

## Digitalmediennutzung

Die Digitalmediennutzung überwiegt absehbar die Printmediennutzung. Die statistischen Veränderungen bei der Medienrezeption (Leser, Hörer, Zuschauer) sind eindeutig: Seit 1984 zeigt die ‚Quote‘ auch die Veränderungen beim Rundfunkkonsum auf. In Arbeit, Bildung, Kultur ist der *Perzeptionswandel* deutlich: vom Hörbuch zum Sehbuch, vom Cellphone zum universellen Smartphone, vom Movie zum Feelie. Druck- und Digitalmedien suchen weltweit Geschäftsmodelle via Werbung, Kauf, Gebühr, Mäzenat und/oder Crowdsourcing. Auch für Demokratie und Partizipation entwickelt sich eine *infrastrukturelle Netzöffentlichkeit* in der ‚Digitalrepublik‘. Die *weltweiten* Entwicklungen zeigen auf, dass für Menschen und Gruppen die Onlinemedien stark zunehmenden Stellenwert haben. Auch die Verlagerung von Text zu (Bewegt-) Bild ist *konsumenteninduziert*. Aufgrund der Änderung des Konsumentenverhaltens passen sich die Digitalmedien an und vice versa. *Selbstverstärkende Konsequenz* ist für die Wissenswelt der Nutzer die Zunahme der ‚*unbemerkten Informations-Selbstbedienung*‘ bzw. der ‚*unbewusste Informationsverzicht*‘. Infolge des für die Konsumenten gesunkenen gesellschaftlichen Werts von ‚klassischen‘ Hard News entwickeln sich über die Soft-News hinaus neue ‚Social-News‘ in Peer-Groups und auch größeren gesellschaftlichen Gruppen. Angesichts von Entwicklungen wie Cloud Computing und Big Data stehen die ‚*akzeptanzoffenen Digitaldienstnutzer*‘ den allseits dargestellten ‚innovatorischen Chancen‘ für Mobilität, Urbanität, Bürgerservices, Open Government, Smart Home und Smart Health gegenüber, ohne die damit induzierten Umstrukturierungen für Individuum und Gesellschaft absehen zu können.

### 1 Einführung (FR 21. Oktober)

- 1.1 Der ‚smarte‘ Faustkeil. Zur Soziologie der Digitalmedien (*Ref. D. Klumpp, instkomm e.V.*)
- 1.2 *Seminar*diskussion: Entwicklungen der Informatisierung: Begriffe, Nutzer, Macher
- 1.3 Themenaufteilung Seminarteilnehmer USL/BSL für Literatur- und Quellenpräsentationen

### 2 Vereinzelung in der Netzöffentlichkeit (11.November)

- 2.1 Infrastrukturwandel und Öffentlichkeit (*Ref.: S.Ullrich, HU Berlin*)
- 2.2 Medienpräferenzwandel – vom ‚Print&TV-Lagerfeuer‘ zum Smartphone?
- 2.3 Privatheitsschutz und Nutzerschutz in der Softwarezeit

### 3 Medienrezeption – Quantität und Qualität (25. November)

- 3.1 Langzeitstatistik: Rezipienten, Leser, Hörer, Zuschauer, Blogger
- 3.2 Echtzeitmessung: Klickzahlen, Followers und geomobil profilierte Nutzer
- 3.3 Leitbild und Realität von ‚Interaktiven‘ Zuschauern/Lesern/ Prosumern

### 4 Digitalmediennutzung in Arbeit, Bildung, Kultur (9. Dezember)

- 4.1 Digitalmedien-Erfordernisse für Arbeit 4.0 (*Ref.: W.Schröter\*, Forum Soziale Technikgestaltung*)
- 4.2 Quantitäts- und Qualitätsveränderungen – vom Nachrichten-Pull zum News-Push?
- 4.3 Bildung und Unterhaltung, ‚smarte‘ Alltagshilfen, YouTube, Open Data

### 5 Medienkonvergenz und Medienbudget (13. Januar)

- 5.1 Digitalmedien und Geschäftsmodelle (*Ref.: U.Winchenbach, MFG BW*)
- 5.2 Pay-as-you-click: Flatrate-Krisen und Paywall-Überraschungen
- 5.3 Medienkonzentration, Rundfunkreformen, Online-Medien

### 6 Digitalmedien – Nutzerschutz und Privatheitsschutz (27. Januar)

- 6.1 Online-Wahlen, Abstimmungen, Direct und Liquid Democracy
- 6.2 Netzpolitik, Netzneutralität, Zuschauerschutz
- 6.3 Status Digitalmedien: Meinungs- und Pressefreiheit

### 7 Mediennutzung in der ‚Digitalrepublik‘ (10. Februar)

- 7.1 Digitalmedien für Mobilität und Urbanität
  - 7.2 Digitalmedien für Bürgerservices und Open Government
  - 7.3 Digitalmedien für Smart Home und für Smart Health
-

---

## Literatur

- Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland, ARD-Jahrbuch 10, Hamburg 2010
- Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten, GSDZ Gemeinsame Stelle Digitaler Zugang: Digitalisierungsbericht 2015 – Weichenstellungen für die digitale Welt, Berlin 2015
- ARD-Werbegesellschaft (Hrsg.), Neujustierung der Medien-Nutzer-Typologie MNT 2.0, Media Perspektiven Dokumentation 5/2007, Frankfurt am Main 2007
- Baecker, Dirk, Network Society. Niels Overgaard Lehmann/ Lars Qvortrup/ Bo Kampmann Walter (eds.), The Concept of the Network Society: Post-Ontological Reflections. Copenhagen: Samsfundslitteratur Press, 2007, pp. 95-112 (Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2200776>)
- Berger, Jens, Die Allmacht der Algorithmen – unser Facebook-Dilemma, in: NachDenkSeiten – Die kritische Website, 1. September 2016 (abrufbar <http://www.nachdenkseiten.de/?p=34836>)
- Böhle, Knud, Neuere Entwicklungen des Internets und der Medienindustrie, Ergebnisse eines STOA-Projekts. In: Technikfolgenabschätzung – Theorie und Praxis, Nr. 1, 18. Jg., Eggenstein-Leopoldshafen, 2009
- Bsirske, Frank / Endl, Hans-L / Schröder, Lothar / Schwemmler, Michael (Hrsg.), Wissen ist was wert. Wissensmanagement, Hamburg 2003
- Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.), Politik, Medien, Öffentlichkeit. Aus Politik und Zeitgeschichte, 64. Jahrgang 22–23/2014 • 26. Mai 2014
- Capurro, Rafael, Interpreting the Digital Human, Stuttgart 2009
- Cuhls, Kerstin/ Kimpeler, Simone/ Oertzen, Jürgen von, Wie nutzen wir Informations- und Kommunikationstechnologien im Jahr 2020? Ergebnisse einer Delphi-Befragung, Stuttgart 2006
- Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet/SINUS-Institut Heidelberg, DIVSI Internet-Milieus: Die digitalisierte Gesellschaft in Bewegung, Hamburg, 20. Juni 2016 (<https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2016/06/DIVSI-Internet-Milieus-2016.pdf>)
- Dörr, Dieter/Hildebrand, D./Holznagel, Bernd, Elektronische Medien, Entwicklung und Regulierungsbedarf, München 2009
- European Center Information and Communications Technologies (EICT), Münchner Kreis e.V., TNS Infratest GmbH (Hrsg.), Zukunft und Zukunftsfähigkeit der Informations- und Kommunikationstechnologien und Medien, Internationale Delphi-Studie 2030, Berlin 2009
- Deutsche UNESCO-Kommission e.V., Resolutionsentwurf Potentiale von Social Media für UNESCO-Ziele nutzen, Bonn 2011
- Dolata, Ulrich / Schrape, Felix (Hrsg.): Internet, Mobile Devices und die Transformation der Medien. Radikaler Wandel als schrittweise Rekonfiguration, Berlin 2013
- Eckert, Matthias/ Feuerstein, Sylvia, Neujustierung der MedienNutzerTypologie. Veränderungen und Grundcharakteristik der MedienNutzerTypen, in: Media Perspektiven 11/2015, Frankfurt 2015, S.482-496
- Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft, Deutscher Bundestag (Hrsg.), Internet und digitale Gesellschaft, Dokumente der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages, Berlin 2013
- Freyberg, Axel / Picot, Arnold (Hrsg.), Media Reloaded, Mediennutzung im digitalen Zeitalter, Heidelberg 2010
- Fuchs, Gerhard/ Klumpp, Dieter/ Kubicek, Herbert/ Roßnagel, Alexander (Hrsg.); Internet@Future. Technik, Anwendungen und Dienste der Zukunft, Jahrbuch Telekommunikation und Gesellschaft 2001, Heidelberg 2001
- Grunwald, Armin/ Banse, Gerhard/ Coenen, Christopher/ Hennen, Leonhard, Internet und Demokratie. Endbericht zum TA-Projekt Analyse netzbasierter Kommunikation unter kulturellen Aspekten, TA-Bericht 100, Berlin 2005
- Initiative D21 e.V. (Hrsg.) (N)Onliner Atlas 2009 Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland, Nutzung und Nichtnutzung des Internets, Strukturen und regionale Verteilung, Berlin 2009
- Kleist, Thomas/ Lambrecht-Weißborn, Nicola/ Scheuer, Alexander, Audiovisuelle Mediendienste heute und morgen, Die Revision der EG-Fernsehrichtlinie, Berlin 2007
- Klumpp, Dieter, Auf dem Weg nach Mailylon, Per Anhalter zur Kommunikations- und Interaktionslücke, in: Knaut, A./ Kühne, C./ Kurz, C./ Pohle, J./ Rehak, R./ Ullrich, S. (Hrsg.), Per Anhalter durch die Turing-Galaxis, Münster 2012, S. 125-132 (abrufbar [http://www.instkomm.de/files/klumpp\\_\\_mailylon\\_.pdf](http://www.instkomm.de/files/klumpp__mailylon_.pdf))
- Klumpp, Dieter, Zum Verbraucherschutz in der Informationsgesellschaft, in: Die Landesbeauftragte für Datenschutz und Recht auf Akteneinsicht Brandenburg (Hrsg.), Verbraucherinformationen – Marktregulierung durch Transparenz? Potsdam 2011, S.76-82
- Klumpp, Dieter, Wandel der Medienqualität: Reduktion und/oder Substitution? In: Klumpp, D./ Kubicek, H./ Roßnagel, A./ Schulz, W. (Hrsg.), Netzwelt - Wege, Werte, Wandel, Heidelberg/ London/ New York 2010, S. 301-315
- Klumpp, Dieter, Leitbildkonvergenz in der Netzwelt? Informationsgesellschaft vor der vierten Diskursdekade, edition sigma, Berlin 2010
- Klumpp, D., Kubicek, H., Roßnagel, A., Schulz, W. (Hrsg.): Informationelles Vertrauen für die Informationsgesellschaft, Berlin/Heidelberg 2008

- Klumpp, D./ Kubicek, H./ Roßnagel, A./ Schulz, W. (Hrsg.), Medien, Ordnung und Innovation, Heidelberg 2006
- Kubicek, Herbert/ Klumpp, Dieter/ Büllsbach, Alfred/ Fuchs, Gerhard / Roßnagel, Alexander (Hrsg.), Innovation@Infrastruktur, Informations- und Dienstleistungsstrukturen der Zukunft, Heidelberg 2002
- Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V., Internetnutzung von Frauen und Männern in Deutschland, Sonderauswertung Gender & Diversity des (N)ONLINER Atlas 2007, Bielefeld 2007
- Münchener Kreis (Hrsg.), Innovationsfelder der digitalen Welt, Bedürfnisse von übermorgen, München 2013
- Ortner, Heike et al. (Hrsg.), Datenflut und Informationskanäle, Innsbruck University Press 2014
- Plog, Jobst, Wohin steuern die Medien in Europa? Stuttgart 2009
- Radtke, Stefan Ulrich, Strategisches Management von etablierten Fernsehsendern im digitalen Zeitalter. Ein ressourcen- und fähigkeitenbasierter Ansatz, Köln 2010
- Ränge Stefan, Schweins Roland 2007: Klicks, Quoten, Reizwörter: Nachrichten-Sites im Internet. Wie das Web den Journalismus verändert, Berlin 2007
- Roßnagel, Alexander (Hrsg.), Nutzerschutz, Rechtsrahmen, Technikpotentiale, Wirtschaftskonzepte, Baden-Baden 2012
- Roßnagel, Alexander, Elektronische Medien zwischen Exklusivität und Grundversorgung. Rechtliche Rahmenbedingungen, technische Möglichkeiten, wirtschaftliche Konzepte, Baden-Baden 2010
- Schenk, Michael/ Niemann, Julia/ Reinmann, Gabi/ Roßnagel, Alexander (Hrsg.), Digitale Privatsphäre. Heranwachsende und Datenschutz auf Sozialen Netzwerkplattformen, Berlin 2012
- Schrape, Jan-Felix 2011: Der Wandel des Buchhandels durch Digitalisierung und Internet. In: Stuttgarter Beiträge zur Organisations- und Innovationsforschung, Stuttgart 2011
- Schröter, Welf (Hrsg.), Identität in der Virtualität. Einblicke in neue Arbeitswelten und Industrie 4.0, Mössingen-Talheim 2014
- Schwemmler, Michael, Beweglich und frei, stets erreichbar und entsichert: Von den ambivalenten Realitäten vernetzter Arbeit; in: Frank Bsirske u. a. (Hrsg.): Grenzenlos vernetzt? Gewerkschaftliche Positionen zur Netzpolitik, Hamburg 2012
- Thiedeke, Udo (Hrsg.), Soziologie des Cyberspace: Medien, Strukturen und Semantiken, Wiesbaden 2004
- TNS Infratest/ Münchener Kreis e.V., Prospects and Opportunities of Information and Communication Technologies (ICT) and Media, International Delphi Study 2030, München 2009
- Überall, Frank, Wegweiser in der digitalen Medienwelt, Bedeutung und Veränderungen des Journalismus, Berlin 2009
- ver.di /Draht, Jan, Journalismus nur noch auf Nachfrage. Digitale Transformation bei der DuMont Mediengruppe mit drastischen Folgen, 30. September 2015
- Wesemann, Boris, Blättern oder Klicken? Angebot und Nachfrage von Zeitungen und Zeitschriften – Online vs. Offline, Norderstedt 2010
- Zieman, Andreas, Soziologie der Medien, 2. Aufl. Bielefeld 2014