

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
2 Nachhaltigkeit, digitale Medien(-kommunikation) und das „gute Leben“	17
2.1 Nachhaltigkeitskommunikation	19
2.1.1 Nachhaltigkeit in der Journalismus- und Public-Relations-Forschung sowie der Wissenschaftskommunikation	21
2.1.2 Nachhaltigkeit in der Medieninhaltsforschung	29
2.1.3 Nachhaltigkeit in der Medienrezeptions- und Medienwirkungsforschung	38
2.2 Digitale Medien(-kommunikation) und das „gute Leben“ – zum Wohlbefinden der Mediennutzer*innen und sozial-ökologischen Auswirkungen des Konsums digitaler Medientechnologien	45
2.2.1 Digitale Medien(-kommunikation) und das „gute Leben“	48
2.2.2 Sozial-ökologische Folgen der Produktion, Aneignung und Entsorgung digitaler Medientechnologien	56
2.2.3 Konsum, Konsumkritik und digitale Medien(-kommunikation)	66
2.3 Digitale Medien, Nachhaltigkeit und das „gute Leben“ in der Kommunikations- und Medienwissenschaft: Medienpraktiken als Forschungsdesiderat	76

3 Medienpraktiken für eine nachhaltige Gesellschaft und das „gute Leben“ erforschen	79
3.1 Fallbeispiele	80
3.1.1 Reparieren von Medientechnologien in Repair Cafés	81
3.1.2 Produktion und Aneignung fairer Medientechnologien am Beispiel des Fairphones	86
3.1.3 Onlineplattformen und Nachhaltigkeit – das Beispiel Utopia.de	89
3.2 Theoretische Dimensionen	91
3.2.1 Medienpraktiken	92
3.2.2 Materialität	96
3.2.3 Medienethik	99
3.2.4 Vergemeinschaftung	106
3.2.5 Politische Partizipation	109
3.2.6 Soziale Bewegungen	114
3.3 Forschungsdesign	118
3.3.1 Forschungsverfahren	119
3.3.2 Materialerhebung	121
3.3.3 Materialauswertung und Integration der Fallstudien	127
4 Konsumkritische Medienpraktiken als Schlüssel(-kategorie) für eine nachhaltige Gesellschaft und das „gute Leben“	131
4.1 Medienpraktiken und Materialität: Den Begriff der Medienpraktiken weit fassen	131
4.2 Ziele konsumkritischer Medienpraktiken	150
4.3 Konsumkritische Medienpraktiken aus medienethischer Perspektive	174
4.4 Medienvermittelte und kommunikative Vergemeinschaftungen für eine nachhaltige Gesellschaft und das „gute Leben“	185
4.5 Konsumkritische Medienpraktiken als unkonventionelle Formen politischer Partizipation	202
4.6 Soziale Bewegungen für eine nachhaltige Gesellschaft und das „gute Leben“	210
5 Nachhaltigkeit in der Kommunikations- und Medienwissenschaft	219
5.1 Konsumkritische Medienpraktiken	220

5.2 Nachhaltigkeit als Querschnittsthema und die Verantwortung der Kommunikations- und Medienwissenschaft in digitalen Gesellschaften	234
Literaturverzeichnis	241