

# Digitalisierung und Wandel der Medienlandschaft

## Überblick

Mediennutzung ist aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Längst zählt diese zu den am weitesten verbreiteten Freizeitbeschäftigungen. Mit dem Aufstieg des Internets zum Massenmedium veränderte sich auch das Konsumverhalten. Im Gegensatz zu den alten „Offline“-Medien, also audiovisuellen und Printmedien, bietet das Massenmedium Internet eine unglaubliche Vielfalt an Konsummöglichkeiten. So wächst das Unterhaltungsangebot des Internets unaufhörlich und bietet neue Möglichkeiten, wie die Beschaffung von Informationen, den Erwerb von Bildung, das Knüpfen von Kontakten und das Abwickeln von Geschäften. Durch den Siegeszug des Internets in ihrer Existenz bedroht, bieten fast alle alten „Offline“-Medien heute auch Onlineangebote an. Es ist also nur richtig, wenn wir aufgrund der großen Zahl der Medien und den breit gefächerten Konsummöglichkeiten vom heutigen Zeitalter als „Medien- und Informationszeitalter“ sprechen.

## Internet & Informationsbeschaffung

Nicht unberechtigt ist die heute vorherrschende Auffassung, dass das Internet neben dem Buchdruck zu den bedeutendsten Erfindungen der Menschheit gezählt werden kann. Die Auswirkungen der Erfindung des Internets sind für jeden Menschen spürbar, sei es im privaten oder beruflichen Leben. Durch seinen rasanten Aufstieg zum Massenmedium wuchs auch die Menge der bereitgestellten Informationen rasant an. Zugleich haben heute erheblich mehr Menschen Zugang zu Informationen, die diese im Umgang mit dem Medium Internet gewinnen können, und das mit erheblich geringerem Aufwand. Doch auch die Art der Medienproduktion veränderte sich mit dem Aufstieg des Internets zum Massenmedium. Noch nie zuvor hatten so viele Menschen, darunter auch Laien, die Möglichkeit Medieninhalte zu produzieren. Dadurch entsteht ein Meer aus Information und Desinformation, welches nun im Prozess der Informationsbeschaffung vom Einzelnen bewertet und auf qualitative Informationen gefiltert werden muss. Mit steigendem Angebot an Informationen steigt zugleich auch der Aufwand der Bewertung. Gelingt es dem Einzelnen nicht, Informationen nach ihrer Wertigkeit zu beurteilen, droht im schlimmsten Falle Desinformation.

## **Urheberrechtsproblematik**

Mit dem Aufstieg des Internets zum gesellschaftlichen Massenmedium und der voranschreitenden Digitalisierung der Medienlandschaft werden Rufe nach einer grundlegenden Reform des deutschen Urheberrechts laut. Das deutsche Urheberrecht ist ursprünglich als Verlegerrecht entstanden und sollte die Produzenten vor Verlusten am Gewinn, welcher durch den Konsum ihrer Produkte generiert wird, schützen. Das Urheberrecht sollte somit eine Art Ausgleich zwischen den Rechten der Urheber und denen der Konsumenten schaffen. Schrankenbestimmungen sorgen dafür, dass die Rechte der Produzenten und der Konsumenten nicht zuwider laufen. Durch den Aufstieg des Internets zum Massenmedium und die gleichzeitige Digitalisierung der Medienwelt ist nun eine völlig neue Situation entstanden. Produzenten generieren ihre Gewinne zunehmend über Immaterialgüter, wie Software und Musik. Diese Immaterialgüter sind für den Konsumenten jedoch vergleichsweise einfach zu vervielfältigen und auch die Kopien sind vom Original kaum zu unterscheiden. Folglich gefährdet die Digitalisierung das klassische Geschäftsmodell des Urheberrechts und es werden von Seiten der Produzenten Forderungen nach einer Verschärfung laut. Eine grundlegende Reform des Urheberrechts erscheint daher als notwendig. Aufgabe der Politik muss es sein, zukünftig für einen fairen Ausgleich zwischen Produzenten und Konsumenten zu sorgen. Gelingt dies nicht, droht die Gefahr des übermäßigen Ausbaus der Rechte einer der beiden.

## **Überwachung & Profiling**

Von weitreichender Bedeutung für den Umgang mit dem neuen Massenmedium ist auch der Aspekt der Überwachung. Überwachung im und durch das Internet begegnet uns heute täglich. Dabei vollzieht sich diese durch unterschiedlichste technische Methoden, überwiegend sogar unbemerkt. Durch die umfassende Vernetzung des Internets sprechen Experten bereits heute von einer „Globalisierung der Überwachung“. Neue Geschäftsmodelle, wie das Data-driven Marketing, deren Kern die Erhebung und Auswertung von Nutzerdaten bildet, profitieren durch die Informationsflut des Internets. Bestenfalls können die dadurch gewonnenen Nutzerdaten von den Geschäftstreibenden dazu genutzt werden, die Präferenzen des potentiellen Kunden besser zu verstehen und dessen Entscheidungen zu beeinflussen. Unternehmen erhoffen sich so eine Steigerung ihres Absatzes durch eine gezieltere und persönlichere Ansprache, welche auf den zuvor erhobenen Nutzerdaten beruht. Diese Geschäftspraktiken stehen seit längerem in der Kritik und laufen stetig Gefahr, den Bürgerrechten zuwider zu laufen.