

Digitale Medien + Kommunikation #DMK1

WiSe 2026/2027

Schön,

dass Sie da sind! 

Wer

sind wir eigentlich?

Hallo, ich bin **Elna Ahrenhold-Wandtke**

#1

Kommunikationsmanagement (M.A.)

Hannover

#2

Public Relations (B.A.)

Hannover

#3

#nextgenerationcorporate aka Kommunikationsberatung

Hamburg, ORCA van Loon Communications GmbH

#4

Aufbau SoMe-Kanäle einer Unternehmensberatung

Hannover, IMB Institut für Mittelstandsberatung

#5

#JudoMoreThanSports #IrgendwasMitMedien

(und ganz viele andere Dinge)



elna.ahrenhold-wandtke@mni.thm.de



A10.6.01



0641 309 2438



nach Vereinbarung



Public Relations

Unternehmenskommunikation

Markenkommunikation

CEO Activism

tbc.

Hallo, ich bin **Natalie Harapat**

#1

Diplom Mediale Künste

Kunsthochschule für Medien, Köln

#2

Sprache, Literatur und Kultur (B.A.)

Justus-Liebig-Universität, Gießen

#3

Dozentin Digitale Kommunikation & Medien

Technische Hochschule Mittelhessen

#4

15 Jahre freiberufliche PR-Tätigkeit

u.a. HRS, Deutschlandfunk, Schauspiel Köln, Wayfair

#5

#Bookaholic #DogMom #WellinPastell

#Foodie



natalie.harapat@mni.thm.de



A10.6.10



nach Vereinbarung



Publishing

Public Relations

(Digital) Arts

Kommunikation

Text

Netzwerk

Hallo, ich bin **Prof. Dr. Benjamin Gust**

#1

Promotion: Social Media, Online-Kommunikation & PR
Manchester (UK)

#2

Studium: Journalismus & Public Relations (B.A.)
Gelsenkirchen & Pennsylvania (USA)

#3

Auslandsbeauftragter des Fachbereichs
(MNI, TH Mittelhessen)

#4

15+ Jahre globale Social-Media-/Online-PR-Erfahrung
u.a. HDI Versicherung, Birkenstock, TUI, SMA Solar

#5

#Konzerte #Hiking #Pfadfinder
(und ganz viele andere Dinge)



benjamin.gust@mni.thm.de



A10.7.07



@ben_x_gust



Donnerstag, 13 - 14 Uhr



Social Media

Digitale Kommunikation (CMC)

(Digital) Public Relations

(Digital) Journalismus

Content-Kreation

Community Management

Social Listening

Soviel von unserer Seite.

Aber: Wer sind Sie?

Und Sie so?

Woher kommen Sie?

Und Sie so?

Warum sind Sie hier?

Management.

Medien.

IT.

Und Sie so?

**Welche Digital-Plattformen
nutzen Sie?**

Wozu

dient diese Veranstaltung?

Wozu dient diese Veranstaltung?



Am Ende der Orientierungsphase ...

- ... sind Sie vertraut mit den wesentlichen Grundlagen der Medien- und Kommunikationswissenschaften – mit einem starken Fokus auf digitale Kommunikationsmedien und soziale Netzwerke.
- ... kennen Sie Chancen, Herausforderungen und Besonderheiten von sozialen Netzwerken, Online-Communities sowie der digitalen Content-Produktion.
- ... können Sie soziale Interaktionsprozesse erkennen und kritisch hinterfragen.
- können Sie Social-Media-Content, -Profile und ganze Plattformen nach spezifischen Kriterien analysieren, bewerten und nutzerzentriert gestalten.
- ... haben Sie einen Überblick über die Möglichkeiten des User Centered Designs sowie der wichtigsten empirischen Methoden.
- ... sind Sie mit den Voraussetzungen für nutzungsfreundliche Medienentwicklung und -gestaltung vertraut.



Oder: Sie sind auf dem Weg zum **Digital-Media-Science-Superhero!** ;)

Wie

machen wir das genau?

Wie machen wir das?

In zwei aufeinander basierenden Teilen!



VORLESUNG
(alle zusammen)



PRAKTIKUM
(in kleineren Gruppen)

Theoretische Grundlagen der digitalen Medien- und Kommunikationswissenschaften:

- ☐ Begriffe, Konzepte, Modelle, Theorien der (digitalen) Medien- und Kommunikationswissenschaften
- ☐ Soziale Interaktion

Theorien & Grundlagen von Social Media

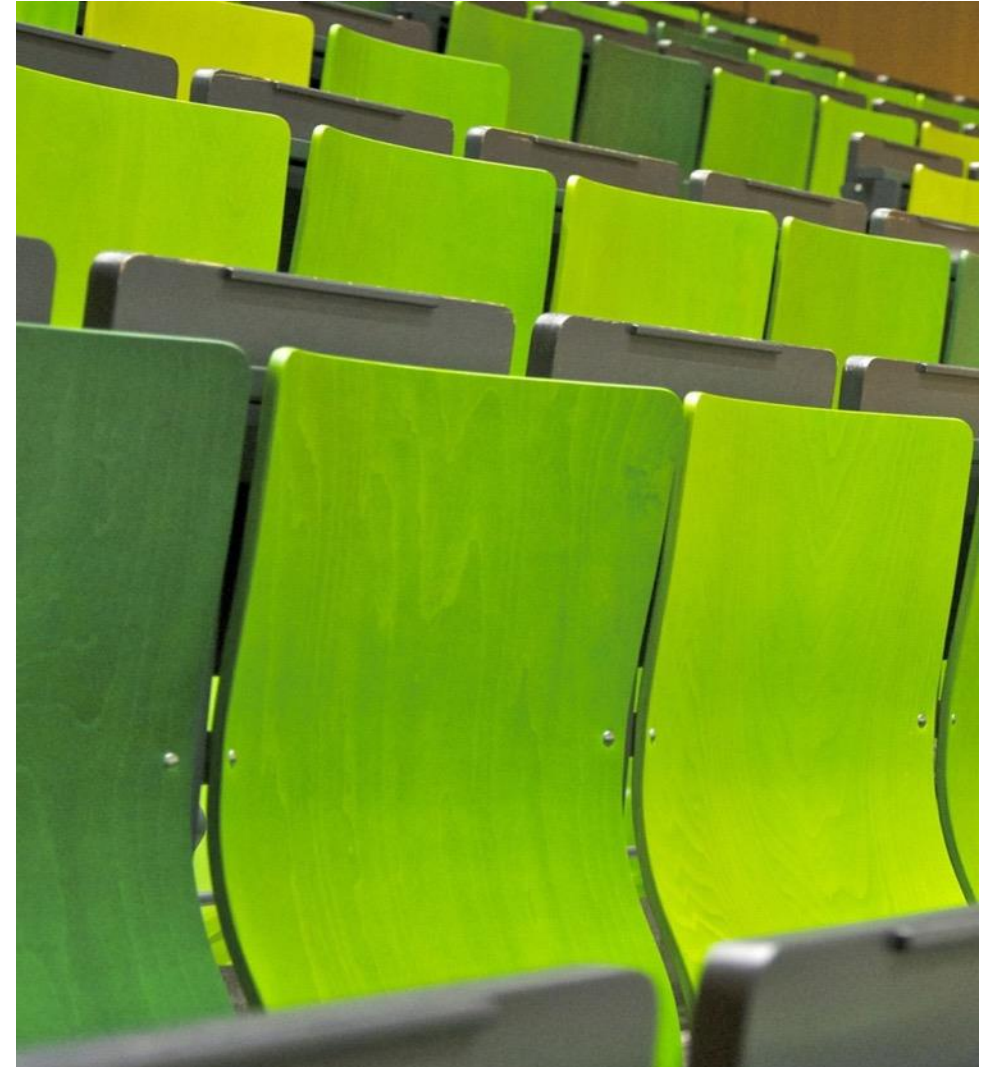
- ☐ Hintergründe, Begriffe, Modelle und Theorien digitaler und sozialer Medien (Plattformen)
- ☐ Medienformate und Anwendungsszenarien

Wissenschaftliches Arbeiten & Empirische Methoden:

- ☐ Wissenschaftliches Arbeiten
- ☐ Empirie & Ansätze der Medienwirkungsforschung

Wann und wo?

Mittwochs, 8:00 Uhr, A10.8.15



Was

behandeln wir genau?



Themen- & Semesterplan: #DMK1 | Vorlesung

14.10.2026

Herzlich Willkommen!
Infos, Orga
& DMK-Intro

21.10.2026

Grundlagen, Teil 1
Einführung
Medien

28.10.2026

Grundlagen, Teil 2
Einführung
Kommunikation

04.11.2026

Grundlagen, Teil 3
Öffentlichkeit &
Digitale Medien

11.11.2026

Wissenschafts-Basics, Teil 1
Wissenschaftliches
Arbeiten

18.11.2026

Wissenschafts-Basics, Teil 2
Empirische
Methoden

25.11.2026

Grundlagen | Social Media
Soziale Interaktion
& Social Media

02.12.2026

Social Media, Teil 2
Soziale Identität
& Beziehungen

09.12.2026

Social Media, Teil 3
Communities &
Wissens-Netzwerke

16.12.2026

Social Media, Teil 4
User-Generated-
Content & Recht

20.01.2027

Anwendungsfelder
Medien &
Journalismus

27.01.2027

Anwendungsfelder
Medienethik
& Medienrecht



In der Projektwoche (**13.01.2027**) entfällt DMK 1. Die Vorlesung endet mit einem **Wrap-Up** am **03.02.2027**.

Regelmäßige Übungen zum Vorlesungsstoff:

- kleinere **Übungen und Diskussionsrunden** umfangreichere **Einzel-/Gruppenaufgaben** zur Bearbeitung im **Praktikum**
- Erarbeitung der Prüfungsvorleistungen im Praktikum – **Aufgabenstellung und Unterstützung**

Wann und wo?

Gruppe 1: A-Hei

Mittwoch, 3. & 4. Block
(A10.8.08)

Gruppe 2: Hel-Pa

Mittwoch, 5. & 6. Block
(A10.8.08)

Gruppe 3: Pe-Z

Donnerstag, 3. & 4. Block
(A10.6.06)



Welche

Prüfungsleistungen

müssen Sie erbringen?

Prüfungsleistung:

3 Vorleistungen + Abschlussklausur

Schriftliche Abschlussklausur über 90 Minuten (tbd)

Die Gesamtnote des Moduls setzt sich zu 100% aus der Note der Klausur zusammen. Die Klausur darf jedoch nur angetreten werden, wenn Sie an den folgenden Vorleistungen erfolgreich teilgenommen haben.

TEXT-TEST

- ☐ Textaufgabe zu einem unbekannten Text
- ☐ handschriftliche Beantwortung von Fragen mit wissenschaftlichen Belegen
- ☐ wird in der Vorlesung gelehrt und im Praktikum erarbeitet

PROJEKT

- ☐ Entwicklung einer qualitativen Forschungsfrage
- ☐ Durchführung und Präsentation einer qualitativen Inhaltsanalyse
- ☐ wird in der Vorlesung gelehrt und im Praktikum erarbeitet

RECHERCHEAUFGABE

- ☐ Vertiefung von Konzepten aus der Vorlesung durch Literaturrecherche
- ☐ Schriftliche Erarbeitung und Einzelpräsentation vor Ort
- ☐ wird in der Vorlesung gelehrt und im Praktikum erarbeitet

Wie sieht das Praktikum im Detail aus?

Themen- & Semesterplan: DMK1 | Praktikum

Semesterwoche/Datum	Thema
SW1 14.-15.10.26	WELCOME TO Digital Media Systems 🍌🍌🍌
SW2 21.-22.10.26	WISSENSCHAFTLICHE BASICS I – Zitieren & Bibliographieren
SW3 28.-29.10.26	WISSENSCHAFTLICHE BASICS II – Umgang mit wissenschaftlichen Texten
SW4 4.-5.11.26	WISSENSCHAFTLICHE BASICS III – Wissenschaftliche Quellen
SW5 11.-12.11.26	PROJEKT – Themenfindung & Literaturrecherche (mit KI)
SW6 18.-19.11.26	WISSENSCHAFTLICHE BASICS IV – empirische Methoden
SW7 25.-26.11.26	PROJEKT – Themenvergabe & Forschungsfrage entwickeln
SW8 2.-3.12.26	PROJEKT – Qualitative Inhaltsanalyse: Materialsichtung & Kategorienbildung
SW9 9.-10.12.26	PROJEKT – Qualitative Inhaltsanalyse: Analyse HOW TO PRÄSENTIEREN
SW10 16.-17.12.26	PROJEKT-PRÄSENTATIONEN
SW11 19.12.26-17.01.27	*Feiertage & Projektwoche*
SW12 20.-21.01.27	RECHERCHEAUFGABE – Themenvergabe und Recherche
SW13 27.-28.01.27	RECHERCHEAUFGABE-PRÄSENTATIONEN
SW14 2.-3.02.27	*Puffer*

Wo

sind die Materialien?

- Alle allgemeinen Dinge zum kompletten Studium finden Sie auf **Moodle** unter <https://moodle.thm.de> im Kurs „SMS | O-Phase“
- Lernunterlagen zur DMK1-Vorlesung, dem Praktikum und zur Vorbereitung auf die Klausur finden Sie im Moodle-Kurs **„MK1001 Digitale Medien + Kommunikation (1. Sem) SoSe 2026“**
 - Skripte zur Vorlesung (nach der jeweiligen Stunde) inkl. Literaturliste mit Pflichtlektüre und weiterführender Literatur zu jedem Thema
 - Abgaben zum Upload von Aufgaben



Gibt es Fragen zu Orga, Praktika & Prüfung?



Dann: Pause!

In 23 Min. geht's weiter.

Themen- & Semesterplan: #DMK1 | Vorlesung

14.10.2026

Herzlich Willkommen!
Infos, Orga
& DMK-Intro

21.10.2026

Grundlagen, Teil 1
Einführung
Medien

28.10.2026

Grundlagen, Teil 2
Einführung
Kommunikation

04.11.2026

Grundlagen, Teil 3
Öffentlichkeit &
Digitale Medien

11.11.2026

Wissenschafts-Basics, Teil 1
Wissenschaftliches
Arbeiten

18.11.2026

Wissenschafts-Basics, Teil 2
Empirische
Methoden

25.11.2026

Grundlagen | Social Media
Soziale Interaktion
& Social Media

02.12.2026

Social Media, Teil 2
Soziale Identität
& Beziehungen

09.12.2026

Social Media, Teil 3
Communities &
Wissens-Netzwerke

16.12.2026

Social Media, Teil 4
User-Generated-
Content & Recht

20.01.2027

Anwendungsfelder
Medien &
Journalismus

27.12.2027

Anwendungsfelder
Medienethik
& Medienrecht



In der Projektwoche (**13.01.2027**) entfällt DMK 1. Die Vorlesung endet mit einem **Wrap-Up** am **03.02.2027**.

Fangen wir soft an:

Was sind Medien?

Welche Medien kennen und nutzen Sie?





! **Wichtig:** Radio, soziale Netzwerke, Websites, Briefe – das alles sind zweifelsfrei Medien; allerdings gleichzeitig auch nur ein Ausschnitt, der nie ganz aktuell ist. Dabei können Medien auf der einen Seite die Voraussetzung von Kommunikationsprozessen sein (Kommunikation braucht ein Medium), andererseits das Ergebnis der Prozesse. Und gleichzeitig brauchen sowohl Medien als auch Kommunikation immer einen Raum, die Öffentlichkeit.



! **Wichtig:** Radio, soziale Netzwerke, Websites, Briefe – das alles sind zweifelsfrei Medien; allerdings gleichzeitig auch nur ein Ausschnitt, der nie ganz aktuell ist. Dabei können **Medien** auf der einen Seite die Voraussetzung von Kommunikationsprozessen sein (**Kommunikation** braucht ein Medium), andererseits das Ergebnis der Prozesse. Und gleichzeitig brauchen sowohl Medien als auch Kommunikation immer einen Raum, die **Öffentlichkeit**.

First things first:

Was sind Medien?

Was ist ein Medium?

Ein allgemeines Definitionsangebot

„Von seiner lateinischen Wortbedeutung her bedeutet Medium soviel wie Mitte oder Vermittelendes oder schlicht etwas, das in der Mitte steht“ (Beck 2020: 86).

- ☐ Viele verschiedene Disziplinen setzen sich mit der Frage auseinander *“Was sind Medien?”* oder abgeschwächt *„Wann bzw. warum ist ein Medium?”*
- ☐ Dies führt zu vielfältigen Definitionsvorschlägen, denen jedoch immer auch vorgeworfen werden kann, zu spezifisch oder zu allgemein zu sein.
- ☐ In der Alltagssprache wird „Medium“ meist mit Kommunikationsmittel gleichgesetzt.
- ☐ Der Plural **Medien** wird etwa seit den 1980er-Jahren für die Gesamtheit aller Kommunikationsmittel und Kommunikationsorganisationen verwendet.



Der Medienbegriff wird in unterschiedlichen Disziplinen aus verschiedenen Perspektiven betrachtet. Er ist ein multidiskursives Konzept.

Was genau bedeutet

“Mitte”; “Vermittelndes”?



Nun stell dir vor, dass jeden Tag
eine Vielzahl von Objekten über den Weg geht

Video unter <https://www.youtube.com/watch?v=XcfhDs9I6mQ>

Platons Höhlengleichnis

– und was es mit Medien zu tun hat

Grundaussage des Höhlengleichnisses:

- Die wahrgenommene Welt ist nicht unbedingt die „reale“ Welt, sondern nur eine Wahrnehmung oder ein Abbild davon (Erkenntnistheorie)
- Die Art der Abbilder bzw. die Wahrnehmungen bestimmt die jeweilige Auffassung von der Welt – und die ist unter Umständen schwer zu vermitteln.
- Aber: Für eben jene Vermittlung braucht es Medien. Dabei können auch wir Menschen selbst als Medium dienen.

! Platon spricht zudem darüber, dass die eigene Wahrnehmung nur eine Scheinwahrnehmung sein kann.



Menschen als Vermittler?

Wie geht das?

Durch Kommunikation!

Was überhaupt ist denn Kommunikation?

Was ist Kommunikation?

Ein erstes, allgemeines Definitionsangebot.

„Kommunikation ist ein komplexer interaktiver Prozess, der einerseits zwischenmenschlich, und andererseits medienvermittelt erfolgen kann. (...) Kommunikation meint demnach **Informationsübertragung und Bedeutungszuweisung im weiteren Sinne, im engeren Sinne aber auch zwischenmenschliche Kontaktaufnahme** und kann als eine wichtige Kategorie **sozialen Handelns** beschrieben werden. Kommunikation ist verbale oder nonverbale Interaktion, die durch Zeichen und Symbole vermittelt wird.“

(vgl. Pürer 2001: 2)

Hierarchische Unterscheidung von Kommunikation nach Merten:

- **Subanimalische Kommunikation:** Die Kommunikation zwischen Organismen. Dabei geht es um technische oder naturwissenschaftliche Erscheinungen von Kommunikation, beispielsweise zwischen Substanzen.
- **Animalische Kommunikation:** Die Kommunikation zwischen Lebewesen, sei es zwischen Tieren oder zwischen Menschen und Tieren.
- **Humankommunikation:** Die Kommunikation unter Menschen (verbal & nonverbal!)
- **Massenkommunikation:** Eine besondere Form der Humankommunikation, deren Kennzeichen u.a. darin besteht, dass sie auf technische Medien angewiesen ist.



(vgl. Merten 1977: 94ff)

Medien + Kommunikation als Informationsvermittler?

Wie und wo passiert das?

Was braucht es dafür?

Was verstehen Sie unter “der Öffentlichkeit”?

Was ist Öffentlichkeit?

Definitionsangebot: Öffentlichkeit nach Habermas

Öffentlichkeit bezeichnet ein gesellschaftliches Netzwerk öffentlicher Kommunikation, in dem Inhalte, Meinungen und Stellungnahmen ausgetauscht und zu öffentlichen Meinungen verdichtet werden. Sie bildet einen grundsätzlich offenen Kommunikationsraum, in dem gesellschaftlich relevante Themen wahrgenommen, diskutiert und ausgehandelt werden.

(vgl. Habermas 1992: 436)

- ❑ Öffentlichkeit ist ein **demokratisches Prinzip**. Sie ermöglicht Teilhabe und Mitgestaltung der Bürger:innen am Staatswesen.
- ❑ Öffentlichkeit kann dabei – je nach theoretischer Orientierung – als **System, Raum oder gesellschaftlicher Prozess** verstanden werden.
- ❑ Dabei werden verschiedenen **Teilöffentlichkeiten** differenziert – etwa nach Gruppen, Institutionen, Interessen oder politischer Ausrichtung, die sich situativ und temporär bilden können.
- ❑ **Gegenöffentlichkeiten** stellen dominante Entscheidungen, Normen und Werte infrage und können gesellschaftlichen Wandel anstoßen. (Bsp. Friedens-, Umwelt- oder LGBTQI-Bewegungen)



Merke: Öffentlichkeit ist kein Ort und kein bestimmtes Publikum – sie entsteht durch öffentliche Kommunikation.

(vgl. Klaus et al. 2025: 27)



„Alle Räume der Öffentlichkeit sind durch Kommunikation definierte Räume. Etwas ‚öffentlich‘ machen meint meist, Themen, Inhalte, Botschaften in einen Raum der gesellschaftlichen Kommunikation einzubringen.“

(vgl. Hickethier 2010: 210-211)

Ergo:

**Medien und Kommunikation
funktionieren nicht alleine.**

Ein Dreiklang, der sich Gegenseitig braucht: Medien, Kommunikation und Öffentlichkeit

- Medien, Kommunikation und Öffentlichkeit sind drei jeweils komplexe Begriffe mit unterschiedlicher, vielfältiger Bedeutung – die je nach Perspektive durchaus unterschiedlich definiert werden kann.
- Gerade im Kontext der Kommunikationswissenschaften aber gehören diese drei Begriffe zusammen, denn:
 - **Kommunikation** geht nicht ohne Medien,
 - **Medien** funktionieren nicht ohne Kommunikation
 - (Massen-)Medien und (Massen-)Kommunikation benötigen **Öffentlichkeit**.

MEDIEN



KOMMUNIKATION



ÖFFENTLICHKEIT



(vgl. Klaus et al. 2025: 13ff)

Mehr zu all dem

In den nächsten Wochen! 😊

Danke dafür.

Gibt's sonst noch was?

Wir freuen uns auf ein schönes Semester mit Ihnen! 🎉

Literatur- & Quellverzeichnis

zu „Einführung DMK1“

Beck, Klaus (2020): Kommunikationswissenschaft. 6. Auflage. München.

Habermas, Jürgen (1992): Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 436.

Hickethier, Knut (2010): Einführung in die Medienwissenschaft. 2., aktualisierte und überarbeitete Auflage. Stuttgart/Weimar:

Klaus, Elisabeth; Altmeyen, Klaus-Dieter & Röttger, Ulrike (2025): Grundlagen und Perspektiven der Kommunikationswissenschaft, in: Röttger, Ulrike; Altmeyen, Klaus-Dieter & Klaus, Elisabeth: Kommunikationswissenschaft. Eine Einführung in die kommunikativen und medialen Grundlagen unserer Gesellschaft. Wiesbaden.

Merten, Klaus (1977): Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozeßanalyse. Opladen.

Pürer, Heinz (2001): Grundbegriffe der Kommunikationswissenschaft. Konstanz. (Pflichttext, bitte lesen!)



Digitale Medien + Kommunikation #DMK1

WiSe 2026