



**Digitale Medien
+ Kommunikation
#DMK1**

SoSe 2026

Erst Sie:

Gibt's vorab Fragen?

Themen- & Semesterplan: #DMK1 | Vorlesung

15.04.2026	Herzlich Willkommen! Infos & Orga #DMK1	22.04.2026	Grundlagen, Teil 1 Einführung Medien	29.04.2026	Grundlagen, Teil 2 Einführung Kommunikation	06.05.2026	Wissenschafts-Exkurs, Teil 1 Wissenschaftliches Arbeiten
13.05.2026	Grundlagen Social Media Soziale Interaktion & Social Media	20.05.2026	Social Media, Teil 2 Soziale Identität & Beziehungen	03.06.2026	Wissenschafts-Exkurs, Teil 2 Empirische Methoden	10.06.2026	Social Media, Teil 3 Communities & Wissens-Netzwerke
17.06.2026	Social Media, Teil 4 User-Generated- Content & Recht	24.06.2026	Social Media, Teil 5 Text: Blogs & (Social) Journalism	01.07.2026	Wissenschafts-Exkurs, Teil 3 Medienwirkungs- Forschung	08./15.07.26	Wrap-Up Was war dieses Semester wichtig?



In der Projektwoche (**27.05.2026**) entfällt DMK I. Das offizielle Ende der Vorlesungszeit ist der **15.07.2026**.



Hmm.

Was ist im Kopf geblieben?

Wie war das noch, was genau 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
- 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.

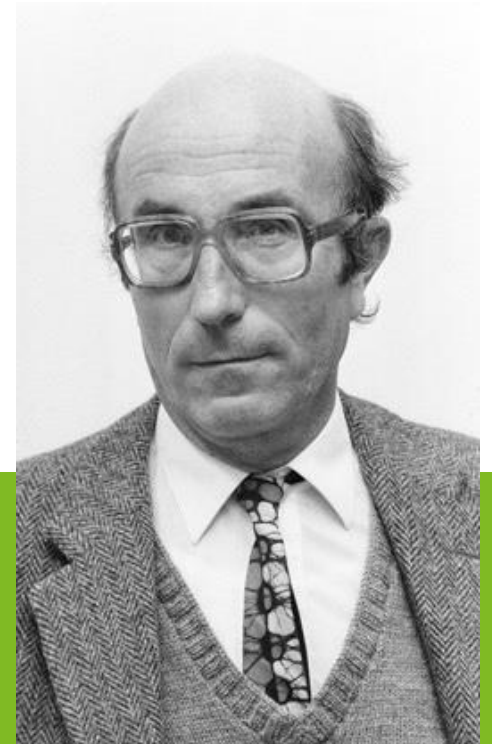


Der Medienbegriff wird in unterschiedlichen Disziplinen aus verschiedenen Perspektiven betrachtet. Er ist ein multidiskursives Konzept.

Warum 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 damit mit der Art und Weise, wie Massenmedien die Realität konstruieren.
- Die dem zu Grunde liegende These lautet, dass **das Reale ist nicht immer direkt zugänglich**. Es existiert eine räumliche/zeitliche Differenz, für die man eine „Vermittlung“ braucht.
- Medien der sinnlichen Wahrnehmung fungieren als **notwendige Vermittler zwischen Individuum und Gesellschaft**. Daher sprechen wir auch von einem „**medialen Apriori**“.



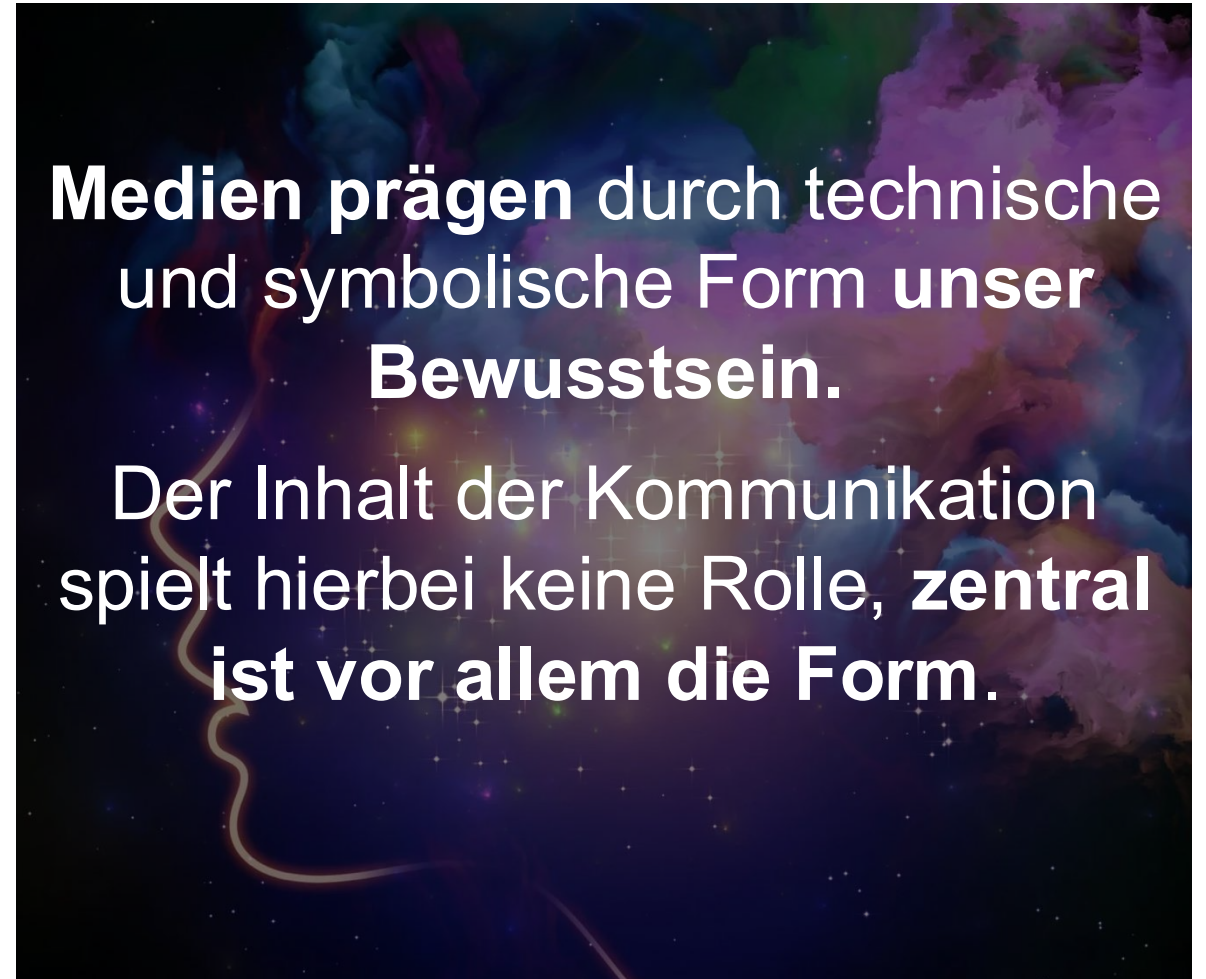
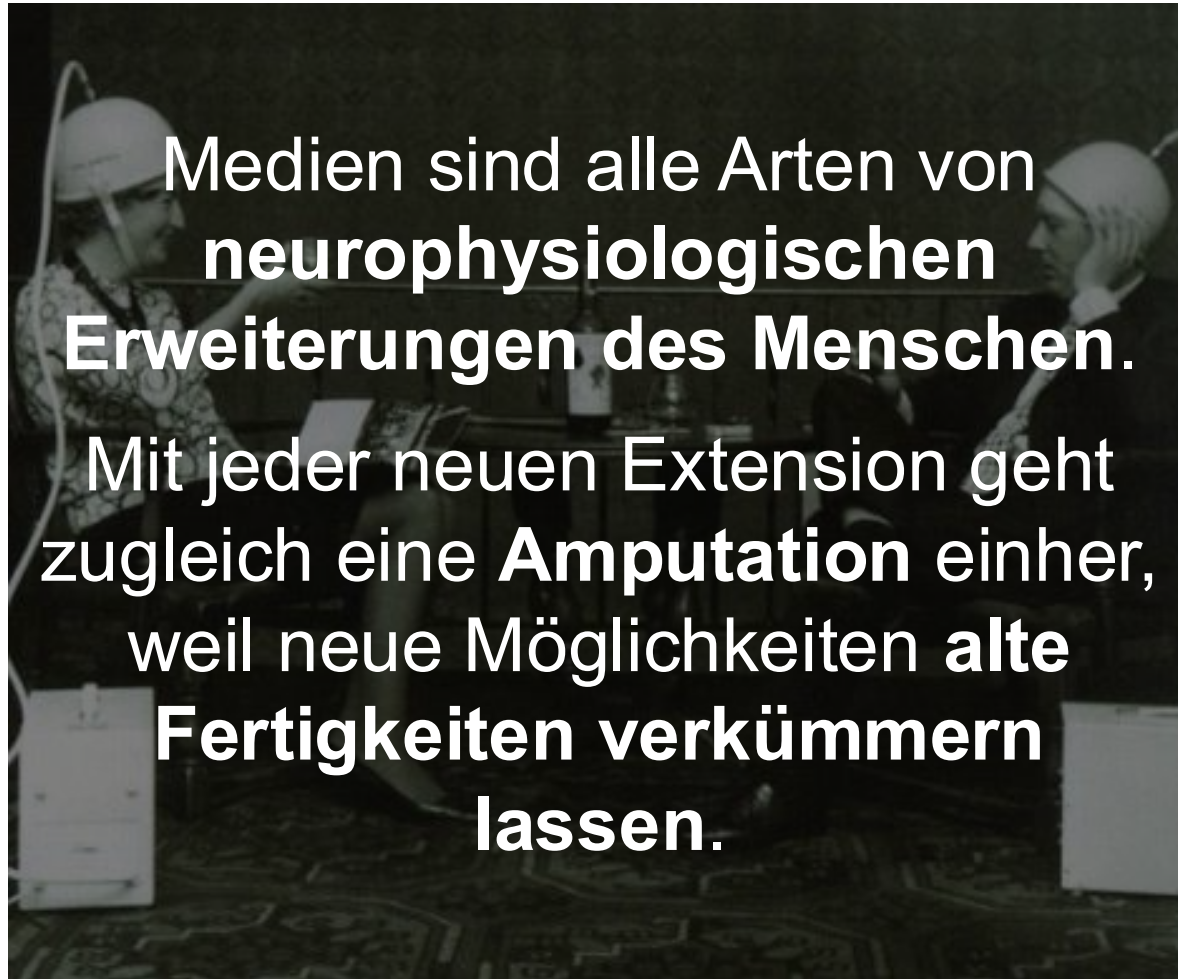
„Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Medien.“

(Luhmann 1996: 9)

Dann war da McLuhan:

Was sagt er über Medien?

McLuhan und seine zwei wichtigsten Aussagen: „Extension of man“ & „The medium is the message“!



Was ist ein Medium?

Vom Medium zur medialen Praxis

- Grundsätzlich vermitteln Medien soziale Austauschprozesse und machen sie dadurch wahrnehmbar (vgl. Schmidt 2018: 39).
- Zentral für eine **praxisnahe und handlungsorientierte** Beschäftigung mit dem Medien-Begriff sind somit nicht (nur und ausschließlich) die einzelnen Medien, sondern eher die **mediale Konfigurationen**.
- **Dadurch ändert sich die Perspektive** – und der Blick auf die Medien: Weg vom Medium selbst, hin zur Frage der Möglichkeiten.



Die Frage lautet also nicht nur „Was sind Medien?“, sondern viel mehr: „**Welche Möglichkeiten werden durch Medien bzw. die Mediale Konfiguration eröffnet – und wie werden diese Möglichkeiten genutzt?**“

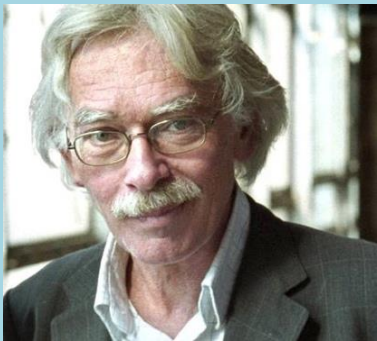
(vgl. Burkhardt 2015: 33-36)

Der Streitfall der Medien: Mensch vs. Technik?

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.“

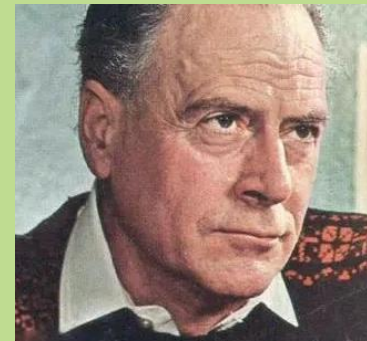
„Alles ist Hardware.“

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)



Medientheorie

Wie lassen sich

Medien kategorisieren?

Was sind Medien?

Verschiedene Perspektiven auf Medien und Klassifikationen

Medien – Mitte/Vermittelndes

Wahrnehmungs- medien	Techn. Speicher- /Verarbeitungsmedien	semiotische Kommunikationsmittel	Medienformen und Formate	Gesellschaftl. Funktionen
<p>Klassifikation nach Sinnen/Kanal:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Auditiv▪ Visuell▪ Audiovisuell▪ Haptisch▪ Olfaktorisch	<p>Klassifikation nach Technikeinsatz:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Primäre Medien (ohne Technik)▪ Sekundäre Medien (Produktion)▪ Tertiäre Medien (Prod.+Rezeption)▪ Quartäre Medien (Rückkanal, Rollen)	<p>Klassifikation nach Zeichensystem und Bedeutung:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Schrift▪ Bild▪ Zahl▪ Ton <p>↘ Näheres folgt heute noch!</p>	<p>Klassifikation nach Formaten/Genres:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Buch▪ Zeitung▪ Film▪ Serien▪ Radiosendung▪ Game...	<p>Klassifikation nach Funktion:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Information▪ Unterhaltung▪ Öffentlichkeit▪ Speicher/ Kulturerbe...

Noch Fragen?

Last Chance. ;)

Denken Sie dran:

Lesen Sie die Texte.

Themen- & Semesterplan: #DMK1 | Vorlesung

15.04.2026	Herzlich Willkommen! Infos & Orga #DMK1	22.04.2026	Grundlagen, Teil 1 Einführung Medien	29.04.2026	Grundlagen, Teil 2 Einführung Kommunikation	06.05.2026	Wissenschafts-Exkurs, Teil 1 Wissenschaftliches Arbeiten
13.05.2026	Grundlagen Social Media Soziale Interaktion & Social Media	20.05.2026	Social Media, Teil 2 Soziale Identität & Beziehungen	03.06.2026	Wissenschafts-Exkurs, Teil 2 Empirische Methoden	10.06.2026	Social Media, Teil 3 Communities & Wissens-Netzwerke
17.06.2026	Social Media, Teil 4 User-Generated- Content & Recht	24.06.2026	Social Media, Teil 5 Text: Blogs & (Social) Journalism	01.07.2026	Wissenschafts-Exkurs, Teil 3 Medienwirkungs- Forschung	08./15.07.26	Wrap-Up Was war dieses Semester wichtig?



In der Projektwoche (**27.05.2026**) entfällt DMK I. Das offizielle Ende der Vorlesungszeit ist der **15.07.2026**.



Wie immer, erst Sie:
Was ist 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)

Was ist Kommunikation?

Verschiedene Sichtweisen – und Unterarten.

DER WEITE SINN

Kommunikation im weiteren Sinne meint **alle Prozesse der Informationsübertragung** – und bezieht verschiedene Systeme der Informations-übertragung (technische, psychische, physische, soziale Systeme) mit ein.

DER ENGERE SINN

Kommunikation im engeren Sinne meint einen **Vorgang der Verständigung und Bedeutungsvermittlung zwischen Lebewesen**.

Soziologisch betrachtet stellt Kommunikation somit eine Form sozialen Handelns dar, die mit subjektivem Sinn verbunden ist – und sich auf das Denken, Fühlen, Handeln von Menschen bezieht.

DIE UNTERARTEN

In der Kommunikationswissenschaft unterscheiden wir dabei zudem zwischen **Individualkommunikation**, **Massenkommunikation** und – für uns besonders spannend – spezifischen Kennzeichen einer **computervermittelten Kommunikation** (CvK; bzw. CMC für Computer-Mediated-Communication).

(vgl. Pürer 2001: 3-4)

! **Achtung:** Auch der Begriff der Kommunikation ist somit ein multidiskursives Konzept.

Was ist was?

Massen- &

Individualkommunikation.

Haben Sie Beispiele?

Definitionsangebot zu Massenkommunikation

„Unter Massenkommunikation verstehen wir jene Form der Kommunikation, bei der **Aussagen öffentlich** (also ohne begrenzte und personell definierte Empfängerschaft) durch **technische Verbreitungsmittel** (Medien) **indirekt** (also bei räumlicher oder zeitlicher oder raumzeitlicher Distanz zwischen den Kommunikationspartnern) und **einseitig** (also ohne Rollenwechsel bzw. Aussagenden und Aufnehmenden) an ein **disperses Publikum** vermittelt werden.“

(Maletzke 1998: 45)

Beispiele für Massenkommunikation:

- Printmedien (z. Bsp. Buch, Zeitung, Magazin, Plakat, Flyer, etc.)
- Film, Hörfunk und Fernsehen (audiovisuelle Medien)
- massenhaft verbreitete Speichermedien (z. B. DVD, Bluray)
- (öffentliche) Webseiten & Apps
- Soziale Netzwerke

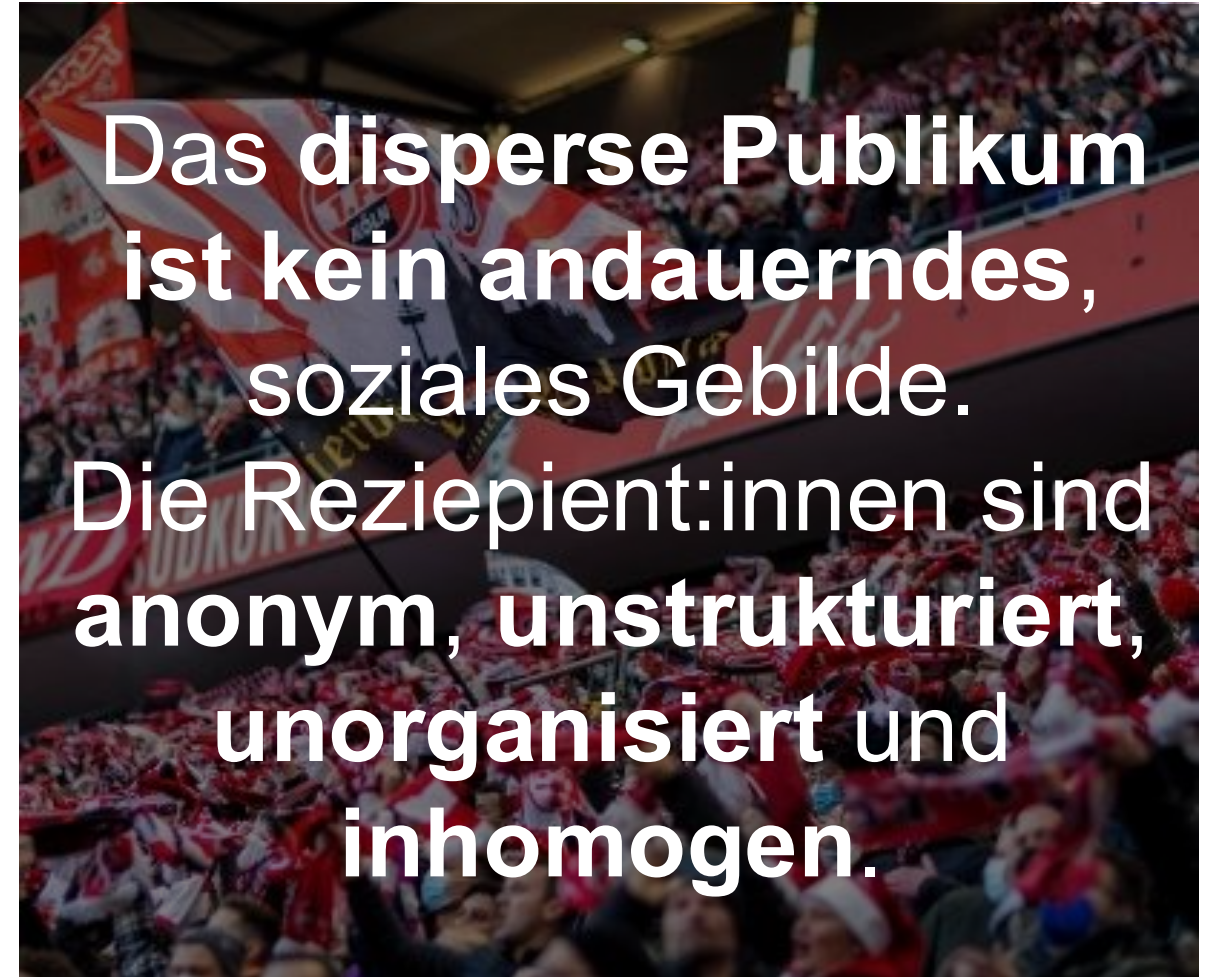
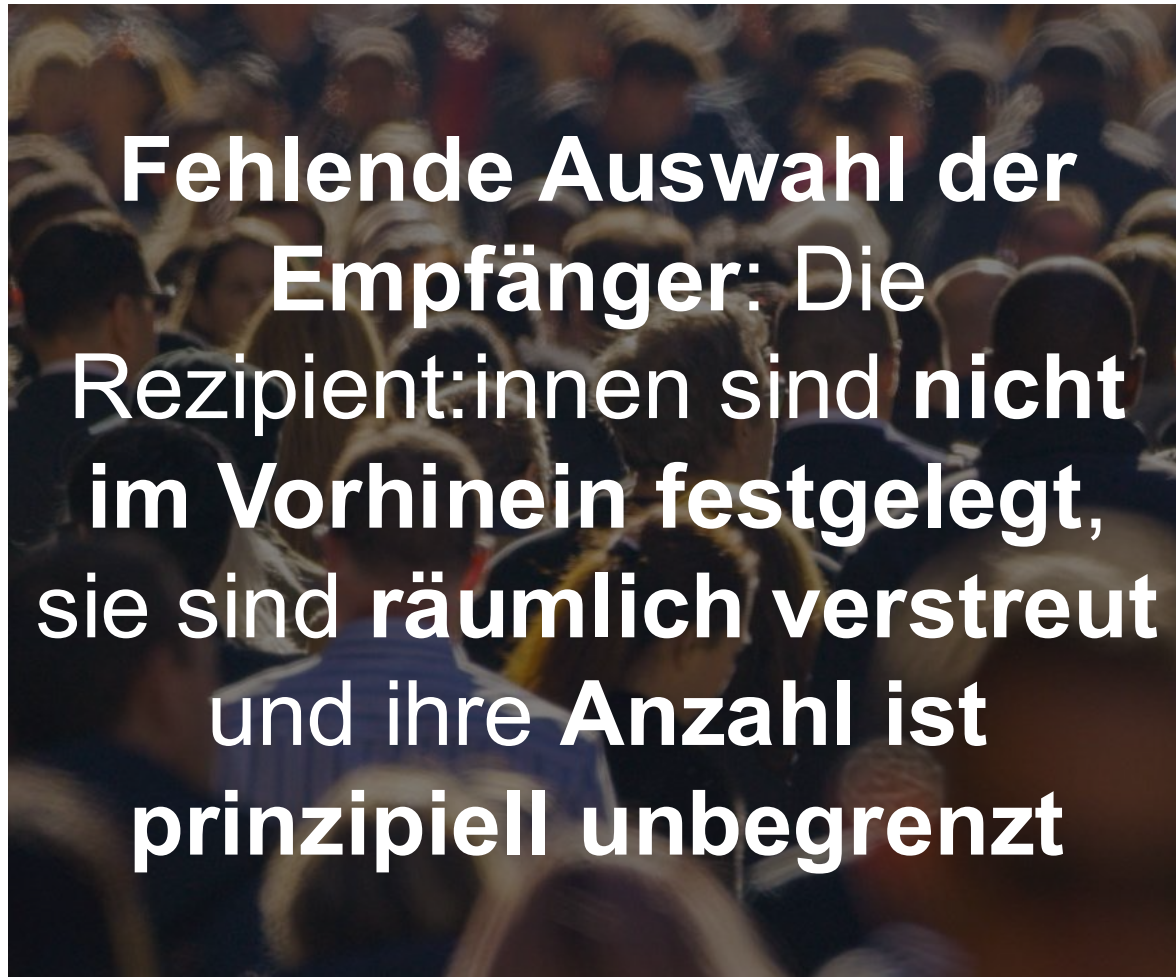


Massenkommunikation:

Was könnte dabei

ein Problem sein?

– und was diese Form der Kommunikation verkompliziert



(vgl. Maletzke 1963 : 32)

Definitionsangebot zu Individualkommunikation

Als Individualkommunikation bezeichnen wir in der Kommunikationswissenschaft eine Kommunikationsform, bei der einzelne Individuen **miteinander kommunizieren**. Bei Medien der Individualkommunikation läuft der Informationsfluss dabei in **beide Richtungen**, er wird daher als **bidirektional** bezeichnet – und nicht als unidirektional (vom Verfasser der Botschaft zum Empfänger). Alle Teilnehmer der Individualkommunikation sind somit **bekannt und zugleich Sender und Empfänger**.

Beispiele für Individualkommunikation:

- (analoges) Face-to-Face Gespräche (inkl. verbalen und non-verbalen Signalen)
- Klassisches Telefonat, aber auch Audio-Facetime- oder WhatsApp-Call (verbal)
- Facetime, Zoom-Call, Teams etc. (audiovisuelle Videotelefonie)
- Brief, E-Mail, SMS, Facebook Messenger
- Chat, Instant Messanging, iMessage, WhatsApp, etc.



(vgl. Merten 1977 : 118)



Und jetzt: Pause!

In 20 Min. geht's weiter.

Bleiben wir dabei:

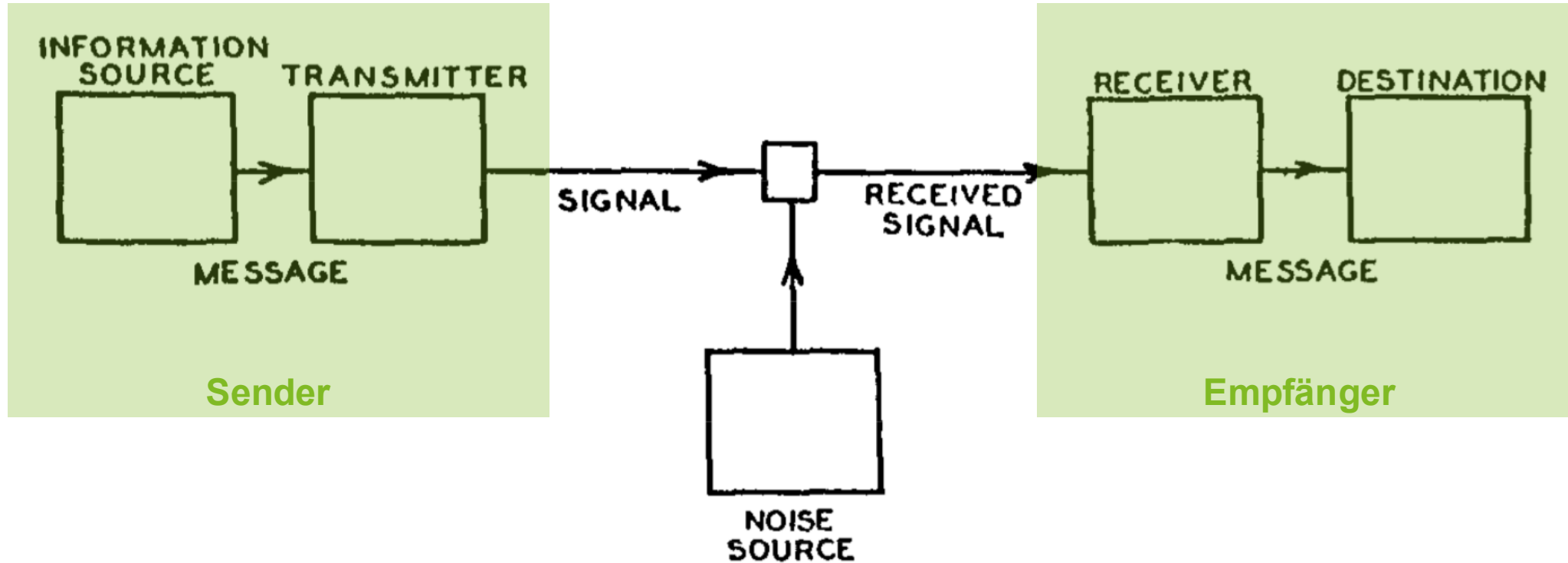
Wie funktioniert

Individualkommuniaktion?



Video unter <https://youtu.be/VkGtMz8ZA0U>

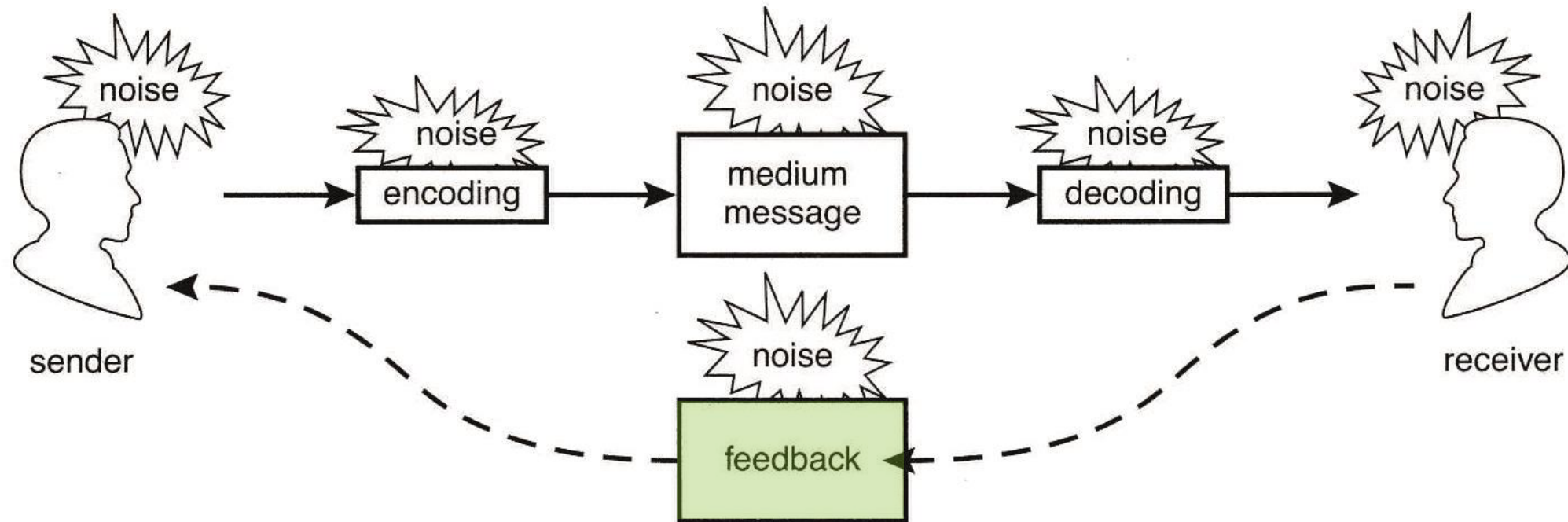
Kommunikationsmodell der Nachrichten- und Medientheorie: Shannon & Weaver's Mathematische Informationstheorie



Das nachrichtentheoretische Kommunikationsmodell ist auch als **Sender-Empfänger-Modell** bekannt. Shannon und Weaver begründeten damit die Informationstheorie.

(vgl. Shannon 1948: 29-116)

Das Sender-Empfänger-Modells von Shannon und Weaver: Harrison's Adaption – inkl. Feedback.



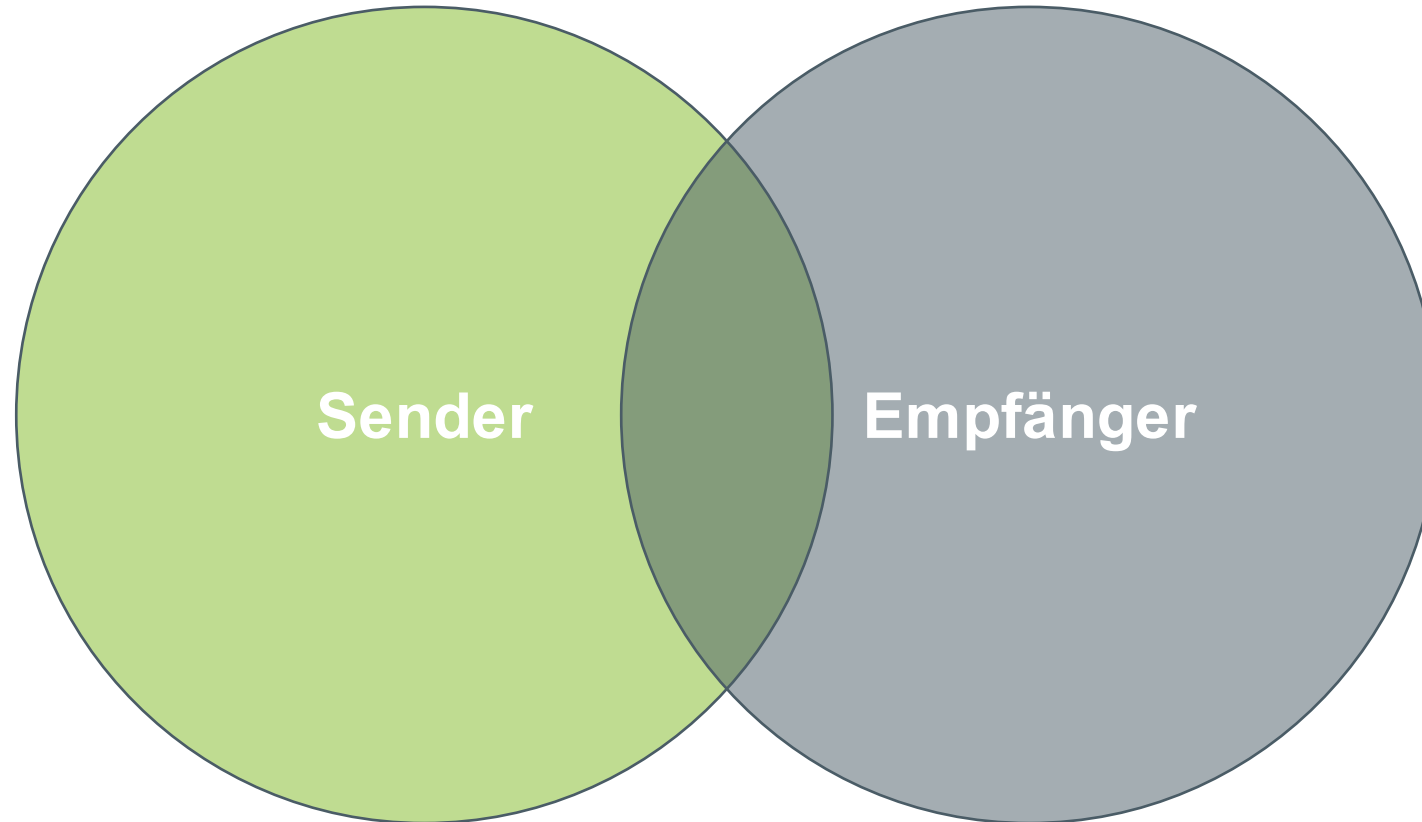
! Harrison adaptiert das – auch – mathematische Kommunikationsmodell und integriert neben diversen, potenziellen Störfaktoren menschlicher Kommunikation auch das im Dialog wichtige, kommunikative Feedback.

(vgl. Harrison 1995: 30)

Apropos:

**Wie entschlüsseln Sie
die Botschaften?**

Sender und Empfänger benötigen gleiches Code-System & Verständnis für erfolgreiche Kommunikation



(vgl. Gust 2020: 23)



! Wir haben im Laufe unseres Lebens gelernt, dass das hier eine Eule ist – und dass die Buchstaben-zusammensetzung E-U-L-E dieses Tier beschreibt. Was genau beim Lesen des Begriffs Eule in unserem Kopf assoziiert wird, ist aber individuell verschieden. **Wörter kreieren somit ganz persönliche Gefühle, Bilder und Assoziationen in unseren Köpfen.**

Warum ist eine Eule eine Eule? Warum ein Pfeil ein Pfeil?

Die Lehre der Semiotik

Die Semiotik (aus dem Griechischen für ‚Zeichen‘, ‚Signal‘) ist **die Wissenschaft bzw. die Lehre der Zeichen** und der Zeichensysteme. Zeichen können dabei aus Icons, Symbolen oder einfacher Schrift bestehen. All diesen Zeichen gemein ist, dass sie Bedeutung vermitteln – und Kommunikation erst ermöglichen.

Als einer der wichtigsten Väter der Semiotik gilt der Schweizer Professor für Linguistik Ferdinand de Saussure.

DIE SYNTAX

Der Inhalt des Zeichens – und deren Verbindung zu Sätzen.

- Was sieht man? Nach welchen Regeln wird der Satz gebildet?

Die SEMANTIK

Gibt eine begleitende Bedeutung des Inhalts.

- Was bedeutet die verwendete Farbe, was die Form?
- Bsp.: Pfeil als Richtungsweiser

DIE PRAGMATIK

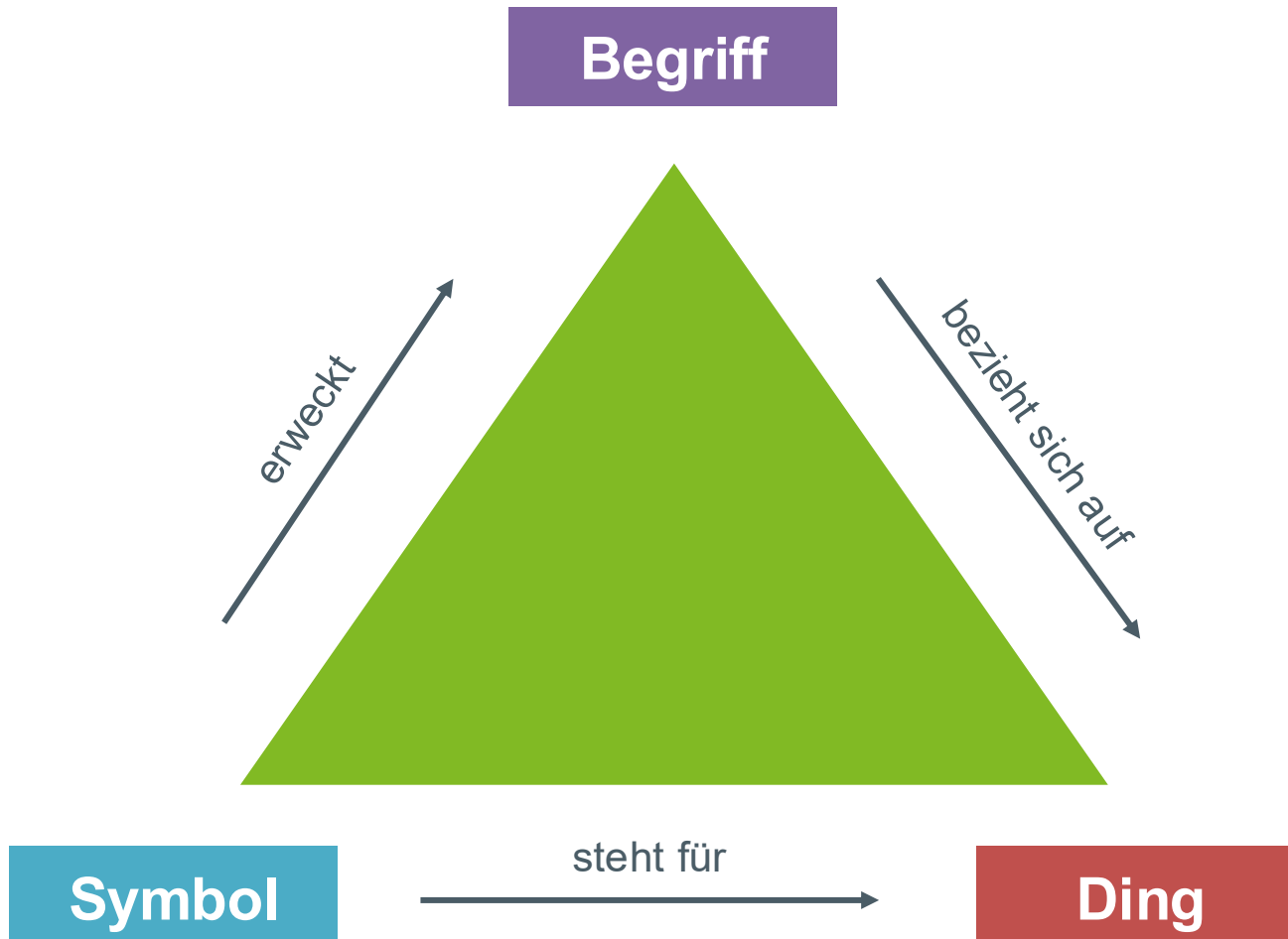
Der kontextabhängige Zweck des Zeichens.

- Welchen Zweck hat das Zeichen in der konkreten Situation?
- Bsp.: Stoppschild beim Fahren

Besonders relevant für die Interpretation – und das digitale Texten.

(vgl. Nöth 2000: 62-63)

Das semiotische Dreieck: Zeichenvermittlung durch Vorstellung



- **Ding:** Die Welt besteht aus tatsächlichen, realen Gegenständen, Sachverhalten, Ereignissen etc. Das Symbol dafür steht rechts als „Ding“. Kurz: „Was Sache ist.“
- **Begriff:** Wenn wir ein Ding bemerken oder es uns vorstellen, machen wir uns ein Bild davon, also: „Was wir meinen.“
- **Symbol:** Wenn wir mit dem Begriff über das Ding sprechen, verwenden wir Zeichen und Symbole, die u.a. ein Wort bilden. Oder auch: „Was man dazu sagt.“

! Dinge, Begriffe und Symbole/Worte sollen klar und eindeutig sein – und zusammen passen. Für den Sender und den Empfänger. **Ist das nicht der Fall, kommt es zu Verwechslungen oder Fehlkommunikation**

(vgl. Eco 1977: 30)

Allerdings:

Es zählt mehr als

die simple Botschaft.

Aber was? Und warum?

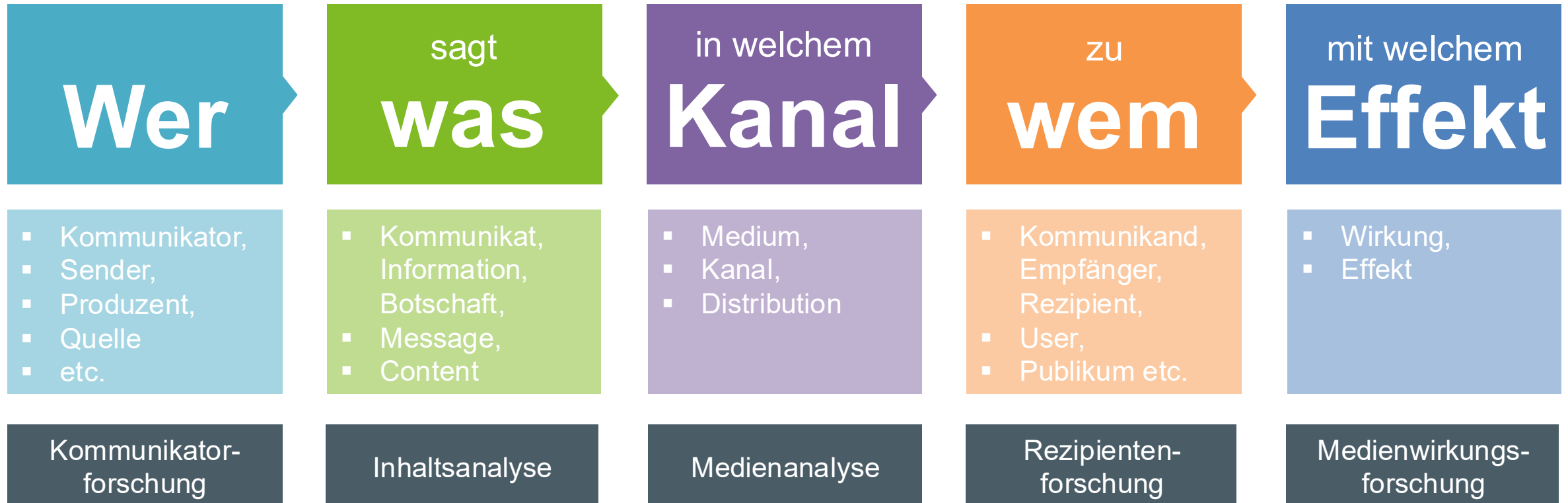
Kleiner Reminder: The Medium ist the Message!



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

Sender + Empfänger + Inhalt + Kanal = Effekt: Die Lasswell-Formel und Teildisziplinen der Medienforschung

Lasswell-Formel: “*Who says what in which channel to whom with what effect?*”



(vgl. Lasswell 1948: 32-51)



! Kommunikation ist ein Austausch von Informationen bzw. ein Herstellungsprozess von geteilter Bedeutung im weitesten Sinne, der auf Zeichen und Symbolen beruht. Kommunikation braucht immer eine Instanz, ein Mittel bzw. ein Medium, mit dem eine Botschaft generiert, „artikuliert“ und aufgenommen wird.

Kommunikation – auch die von Angesicht zu Angesicht – ist daher immer medial vermittelt!

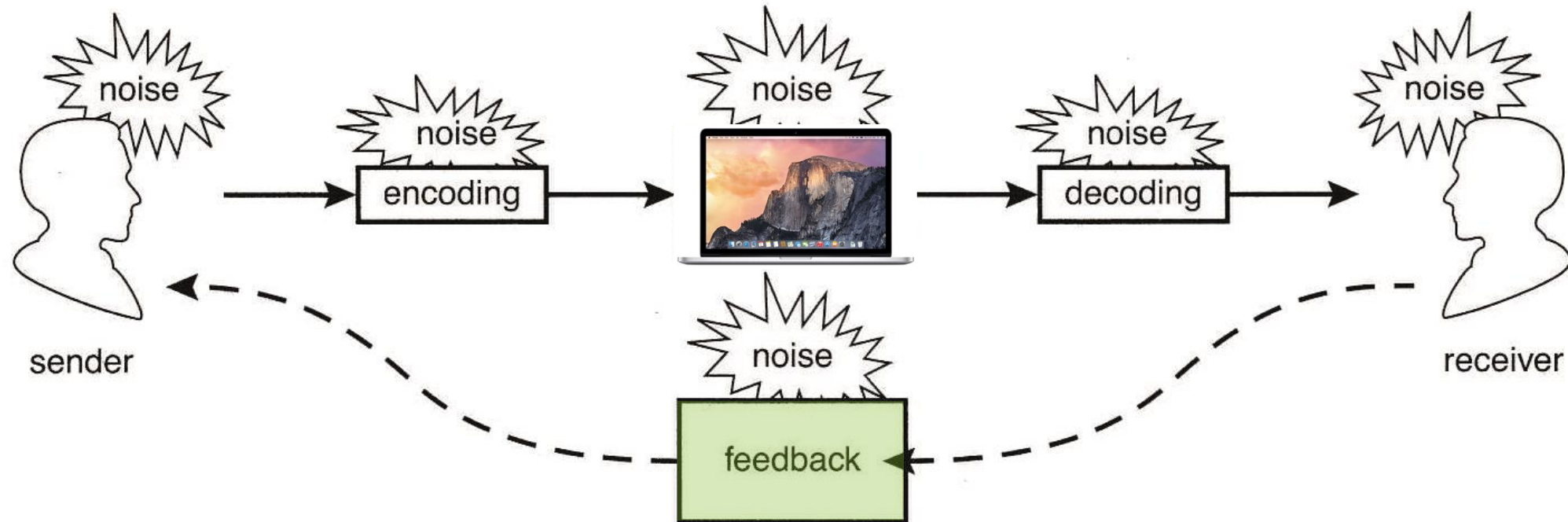


facebook®

Und jetzt online:

Wie funktioniert das da?

Online-Kommunikation: Über digitale Geräte von Sender:in zu Empfänger:in



! Egal ob Computer, Smartphone, Tablett oder Smartwatch: Bei jeglicher digitaler Kommunikation zwischen zwei Menschen tritt an die Stelle des Mediums ein digitales Endgerät.

(basierend auf: Harrison 1995: 30)

Als **computervermittelte Kommunikation** (cvK, englisch: Computer-Mediated Communication bzw. CMC) werden alle **kommunikativen, sozialen Austauschprozesse** verstanden, die **durch einen Computer als vermittelndes, technisches Medium stattfinden**.

Sowohl auf der Seite des Empfängers als auch auf der Seite des Senders wird dabei ein Computer oder sonstiges, digitales Endgerät (Tablett, Smartphone) zur En- und Dekodierung der Nachricht verwendet.

Nach Misoch lassen sich dabei **fünf Spezifika** herausstellen, die die computervermittelte Kommunikation im wesentlichen von der Face-to-Face-Kommunikation unterscheiden.

- **Entkörperlichung** (der Mensch ist unsichtbar, dadurch u.a. weder Gestik noch Mimik noch Alter/Geschlecht)
- **Texttualität** (kommuniziert wird vor allem via Text/Zeichen – und das durchaus kreativ ;-))
- **Entzeitlichung & Enträumlichung** (Ort und Zeitpunkt des Lesens/Schreibens können sich unterscheiden)
- **Entkontextualisierung** (Kontext des Gesprächs/der Kommunikation fehlt, s.o.)
- **Digitalisierung** (Speicherungsprozesse, aber auch: Informationsbeschleunigung)



(vgl. Misoch 2006: 56-62)

Wie lässt sich

(Online-)Kommunikation

clustern?

Einteilung von (Online-)Kommunikation: Zeitlichkeit und Reichweite bzw. Sender-Empfänger-Struktur

	One-to-One	One-to-Many	Many-to-Many
Asynchron	<ul style="list-style-type: none"> ▪ E-Mail ▪ SMS/WhatsApp ▪ Brief 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Websites ▪ Blogs ▪ Social Media Post ▪ Zeitung & Magazin ▪ Radio & TV (aufgezeichnet) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Communities ▪ Foren ▪ Wikis
Synchron	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Chat / Instant-Messaging ▪ VoIP (Skype, Facetime) ▪ Telefon 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Twitch (live) ▪ Live-TV & Live-Radio ▪ politische Großveranstaltung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Live-Kommunikation zu trending Hashtags (z. Bsp. bei X) ▪ Clubhouse-Talk

(vgl. Misoch 2006: 56)



Online-Kommunikation: Welche Probleme gibt's?



Herausforderungen der computervermittelten Kommunikation: (frühe) Theorien & Modelle

Theorie der sozialen Präsenz

Besagt, dass unsere soziale Präsenz in der Face-to-Face-Kommunikation höher ist, als über digitale Medien.

Bedeutet: Wir sind empathischer, hören besser zu, sind aufmerksamer – und führen bessere Gespräche.

Reduced-Socia-Cues-Modell

Besagt, dass fehlende sozialen Anhaltspunkte (Kleidung, Mimik, Gestik, Feedback) dazu führen, dass ein Gespräch weniger sozial, dafür zielorientierter (oft: kalt) verläuft.

Bedeutet: Wir sind bspw. eher bereit, negative Gefühle auszudrücken, auch wenn sie den anderen verletzen.

Media-Richness-Modell

Besagt, wie reich ein Medium im Bezug auf die Fähigkeit ist, verschiedene kommunikative Signale zu übermitteln. Ein Face-to-Face-Gespräch ermöglicht uns, nicht nur per Wort, sondern auch per Gestik, Mimik und Parasprache zu kommunizieren. Text nicht.

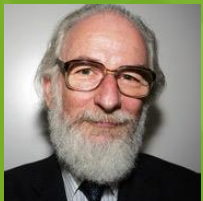
Bedeutet: Text-Kommunikation ist – für sich allein gesehen – komplizierter, da Gestik, Mimik, aber auch Betonung fehlen.



Achtung: Wichtig: Alle drei sind frühe Theorien der cvK – die heute zwar teilweise durch andere Mittel positiv beeinflusst werden können, die Problematik aber nach wie vor klar machen!

(vgl. Gust 2020: 37-41)

(Schriftliche) Online-Kommunikation ist kompliziert.



„It is not always easy to use language clearly and effectively on the internet. The interaction between sender and receiver is different from traditional conversations.“

(vgl. Crystal 2011: 7)

Schreiben vs. Sprechen: Charakteristika im Vergleich

		SPRECHEN	SCHREIBEN
Strukturelle Eigenschaft	Teilnehmeranzahl	Dialog	Monolog
	Haltbarkeit	flüchtig/Echtzeit	beständig/zeitunabhängig
	Spezifität	eher vage	eher präzise
	Strukturelle Ausstattung	Prosodische und nonverbale Merkmale	Dokumentenformatierung
Satzstruktur	Satzlänge	kürzere Sätze	längere Sätze
	Ein-Wort-Sätze	sehr üblich	eher selten
	Und-Verbindungen	häufig	werden eher vermieden
	strukturelle Komplexität	einfach	komplexer
	Zeitform	Präsens	variiert
Vokabular-Charakteristika	Verkürzung/Reduktion	eher üblich	eher unüblich
	Abkürzungen und Akronyme	selten	üblich
	Bandbreite des Vokabulars	konkreter umgangssprachlicher eingeschränkte Wortwahl Slang und Obszönitäten	abstrakter literarischer größere Wortwahl kaum Slang und Obszönitäten
	Pronomen	eher in der ersten und zweiten Person	seltener in der ersten oder zweiten Person
	Deixis (Situativer Kontext)	genutzt (eher gegeben)	vermieden (weniger gegeben)

(vgl. Baron, 2008: 47)

Tja.

**Und wie kommunizieren wir
via Insta, Websites & Co.?**

Online-Kommunikation und Sprache: Ein neuer Mix, der richtig genutzt werden will!



„The internet’s language is „a mixed modality”, that blends elements of writing and oral language with features that are distinctive to this medium, or at least more common online than in any other language medium.”

Nancy Baym. US-Medienwissenschaftlerin

„It's all about making the most of what's available to foster a warm, friendly atmosphere. (...) Users eventually start 'warm up' CMC by substituting other cues and reading existing cues more carefully.”

Crispin Thurlow et al., Sprach- & Kommunikationswissenschaftler



(vgl. Baym 2010: 63; vgl. Thurlow et al 2004: 52)



Herausforderungen computervermittelte Kommunikation: Was macht es uns manchmal schwer Online zu kommunizieren?

- Es findet häufig **asynchrones und asymmetrisches kommunikatives Handeln** in Foren, Sozialen Netzwerken oder Online-Communities
- Hier entsteht eine **Entkopplung von Produktion und Rezeption**, die zum Fehlen des sozialen Kontextes führt
- Anwesenheit in einem **sozialen Kontext wird häufig nicht deutlich** (Beispielsweise in Kommentarspalten o.Ä.).



Die eingeübten Handlungen bzw. die in Präsenz stattfindende spezifische Form der sozialen Interaktion fällt weg. An ihre Stelle treten andere soziale Handlungen. Diese müssen jedoch häufig noch ausgehandelt werden.

(vgl. Burkhardt 2015: 33-36)

Preview:

Userorientierte

Social-Kommunikation

Online-Kommunikation via Social Media: Die Theorie der userorientierten Angemessenheit



Dieses Model lernen Sie im weiteren Verlauf des Studium noch etwas genauer kennen!

(vgl. Gust 2020: 137-141)

Noch Fragen?

Dann einfach raus damit ;)

Literatur- & Quellverzeichnis

zu „Grundlagen, Teil 2: Einführung Kommunikation“(1/2)

Baron, Naomi (2008): Always On. Language in an Online and Mobile World. Oxford.

Baym, Nancy (2010): Personal Connection in the Digital Age. Cambridge.

Crystal, David. (2011): Internet Linguistics. Abingdon.

Gust, Benjamin (2020): User-Oriented Appropriateness. A Theoretical Model of Written Text on Facebook for Improved PR Communication. Gießen.

Harrison, Susann. (1995). Public relations – an introduction. London.

Lasswell, Harold (1948): The Structure and Function of Communication in Society, in: Bryson, Lyman: The Communication of Ideas. A Series of Addresses. New York. S. 32-51.

Maletzke, Gerhard (1998): Kommunikationswissenschaft im Überblick. Grundlagen, Probleme, Perspektiven. Opladen, Wiesbaden.

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

Misoch, Sabina (2006): Online-Kommunikation. Konstanz.

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

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

Literatur- & Quellverzeichnis

zu „Grundlagen, Teil 2: Einführung Kommunikation“ (2/2)

Shannon, Claude E. (1949): The Mathematical Theory of Communication, in: Shannon, Claude E./Warren Weaver: The Mathematical Theory of Communication. Urbana and Chicago. Neuauflage: 1998. S. 29-116.

Thurlow, Crispin., Lengel, Laura & Tomic, Alice (2004): Computer Mediated Communication. London.

Watzlawick, Paul; Beavin, Janet H.; Jackson, Don D. (2007): Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien. 11., unveränd. Auflage, Bern. S. 53–70.



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



Video unter https://youtu.be/kIPJZ_hr0hl



**Digitale Medien
+ Kommunikation
#DMK1**

SoSe 2026