
Call for Papers

Themenheft

Aneignung politischer Information in Social Media und Internet

Forschungslage und medienpädagogische Implikationen

Herausgegeben von Kai Hugger, Kai Kaspar und Lars Gräber

Thema

Die klassischen Massenmedien sind längst nicht mehr die zentrale Instanz, um sich über das politische Geschehen zu informieren, weil sie zum Zweck der Informationsgewinnung teils durch Informationsangebote in den Social Media ergänzt oder sogar ersetzt werden. Diese veränderte Aneignung politischer Informationen, ihre Auswirkungen sowie medienpädagogische Implikationen stehen im Zentrum dieses Themenhefts. Obwohl es zur Aneignung politischer Information im Internet (u.a. durch Jugendliche) mittlerweile schon konkrete empirische Forschungsergebnisse und verschiedene konzeptionelle Einordnungsversuche aus der Perspektive unterschiedlicher Disziplinen gibt (u.a. Medienpädagogik, Medienpsychologie, Kommunikationswissenschaft, Politikwissenschaft), stellt sich die Forschungslage eher zerfasert und unübersichtlich dar.

Wichtige Fragen, die sich in diesem Zusammenhang stellen, sind: Welche Relevanz haben Fake News für die Aneignung politischer Informationen. Nach welchen Kriterien versuchen Menschen Fake News zu beurteilen? Welches Demokratisierungspotenzial haben Social Media (auch für Jugendliche und jugendliche Protestbewegungen), wie es z.B. im Zusammenhang mit dem «Arabischen Frühling» diskutiert wird? Welche Rolle spielt das Internet für die Prozesse politischer Partizipation/E-Partizipation? Oder handelt es sich bei der E-Partizipation eher um eine Pseudo-Partizipation? Wie verändern sich politische Orientierungen und Prozesse politischer Meinungsbildung durch den digitalen Wandel der Informationsgewinnung? Welche Rolle bei der Informationsgewinnung spielen soziale Medien, wie YouTube, Facebook oder Twitter, als Intermediäre, die als vermittelnde Instanzen zwischen Inhabern und Nutzenden fungieren? Welche begrifflichen und konzeptionellen Auffassungen sind wichtig, um die Veränderungen in der Aneignung politischer Informationen einzuordnen? Welche Konsequenzen ergeben sich für die Beschreibung, Analyse und Gestaltung von Lern- und Bildungsprozessen? Wie bedeutsam sind die Veränderungen in der Informationsgewinnung für die politische Sozialisation? Ist angesichts der Veränderungen von Aneignung und Vermittlung von politischen Informationen im Internet eine Neujustierung von Medienkritikfähigkeit im Rahmen einer umfassenden Medienkompetenz und Medienbildung notwendig?

Beiträge

Wir laden Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, Bildungspraktikerinnen und -praktiker sowie Medienpädagoginnen und -pädagogen zur Einreichung von Beiträgen ein. Die Einreichungen sollen einem der folgenden drei Themenbereiche zugeordnet werden:

1. Theoretisch-konzeptionelle Überlegungen
Welche Theorien und Konzepte sowie methodologische Überlegungen sind thematisch relevant und sinnvoll? Wie lassen sich disziplinäre und interdisziplinäre Zugänge zum Gegenstand fruchtbar verbinden?
2. Empirische Ergebnisse und Desiderate
Welche empirischen Ergebnisse zum Stellenwert des Internets – insbesondere Social Media – für die Aneignung politischer Information gibt es? Wie lassen sich diese in den gegenwärtigen Forschungsstand einordnen und welche Desiderate für zukünftige Forschung sind erkennbar?
3. Konkrete medienpädagogische Konzepte und Anwendungsbeispiele
Welche beispielhaften Konzepte und Projekte zum Thema gibt es in der gegenwärtigen Praxis von Bildung und Erziehung? In welchem Verhältnis stehen sie zu den medienkritischen, medienethischen und medienreflexiven Zieldimensionen von Medienpädagogik im Rahmen umfassender Medienkompetenz und Medienbildung? Wie verändern sich vor dem Hintergrund der Aneignung politischer Information in Social Media und Internet Konzepte und Projekte politischer (Medien)Bildung?

Zeitplan

Die Beiträge sind nach den Hinweisen zur Manuskripteingabe (<http://www.medienpaed.com/about/submissions#authorGuidelines>) bis zum **31. Januar 2020** in elektronischer Form einzureichen unter: <https://www.medienpaed.com/about/submissions>.

Die **Beiträge** sollten **40.000 Zeichen** (inkl. Leerschläge, ohne Abstract und ohne Literaturverzeichnis) umfassen. Bei den eingereichten Artikeln (in **Deutsch oder Englisch**) soll es sich um **Originalbeiträge** beziehungsweise **Erstveröffentlichungen** handeln. Ein **Abstract von 150–200 Wörtern** fasst die zentralen Aussagen und Ergebnisse kurz zusammen. Sowohl Titel wie Abstract des Beitrags müssen **in deutscher und englischer Sprache** vorliegen und zusammen mit dem Artikel eingereicht werden.

Herausgeber

- Prof. Dr. Kai Hugger (Universität zu Köln)
- Prof. Dr. Dr. Kai Kaspar (Universität zu Köln)
- Lars Gräßer (Grimme-Institut)