



Johannes Fromme/ Florian Kiefer/ Jens Holze (Hrsg.):
Mediale Diskurse, Kampagnen, Öffentlichkeiten. Wiesbaden 2016:
 Springer VS. 149 Seiten, 29,99 Euro

Mediale Diskurse, Kampagnen, Öffentlichkeiten

Dass sich öffentliche Diskurse und mediale Öffentlichkeiten unter dem Einfluss sozialer Medien oder des Web 2.0 verändern bzw. schon verändert haben, wird längst vielfach in Feuilleton und Wissenschaft diskutiert und lässt sich auch ständig an vielen positiven wie abschreckenden Ereignissen erfahren: Facebook, Twitter und Co. sind mittlerweile für viele zu permanenten Begleitern des Alltags, wenn nicht zu dessen virtuellen Substituten geworden. Über die Modalitäten und Besonderheiten sind aus wissenschaftlicher Sicht noch viele Fragen offen, wie auch die Herausgeber dieses Bandes konstatieren.

Auf einer interdisziplinären Fachtagung an der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg sind im Juli 2013 dazu etliche Aspekte und analytische Zugänge aus theoretischer wie exemplarisch-empirischer Sicht vorgestellt und erörtert worden. Bildungstheoretische und (sozial-)pädagogische Ansätze überwiegen bei den sieben Beiträgen, die der vorliegende Sammelband publiziert. Im ersten theoretischen Abschnitt fragt der erste Beitrag nach Verschränkungen in Medienbildungsprozessen und fordert dafür eine medienpädagogische Rahmung ein. Der zweite Aufsatz diskutiert die Veränderungen des Grundbegriffs der Öffentlichkeit durch das Internet. Beispielhaft, anhand des Computerspiels *Gone Home* und des Films *Lost Highway*, ergründet der dritte Text die Beziehungen zwischen Bildungspotenzialen und medialen Dispositiven. Schließlich analysiert der vierte und letzte Beitrag in diesem Abschnitt anhand von Simulationsspielen wie *SimEarth*, wie sich Vorstellungen und Modalitäten von Weltbildern entwickeln.

Im zweiten, empirischen Abschnitt finden sich drei Beiträge. Der erste vergleicht die Konstitution von Öffentlichkeiten durch klassische Nachrichtenmedien und internetbasierte Medien – und zwar am Beispiel der Veröffentlichung von US-Botschaftsdepeschen durch WikiLeaks. Unverkennbar seien Differenzen bis hin zu Widersprüchen zwischen diesen Dokumententypen. Der zweite Beitrag fokussiert die Meinungsbildung von Mitgliedern einer geschlossenen Gruppe innerhalb von Facebook und entdeckt exemplarisch

Gepflogenheiten der wenn auch schwachen hermetischen Ingroup-Bildung. Schließlich legt der letzte Beitrag eine Diskursanalyse der Talkshowsendung *Achtung, Computer! Macht uns das Internet dumm?* bei Günther Jauch am 2. September 2012 vor und arbeitet medienpädagogische bzw. -erzieherische Positionen der Disputanten, besonders des polarisierenden Psychologen Manfred Spitzer, heraus. Gleich eingangs betonen die Herausgeber, dass es sich bei den Beiträgen insgesamt nur um „explorative und beispielhafte Forschungen“ (S. 5) handeln kann, wie sie bei solchen Tagungen mit solch breiter Themenstellung anfallen. Entsprechend dürften sie für jeweilige Experten interessant sein; eine pauschale Bewertung verbietet sich. Zudem unterliegen Beiträge gerade zu einem so schnelllebigem Phänomen wie dem Internet der raschen Alterung. Mit den sozialen Medien, mit Twitter und WhatsApp, mit Hackern und Hassinhalten sind längst weitere, womöglich noch grundlegendere Probleme aufgeworfen worden.

Prof. Dr. Hans-Dieter Kübler