

Das Internet und der Wandel von Mediensektoren

Herbsttagung der Sektion ›Wissenschafts- und Technikforschung‹ der Deutschen Gesellschaft für Soziologie am 24. und 25. November 2011 am Institut für Sozialwissenschaften der Universität Stuttgart

— Call for Papers —

Das Internet hat als mittlerweile allgegenwärtiges Set aus neuen Informations-, Kommunikations- und Vernetzungstechnologien beträchtliche Auswirkungen auf die Restrukturierung etablierter und die Konstitution neuer Medienangebote. Zum einen setzen neue technologische Möglichkeiten und – damit verbunden – neue Rezeptions- bzw. Kommunikationsweisen die klassischen Mediensektoren – Musik und Film, Fernsehen und Radio, Bücher, Zeitschriften und Zeitungen – unter einen in vielen Fällen radikalen Veränderungsdruck. Der durch Filesharing-Plattformen wie *Napster* und Online-Music-Stores wie *Apple iTunes* angestoßene Umbruch in der Musikindustrie scheint nur der Vorbote ähnlich tiefgreifender soziotechnischer Transformationen in anderen Mediensektoren zu sein. Zum anderen tragen Social Media im Web (z.B. Weblogs, *Twitter*, Wikis, *Facebook*) nicht nur zur Herausbildung neuer Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten bei, sondern fördern auch das Auftreten neuer Akteure, Regeln und (Öffentlichkeits-)Strukturen. Die klassischen Massenmedien kommen nicht umhin, sich auf die neue Konkurrenz aus dem Netz einzustellen.

Die Herbsttagung der Sektion ›Wissenschafts- und Technikforschung‹ möchte die vielfältigen sozioökonomischen Veränderungen diskutieren, die aus den neuen technologischen Möglichkeiten rund um das Web resultieren. Dabei interessieren insbesondere die Transformationsverläufe in etablierten Mediensektoren und die Konstitution neuer Medienbereiche; die damit verbundenen Verschiebungen in den Akteurkonstellationen und -netzwerken, Machtstrukturen, Organisationsmustern, Konkurrenz- und Kooperationsbeziehungen; die Suche nach neuen Märkten, Geschäftsmodellen und Kommerzialisierungsmöglichkeiten; die Herausbildung neuer institutioneller Grundlagen und Regulierungsansätze; sowie Veränderungen der Mediennutzung, die mit den neuen Angeboten einhergehen.

Erwünscht sind empirische sowie konzeptionell-theoretische Beiträge zu folgenden Stichworten und Themenfeldern:

- **Transformation.** Beiträge mit sektoraler Perspektive, in deren Zentrum fallorientierte oder vergleichende Rekonstruktionen des sozioökonomischen Umbruchs in klassischen Mediensektoren und ihres strukturellen, institutionellen und organisationalen Wandels stehen.
- **Internetökonomie.** Beiträge, welche die ökonomischen Grundlagen neuer Medienangebote im Netz und deren Verhältnis zur klassischen Medienökonomie in den Blick nehmen: Marktveränderungen, neue Formen der Konkurrenz, Kooperation und Netzbildung, das Zusammenspiel von Marktprozessen und nicht-marktlichem Tausch, die Suche nach tragfähigen kommerziellen Geschäftsmodellen für internetbasierte Medien oder Veränderungen des Werbemarktes durch das Web.

- **Neue und alte Medienakteure.** Beiträge, die sich auf einzelne oder Gruppen von Medienakteuren konzentrieren: auf die Adaptions(un-)fähigkeit, die strategische Neuausrichtung und den organisationalen Wandel etablierter Medienakteure, auf die Eigenheiten, Typen und Potenziale neuer Medienakteure (von *Apple* und *Google* über Social Networks wie *Facebook* bis hin zu Social-Media-Aktivist:innen auf *Wikipedia*, in Weblog-/ *Twitter*-Netzwerken oder in der *Digitalen Gesellschaft*), auf die Herausbildung neuer Netzwerke und Medienkoalitionen oder auf das Verhältnis zwischen neuen und alten Medienakteuren.
- **Regulierung und institutioneller Wandel.** Beiträge, die sich mit Auseinandersetzungen um geistiges Eigentum (Intellectual Property Rights) und um Novellierungen des Urheberrechts befassen, medienpolitische und medienethische Kontroversen aufgreifen, die Regulierung durch Technik (zum Beispiel bei Digital-Rights-Management-Systemen) oder die Herausbildung und Institutionalisierung neuer Medienmilieus mit eigenen Akteuren, Strukturen und Regeln thematisieren.
- **Öffentlichkeit.** Beiträge, die den Einfluss von Social Media im Web auf die allgemeine Öffentlichkeit und deren Verhältnis zu den klassischen Massenmedien sowie daraus resultierende Funktionsverschiebungen für den professionellen Journalismus diskutieren oder die durch die neuen Kommunikationsmöglichkeiten ange-stoßene Veränderungen in öffentlichen Diskursen, in Meinungsbildungsprozessen und in der politischen Entscheidungsfindung in den Blick nehmen.
- **Internet als eigenständiger Mediensektor?** Beiträge, die sich damit beschäftigen, ob und in welcher Form das Web als eigenständiger neuer Mediensektor charakterisiert werden kann und in welchem Verhältnis (konkurrierend, komplementär, substitutiv) neue und alte Medienangebote zueinander stehen.

Abstracts von max. einer Seite (3000 Zeichen) werden bis zum 25. Juli 2011 erbeten an: Prof. Dr. Ulrich Dolata, Universität Stuttgart (ulrich.dolata@sowi.uni-stuttgart.de)

Termine

- Einreichung von Abstracts an ulrich.dolata@sowi.uni-stuttgart.de
- Deadline: 25. Juli 2011.
- Mitteilung über Annahme oder Ablehnung des Beitrags: 9. September 2011.
- Tagungstermin: 24. und 25. November 2011.
- Tagungsort: Universität Stuttgart.

Organisation

Prof. Dr. Ulrich Dolata
(ulrich.dolata@sowi.uni-stuttgart.de)

Dr. Jan-Felix Schrape
(felix.schrape@sowi.uni-stuttgart.de)

Universität Stuttgart
Institut für Sozialwissenschaften
Abteilung für Organisations- und
Innovationssoziologie (SOWI VI)
Seidenstr. 36
70174 Stuttgart
Tel: 0711 / 685-81001
<http://www.uni-stuttgart.de/soz/oi/>