
2.7.2	Mediennutzung und -praktiken im Aufnahmeland ...	156
2.7.3	Effekte der Nutzung: Integration oder Segregation? ..	157
2.7.4	Mediale Konstruktion ›des Anderen‹ und des ›Eigenen‹ .....	159
2.7.5	Auf einen Blick .....	162
<b>3</b>	<b>Ausgewählte Einblicke in die professionelle Praxis der Sozialen Arbeit in und mit den Medien .....</b>	<b>164</b>
3.1	Beratung in und durch die Medien .....	164
3.1.1	Online Beratung allgemein .....	164
3.1.2	Neue Arbeitsbelastungen, organisatorische Herausforderungen .....	167
3.1.3	Neue Anforderungen an die Professionellen .....	168
3.1.4	Themenverschiebungen .....	170
3.1.5	Klient*innenverschiebungen .....	171
3.1.6	Technische Herausforderungen/Datenschutz .....	172
3.1.7	Methodische Herausforderungen .....	173
3.1.8	Auf einen Blick .....	176
3.2	Öffentlichkeitsarbeit in der Sozialen Arbeit .....	176
3.2.1	Ziele der Öffentlichkeitsarbeit .....	177
3.2.2	Inhalte der Öffentlichkeitsarbeit .....	182
3.2.3	Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit .....	185
3.2.4	Auf einen Blick .....	188
3.3	Medienpädagogik .....	189
3.3.1	Gegenstand der Medienpädagogik .....	189
3.3.2	Relevanz der Medienpädagogik für die Soziale Arbeit	190
3.3.3	Medienkompetenz/Medienpädagogische Kompetenz	193
3.3.4	Medienerziehung .....	200
3.3.5	Beispiel Entwicklungsbeeinträchtigung .....	203
3.3.6	Beispiel: exzessive Mediennutzung .....	211
3.3.7	Beispiel: Extremismus im Netz .....	213
3.3.8	Beispiel: Cyberbullying .....	216
3.3.9	Exkurs ›Lügenpresse‹ .....	218
3.3.10	Aktive Medienarbeit .....	220
3.3.11	Rezeptive Medienarbeit .....	227
3.3.12	Auf einen Blick .....	228

4	Ausblick .....	230
	Literaturverzeichnis .....	233
	Abbildungsverzeichnis .....	257
	Tabellenverzeichnis .....	258