
Inhaltsverzeichnis

Zur Einleitung: Mediatisierung von Handlungsfeldern	1
Tilo Grenz und Gerd Möll	
Teil I Produzenten mediatisierter und medialisierter Welten	
Digitale Medien und ihre Macher: Mediatisierung als dynamischer Wechselwirkungsprozess	19
Tilo Grenz	
„Auf die Erzählung kommt es an ...“ Mediale Prä- und Rekonstruktion von Events	51
Gregor Betz	
Teil II Aneignungsprozesse in mediatisierten Konsumwelten	
Amazon, Zalando und Co.: Schrei vor (Un)Glück!? Mediatisiertes Konsumhandeln anhand von Reklamationserwartungen	71
Paul Eisewicht	
Mediatisierte Konsumwelten als Evokationen virtueller Vergemeinschaftung. Das Beispiel Collaborative Consumption	99
Jessica Pahl	
Teil III Entgrenzungen und Wechselwirkungen mediatisierter Handlungsformen	
Fund me! Sondierungen zur Mediatisierung von produktions- und konsumptionsorientierten Handlungsformen im Rahmen des Finanzierungsmodells Crowdfunding	123
Miriam Gothe und Heiko Kirschner	

Von Fischen und Haien. Zur Mediatisierung des Glücksspiels am Beispiel Online-Poker	145
Gerd Möll	
Falsches Spiel mit dem Sport. Zur Mediatisierung von Sportwetten und ihren nicht-intendierten Nebenfolgen	169
Gerd Möll und Ronald Hitzler	
Teil IV Wissenssoziologische Reflexionen zur gesellschaftlichen Dimension von Mediatisierung	
Künstlich begleitet. Der Roboter als neuer bester Freund des Menschen? . .	189
Michaela Pfadenhauer und Christoph Dukat	
Leben im elektronischen Panoptikum Panoptikum. Die mediatisierte Alltäglichkeit von Observation und Exhibition	211
Ronald Hitzler	



<http://www.springer.com/978-3-658-03663-8>

Unter Mediatisierungsdruck
Änderungen und Neuerungen in heterogenen
Handlungsfeldern

Grenz, T.; Möll, G. (Hrsg.)

2014, IX, 219 S. 14 Abb., 11 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-03663-8