

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung .....</b>	<b>17</b>
<b>2</b>	<b>Ausgangslage.....</b>	<b>23</b>
2.1	Medienpädagogik als Schnittstellendisziplin und als Ausgangspunkt gesellschaftspolitischer Entscheidungen .....	23
2.1.1	Medienpädagogik als Schnittstellendisziplin.....	23
2.1.2	Medienpädagogik als Ausgangspunkt gesellschaftspolitischer Entscheidungen.....	28
2.2	Handeln in einer mediatisierten Welt .....	33
2.3	„Medienhandeln“ in der medienpädagogischen Diskussion.....	38
2.3.1	Der Begriff „Handeln“ in den erziehungswissenschaftlichen Bezugsdisziplinen und in der Pädagogik .....	38
2.3.2	„Medienhandeln“ in medienpädagogischen Konzeptionen.....	47
2.4	Forschungsbedarf im Hinblick auf das Phänomen „Medienhandeln“ von Kindern und Jugendlichen in einer mediatisierten Welt .....	63
2.5	Der Forschungskontext: Das Projekt „Medienbezogene Lernumfelder von Kindern und Jugendlichen (MeiLe)“ .....	67
2.5.1	Zur Anlage des Projektes.....	68
2.5.2	Forschungsmethodisches Vorgehen .....	71
2.5.3	Datenauswertung und Ergebnisse .....	79
<b>3</b>	<b>Methodologische Ausrichtung der Arbeit, theoretische Sensibilisierung und Begriffsklärungen .....</b>	<b>81</b>
3.1	Das Forschungsparadigma der Grounded Theory .....	81
3.1.1	Entstehungskontext.....	81
3.1.2	Wissenschaftstheoretische Verortung.....	82
3.1.3	Methodisches Vorgehen .....	89
3.2	Sensibilisierende Konzepte.....	95
3.2.1	Praxistheoretische Zugänge: Die Theorie sozialer Praktiken nach Reckwitz .....	97

3.2.2	Systemtheoretische Zugänge: Die Theorie sozialer Systeme nach Luhmann und deren Erweiterung durch Baecker .....	116
3.2.3	Netzwerktheoretische Zugänge: Der Entwurf einer Netzwerkgesellschaft durch Castells und dessen medienwissenschaftliche Konkretisierung durch Hepp ....	143
3.2.4	Raumtheoretische Zugänge: Raumsoziologie nach Löw ..	160
3.2.5	Lerntheoretische Zugänge .....	167
3.2.6	Zwischenresümee: Forschungsreflexion.....	183
3.3	Arbeitsdefinitionen von „Kontexten“, „Medien(angeboten)“, „Medienhandeln“ und „Lernen“ .....	187
3.3.1	Genese der Definitionen .....	187
3.3.2	Kontexte .....	187
3.3.3	Medien(angebote).....	188
3.3.4	Medienhandeln .....	191
3.3.5	Lernen.....	193
<b>4</b>	<b>Forschungsmethodisches Design .....</b>	<b>195</b>
4.1	Der Forschungsprozess.....	195
4.1.1	Die Fragestellung.....	195
4.1.2	Heuristische Hypothesen .....	196
4.1.3	Die Untersuchungsstichprobe: Theoretical Sampling.....	199
4.1.4	Das Forschungstagebuch/ die Memos .....	205
4.1.5	Das Medientagebuch (Weblog) als Untersuchungsinstrument.....	206
4.1.6	Die Datenauswertung.....	211
4.1.7	Computergestützte Analyse qualitativer Daten.....	216
4.2	Standards und Gütekriterien .....	217
4.2.1	Standards für multimethodische und multitheoretische Forschung .....	217
4.2.2	Spezifische Gütekriterien für die Entwicklung einer Grounded Theory .....	222
4.3	Zwischenresümee: Forschungsreflexion.....	230
<b>5</b>	<b>Doing Connectivity als Praxis des Miteinander-in-Beziehung-Setzens: Ergebnisse eines iterativ-zyklischen Forschungsprozesses .....</b>	<b>231</b>
5.1	Offenes Kodieren.....	232
5.2	Zwischen offenem und axialem Kodieren: Erarbeitung von Medienprofilen.....	239

---

5.3	Axiales Kodieren: Entwicklung fünf zentraler Kategorien.....	243
5.3.1	(Ausstattungs)technische Konnektivität .....	244
5.3.2	Regel- und wertabhängige Verbindbarkeit .....	257
5.3.3	Vernetzungsgrad .....	263
5.3.4	(Thematische) Anschlussfähigkeit.....	269
5.3.5	Verbindungsfähigkeit des Akteurs.....	275
5.4	Selektives Kodieren: Entwurf der Schlüsselkategorie .....	281
5.5	Anwendung von Standards und Gütekriterien .....	295
5.5.1	Standards für multimethodische und multitheoretische Forschung .....	295
5.5.2	Spezifische Gütekriterien für die Entwicklung einer Grounded Theory.....	296
5.6	Resümee des gesamten Forschungsprozesses .....	301
<b>6</b>	<b>Fazit und Ausblick: Mögliche Anknüpfungspunkte an “Doing Connectivity“ .....</b>	<b>303</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>309</b>

Medienhandeln zwischen formalen und informellen  
Kontexten: Doing Connectivity

Aßmann, S.

2013, XV, 322 S. 27 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-01939-6