

Universität Siegen

Medienwissenschaftliches Seminar

SE „Was ist eine Plattform?“

WS 2015/16

Dr. Sebastian Gießmann

Praktisches

Veranstaltungsnummer: 1037000001. BA-Modul 4.2: Medientechnik, Diskurse, Praktiken

Ort und Zeit: Mittwoch 14–16 Uhr – Adolf-Reichwein-Campus, AR-K 613

Sprechstunde: Mittwoch, 11–12 Uhr, Raum AE-B 201 (Artur-Woll-Haus, Am Eichenhang 50, Onlineanmeldung: <https://www.fb3.uni-siegen.de/sprechstunde/?id=93>)

Email: giessmann@medienwissenschaft.uni-siegen.de

Homepage: <http://www.sebastiangiessmann.de> – Twitter @sebgießmann

Semesterapparat: Sie finden die Texte als gescannte PDF-Dateien und Links in Moodle (<https://moodle.uni-siegen.de/course/view.php?id=11519> | Schlüssel: snapchat).

Bitte nutzen Sie die Möglichkeit, die Texte in den Originalbüchern bzw. in ihrem Onlinepublikationsumfeld (Journal) zu lesen!

Zusammenfassung

Mit den „Social Media“ und der Mobilisierung des Internetzugangs haben sich die Organisationsformen in digital vernetzten Medien geändert. Anstelle vergleichsweise offener, emergenter Vernetzungsmöglichkeiten bestimmen mittlerweile global operierende Plattformen die Modalitäten der Onlineinteraktion. Das Seminar führt vor diesem Hintergrund in die internationalen Platform Studies ein. Wir erarbeiten und diskutieren gemeinsam die medienkulturellen, sozio-ökonomischen und politischen Dimensionen von Plattformen wie z.B. Wikipedia, Facebook, Twitter, YouTube, Wikileaks, Instagram, WhatsApp, AirBnB und Uber. Besondere Aufmerksamkeit gilt dabei den soziotechnischen Kontroversen, die mit dem Aufkommen neuer plattform-basierter Öffentlichkeiten und Geschäftsmodelle einhergehen.

Wir werden uns Plattformen auf mehreren analytischen Ebenen nähern, die Medientechniken, Diskurse und Praktiken verbinden. Besondere Aufmerksamkeit gilt den koope-

rativen Nutzungspraktiken, Interfaces und Infrastrukturen und der sozio-ökonomischen „Plattformpolitik“ (z. B. anhand von „Terms of Service“ und Nutzungskontroversen). Das Seminar setzt Neugierde, Lust auf frühe Forschung und die Lektüre englischsprachiger Literatur voraus. Hashtags: #socialmedia #platform #network #STS #digitalsociety #refugeeswelcome

Arbeitsleistungen

Zum erfolgreichen Absolvieren der Lehrveranstaltung präsentieren und analysieren Sie eine Plattform anhand Ihrer Techniken, Diskurse und Praktiken zu einer selbstgewählten Sitzung, zusammen mit ein bis zwei Ihrer KommilitonInnen. Ihre **gemeinsame Präsentation** darf 20 Minuten nicht überschreiten und soll die Diskussion im Seminar eröffnen. Bitte berücksichtigen Sie die jeweils angegebene Literatur. Formulieren Sie für das Seminar provokante, genaue und offene Fragen, die wir gemeinsam beantworten. Kommen Sie in der Woche vor Ihrer Präsentation bitte in meine Sprechstunde. Bitte gestalten Sie die Folien Ihrer Präsentation so, dass sie in Moodle hochgeladen werden können (ausgeschriebene Sätze, Nachweise der Bilder). Proben Sie Ihre Präsentation gemeinsam und üben Sie, frei zu sprechen. Faustregel: Es kommt auf den **Dialog** an, der durch Ihren Input entsteht!

Prüfungsleistungen

Sollten Sie eine Modulabschlussprüfung absolvieren wollen, schreiben Sie eine schriftliche **Hausarbeit**, die i.d.R. auf Ihrer Präsentation aufbaut. Sie umfasst 10 Seiten respektive 30.000 Zeichen mit Leerzeichen. Bitte sprechen Sie Inhalt, Gegenstand und Methode für Ihre Plattformanalyse rechtzeitig vorher mit mir ab. **Abgabetermin** ist der *15. März 2016*.

Seminarsplan

Sitzung	Datum	Lektüre	Zusätzliche Lektüre
1. Einführung	21.10.	Gillespie 2015.	Gießmann 2015.
2. Plattformgesellschaft und Plattformpolitik	28.10.	Seemann 2014, S. 99–126, 204–212. Gillespie 2010.	Hands 2013.
3. Audiovisualität: YouTube, Vimeo, Netflix, twitch	4.11.	Marek 2013, S. 45–66; Reichert 2013, S. 82–93. <i>ToS YouTube</i>	Snickars und Vonderau 2009; Dijck 2013, S. 110–131.

4. Freundschaft: Facebook, vkontakte, Diaspora	11.11.	Gerlitz 2011. <i>ToS Facebook</i>	Langlois, Elmer und McKelvey 2011; Miller 2012.
5. Nachrichten: Twitter, Weibo	18.11.	Paßmann 2015; Halavais 2014. <i>ToS Twitter</i>	Weller u. a. 2014; Paßmann und Gerlitz 2014.
6. Medientechnik I: Das WWW als Plattform	25.11.	Helmond 2015, S. 1–45.	O'Reilly 2005; Gießmann 2014.
7. Handelsgüter: Ebay, Amazon, Alibaba	2.12.	Brinkmann und Seifert 2001; Kaldrack und Köhler 2014. <i>ToS Amazon</i>	Kaerlein, Köhler und Miggelbrink 2013.
8. Gemeingüter: Wikipedia, Wikimedia, Creative Commons	9.12.	Dijck 2013, S. 132–153. <i>Wikipedia-Regeln,</i> <i>CC-Lizenzen</i>	Zittrain 2008, S. 127–148; Stegbauer 2009.
9. Demokratische Öffentlichkeit: Campact, Zentrum für politische Schönheit	16.12.	Baringhorst 2014. <i>einzelne Kampagnen</i>	Leistert 2015; Schäfer 2014.
10. Medientechnik II: Graphen, Sozialstatistik und Big Data	6.1.	Kaldrack und Röhle 2014; Gerlitz und Lury 2014.	Engemann 2014; Burkhardt 2015.
11. Fotografie: Flickr, Instagram	13.1.	Dijck 2013, S. 89–109; Manovich und Tifentale 2015. <i>ToS Instagram</i>	Lehmuskallio 2012, insb. Kap. 4.
12. Interaktion: WhatsApp, WeChat, Snapchat, Vine	20.1.	Otto und Denecke 2013. <i>ToS WhatsApp</i>	Gerlitz 2015.
13. Mobilität: Couchsurfing, AirBnB, Uber	27.1	Ikkala und Lampinen 2015. <i>ToS AirBnB</i>	Layer 2012; Bialski 2012.
14. Abschluss	3.2	Eggers 2014.	Keating und Cambrosio 2003.

Literatur

- Baringhorst, Sigrid (2014): „Internet und Protest. Zum Wandel von Organisationsformen und Handlungsrepertoires – ein Überblick“. In: *Internet und Partizipation. Bottom-up oder Top-down? Politische Beteiligungsmöglichkeiten im Internet*. Hrsg. von Kathrin Voss. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 91–114.
- Bialski, Paula (2012): *Becoming Intimately Mobile*. Warsaw Studies in Culture and Society 2. Frankfurt am Main u.a.: Peter Lang.
- Brinkmann, Ulrich und Matthias Seifert (2001): „Face to Interface": Zum Problem der Vertrauenskonstitution im Internet am Beispiel von elektronischen Auktionen“. In: *Zeitschrift für Soziologie* 30.1, S. 23–47.
- Burkhardt, Marcus (2015): *Digitale Datenbanken. Eine Medientheorie im Zeitalter von Big Data*. Digitale Gesellschaft. Bielefeld: transcript.
- Dijk, José van (2013): *The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*. Oxford; New York u.a.: Oxford University Press.
- Eggers, Dave (2014): *The Circle*. New York: Vintage.
- Engemann, Christoph (2014): „You cannot not Transact – Big Data und Transaktionalität“. In: *Big Data. Analysen zum digitalen Wandel von Wissen, Macht und Ökonomie*. Hrsg. von Ramón Reichert. Digitale Gesellschaft. Bielefeld: transcript, S. 365–381.
- Gerlitz, Carolin (2011): „Die Like-Economy. Digitaler Raum, Daten und Wertschöpfung“. In: *Generation Facebook. Über das Leben im Social Net*. Hrsg. von Oliver Leistert und Theo Röhle. Bielefeld: transcript, S. 101–122.
- (2015): „Whatsapp, Snapchat, Wickr, Cyber Dust & Co. Die Politik der Geschwindigkeit“. In: *POP. Kultur und Kritik* 6. URL: <http://www.pop-zeitschrift.de/2015/03/14/whatsapp-snapchat-wickr-cyber-dust-co-die-politik-der-geschwindigkeitvon-carolin-gerlitz14-3-2015/>.
- Gerlitz, Carolin und Celia Lury (2014): „Social Media and Self-evaluating Assemblages. On Numbers, Orderings and Values“. In: *Distinktion. Scandinavian Journal of Social Theory* 15.2, S. 174–188.
- Giefmann, Sebastian (2014): „Internet“. In: *Handbuch Medienwissenschaft*. Hrsg. von Jens Schröter. Stuttgart: Metzler.
- (2015): „Internet- und Digitalisierungsforschung nach der Desillusionierung. Begriffe und Perspektiven“. In: *Navigationen. Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung* 15.1, S. 117–135.
- Gillespie, Tarleton (2010): „The Politics of 'Platforms'“. In: *New Media & Society* 12.3, S. 347–364.
- (2015): „Platforms Intervene“. In: *Social Media + Society* 1.1, S. 1–2.
- Halavais, Alexander (2014): „Structure of Twitter: Social and Technical“. In: *Twitter and Society*. Hrsg. von Katrin Weller u. a. Digital Formations 89. New York u.a.: Peter Lang, S. 29–41.
- Hands, Joss (2013): „Introduction: Politics, Power and 'Platformivity'“. In: *Culture Machine, Issue "Platform Politics"* 14. URL: <http://www.culturemachine.net/index.php/cm/article/view/504/519>.
- Helmond, Anne (2015): „The Web as Platform. Data Flows in Social Media“. Diss. Universiteit van Amsterdam, New Media und Digital Culture. URL: http://www.annahelmond.nl/wordpress/wp-content/uploads//2015/08/Helmond_WebAsPlatform.pdf.
- Ikkala, Tapio und Airi Lampinen (2015): „Monetizing Network Hospitality. Hospitality and Sociability in the Context of Airbnb“. In: *CSCW 2015, March 14-18, Vancouver, BC, Canada: Location, Location, Location*. URL: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2675133.2675274&coll=DL&dl=GUIDE>.
- Kaerlein, Timo, Christian Köhler und Monique Miggelbrink (2013): „Shopping-Hauls und Unboxing“. In: *Zeitschrift für Medienwissenschaft* 9, S. 96–104.
- Kaldrack, Irina und Christian Köhler (2014): „Das Datenhandeln. Zur Wissensordnung und Praxeologie des Online-Handels“. In: *Mediale Kontrolle unter Beobachtung: Was ist Datenkritik?* 3.1. URL: <http://www.medialekontrolle.de/wp-content/uploads/2014/09/Kaldrack-Irina-Koehler-Christian-2014-03-01.pdf>.
- Kaldrack, Irina und Theo Röhle (2014): „Teilmengen, Mengen Teilen. Taxonomien, Ordnungen und Massen im Facebook Open Graph“. In: *Soziale Medien – Neue Massen. Medienwissenschaftliches Symposium der DFG*. Hrsg. von Inge Baxmann, Timon Beyes und Claus Pias. Berlin; Zürich: Diaphanes, S. 75–101.

- Keating, Peter und Alberto Cambrosio (2003): *Biomedical Platforms. Realigning the Normal and the Pathological in Late-Twentieth-Century Medicine*. Cambridge, MA; London: MIT Press.
- Langlois, Ganaele, Greg Elmer und Fenwick McKelvey (2011): „Vernetzte Öffentlichkeiten. Die doppelte Artikulation von Code und Politik in Facebook“. In: *Generation Facebook. Über das Leben im Social Net*. Hrsg. von Oliver Leistert und Theo Röhle. Bielefeld: transcript, S. 253–278.
- Layer, Mareike (2012): „Der Kick der Gastfreundschaft. Wie es sich auf fremden Couchen surft und wo der 'Nächste' beginnt“. In: *Medialität der Nähe. Situationen – Praktiken – Diskurse*. Hrsg. von Pablo Abend, Tobias Haupts und Claudia Müller. Locating Media | Situierete Medien. Bielefeld: transcript, S. 287–300.
- Lehmuskallio, Asko (2012): „Pictorial Practices in a "Cam Era". Studying non-professional camera use“. Diss. University of Tampere, School of Communication, Media und Theatre. URL: <http://tampub.ut.a.fi/bitstream/handle/10024/66918/978-951-44-8847-4.pdf?sequence=1>.
- Leistert, Oliver (2015): „The Revolution Will Not Be Liked. On the Systemic Constraints of Corporate social media Platforms for Protest“. In: *Critical Perspectives on Social Media and Protest. Between Control and Emancipation*. Hrsg. von Lina Dencik und Oliver Leistert. London; New York: Rowman & Littlefield.
- Manovich, Lev und Alise Tifentale (2015): „Selficity: Exploring Photography and Self-Fashioning in Social Media“. In: *Postdigital Aesthetics. Art, Computation and Design*. Hrsg. von David M. Berry und Michael Dieter. New York: Palgrave, S. 109–122.
- Marek, Roman (2013): *Understanding YouTube. Über die Faszination eines Mediums*. Kultur- und Medientheorie. Bielefeld: transcript.
- Miller, Daniel (2012): *Das wilde Netzwerk. Ein ethnologischer Blick auf Facebook*. edition unseld 42. Berlin: Suhrkamp.
- O'Reilly, Tim (Sep. 2005): *What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. URL: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>.
- Otto, Isabell und Mathias Denecke (2013): „WhatsApp und das prozessuale Interface. Zur Neugestaltung von Smartphone-Kollektiven“. In: *Sprache und Literatur. Themenheft App-Kultur* 111, S. 14–29.
- Paßmann, Johannes (2015): „Bewertungssysteme. Medienpraktiken im Umgang mit Fremden“. In: *Literaturwissenschaft und Linguistik* 45, S. 141–166.
- Paßmann, Johannes und Carolin Gerlitz (2014): „'Good' platform-political reasons for 'bad' platform-data. Zur sozio-technischen Geschichte der Plattformaktivitäten Fav, Retweet und Like“. In: *Mediale Kontrolle unter Beobachtung: Was ist Datenkritik?* 3.1. URL: <http://www.medialekontrolle.de/wp-content/uploads/2014/09/Passmann-Johannes-Gerlitz-Carolin-2014-03-01.pdf>.
- Reichert, Ramón (2013): *Die Macht der Vielen. Über den neuen Kult der digitalen Vernetzung*. Edition Medienwissenschaft. Bielefeld: transcript.
- Schäfer, Mirko Tobias (2014): „Instabile (Gegen-)Öffentlichkeiten. Online-Plattformen als hybride Foren gesellschaftspolitischer Debatten“. In: *Soziale Medien – Neue Massen. Medienwissenschaftliches Symposium der DFG*. Hrsg. von Inge Baxmann, Timon Beyes und Claus Pias. Berlin; Zürich: Diaphanes, S. 281–299.
- Seemann, Michael (2014): *Das neue Spiel. Strategien für die Welt nach dem digitalen Kontrollverlust*. Freiburg: orange press.
- Snickars, Pelle und Patrick Vonderau, Hrsg. (2009): *The YouTube Reader*. Medienhistoriskt Arkiv 12. Stockholm: National Library of Sweden.
- Stegbauer, Christian (2009): *Wikipedia. Das Rätsel der Kooperation*. Netzwerkforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Weller, Katrin u. a., Hrsg. (2014): *Twitter and Society*. Digital Formations 89. New York: Peter Lang.
- Zittrain, Jonathan (2008): *The Future of the Internet. And How to Stop It*. New Haven, CT; London: Yale University Press.