

# Leitmedium Internet?

TechFutures: Zukunftslabor Digital der bpb 2018:  
„Welche Zukunft ist wahrscheinlich, welche Utopie?“

Sankt Augustin, 17. April 2018

Prof. Dr. Uwe Hasebrink



**HANS-BREDOW-INSTITUT**  
für Medienforschung an der Universität Hamburg

# 1. Ausgangsüberlegungen

# Über Zukunft zu sprechen ...

- ▶ bedeutet nicht, sie mehr oder weniger gut „vorherzusagen“,
- ▶ sondern einen Zielhorizont zu konstruieren, der dem Handeln in der Gegenwart eine Richtung gibt.
  - ▶ Im Sinne von Utopien als anstrebenswerten Szenarien
  - ▶ oder im Sinne von Dystopien als zu vermeidenden Szenarien.

**Ausgangsfrage: Wie wird Zukunft sozial konstruiert?**

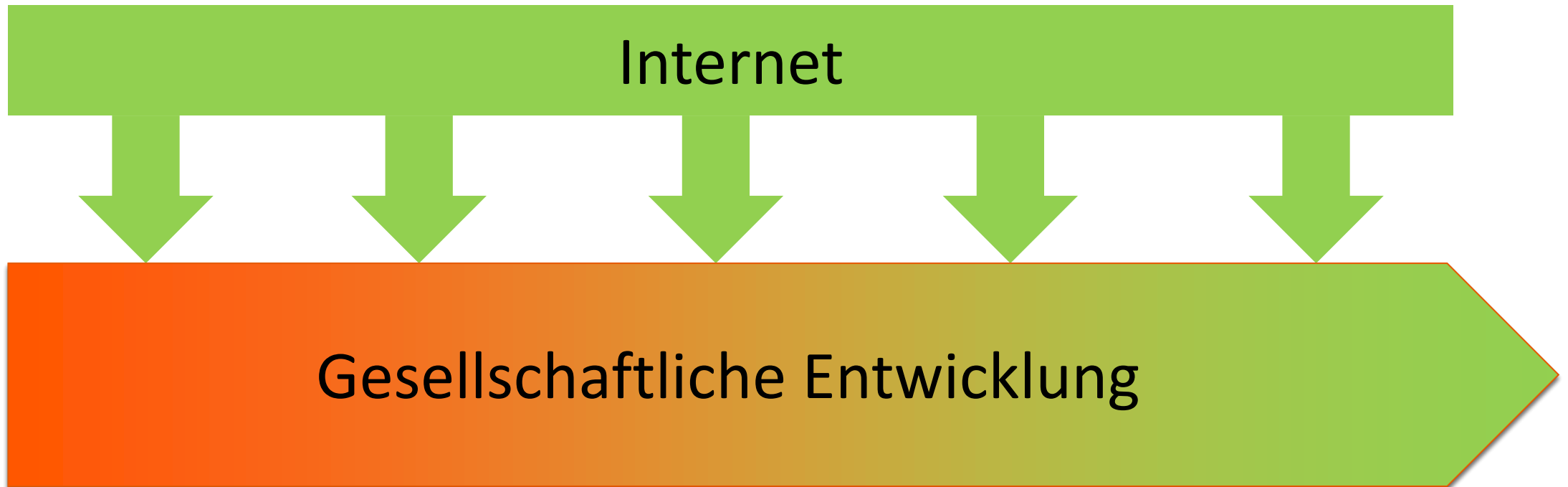
Welche Akteure beteiligen sich daran? Mit welchen Leitideen?

Und mit welchen Kommunikationsformen?

# Ist das Internet das Leitmedium?

Nein.

- ▶ „Das“ Internet ist kein statisches und der Gesellschaft äußerliches Phänomen, das „von außen“ die gesellschaftliche Entwicklung anleitet.



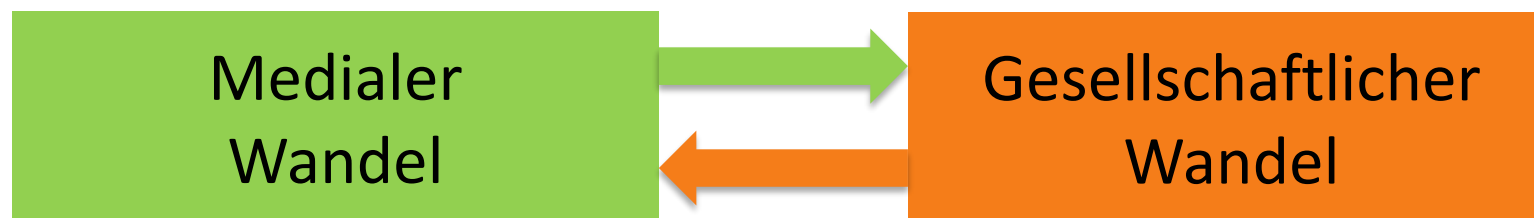
# Zusammenhang medialer und gesellschaftlicher Wandel

- ▶ Die Internetentwicklung bzw. die Entwicklung der Medienumgebung ist eng mit der gesellschaftlichen Entwicklung verflochten.
- ▶ **„Mediatisierung“:**
  - ▶ Soziale Zusammenhänge werden durch kommunikative Prozesse konstruiert.
  - ▶ Diese sind heute weitgehend durchdrungen von technischen Medien.
  - ▶ Diese wiederum werden durch die Art der Verwendung in sozialen Zusammenhängen weiterentwickelt und mit Bedeutung versehen.

# Ist das Internet das Leitmedium?

- ▶ Ja – in dem Sinne, dass das Internet als symbolischer Verweis auf den derzeitigen allgemeinen Wandel der Medienumgebung und dessen Verflechtung mit gesellschaftlichem Wandel verstanden wird.

**Konkretisierte Ausgangsfrage:  
Wie wird Zukunft im Hinblick auf den Zusammenhang  
von medialem und gesellschaftlichem Wandel sozial konstruiert?**



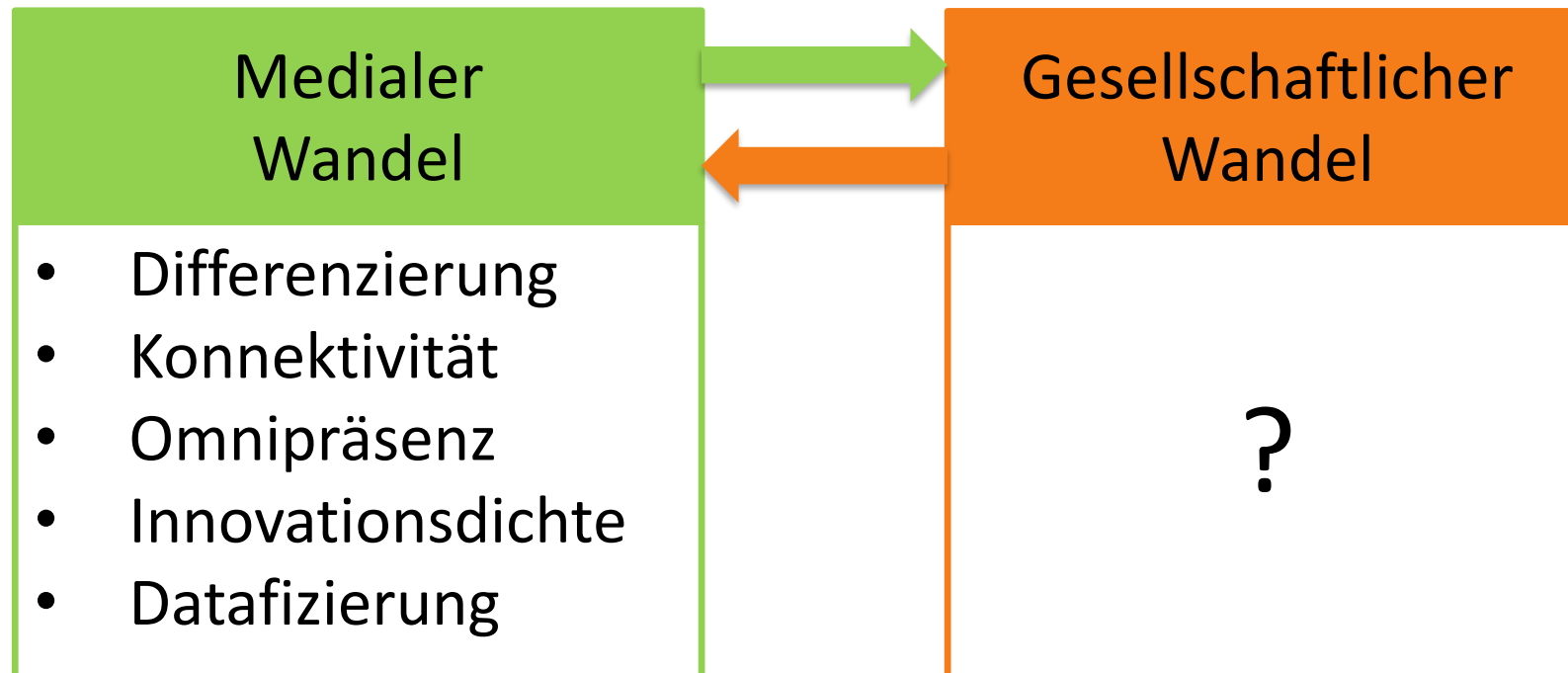
## 2. Trends medialen Wandels und ihr Zusammenhang mit gesellschaftlichem Wandel



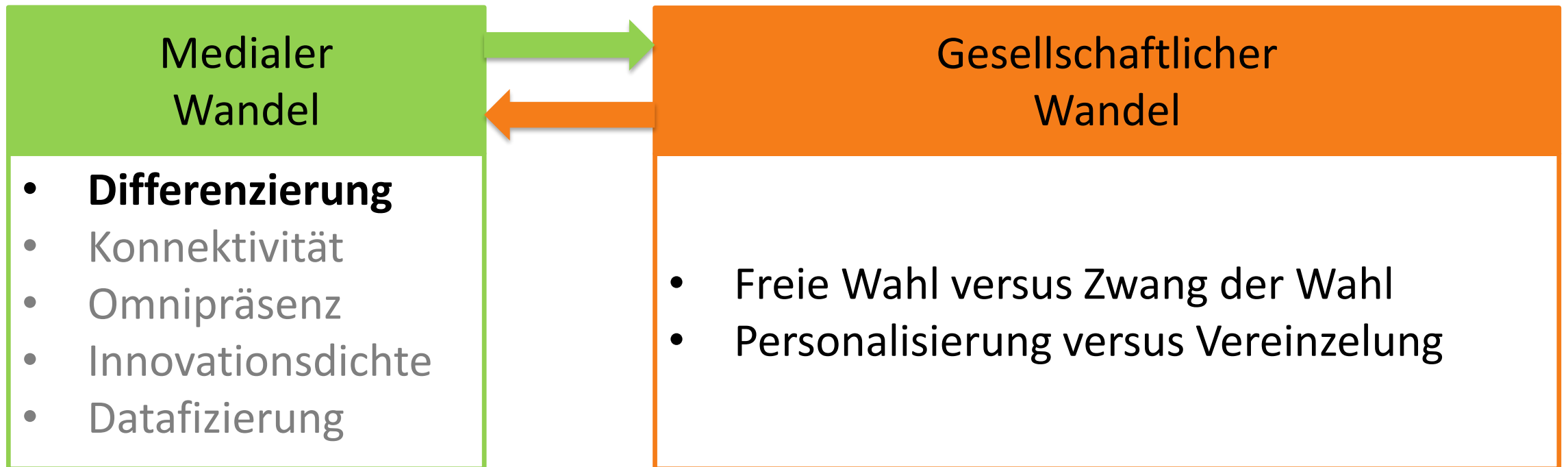
**HANS-BREDOW-INSTITUT**  
für Medienforschung an der Universität Hamburg



# Trends medialen Wandels



# Trend: Differenzierung



# Exkurs: Social Media als Nachrichtenquelle

## Verbreitete Einschätzungen:

- ▶ Soziale Medien dominieren die Informationsnutzung.
- ▶ Durch Personalisierungsalgorithmen verengen sich individuelle Informationsrepertoires, es entstehen „Filterblasen“ und „Echokammern“.
- ▶ Dadurch kommt es zu zunehmender Fragmentierung und damit zum Verlust der Grundlage für öffentliche Kommunikation.

# Frühe Befunde als Signal für die Bedeutung von Social Media

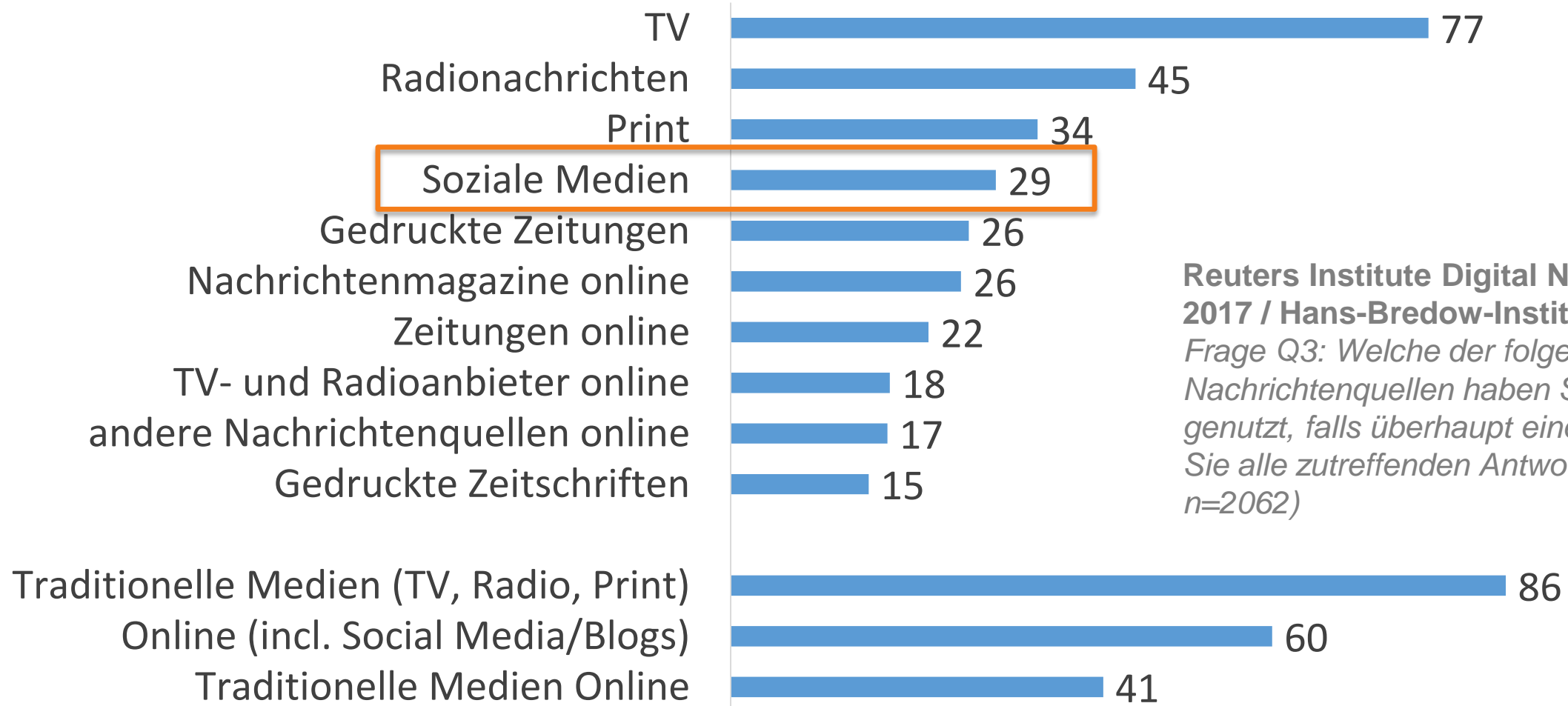
- ▶ Repräsentative Telefonbefragung des Hans-Bredow-Instituts in Deutschland im Jahr 2011
- ▶ Frage: „Was sind für Sie die drei wichtigsten Informationsquellen, wenn Sie sich eine Meinung über ein politisches Thema bilden wollen?“
- ▶ Meistgenannte Antworten der 14- bis 29-Jährigen:  
Tagesschau (28%), spiegelonline.de (12%), Google (11%), web.de (9%), n-tv (8%), Facebook (8%), BILD (7%).

(Hasebrink/Schmidt 2013)

# Reuters Institute Digital News Survey

- ▶ Seit 2013 jährliche Onlinebefragung bei Internetnutzer/inne/n ab 18 Jahren in zahlreichen Ländern
- ▶ Aktuelle Befunde aus Deutschland aus der Erhebung 2017 (mehr unter [www.hans-bredow-institut.de](http://www.hans-bredow-institut.de))

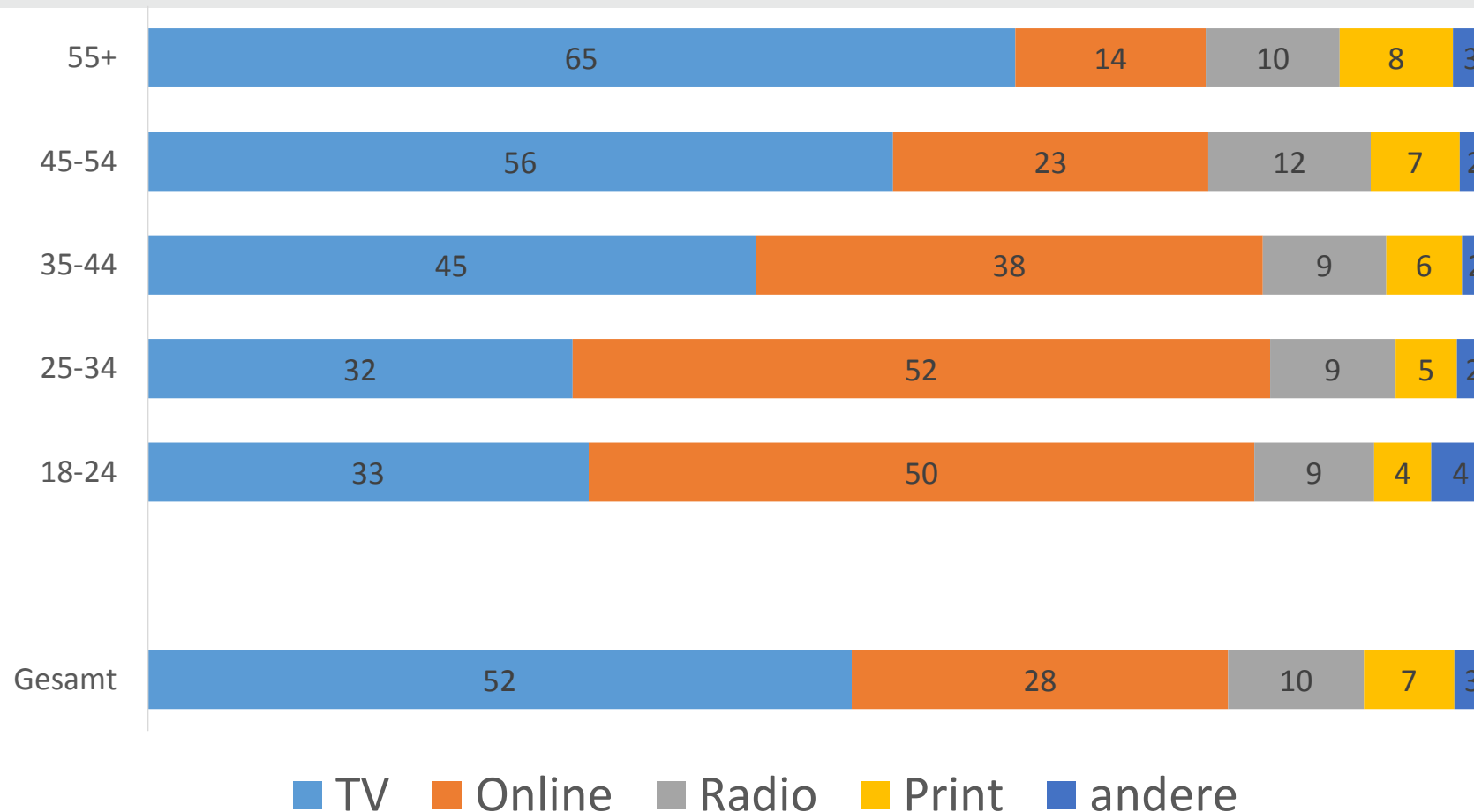
# Wöchentlich genutzte Nachrichtenquellen



**Reuters Institute Digital News Survey  
2017 / Hans-Bredow-Institut**

*Frage Q3: Welche der folgenden  
Nachrichtenquellen haben Sie letzte Woche  
genutzt, falls überhaupt eine? Bitte wählen  
Sie alle zutreffenden Antworten aus. (Basis  
n=2062)*

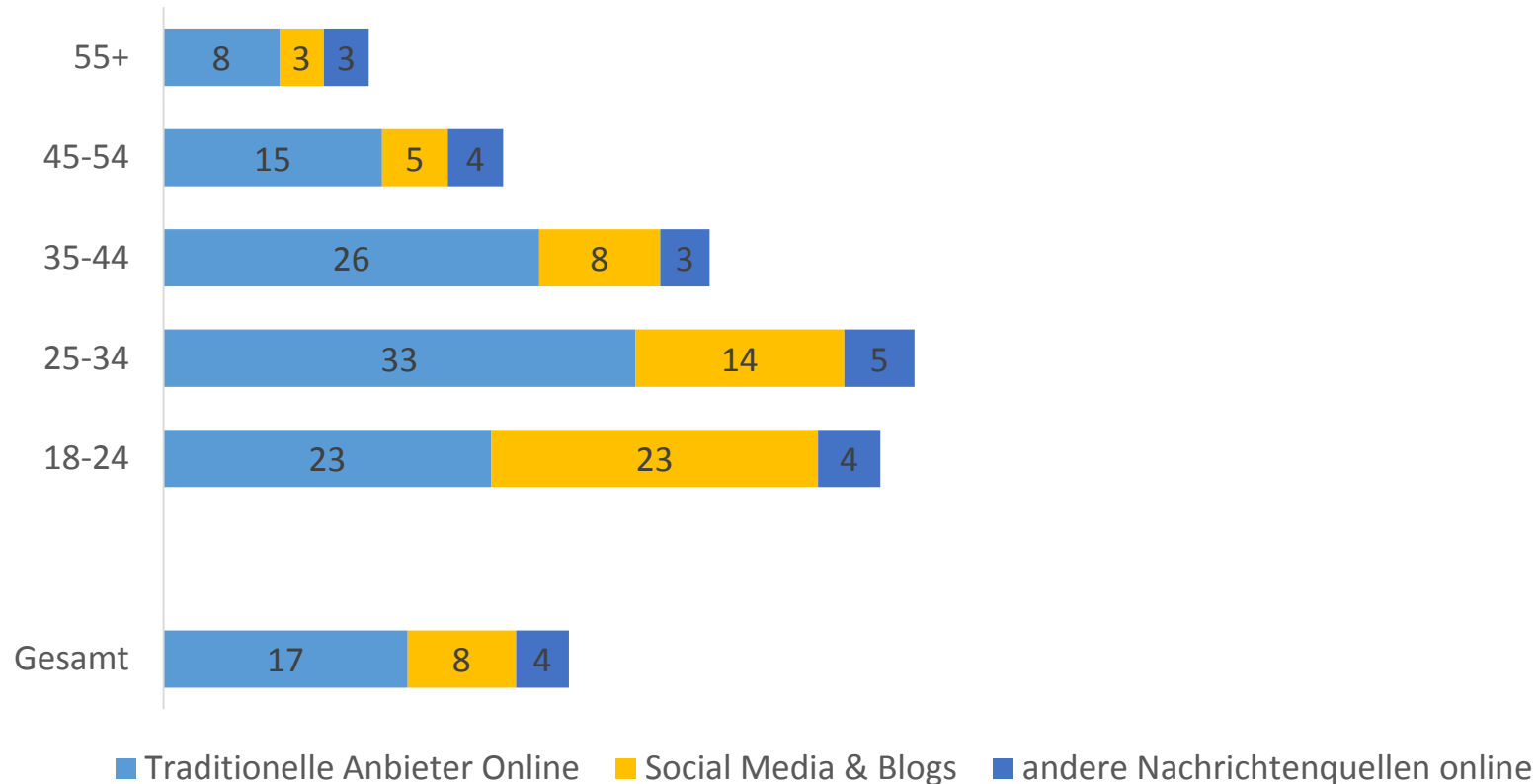
# Wichtigste Nachrichtenquellen



- TV ist für mehr als die Hälfte die wichtigste Nachrichtenquelle (2016: 51 %)
- Leichter Anstieg bei Online (2016: 26 %)
- Leichte Rückgänge bei Radio und Print
- Anstieg des Internets in allen Altersgruppen mit Ausnahme der 18- bis 24-Jährigen (2016: 52 %)
- Anstieg TV bei 18- bis 24-Jährigen von 24 % auf 33 %

Reuters Institute Digital News Survey 2017 / Hans-Bredow-Institut Frage Q4: Sie haben angegeben, dass Sie diese Nachrichtenquellen letzte Woche genutzt haben. Welche davon würden Sie als Ihre **HAUPT-Nachrichtenquelle** bezeichnen? (Basis n=1946)

# Wichtigste Nachrichtenquellen: Internet



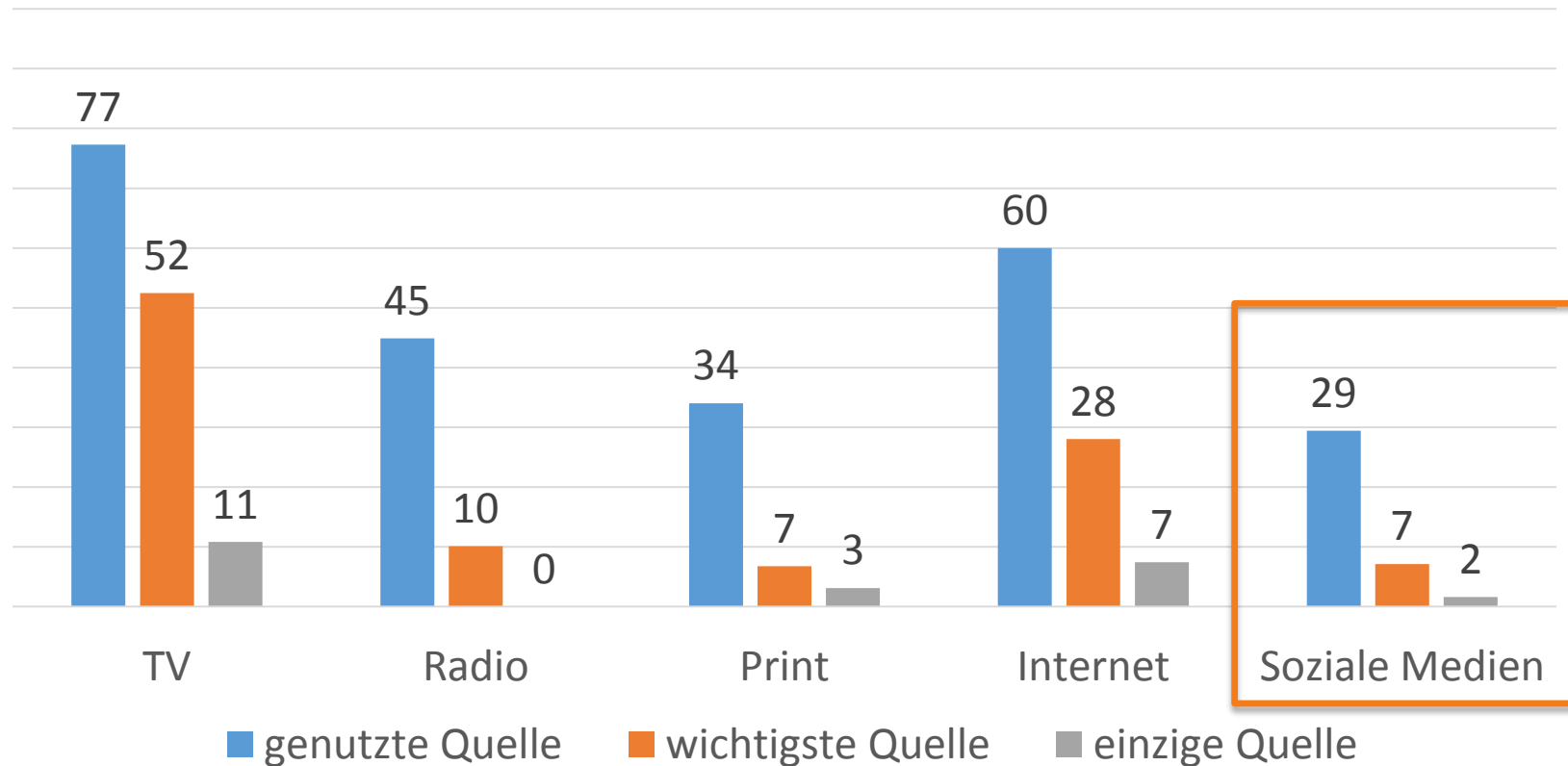
- Webangebote traditioneller Anbieter sind online die wichtigsten Nachrichtenquellen (2016: 16 %)
- Insgesamt leichter Anstieg bei SM & Blogs (2016: 6%)
- Deutlicher Anstieg bei SM & Blogs als wichtigste Quelle bei 18- bis 24-Jährigen (2016: 16 %)

**Reuters Institute Digital News Survey 2017 / Hans-Bredow-Institut**

*Frage Q4: Sie haben angegeben, dass Sie diese Nachrichtenquellen letzte Woche genutzt haben. Welche davon würden Sie als Ihre HAUPT-Nachrichtenquelle bezeichnen? (Basis n=1946)*



# Social Media als genutzte, wichtigste und einzige Quelle für Nachrichten



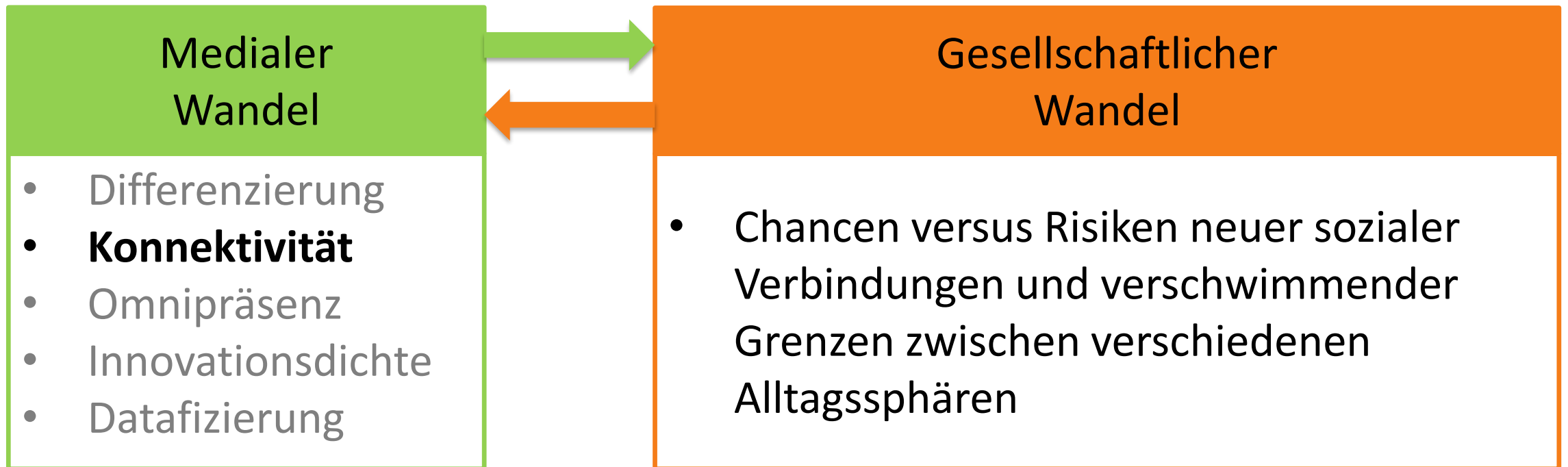
- 29 Prozent verwenden soziale Medien als Nachrichtenquelle (2016: 31%)
- 7 Prozent bezeichnen sie als wichtigste Quelle.
- 2 Prozent verwenden soziale Medien als einzige Quelle für Nachrichten.
- Auch unter den 18- bis 24-Jährigen nutzen lediglich 2,8 Prozent soziale Medien als einzige Quelle.

Reuters Institute Digital News Survey 2017 / Hans-Bredow-Institut; Frage Q3: Welche der folgenden Nachrichtenquellen haben Sie letzte Woche genutzt, falls überhaupt eine? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus. (Basis n=2062) ; Frage Q4: Sie haben angegeben, dass Sie diese Nachrichtenquellen letzte Woche genutzt haben. Welche davon würden Sie als Ihre HAUPT-Nachrichtenquelle bezeichnen? (Basis n=1946)

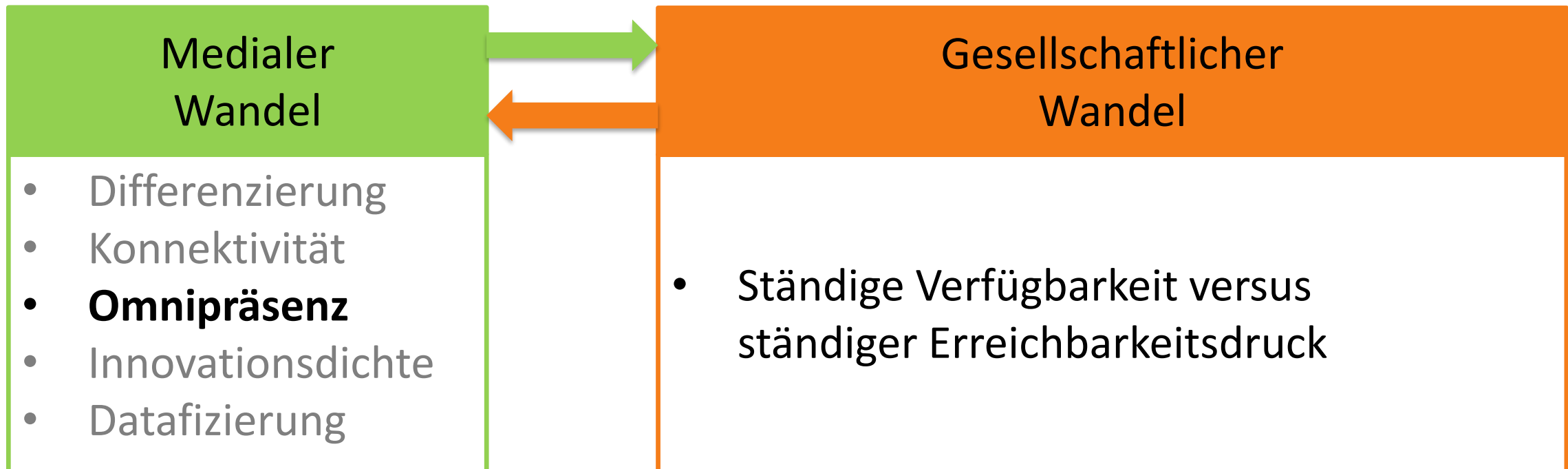
# Weitere Befunde zu Social Media als Nachrichtenquelle

- ▶ Wichtigstes Motiv zur Nutzung von Social Media als Nachrichtenquelle ist die Möglichkeit, einfach auf eine Vielzahl von Quellen zugreifen zu können.
- ▶ Die Gesamtgruppe derer, die Social Media als Nachrichtenquelle heranziehen, ist stärker an Nachrichten interessiert als der Bevölkerungsdurchschnitt.
- ▶ Aber: Diejenigen, die Social Media als Hauptquelle oder gar als einzige Quelle angeben, sind deutlich weniger interessiert als der Durchschnitt.

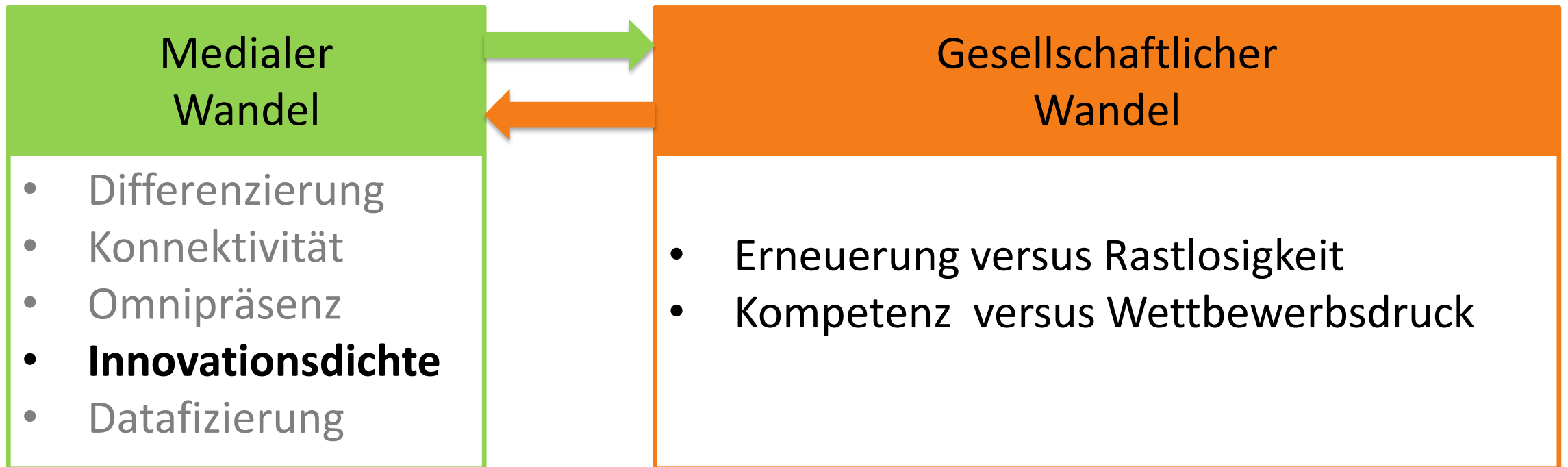
# Trend: Konnektivität



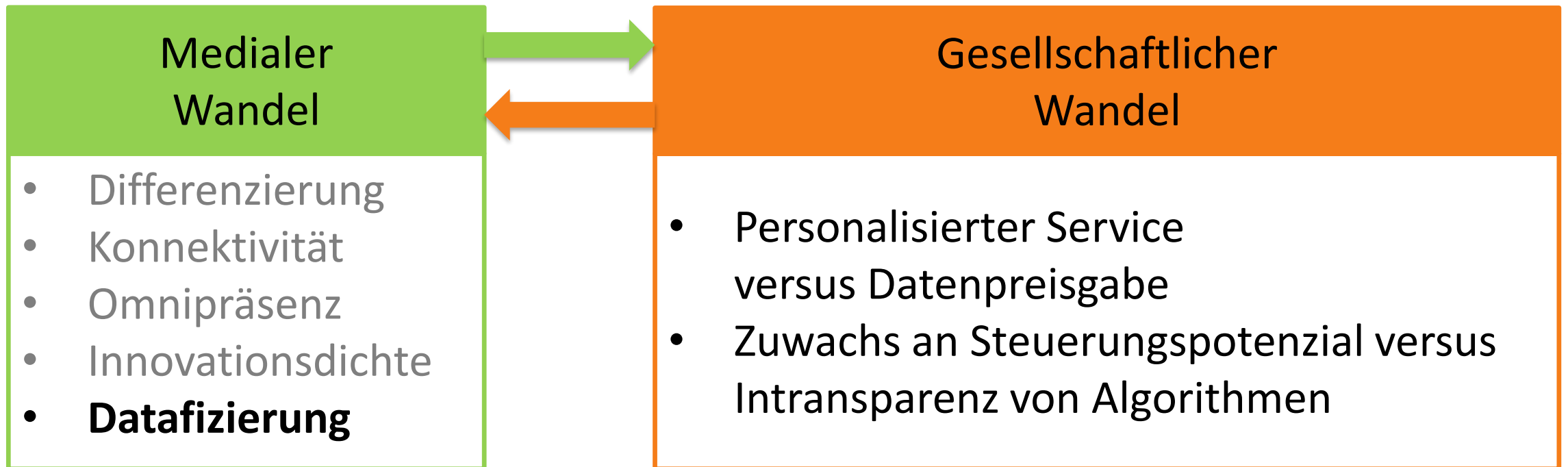
# Trend: Omnipräsenz



# Trend: Innovationsdichte



# Trend: Innovationsdruck



# 3. Fazit



**HANS-BREDOW-INSTITUT**  
für Medienforschung an der Universität Hamburg

- ▶ Die Zukunft des Internets und seiner Rolle für die Gesellschaft wird durch Zukunftsszenarien geprägt, die in gesellschaftlichen Diskursen verhandelt werden.
- ▶ Wichtiger als die Frage, wie die Zukunft aussehen wird, ist daher die Frage, welche Akteure sich mit welchen Interessen und mit welchen Kommunikationsformen an der Konstruktion dieser Zukunft beteiligen – und welche nicht.



## Literatur:

Hepp, Andreas; Hasebrink, Uwe (2017): Kommunikative Figurationen. Ein konzeptioneller Rahmen zur Erforschung kommunikativer Konstruktionsprozesse in Zeiten tiefgreifender Mediatisierung. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 65(2), S. 330-347.

Hölig, Sascha; Hasebrink, Uwe (2017): Reuters Institute Digital News Survey 2017 – Ergebnisse für Deutschland. Hamburg: Hans-Bredow-Institut [online verfügbar: [www.hans-bredow-institut.de](http://www.hans-bredow-institut.de)].

## Kontakt:

[u.hasebrink@hans-bredow-institut.de](mailto:u.hasebrink@hans-bredow-institut.de)



**HANS-BREDOW-INSTITUT**  
für Medienforschung an der Universität Hamburg