

# INHALT

<b>VORWORT .....</b>	<b>I</b>
<b>1     <b>EINLEITUNG.....</b></b>	<b>1</b>
<b>2     <b>Mediennutzung im Hochschulkontext .....</b></b>	<b>3</b>
2.1 <b>MEDIENNUTZUNG IN STUDIUM UND LEHRE .....</b>	<b>4</b>
2.1.1 <b>INDIVIDUALISIERUNG VON LERNPROZESSEN .....</b>	<b>4</b>
2.1.2 <b>OPTIMIERUNG VON LERNZEITEN .....</b>	<b>5</b>
2.1.3 <b>BEREITSTELLUNG AUTHENTISCHEN LERNMATERIALS.....</b>	<b>6</b>
2.1.4 <b>UNTERSTÜTZUNG DER SELBSTSTEUERUNG .....</b>	<b>6</b>
2.1.5 <b>FÖRDERUNG VON KOOPERATION UND AUSTAUSCH .....</b>	<b>7</b>
2.1.6 <b>ERMÖGLICHUNG VON RÜCKMELDUNG.....</b>	<b>8</b>
2.1.7 <b>FÖRDERUNG VON MOBILITÄT .....</b>	<b>8</b>
2.2 <b>MEDIENNUTZUNG IM KONTEXT DER HOCHSCHULENTWICKLUNG .....</b>	<b>9</b>
2.3 <b>MEDIENANGEBOTE UND IHRE NUTZUNG DURCH STUDIERENDE AM KIT.....</b>	<b>10</b>
<b>3     <b>ZUM STAND DER ERKENNTNIS.....</b></b>	<b>13</b>
3.1 <b>MEDIENNUTZUNGSFORSCHUNG .....</b>	<b>13</b>
3.2 <b>MEDIENNUTZUNG VON STUDIERENDEN .....</b>	<b>15</b>
3.2.1 <b>DIE HISBUS-STUDIEN .....</b>	<b>15</b>
3.2.2 <b>DIE ECAR-STUDIE.....</b>	<b>17</b>
3.2.3 <b>DAS HORIZON PROJECT .....</b>	<b>18</b>
3.3 <b>RELEVANTE KONZEPTE UND BEGRIFFE .....</b>	<b>21</b>
3.3.1 <b>MEDIENTHEORETISCHE ANNÄHERUNGEN AN MEDIENNUTZUNGSPHÄNOMENE .....</b>	<b>21</b>
3.3.2 <b>MEDIEN, MEDIENNUTZUNG UND MEDIENNUTZER.....</b>	<b>23</b>
3.3.3 <b>WEB 2.0 .....</b>	<b>25</b>
3.3.4 <b>E-LEARNING.....</b>	<b>26</b>
3.3.5 <b>STUDIUM UND LERNEN IM KONTEXT DER MEDIENNUTZUNG.....</b>	<b>27</b>
<b>4     <b>KONZEPTIONELLER ANSATZ DER UNTERSUCHUNG .....</b></b>	<b>29</b>
4.1 <b>SCHLUSSFOLGERUNGEN FÜR DIE UNTERSUCHUNG .....</b>	<b>29</b>
4.2 <b>KONKRETISIERUNG DER FRAGESTELLUNGEN ZUM THEMA MEDIENNUTZUNG .....</b>	<b>30</b>
4.3 <b>HYPOTHESEN.....</b>	<b>31</b>
4.4. <b>AKZEPTANZMODELL ZUR MEDIENNUTZUNG .....</b>	<b>34</b>
4.5 <b>DIMENSIONALISIERUNG DES UNTERSUCHUNGSBEREICHS.....</b>	<b>35</b>
<b>5     <b>METHODISCHES VORGEHEN .....</b></b>	<b>37</b>
5.1 <b>RECHERCHE UND STRUKTURIERUNG.....</b>	<b>39</b>
5.2 <b>ENTWICKLUNG DES ERHEBUNGSINSTRUMENTS .....</b>	<b>41</b>
5.3 <b>DATENERHEBUNG UND AUSWERTUNG .....</b>	<b>43</b>

<b>6</b>	<b>ERGEBNISSE. ....</b>	<b>47</b>
6.1	QUALITÄT DER ERGEBNISSE .....	47
6.2	ZUGANG DER STUDIERENDEN ZU MEDIENANGEBOTEN .....	51
6.2.1	INNOVATIVE ZUGANGSFORMEN: MOBILE HANDHELD-GERÄTE .....	58
6.2.2	SOZIODEMOGRAPHISCHE UNTERSCHIEDE .....	62
6.3	NUTZUNG VON MEDIEN IM STUDIUM .....	63
6.3.1	ALLGEMEINE BEFUNDE UND ÜBERBLICK .....	64
6.3.2	VERGLEICH INTERNER UND EXTERNER DIENSTE .....	68
6.3.3	DARSTELLUNG DER ERGEBNISSE NACH MEDIENTYPEN .....	69
6.3.4	MÖGLICHE EINFLUSSFAKTOREN AUF DIE STUDIUMSBEZOGENE MEDIENNUTZUNG .....	83
6.3.5	MEDIENTYPOLOGIE AUF BASIS DER ERGEBNISSE .....	87
6.4.1	DISKUSSION DER HYPOTHESEN .....	90
6.4.2	DISKUSSION DES THEORIEMODELLS .....	90
<b>7</b>	<b>DISKUSSION DER ERGEBNISSE IM HINBLICK AUF DIE UNIVERSITÄRE MEDIENENTWICKLUNG .....</b>	<b>93</b>
7.1	ENTWICKLUNG VON MEDIENANGEBOTEN .....	94
7.1.1	INTEGRATION EXTERNER ANGEBOTE .....	95
7.1.2	ENTWICKLUNG BESTEHENDER ANGEBOTE .....	97
7.2	STRATEGIEENTWICKLUNG .....	99
7.3	ENTWICKLUNG UND ERWEITERUNG DER FORSCHUNGSPERSPEKTIVE .....	100
7.4	ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK .....	101
<b>8</b>	<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>103</b>
<b>9</b>	<b>ANHANG .....</b>	<b>111</b>
9.1	Fragebogen .....	111
9.2	Anschreiben an die Experten .....	119