

Medienwandel und Medienkonvergenz: Polarisierung



Prof. Dr. Olaf Kramer
Prof. Dr. Klaus Sachs-Hombach
Universität Tübingen
Institut für Medienwissenschaft / Seminar für Allgemeine Rhetorik
Vorlesung WS 2021 / 2022
Montag 16.15- 17.45

Teilnahmebedingungen

- Scheinerwerb durch Klausur
 - Regelmäßige, aktive Teilnahme
 - Folien in Ilias verfügbar: Medienkonvergenz (konvergenz)
 - Studentische Übung
- Scheinerwerb durch Videoprojekt
 - Verbindliche Anmeldung als 3er-Gruppe erforderlich, befreit nicht von Teilnahme an Vorlesung
 - Thema: „Medienkonvergenz und Polarisierung“
 - Übungen
 - Diverse Einführungstermine
 - Dramaturgie-Blockseminar am 11. und 12. Dezember 2021.
- Anregungen, Fragen, Kritik etc.:
 - Sprechstunde: Dienstag 10.00 bis 12.00

Überblick Vorlesung

- Teil I: Propädeutik

- 25.10.2021: Einführung und Organisation
- 01.11.2021: Feiertag
- 08.11.2021: Propädeutik I: (Mediale)Polarisierung
- 15.11.2021: Propädeutik II: Medienwandel
- 22.11.2021: Propädeutik III: Rhetorik der Polarisierung
- 29.11.2021: Propädeutik IV: Formen der Medienkonvergenz (Jenkins)

Überblick Vorlesung

- Teil II: Disziplinäre Perspektiven und Gastvorträge
 - 06.12.2021: Gastvortrag PD Dr. Bernd Zywietz: Polarisierung und Extremismus aus der Berufspraxisperspektive
 - 13.12.2021: Kommunikationswissenschaft / empirische Forschung zur Polarisierung
 - 20.12.2021: Gastvortrag Prof. Dr. Philipp Hübl: Digitaler Tribalismus
 - 24.12. 2021- 08.01. 2022 Weihnachtsferien
 - 10.01.2022: Gastvortrag Prof. Dr. Thomas Diez: Polarisierung im politischen Diskurs der Türkei

Überblick Vorlesung

- Teil III: Gastvorträge und Case Studies
 - 17.01.2022: Reaktionen auf Polarisierungen
 - 24.01.2022: Gastvortrag von Dr. Lukas R. A. Wilde: Erzählmirnix – Webcomics in polarisierten Sozialen Netzwerken
 - 31.01.2022: Case Studies: Trump
 - 07.02.2022: Klausur

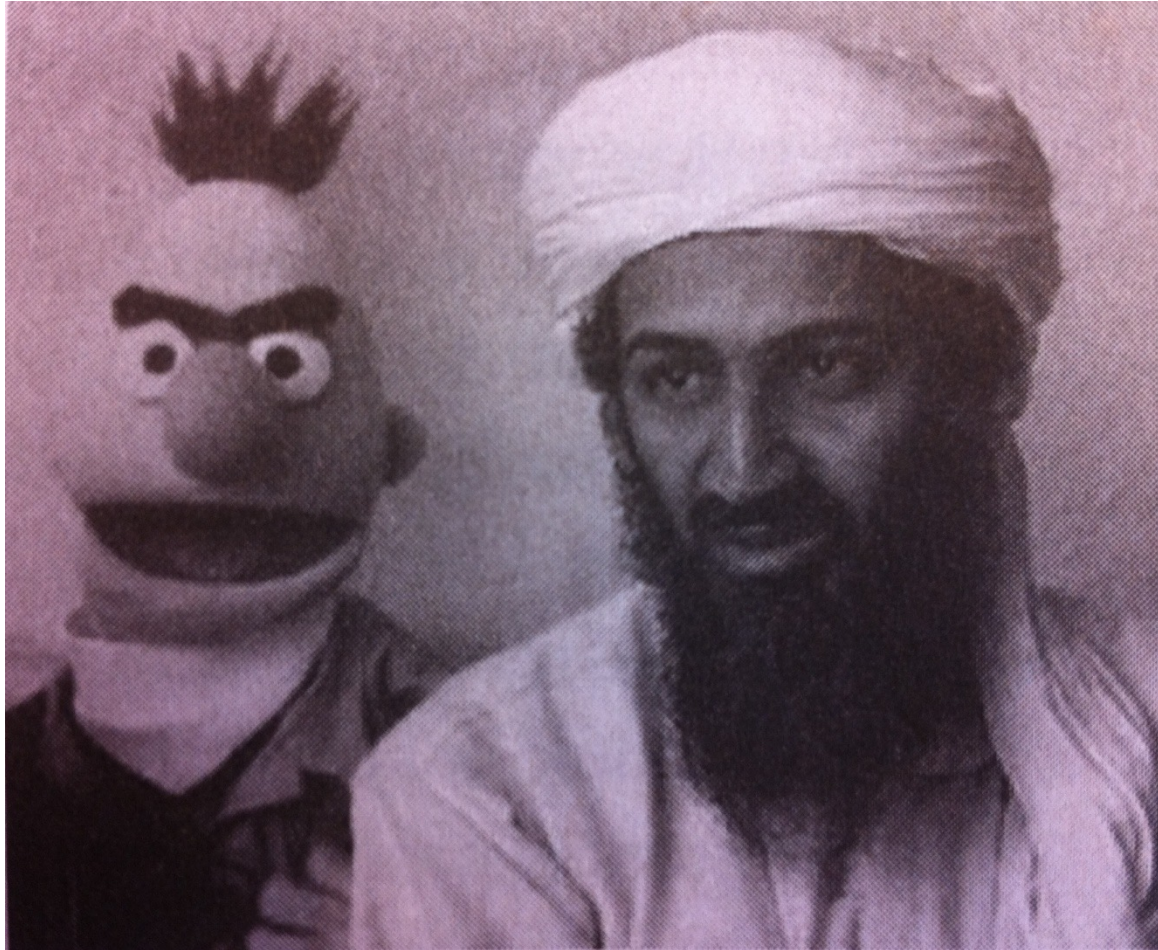
Inhalt

- Zum theoretischen Hintergrund von Henry Jenkins
- Formen der Medienkonvergenz
 - Technische Konvergenz
 - Institutionelle Konvergenz
 - Inhaltliche Konvergenz
 - Nutzerorientierte Konvergenz
- Probleme der Medienkonvergenz
 - Technische Hürden und politische Herausforderungen
 - A closer look: Handy-TV
 - *American Idol*
 - *Photoshop for Democracy*
- Fazit

Henry Jenkins: Kultur als Collage

- Vermischung der Inhalte / Plattformen
 - Netz als Selbstbedienungsladen
 - Beispiel: Dino Ignacios Photoshop-Collage („Bert is evil“)
 - Kopie erst im Netz, auf Plakat, dann CNN , etc.

Kultur als Collage



Kultur als Collage



Ignacio's collage surprisingly appeared in CNN coverage of anti-American protests following September 11. Daraufhin gab es Protests von *Sesame Street*.

Kultur als Collage

- Vermischung der Inhalte / Plattformen
 - Netz als Selbstbedienungsladen
 - Beispiel: Dino Ignacios Photoshop Collage („Bert is evil)“
 - Kopie erst im Netz, auf Plakat, dann CNN , etc.
- Aktivität der Nutzer
 - Von den Massenmedien zur aktiven Mediennutzung
 - Konvergenz als Wirkung des individuellen Handelns in sozialer Interaktion
 - Neue Formen der Macht / der Öffentlichkeit

Konvergenz und kollektive Intelligenz

- Thesen von Henry Jenkins
 - These 1: Medienkonvergenz verändert die Alltags- und Populärkultur.
 - These 2: Konvergenz ermächtigt ehemals passive Mediennutzer.
 - These 3: Durch die Verbindung partieller Wissensbestände wird eine kollektive Intelligenz erzeugt („Schwarmintelligenz“).
 - These 4: Kollektive Intelligenz schafft eine alternative Form der Medienmacht (Verbindung alte und neue Medien).
 - These 5: Derzeit wird diese vor allem im Freizeitbereich genutzt, aber bald auch andere Bereiche durchdringen, insbesondere den Bereich der Politik („Photoshop for Democracy“).

Medienkonvergenz in der Forschung

- Begriffliche Klärung des Zusammenhangs von Medien und Kultur unter medienkonvergenten Bedingungen
 - Die Konvergenz von Medien(-systemen) intensiviert die gesellschaftliche Mediatisierung und die Hybridisierung bzw. Differenzierung medialer Angebote.
 - Auch unter medienkonvergenten Bedingungen bleiben die jeweiligen Möglichkeiten und Grenzen (Leistungsprofile) spezifischer Medien(-systeme) erhalten.

Inhalt

- Hintergrund
- Formen der Medienkonvergenz
 - Technische Konvergenz
 - Institutionelle Konvergenz
 - Inhaltliche Konvergenz
 - Nutzerorientierte Konvergenz
- Probleme
 - Technische Hürden und politische Herausforderungen
 - A closer look: Handy-TV
 - *American Idol*
 - *Photoshop for Democracy*
- Fazit

Formen der Medienkonvergenz I

- Technische Konvergenz
 - Computertechnologie / Digitalisierung
 - Übertragungswege (digitale Codes, Internet-Protokolle)
 - Ebene der Empfangsgeräte (z.B. Smartphone):
Multifunktionsgeräte und digitale Baukastensysteme
- Mythen des binären Codes
 - Ebene der Speicherformate, etwa tiff-Dateien
 - Ebene der Rezeption: etwas als Bild rezipieren

Formen der Medienkonvergenz II

- Institutionelle Konvergenz
 - Verbünde von Medienunternehmen
 - Neben den technischen sind vor allem ökonomische und (arbeits-)rechtliche Rahmenbedingen wichtig
 - Form der Arbeitsteilung, funktionale Passung (Arbeitsorganisation)
 - Auswirkungen für das Nutzungsverhalten (Angebotsstruktur)
 - Diversifizierung der Angebote einzelner Medienunternehmen
 - Crossmedialer Journalismus: „Realisierung eines Themas quer durch verschiedene Medien, bei denen aber die medialen Grenzen erhalten bleiben ...“ (Sonja Kretzschmar)
 - Multimediale Vermarktungsstrategien der Medienkonzerne

Formen der Medienkonvergenz III

- Inhaltliche Konvergenz
 - Konvergenz der Zeichensysteme
 - Multimodale Angebote, Hybridisierung von kommunikativen Medien
 - Immersionsstrategien in Virtuellen Realitäten: etwa Haptik / authentische Eingabegeräte
 - Konvergenz und Vernetzung der Angebote
 - Transmediales Storytelling: Kombination unterschiedlicher Quellen: Film, Internet ...
 - Beispiel „Matrix“
 - Ausdifferenzierung und Vernetzung der Plattformen

Formen der Medienkonvergenz IV

- Nutzerorientierte Konvergenz
 - Multimodale Internetangebote
 - Personalisierung der Nutzung
 - Nutzungsgewohnheiten durch Design bestimmt (intensive Forschung etwa zum Nutzungsschema von Infografiken)
 - Verhältnis von Web-Design und Navigationstools
 - Definition von Henry Jenkins:

„By convergence, I mean the flow of content across multiple media platforms, the cooperations between multiple media industries, and the migratory behavior of media audience who will go almosts anywhere in search of the kinds of entertainment experiences they want.“ (2006: 2)

Inhalt

- Organisatorisches
- Formen der Medienkonvergenz
- Probleme
 - Technische Hürden und politische Herausforderungen
 - A closer look: Handy-TV
 - *American Idol*
 - *Photoshop for Democracy*
- Fazit

Probleme der Medienkonvergenz

- Technische Hürden und politische Herausforderungen 1
 - Michael Latzer: Konvergenz von Medien- und Telekommunikationspolitik: Damit Konvergenz von Individual- und Massenkommunikation
 - Getrennte Wege: Telegrafie und Telefonie vs. Rundfunk und Presse
 - In Kommunikations- und Medienwissenschaft traditionell nur öffentliche Massenkommunikation thematisch
 - Mit Öffnung des Telekommunikationsmarktes Konvergenz der Bereiche

Probleme der Medienkonvergenz

- Technische Hürden und politische Herausforderungen 2
 - Folgen der technischen Konvergenz nach Latzer
 - Größere Vielfalt der technischen Produkte
 - Hybride Unternehmen
 - Neue Funktionen der Telekommunikation
 - Räumliche und regulatorische Konvergenz
 - Von der „Telematik“ zur „Mediamatik“
 - Lösung: Konvergenz der Regulierung
 - Eigene Regulierungsbehörden, Gatekeeper für Übertragung und Inhalte, alternative Regulierungsformen, wissenschaftliche Medienpolitik

Probleme der Medienkonvergenz

- A closer look: Handy-TV
 - <https://www.youtube.com/watch?v=d6oo-rdcCig>
 - Konvergenz im technischen Sinne: Beide Medien werden in einem Gerät integriert: Handy und TV
 - Nicht nur multimediales Phänomen, auch weitere Ebenen der Konvergenz berührt.
 - Nach Holly/Jäger: Transkription, wenn ein Medium in einem anderen erscheint (re-mediatisiert wird), mit offenem Ausgang.
 - Jede intra- wie intermedialer Bezugnahme ist als Transkription bedeutungsgenerierend (nicht nur Übersetzung von Inhalten).

Probleme der Medienkonvergenz

- A closer look: Handy-TV 2 (Holly/Jäger)
 - Fernsehen
 - 1) Echtzeitübertragung (etwa Sportreportage)
 - 2) Häuslichkeit
 - „Zu Hause draußen“
 - Handy
 - 1) Personalisiertes Kommunikationsmedium
 - 2) Verlagert „das psychosoziale Zuhause in den mobilen Nahraum des Körpers“ (Linz 2008, 178ff.)
 - „Draußen zu Hause“
 - Handy-TV
 - Handy integriert die Zuhause-Draußen-Funktion des Fernsehens
 - Literatur
 - Holly, Werner & Jäger, Ludwig: Transkriptionstheoretische Medienanalyse. In: Schneider, Jan G./Stöckl, Hartmut (Hg.): *Medientheorien und Multimodalität: Ein TV-Werbespot – Sieben methodische Beschreibungsansätze*. Köln: Herbert von Halem Verlag 2011, 151-168.

Inhalt

- Organisatorisches
- Formen der Medienkonvergenz
- **Probleme**
 - Technische Hürden und politische Herausforderungen
 - A closer look: Handy-TV
 - *American Idol*
 - *Photoshop for Democracy*
- Fazit

Buying into *American Idol* 1

- *American Idol* (FOX, 2002) als interaktives Reality-TV
 - Wechsel von real-time Interaktion zur asynchronen Partizipation
 - 20 Millionen Anrufe und vor allem SMS pro Sendung
 - ¼ der Prime-Time im May 2003
 - Lukrativ für Werbung

Buying into *American Idol* 2

- Was macht den Erfolg von *American Idol* aus?
 - Affective economics: Forschungen zum Verbraucherverhalten etwa im Rahmen von Fan-Communities
 - Wünsche der Mediennutzer stärker berücksichtigen bei gleichzeitiger Investitionsmaximierung
 - Anpassung des Programms an Fangruppen, die aber zugleich werbetechnisch ausgebeutet werden: „Ausdruck“ als neue Größe
 - Untersuchungen zu ‚Marken‘ (und zu loyalen Konsumenten)
 - Kollektive Intelligenz formt Angebote, aber wird zugleich ökonomisch genutzt

Photoshop for Democracy 1

- Popkultur und Politik

- Präsidentschaftswahlkampf in 2004 (George W. Bush)
- Durch veränderte Kommunikationssysteme (soziale Medien) größerer Einfluss der Popkultur auf Politik
- Neue Medien: Zugang, Partizipation, Gegenseitigkeit
- Konvergenz der Mediensysteme: TV und Internet
- Arbeitsteilung zwischen den Systemen: „The Internet reaches the hard core, television the undecided.“ (S. 224)
- Blogging als Markenzeichen der Konvergenzkultur, Fandom als Vorbild
- *Photoshop* als politisches Instrument
- Unterhaltung / Konsum als politische Öffentlichkeit (*The West Wing*, *The Daily Show*, ...)

Photoshop for Democracy 2

- Mediale Effekte

- Beispiel Howard Dean (Präsidentschaftskandidat der Demokraten gegen John Kerry): Erster Wahlkampf, der auf dem Internet basierte
- „Dean-Scream“: Entscheidende Rede, die in der Übertragung verzerrt wurde (zu laut, weil Mikros Lärm gefiltert hatten)
- Beispiel für größere Bedeutung von sozialen Medien bei noch bestehender Macht der traditionellen Medien
- Nach der Wahl: Zweifel an demokratischen Effekten, Polarisierung der Popkultur
- Im Nachwort: Parodien auf YouTube im 2008-Wahlkampf

Inhalt

- Organisatorisches
- Formen der Medienkonvergenz
- Probleme der Medienkonvergenz
- **Fazit**

Fazit

- Der Ausdruck „Medienkonvergenz“ beschreibt eine Vielzahl von Phänomenen, die sich bislang noch nicht befriedigend in systematischer Weise verbinden und verstehen lassen.
- Neben den technischen und institutionellen Aspekten ist vor allem die multimodale Vernetzung teilweise sehr heterogener Inhalte und das hiermit verbundene veränderte Nutzerverhalten für die jeweiligen kulturellen Wirkungen von Medienkonvergenz wichtig.
- Das Phänomen kann insgesamt als eine technisch ermöglichte Form der funktionalen Ausdifferenzierung spezifischer Medien und Medienangebote beschrieben werden.

Danke für Ihre Aufmerksamkeit