



Digitale Medien + Kommunikation #DMK1

WiSe 2026/2027

Na, gut angekommen?

Gibt's Dinge zu klären?

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.**

Na, wissen Sie's noch?

Was sind Medien?

Wiederholung: 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.



! **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**.

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)

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-Intro, Teil 1
Wissenschaftliches
Arbeiten

18.11.2026

Wissenschafts-Intro, 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**.

Welche Medientheorien kennen Sie?

Oder: In welchem Kontext hatten Sie bereits Kontakt?

Was sind überhaupt die Aufgaben von Medien und Medientheorien – und was die dazugehörigen Fragen?

- ☐ Was genau sind Medien?
- ☐ Welche Aufgaben(n) übernehmen Medien?
- ☐ Welche Funktion und welchen Platz haben Medien dadurch in der Gesellschaft – und welche Macht üben sie aus?
- ☐ Wie genau entstehen (digitale) Medien – und wie lassen sich die Medien und die jeweiligen Phasen der Mediengeschichte clustern?
- ☐ Wie ist das Zusammenspiel von Medien und Kommunikation –und warum braucht es dafür eine Öffentlichkeit?
- ☐ Wie ist die Mediennutzung ethisch zu beurteilen?

! Das alles ist Thema dieser Veranstaltungsreihe – und wird im Laufe von DMK1 oder DMK2 beantwortet. Theoretisch, aber auch bezogen auf die einzelnen Anwendungsfelder der Medien & Kommunikation.





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

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

Wiederholung: 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.



Was hat das

Mit Medien zu tun?

Warum brauchen wir Medien?

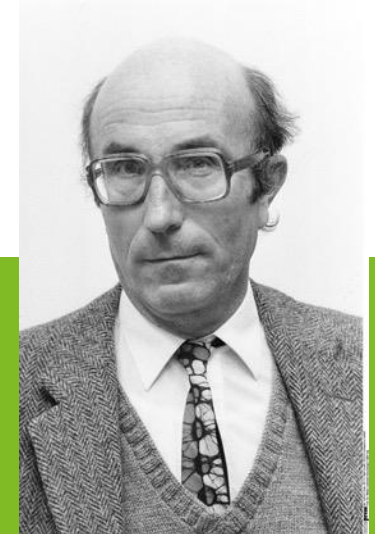
Warum brauchen wir Medien?

Medien als Vermittler sinnlicher Wahrnehmung

- Niklas Luhmanns Systemtheorie enthält einige wesentlichen Punkte, die helfen näher zu bestimmen, welche Merkmale Medien zuzuordnen sind.
- In die „Realität der Massenmedien“ beschäftigt sich Luhmann mit der Art und Weise, wie (Massen-)Medien die Realität konstruieren.
- Luhmann begreift die Massenmedien als eigenständiges, funktional ausdifferenziertes und sich selbst reproduzierendes gesellschaftliches System, das nach eigenen Regeln operiert und durch die selektive Beobachtung und Darstellung gesellschaftlicher Ereignisse eine eigene Konstruktion von Wirklichkeit hervorbringt.
- Die dem zu Grunde liegende These lautet, dass das Reale nicht immer direkt zugänglich ist. Es existiert eine räumliche/zeitliche Differenz, für die man eine „Vermittlung“ braucht.

„Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Medien.“

(Luhmann 1996: 9)



Warum Medien?

Medien als Vermittler sinnlicher Wahrnehmung (1/2)

Was meint Luhmann?

- Medien der sinnlichen Wahrnehmung fungieren als **notwendige Vermittler** zwischen Individuum und Gesellschaft: Sie strukturieren, was wir wahrnehmen – und wie wir es wahrnehmen. Ein Foto, ein Bericht im TV oder ein persönliches Gespräch vermitteln unterschiedliche Zugänge zur Wirklichkeit.
- Daher sprechen wir auch von einem **„medialen Apriori“**: Medien sind nicht bloß Werkzeuge, mit denen wir eine bereits vorhandene Wirklichkeit abbilden. Sie prägen vielmehr die Bedingungen, untern denen wir Wirklichkeit überhaupt erfahren und erkennen.



Was bedeutet das? Haben Sie Beispiele?



Warum Medien?

Medien als Vermittler sinnlicher Wahrnehmung (2/2)

Luhmann in der Kritik:

Der systemtheoretische Zugang Luhmanns muss sich folgender Kritik stellen:

- Die Theorie wird als **zu diffus und unspezifisch** wahrgenommen – und es gibt einen sehr hohen **Abstraktionsgrad**: Luhmann arbeitet mit sehr allgemeinen Begriffen und bietet dadurch nur begrenzte Erklärungsmöglichkeiten für konkrete mediale Phänomene.
- Sie lässt die **materielle-technische Komponente der Medien** sowie deren Einfluss auf Kommunikationsprozesse **außen vor**. (vgl. Grampp 2006: 260-261)



**“Was wir Wissen,
wissen wir durch Medien.”**

Was bedeutet das konkret?



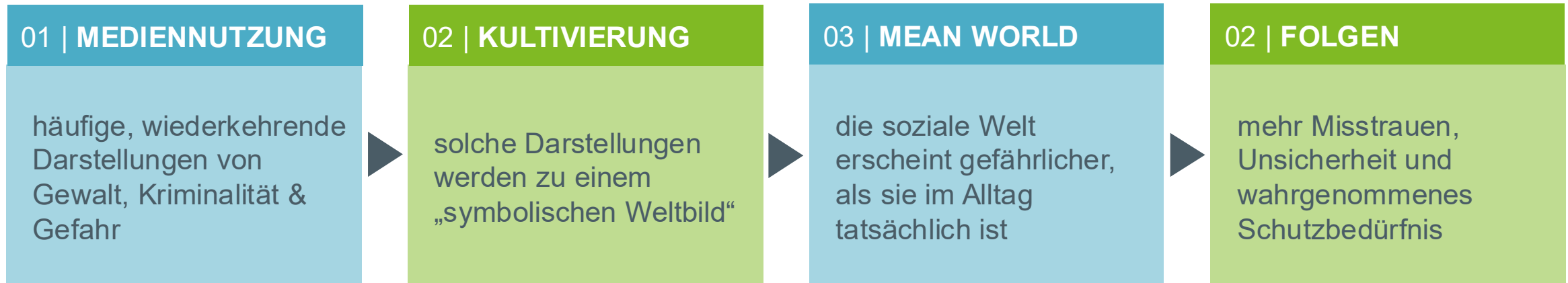
! Das **Mean-World-Syndrom** beschreibt die Tendenz, dass Menschen, die viel Gewalt und Kriminalität in den Medien sehen, die reale Welt als gefährlicher und bedrohlicher wahrnehmen, als sie tatsächlich ist. Im Sinne der Kultivierungstheorie kann langfristiger Medienkonsum dazu beitragen, dass sich die Vorstellungen von der sozialen Realität zunehmend an den medial vermittelten Darstellungen orientieren.

(vgl. Gerbner et al. 1980: 10-19)

Kleiner Exkurs:

Das Mean-World-Syndrom – und was durch Medien passieren kann.

- Das Mean-World-Syndrom geht auf den US-amerikanischen Kommunikationswissenschaftler George Gerbner zurück. Er entwickelte das Konzept im Rahmen seiner „Cultivation Theory“ (Kultivierungstheorie).
- Die zentrale Idee seiner Kultivierungsthese: Nicht einzelne Medieninhalte verändern uns – sondern wiederkehrende Muster. Sie können langfristig unsere Vorstellungen von sozialer Realität prägen.
- Gerbner und Kolleg:innen operationalisierten „Mean World“ u. a. über Einstellungen zu anderen Menschen.



Wichtig: Das Mean-World-Syndrom beschreibt primär eine veränderte Wahrnehmung der Welt – nicht, dass Rezipient:innen selbst gewalttätiger werden. Zudem basiert es vor allem auf TV-Konsum – und ist nicht ohne Kritik.

(vgl. Gerbner et al. 1980: 37–47)

Medien können also die Wahrnehmung prägen.

Haben Sie 'ne Idee, wo das noch so ist?

McLuhan: „The medium is the message“!



Marshall McLuhan hat mit „The medium is the message“ bereits in den 60ern eine These formuliert, die auch in der heutigen, digitalen Medienwelt noch relevant ist. Dabei zählt für ihn nicht nur der Inhalt eines Mediums, sondern vor allem das Medium selbst – das unsere Wahrnehmung beeinflusst und formt.

(vgl. McLuhan 1964)



Video unter <https://youtu.be/Ko6J9v1C9zE>

Medien & Kommunikation:

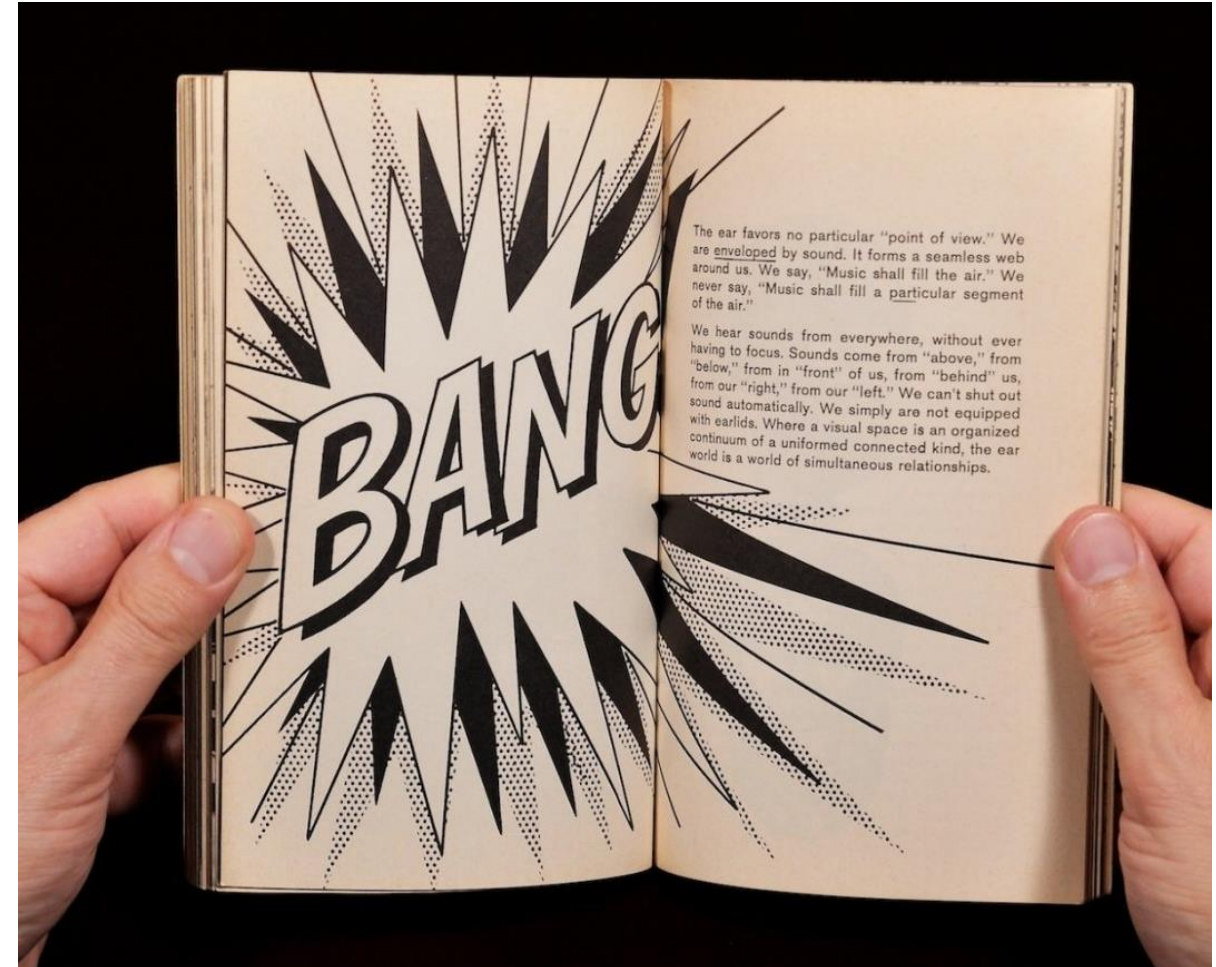
McLuhan's „The medium is the message“

McLuhan extrahiert:

- Für McLuhan sind Medien **Metaphern unserer Wahrnehmung**. Sie prägen durch ihre technische und symbolische Form unser Bewusstsein
- Der Inhalt (was) der Kommunikation spielt hierbei keine Rolle, **zentral ist vor allem die Form (wie)**.
- Die Form wird durch das Medium geprägt. McLuhan argumentiert **technikdeterministisch**; für ihn bestimmt allein die technische Form der Übertragung, was genau das Medium ausmacht.

McLuhan in der Kritik:

- Eine wissenschaftliche Systematik wird aus seinen Überlegungen nicht deutlich. Dennoch sind seine Überlegungen auch heute zentral – für digitale Medien.



(vgl. Beck 2020: 86-92)

McLuhan hatte dabei ein weites Medienverständnis



Video unter <https://youtu.be/mp6jPEX3uFQ>

McLuhan „Extensions of man“

Medien sind zugleich Extensionen und Amputationen des Menschen

- Die Idee der **Körperausweitungen** ist nicht neu. Schon Freud bezeichnete 1930 den Menschen als einen **Prothesengott**.
- Für McLuhan sind **Medien** alle Arten von neurophysiologischen **Erweiterungen des Menschen** („extensions of man“) – also auch Kleidung, Werkzeuge, Elektrizität.
- Mit jeder neuen Extension geht zugleich eine **Amputation** einher, weil neue Möglichkeiten **alte Fertigkeiten verkümmern lassen**.

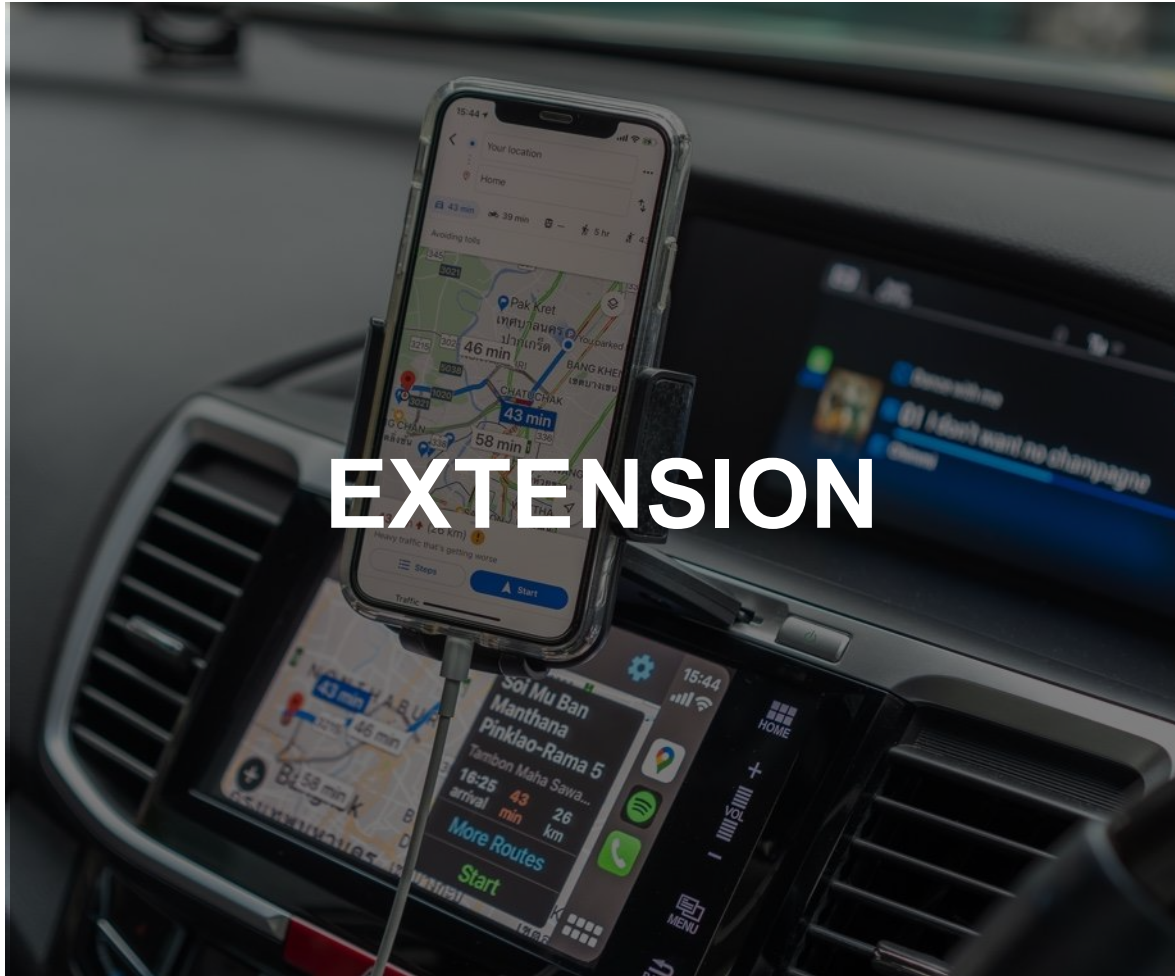


*„Alle Medien sind **Erweiterungen der menschlichen Möglichkeiten**, geistig oder körperlich. Das Rad: eine Erweiterung des Fußes. Das Buch: eine Erweiterung des Auges. Kleider eine Erweiterung der Haut. Elektronische Schaltkreise eine Erweiterung des Nervensystems. Jede solche Erweiterung eines Sinnesorgans verändert auch das Denken“ (McLuhan 1964: 51).*

(vgl. McLuhan 1964)

McLuhan am Beispiel:

Medien sind zugleich Extensionen und Amputationen des Menschen



McLuhan

Extension & Amputation:

Haben Sie (aktuelle) Beispiele?

Apropos

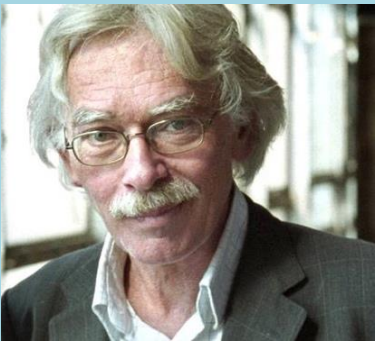
Technik & Medien:

Wer bestimmt die Medien – und deren Möglichkeiten?

Ein anhaltender Streitfall der Medienforschung: technologische vs. anthropologische Ansätze der Medienforschung

DER TECHNOLOGISCHE ANSATZ

Medientechnologien bestimmen unsere Wahrnehmung – und schaffen so überhaupt erst die Ermöglichungsbedingungen für gesellschaftliche Kommunikation.



„Medien bestimmen unsere Lage.“

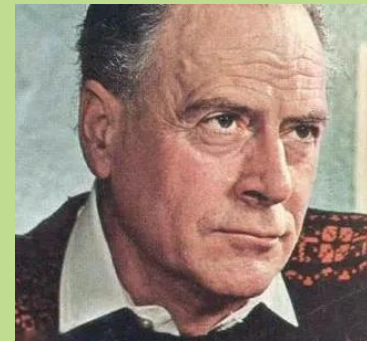
„Alles ist Hardware.“

Friedrich Kittler

! Die Technik bestimmt die kulturelle Praxis.

DER ANTHROPOLOGISCHE ANSATZ

Alles geht vom Menschen als Subjekt und den resultierenden, entsprechenden menschlichen Handlungen aus. Kulturelle Praxis verfestigt sich und schlägt sich in Technik nieder.



„Medien sind Extensionen des Menschen.“

Marshall McLuhan

! Technik ist Resultat menschlicher Praxis.

(vgl. Winkler 1999: 221-238)

Egal, wer Recht hat:

Wie verändert Technik

die Medien?

Mediengeschichte

Vom mündlichen Austausch bis zur digitalen Vernetzung

1. PRIMÄRPHASE

BIS CA. 1450



- Mündliche und handschriftliche Kommunikation überwiegen.
- Gebunden an Mimik und Gestik in Ritual, Tanz, Vorführung.
- Anwesenheit der Teilnehmer erforderlich.
- Einheit von Zeit und Raum.



2. SEKUNDÄRPHASE

AB 1450



- Buchdruck löst orale Wissensvermittlung ab.
- Wissensexplosion, logisches Denken und Entsinlichung.
- Verwaltung, Politik, Bildung und Individualisierung werden gefördert.



3. TERTIÄRPHASE

1900 – 1990



- Aufkommen der Massenmedien – Radio, Kino, Fernsehen.
- Gefahr von Manipulation und Propaganda.
- Pictorial Turn – Dominanz der Bild(schirm)medien.
- Kommerzialisierung und Beschleunigung als Kennzeichen globaler Medienkultur und Unterhaltung.



4. QUARTÄRPHASE

AB 1990



- Auflösung des Sender-Empfänger-Schemas.
- Paradigma der reziproken Kommunikation.
- Personal Computer und Internet.
- Informationsgesellschaft.



(eigene Darstellung)



Zentraler als die Frage „Was sind Medien“ ist die Frage der medialen Konfiguration – also: Was können Medien. Oder: **Welche Möglichkeiten werden durch Medien bzw. die mediale Konfiguration eröffnet – und wie werden diese Möglichkeiten genutzt?**

(vgl. Burkhardt 2015: 33-36)

Medien –

und ihre Möglichkeiten.

Bzw: Wie und wofür werden Medien genutzt?

Medien und ihre (technischen) Nutzungsmöglichkeiten

Die Medienklassen nach Pross – und ihre Erweiterung

- Medien werden in der Literatur oft nach ihrer technischen Nutzung bzw. dem Technikeinsatz eingeteilt. Dabei geht die folgende Einteilung auf Harry Pross (1972) zurück – wobei Manfred Faßler (1997) eine vierte Kategorie ergänzte, um auf digitale bzw. computerbasierte und vernetzte Medien einzugehen.



Wichtig: Auch wenn diese diese vier Medienklassen in Epochen eingeteilt sind, hat die jeweils neue Medienklasse die alte nicht komplett abgelöst. Primär-, Sekundär-, Tertiär- und Quartärmedien existieren heute parallel.

(vgl. Pross 1972: 128-145; Faßler 1997: 166)

Der Technikeinsatz ist eine einfach Kategorisierung.

Wie und wonach könnten wir Medien noch clustern?

Ein Überblick:

Wie können wir Medien kategorisieren bzw. clustern?

Medien – Mitte/Vermitteldes

Wahrnehmungs- medien	Techn. Speicher- /Verarbeitungsmedien	semiotische Kommunikationsmittel	Medienformen und Formate	Gesellschaftl. Funktionen
Klassifikation nach Sinnen/Kanal: ☐ Auditiv ☐ Visuell ☐ Audiovisuell ☐ Haptisch ☐ Olfaktorisch	Klassifikation nach Technikeinsatz: ☐ Primäre Medien (ohne Technik) ☐ Sekundäre Medien (Produktion) ☐ Tertiäre Medien (Prod.+Rezeption) ☐ Quartäre Medien (Rückkanal, Rollen)	Klassifikation nach Zeichensystem und Bedeutung: ☐ Schrift ☐ Bild ☐ Zahl ☐ Ton  Näheres in der nächsten Sitzung.	Klassifikation nach Formaten/Genres: ☐ Buch ☐ Zeitung ☐ Film ☐ Serien ☐ Radiosendung ☐ Game...	Klassifikation nach Funktion: ☐ Information ☐ Unterhaltung ☐ Öffentlichkeit ☐ Speicher/ Kulturerbe...



Je nach Clusterung/Klassifikation kann der Blick auf Medien und eine etw. Hausarbeit dazu anders aussehen!

Medien –

und ihre Möglichkeiten.

Warum aber nutzen Sie ein bestimmtes Medium?

Warum nutzen wir bestimmte Medien?



Der Uses-and-Gratifications-Ansatz geht davon aus, dass Menschen Medien aktiv auswählen, um Bedürfnisse wie Information, Unterhaltung oder sozialen Austausch zu befriedigen. Im Mittelpunkt steht also nicht, was Medien mit Menschen machen, sondern was Menschen mit Medien machen.

(vgl. Katz et al. 1973: 509–523)

Warum nutzen wir bestimmte Medien?

Der Uses-and-Gratifications-Ansatz – als Perspektivwechsel

Der **Uses-and-Gratifications-Ansatz** betrachtet Mediennutzung aus der Perspektive der Nutzenden: Menschen gelten nicht als passive Empfänger von Medienwirkungen, sondern wählen Medien und Inhalte aktiv und zielgerichtet aus, um bestimmte Bedürfnisse zu befriedigen. Ausgangspunkt sind soziale und psychologische Bedürfnisse, aus denen Erwartungen an Medien entstehen. Ob wir Netflix schauen, TikTok öffnen, Nachrichten lesen oder ein Videospiel spielen, hängt demnach auch davon ab, welche „Gratifikation“ – also welchen Nutzen bzw. welche Bedürfnisbefriedigung – wir uns davon versprechen.

(vgl. Katz et al. 1973: 509–523)

Die fünf klassischen Bedürfniskategorien nach Katz, Gurevitch & Haas (1973)

- ☐ **Information & Wissen:** Orientierung, Lernen, Verstehen – *bspw. die Tagesschau*
- ☐ **Unterhaltung & Emotionen:** Spaß, Spannung, ästhetisches Erleben – *bspw. Netflix*
- ☐ **Persönliche Identität:** Selbstbestätigung, eigene Werte, Status – *bspw. Influencer:innen folgen*
- ☐ **Soziale Integration:** Austausch, Zugehörigkeit, Kontakt zu anderen – *bspw. WhatsApp*
- ☐ **Entspannung & Eskapismus** – Ablenkung, Abschalten, dem Alltag entfliehen – *bspw. Gaming*



Ergo: Rezipient:innen sind hier aktive Nutzer. Bedürfnisse und erwartete Gratifikationen beeinflussen die Medienwahl.

(vgl. Katz et al. 1973: 164–181)

Wir entscheiden, welche Medien wir wofür nutzen.

Aber: Wer entscheidet, was wir da finden?

Preview (mehr in den nächsten Wochen!): Gatekeeping & Agenda-Setting

Gatekeeping beschreibt den Prozess, durch den entschieden wird, **welche Informationen zu Medieninhalten werden – und welche nicht.**

Agenda-Setting beschreibt den **Einfluss der Medien** darauf, **welche Themen** Menschen als gesellschaftlich **wichtig** wahrnehmen.

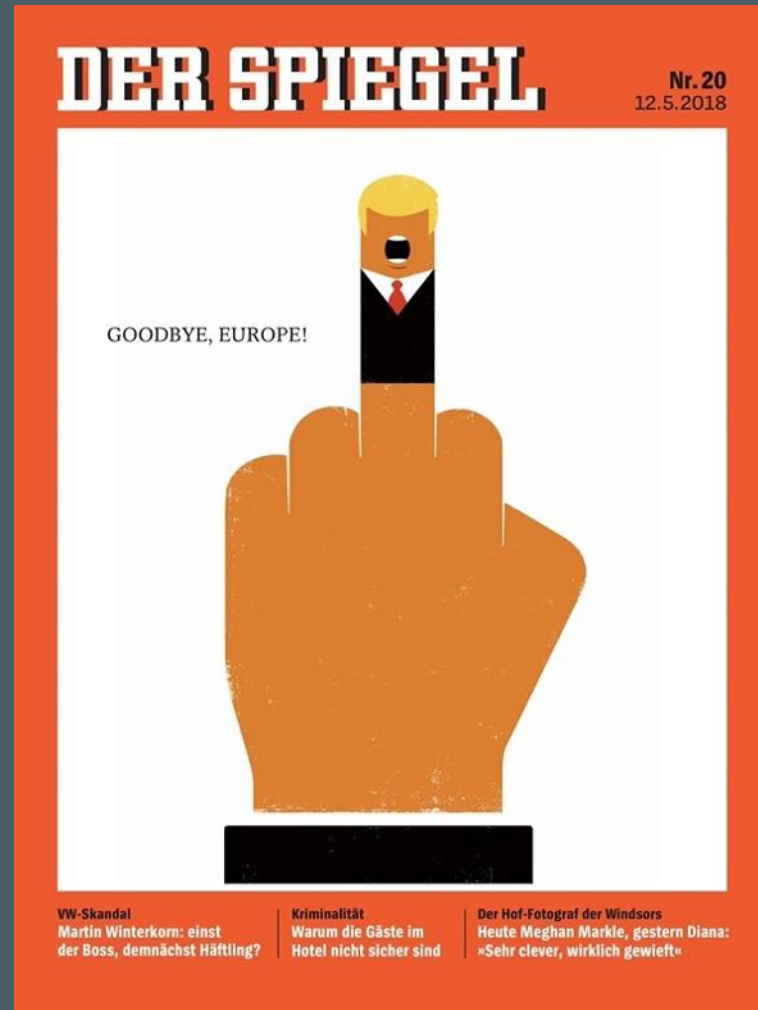
! **Wichtig:** Gatekeeping und Agenda-Setting verschwinden auch in Zeiten von TikTok und Co. nicht, verändern sich aber.

(vgl. White 1950: 383ff; McCombs & Shaw 1972: 176ff)

Durch all das

entstehen auch Leitmedien.

Aber: Was sind (Ihre) Leitmedien?



Durch all das entstehen (auch) Leitmedien:

— Medien, mit dem jeweils größten gesellschaftlichen Einfluss

Leitmedien sind Medienangebote, an denen sich andere Medien, gesellschaftliche Akteure und Teile des Publikums hinsichtlich Themenauswahl, Relevanz und öffentlicher Debatten orientieren.

Dabei muss ein Leitmedium nicht zwingend das reichweitenstärkste Medium sein. Entscheidend ist vielmehr sein **Einfluss auf die Öffentlichkeit** und die **gesellschaftliche Kommunikation**.

(vgl. Wilke 1999: 302ff)

Typische Funktionen von Leitmedien sind:

- ☐ **Themensetzung:** Leitmedien können Themen vorgeben, die von anderen Medien aufgegriffen werden.
- ☐ **Orientierung:** Sie dienen Journalist:innen und Redaktionen als wichtige Informations- und Recherchequellen.
- ☐ **Relevanzzuweisung:** Durch Auswahl und Gewichtung tragen sie dazu bei, Themen gesellschaftliche Bedeutung zu verleihen.
- ☐ **Meinungsbildung:** Sie stellen Informationen und Deutungsangebote für öffentliche Diskurse bereit.



(vgl. Wilke 1999: 302-329)

Egal, welche Medien:
Medien funktionieren
nicht für sich alleine.

Wiederholung: 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**.

heute behandelt



KOMMUNIKATION



nächste zwei Sitzungen

ÖFFENTLICHKEIT



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

Kleines Wrap-Up:

Was nehmen Sie heute mit?

Ein kleines Wrap-Up:

Was nehmen Sie heute – in aller Kürze – mit?

#1

Medien vermitteln Wirklichkeit: Sie überbrücken räumliche und zeitliche Distanz und prägen dabei unsere Wahrnehmung von der Welt.

#2

Das Medium selbst macht einen Unterschied: Nicht nur der Inhalt, sondern bereits die Form und Technik eines Mediums beeinflusst unsere Wahrnehmung und Kommunikation.

#3

Medien und Technik beeinflussen sich gegenseitig: Medien können als technische Erweiterungen des Menschen verstanden werden – zugleich ist Technik Ergebnis menschlicher und kultureller Praxis.

#4

Medien unterscheiden sich in ihren Möglichkeiten und ihrer Nutzung: Von Primär- bis Quartärmedien verändern technische Voraussetzungen die Kommunikation; welche Medien wir nutzen, hängt zugleich von unseren Bedürfnissen ab.

#5

Medien strukturieren Öffentlichkeit: Durch Gatekeeping, Agenda-Setting und Leitmedien beeinflussen sie, welche Informationen sichtbar werden und gesellschaftliche Relevanz erhalten.

Noch Fragen?

Das ist Ihre Chance! ;)

Literatur- & Quellverzeichnis

zu „Grundlagen, Teil 1: Einführung Medien“

- Beck, Klaus (2020): Kommunikationswissenschaft. 6. Auflage. München.
- Burkhardt, Marcus (2015): Digitale Datenbanken: Eine Medientheorie im Zeitalter von Big Data. Bielefeld.
- Faßler, Manfred (2003): Was ist Kommunikation? 2. Auflage. Stuttgart.
- Gerbner, George; Gross, Larry; Signorielli, Nancy & Morgan, Michael (1980): Aging with Television: Images on Television Drama and Conceptions of Social Reality, in: Journal of Communication, 30(1), S. 37–47.
- Grampp, Sven (2006): McLuhmann. Niklas Luhmanns Systemtheorie und die Realität der Medien (Standpunkte), in: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*. Jg. 23 (2006). Nr. 3, S. 260-276.
- Katz, Elihu; Blumler, Jay G.; Gurevitch, Michael (1973): Uses and Gratifications Research, in: Public Opinion Quarterly, 37(4), S. 509–523.
- Katz, Elihu; Gurevitch, Michael; Haas, Hadassah (1973): On the Use of the Mass Media for Important Things, in: American Sociological Review, 38(2), S. 164–181.
- Klaus, Elisabeth; Altmeyden, Klaus-Dieter & Röttger, Ulrike (2025): Grundlagen und Perspektiven der Kommunikationswissenschaft, in: Röttger, Ulrike; Altmeyden, Klaus-Dieter & Klaus, Elisabeth: Kommunikationswissenschaft. Eine Einführung in die kommunikativen und medialen Grundlagen unserer Gesellschaft. Wiesbaden.
- Kloock, Daniela/Spahr, Angela (2012): Magische Kanäle. Marshall McLuhan, in: Medientheorien: Eine Einführung. 4. Auflage. Paderborn. S. 39-76. Pflichttext McLuhan zu Medien und Kommunikationsmodellen!**
- Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. Opladen. /Wien.

Literatur- & Quellverzeichnis

zu „Grundlagen, Teil 1: Einführung Medien“

- McCombs, Maxwell E./Shaw, Donald L. (1972): The Agenda-Setting Function of Mass Media, in: Public Opinion Quarterly, 36 (2), S. 176–187.
- McLuhan, Marshall (1964): Understanding Media: The Extensions of Man. Dresden, Basel.
- Pross, Harry (1972): Medienforschung. Film, Funk, Presse, Fernsehen. Berlin/Darmstadt
- Saxer, Ulrich (2012): Mediengesellschaft. Eine kommunikationssoziologische Perspektive. Wiesbaden.
- Schmidt, Axel (2018): Medien und Medienkommunikation, in: Hoffmann, Dagmar/Winter, Rainer (Hrsg.): Mediensoziologie. Handbuch für Wissenschaft und Studium. Baden-Baden. S. 39-56.
- Weber, Stefan (2010): Einführung: (Basis-)Theorien für die Medienwissenschaft, in: Weber, Stefan (Hrsg.): Theorien der Medien. Von der Kulturkritik bis hin zum Konstruktivismus. 2. Auflage. Konstanz. S. 15-48.
- Wilke, Jürgen (1999): Leitmedien und Zielgruppenorgane, in: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Böhlau, Köln/Weimar/Wien, S. 302–329.
- Winkler, Hartmut (1999): Die prekäre Rolle der Technik. Technikzentrierte versus 'anthropologische' Mediengeschichtsschreibung, in: Pias, Claus (Hrsg.): [me'dien]i Dreizehn Vorträge zur Medienkultur. Weimar. S. 221-238.
- White, David Manning (1950): The “Gate Keeper”: A Case Study in the Selection of News, in: Journalism Quarterly, 27 (4), S. 383–390.



Die jeweiligen **Quellen der Wiederholungs-Folien** finden Sie im **Skript der vorherigen Sitzung!**



Digitale Medien + Kommunikation #DMK1

WiSe 2026/2027