INNOVATIONS-INKUBATOR

LEUPHANA
CENTRE FOR DIGITAL CULTURES

GRUNDVERSORGUNG 2.0

ANALYSEN, DEBATTEN UND EXPERIMENTE ZUR ZUKUNFT BEITRAGSFINANZIERTER MEDIEN

» cdc.leuphana.com/grundversorgung-20

IMPRESSUM

Leuphana Universität Lüneburg
Innovations-Inkubator
21335 Lüneburg

Verantwortlich für den Inhalt:
Prof. Dr. Volker Grassmuck, Prof. Dr. Hermann Rotermund
Redaktion: Esther Sambale
Gestaltung und Satz: Anke Sudfeld

Fotos: Alle Abbildungen, wenn nicht anders vermerkt © Leuphana Universität Lüneburg; S. 1: ra2studio/Fotolia; S. 4-5: Prof. Dr. Volker Grassmuck; S. 6-7: Centre for Digital Cultures; S. 8, 11: Hyperbole; S. 13: Abb. Playwall; S. 14: Abb. Twitter-Monitor; S. 18: Prof. Dr. Volker Grassmuck; S. 20: republica 2013 (CC BY-SA 3.0 DE); S. 22, 23: Jan Torge Claussen; S. 24: vege/Fotolia, S. 25: Centre for Digital Cultures; bannosuke/Fotolia; S. 28: Illustration Julien Eichinger/Fotolia; S. 29, 30: Claudia Hettwer, Hannes Harnack

Druck: Bartels Druck GmbH

EDITORIAL

„Rentnerrundfunk“ und „Kukident-Sender“ lauten wenig schmeichelhafte Spitznamen, die den Öffentlich-Rechtlichen anhaften. Das Durchschnittsalter der ARD- und ZDF-Zuschauer liegt bei 60 Jahren, fast die Hälfte des Publikums ist bereits über 65 Jahre alt. Zwischen Volksmusik-Sendungen, „Rosamunde Pilcher“-Verfilmungen und Telenovelas sind innovative TV-Formate kaum zu entdecken oder schlummern wie Jan Böhmermanns „Neo Magazin Royale“ auf hinteren Sendeplätzen. Während deutsche „Silver Ager“ ihre Vorlieben im Öffentlich-Rechtlichen wiederfinden, hat die jüngere Zielgruppe der unter 30-Jährigen längst abgeschaltet. Sie schaut – wenn überhaupt noch – private Sender, verfolgt internationale Erfolgsserien wie „Breaking Bad“ oder „Homeland“ über Streaming-Dienste wie Netflix und informiert sich – vorwiegend mobil – bereits ausschließlich im Internet. Ob öffentlich-rechtliche Angebote, die heute im Fernsehen relevant sind, künftig auch in den Online- und Mobile-Medien eine nennenswerte Rolle spielen, wird sich in den nächsten Jahren entscheiden.

Die öffentlich-rechtliche Grundversorgung steht vor zwei großen Herausforderungen: dem digitalen Medienwandel und dem Generationenabriss. Mit diesen Herausforderungen setzt sich das Projekt *Grundversorgung 2.0* im Innovations-Inkubator-Schwerpunkt „Digitale Medien“ am Centre for Digital Cultures der Leuphana Universität Lüneburg auseinander.

Unsere Forschung richtet sich auf die medientechnischen und -soziologischen, kulturwissenschaftlichen, juristischen, organisatorischen und wirtschaftlichen Voraussetzungen einer für die Gesellschaft relevanten Medienversorgung im digitalen Zeitalter. Ein Schlüsselthema ist das sich rasch verändernde Mediennutzungsverhalten, welches das Forschungsprojekt *Grundversorgung 2.0* untersucht. Praxisorientiertes Wissen dient der Stärkung der regionalen Medienwirtschaft, wird aber auch in bundesweiten und internationalen Kooperationen wie mit dem ZDF und der BBC fruchtbar gemacht.

Weitere zentrale Forschungsthemen sind die Veränderungen, die Konzepte von Öffentlichkeit und Demokratie durch den Medienwandel erfahren. In aktuellen Debatten interveniert *Grundversorgung 2.0* durch zahlreiche Veröffentlichungen, Stellungnahmen und Veranstaltungen, die hier mit den beiden Konferenzen „Public Value“ und „Neueste Nachrichten“ vertreten sind. Schließlich entwickeln wir forschende Experimente, die neue Konzepte für die Bewegtbild-Grundversorgung der digitalen Mediengeneration erproben und überprüfen.

Auf den folgenden Seiten möchten wir Ihnen unsere Vorstellung einer digitalen Grundversorgung näherbringen und Ihnen einen Einblick in unsere Forschungs- und Entwicklungsprojekte geben. Wenn wir Sie neugierig gemacht haben, freuen wir uns, von Ihnen zu hören!

Eine spannende Lektüre wünschen

Prof. Dr. Volker Grassmuck und Prof. Dr. Hermann Rotermund

Prof. Dr. Volker Grassmuck

Prof. Dr. Hermann Rotermund

MEDIENFREIHEIT UND PUBLIC VALUE IM INTERNET

DER DIGITALE MEDIENWANDEL UND DER GENERATIONENABRISS GEHÖREN ERKLÄRTERMASSEN ZU DEN AKTUELLEN HERAUSFORDERUNGEN DES ÖFFENTLICH-RECHTLICHEN MEDIENSYSTEMS. IHREN AKTUELLEN STAND UND MÖGLICHE ENTWICKLUNGSRICHTUNGEN ZU DISKUTIEREN, WAR DAS ZIEL DER KONFERENZ „MEDIENFREIHEIT UND PUBLIC VALUE IM INTERNET“ IM MAI 2014.

In seiner für die Demokratie grundlegenden Funktion ist eine – staatsfrei und transparent organisierte – öffentlich-rechtliche Grundversorgung weiterhin unerlässlich. Darin waren sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Wissenschaft, Sendern, Gremien, Politik, Medienwirtschaft und Zivilgesellschaft einig.

Das Bundesverfassungsgericht hatte in seinem im März 2014 ergangenen ZDF-Urteil erneut betont, dass diese Grundversorgung aufgrund der „spezifischen Eigenrationalität des privatwirtschaftlichen Rundfunks“ vom Markt nicht geliefert werde, der zudem einem erheblichen Konzentrationsdruck unterstehe. Auch aus medienökonomischer Sicht ist der Glaube an eine Medienregulierung durch Wettbewerb unhaltbar. Sie versage im regionalen Bereich und bei weltweiten Monopolen, denen gegenüber nationale Instrumente der Vielfaltssicherung wie das Kartellrecht untauglich seien und durch Freihandelsabkommen weiter untergraben würden (M. Kops). TTIP könne sich, trotz anderslautender Beteuerungen, auch auf Kultur und Medien auswirken und damit das gesamte öffentlich-rechtliche System aushebeln (E. Bock-Rosenthal).

Das ZDF-Urteil hatte erhebliche Mängel beim staatlichen Einfluss und der Transparenz der Rundfunkgremien festgestellt und die Gefahr einer „Versteinerung“ attestiert. Breitere Partizipation der Zivilgesellschaft (B. Holznagel, C. Herzog) und größere Transparenz als Bedingung für Akzeptanz (L. Matzat, P. Husmann, H. Neuhoff) waren folglich zentrale Themen der Konferenz.

Eine „Versteinerung“ sahen die meisten Diskutanten auch bei den Sendern. In den Führungsetagen sei das Internet noch immer nicht angekommen (B. Holznagel). Die Verfassungsrechtsprechung, in der sich seit den 1970er-Jahren nichts Wesentliches getan habe, sei Makulatur. Sie habe eine Legitimationsfunktion für die Anstalten, aber mit der Wirklichkeit nichts mehr zu tun (K. H. Ladeur). Die rechtliche Verregelung habe ein Ausmaß angenommen, dass sich die öffentlich-rechtlichen Anstalten dahinter verstecken könnten, um ihre Immobilität zu camouflieren (W. Hagen).

Frischer Wind wehte dagegen aus den Nachbarländern. In den Niederlanden hatte kurz zuvor der Kulturrat einen Bericht zur Zukunft der Sender vorgelegt. Darin entwirft er das Modell eines offenen Rundfunks, der zu einem Dirigenten und Netzwerker der Gesellschaft wird. Er soll Vielfalt sichern, indem er seine Produktions- und Distributionsmittel auch für Jugendgruppen, Minderheiten und andere Produzenten öffnet und im krankenden Regionalmedienbereich mit Zeitungen kooperiert (N. Helberger). Der ORF ist bei allen Beschränkungen, die es auch in Österreich gibt, im Internet und mit seinen Apps das meist genutzte Medienangebot, und er fährt mit seinen Public Value-Berichten eine Transparenz-Offensive (K. Mitschka).

Für Deutschland sahen viele einen grundlegenden Neustart für erforderlich. Der Jugendkanal müsse aus einer neuen Organisation heraus entwickelt werden (H. Hege). Die Überzeugung, dass es einen Bottom-up-Prozess, Experimente und Dialog brauche (W. Hagen), fand Zustimmung. Weitere Vorschläge richteten sich auf einen Innovations-Fonds (K. H. Ladeur), einen öffentlichen Suchmaschinen-Index, auf dem tausende Suchmaschinen aufsetzen können (D. Lewandowski), ein öffentlich-rechtliches Betriebssystem, besonders für mobile Geräte (D. Erlacher), und einen ebensolchen Start-up-Fonds (L. Matzat).

KONTAKT

Prof. Dr. Volker Grassmuck
Scharnhorststraße 1, 21335 Lüneburg
Fon +49 4131.677-9003
volker.grassmuck@inkubator.leuphana.de

VIDEO UND AUDIO-DOKUMENTATION DER KONFERENZ:
» digitale-grundversorgung.de/debatte/ipoe

BLICK IN DIE ZUKUNFT JOURNALISTISCHER NACHRICHTENPRODUKTION

DIE NACHRICHT, IHRE PRODUKTION, VERBREITUNG UND REZEPTION – DER GRUNDSTOFF DES JOURNALISMUS STAND IM FOKUS DER ZWEITÄGIGEN KONFERENZ „NEUESTE NACHRICHTEN. JOURNALISMUS IN DER DIGITALEN MEDIENKULTUR“, DIE AM 9. UND 10. OKTOBER 2014 IN LÜNEBURG STATTFAND.

Nachrichten in ihrer hergebrachten Form befinden sich aktuell ebenso in einer Krise wie die Zeitungen. Es gibt weniger Zeitungen, weniger Nachrichtenagenturen, weniger Auslands- und Inlandskorrespondenten und eine nachlassende Nutzung traditioneller journalistischer Medien. In jüngster Zeit wurde erstaunlicherweise auch eine abnehmende Rezeption von Nachrichten in Online- und Mobile-Medien festgestellt. Die eigenständigen Produktions-, Distributions- und Kommunikationsformen von Nachrichten in diesen Medien und ihre Rückwirkungen auf traditionelle Medien standen im Zentrum der Konferenz. In den ersten beiden Panels „Neue Nachrichtenkanäle und -plattformen“ und „Nachrichten auf Wunsch? Das Nachrichtenpublikum“ kreiste die Diskussion um die zentrale Fragestellung, ob und in welchen Formen es dem Nachrichtenjournalismus noch gelingen kann, einer zusammenhängenden Öffentlichkeit die Auseinandersetzung um Weltbilder zu ermöglichen. Die digitalen Nachrichtenkanäle scheinen eine unendliche Informationsfülle zu bieten. Ein großer Teil der Kommunikation über Neuigkeiten findet jedoch nicht in einer beobachtbaren Öffentlichkeit statt, sondern in den privaten Räumen der Social Networks, die daher auch „Dark Social“ genannt werden. Die Aufhellung und Analyse dieser Kommunikation wurde von einigen Teilnehmerinnen und Teilnehmern als Überlebensbedingung für den Journalismus gewertet.

In einer der sechs Sessions wurde der im Projekt *Grundversorgung 2.0* entwickelte Twitter-Monitor in seiner neuesten Fassung präsentiert. Ein zusätzlicher Vortrag des Journalismusforschers Prof. Dr. Michael Haller stellte erste Ergebnisse seiner Studie zum Informationsverhalten von Digital Natives vor. Er machte deutlich, dass gerade bei dieser Generation das Vertrauen in die hergebrachten Medien stärker schwindet, als es sich in den nachlassenden Nutzungsdaten ausdrückt.

Neue digitale Werkzeuge und Kanäle bestimmten weitere Sessions der Konferenz durch Algorithmen gesteuerte datenjournalistische Formate. Eine große Chance zur Herstellung von Publikumsnähe und zur Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern an öffentlichen Angelegenheiten wurde den Bemühungen um Open Data zugesprochen. Beispiele zeigten, wie attraktive und verständliche Aufarbeitungen von Daten aussehen können.

Die abschließende Session „Die Nachrichtenerzählung. Narrative und Erzählformen“ widmete sich der Frage, welche Erzählformen und Erzählmuster durch den Medienwandel und den Einstellungswandel der Mediennutzer angetrieben werden. Wenn die Nachricht auch immer schon eine Erzählung ist, welche Rolle spielen der Geschichtenerzähler und seine Publikumsbindung? Angesichts der Fülle unterschiedlicher und widersprüchlicher Informationsangebote ist das Vertrauen in die Nachrichtenquellen und die Orientierung an vertrauenswürdigen Berichterstatterinnen und Berichterstattern und ihren Berichts- oder Erzählstilen ein wichtiger Faktor geworden.

Unter den Vortragenden und Diskutierenden befanden sich Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler und Praktikerinnen und Praktiker, aber auch Vertreterinnen und Vertreter mit Erfahrungen aus Presseunternehmen und dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland und in der Schweiz.

Zu den erfreulichen Ergebnissen gehörten Anschluss- und Kooperationsgespräche über weitere Forschungen zu nachrichtlichen Erzählformen und zur Relevanz und tatsächlichen Nutzung der Tagesschau durch junge Mediennutzerinnen und -nutzer.

KONTAKT
Prof. Dr. Hermann Rotermund
Scharnhorstraße 1, 21335 Lüneburg
Fon +49 4131.677-9022
hermann.rotermund@inkubator.leuphana.de

VIDEO-DOKUMENTATION DER KONFERENZ:
» digitale-grundversorgung.de/nachrichtenkonferenz

HYPERBOLE – DAS VIDEONETZWERK FÜR DIE DIGITALE GENERATION

ALS EXPERIMENTELLER ZWEIG DES FORSCHUNGSPROGRAMMS FÜR DIE GRUNDVERSORGUNG 2.0 ERKUNDET HYPERBOLE, MIT WELCHEN FORMATEN UND KOMMUNIKATIONSFORMEN JUNGE MEDIENNUTZERINNEN UND MEDIENNUTZER ERREICHT WERDEN KÖNNEN, WENN ES UM POLITISCH UND KULTURELL RELEVANTE THEMEN GEHT.

Hyperbole ist ein Videonetzwerk für die Generation, die sich nicht mehr für das klassische Fernsehen interessiert. Hinter dem Namen steckt mit der Anspielung auf die literarische Figur der Hyperbel die Idee, dass Themen nicht nur unterhaltsamer werden, sondern auch einfacher zu diskutieren, wenn man sie nur ausreichend pointiert darstellt. Die Zuspitzung (gesellschafts-)politischer Inhalte durch eine popkulturelle Erzählweise ist das Markenzeichen von Hyperbole.

Hyperbole findet dort statt, wo die Digital Natives sich aufhalten, diskutieren und publizieren. Alle Inhalte werden auf der Website **www.hyperbole.de** gebündelt, aber gleichzeitig auch über Youtube, Facebook, Google Plus und Twitter verbreitet. Die Diskussionen unter den Videos sind dabei fast genauso wichtig wie die Videos selber. Hyperbole tritt in einen echten Dialog mit den Zuschauerinnen und Zuschauern, die die veröffentlichten Inhalte über ihre Kommentare ergänzen, weiterverbreiten und mitbestimmen. Die Hyperbole-Community wächst dabei beständig, aktuell haben die verschiedenen Formate mit mehr als 350 Videos knapp 50.000 Abonnentinnen und Abonnenten und knapp 13 Millionen Aufrufe erreicht.

Bisher haben die Forscherinnen und Forscher des Projekts *Grundversorgung 2.0* sieben verschiedene Formate entwickelt und etabliert. Von einem klassischem Entertainmentformat wie DISSLIKE, in dem Prominente Kommentare aus dem Internet über sich selber vorlesen und das medial weite Kreise gezogen hat, über die interaktive Auseinandersetzung mit Vorurteilen und Stigmatisierungen im Format FRAG EIN KLISCHEE bis hin zu einer berührenden Dokumentation über einen Veteranen mit einer posttraumatischen Belastungsstörung (DIE INNERE FRONT) wurde ein vielseitiges Portfolio aufgebaut. Weitere Formate sind in Planung.

PROGRAMM FÜR DIGITAL NATIVES

Das Internet hat die Erwartungen der Nutzerinnen und Nutzer an die Medien verändert. Die heute 20- bis 35-Jährigen, die „Digital Natives“, erwarten eine gleichberechtigte Beziehung

GRUNDVERSORGUNG 2.0 // **HYPERBOLE**

hyper bole

anstelle des alten Sender-Empfänger-Schemas des Rundfunks. Sie möchten das Programm interaktiv mitgestalten, kommentieren und dort erleben, wo sie sich aufhalten – in den sozialen Netzwerken. Hyperbole nimmt diesen Anspruch ernst und macht das Publikum und seine Lebenswelt zu einem Teil des Programms.

DEN GENERATIONENABRISS AUFHALTEN

Die Welt von Hyperbole ist keine weit vom Leben der Zuschauerinnen und Zuschauer entfernte Medieninszenierung, sondern interagiert mit den Personen, Themen und Kommunikationswegen, mit denen sich die Zuschauerinnen und Zuschauer identifizieren können. Auch auf neue Sehgewohnheiten reagiert Hyperbole zeitgemäß: Die Videos sind kurz und auf den Punkt und in thematisch sortierte Playlisten eingebunden – so kann genau so viel an Information konsumiert werden, wie die Zuschauerinnen und Zuschauer möchten. Das Forschungsteam probiert mit dem Kanal Hyperbole ganz praktisch aus, mit welchen Mitteln und mit welcher Ansprache man dem sogenannten „Generationenabriss“, unter dem die öffentlich-rechtlichen Medien aktuell leiden, entgegenwirken kann. Mittels dieser angewandten Forschung wird nach zukünftigen Möglichkeiten der digitalen Grundversorgung gesucht. Einfach gesagt, versucht Hyperbole die Frage zu beantworten wie man den Bildungsauftrag erfüllen und gesellschaftlich relevante Themen so spannend erzählen, interaktiv gestalten und popkulturell verpacken kann, dass sie auch für ein jüngeres Publikum interessant sind.

Ziel ist, neben der Beantwortung grundsätzlicher Forschungsfragen, der Aufbau eines Netzwerks und eines Portfolios, das im Anschluss an die Projektlaufzeit die Beteiligung an der Gründung einer Firma für Formatentwicklung, Produktion und Plattformbetrieb ermöglicht.

KONTAKT

Prof. Dr. Hermann Rotermund
Scharnhorststraße 1
21335 Lüneburg
Fon +49 4131.677-9022
hermann.rotermund@inkubator.leuphana.de

» hyperbole.de

DAS HYPERBOLE-TEAM. Hintere Reihe: Niklas Olscha, Philipp Glauner, Patricia Sack (SHK), Ivo Hellwig (Styleheads), Moritz Stumm, Tobias Goltz, Benjamin Kahlmeyer; vordere Reihe: Alisa Ehlert, Vanessa Schneider.
Es fehlen: Tim Förster (SHK), Bastian Asdonk und Eike Faeks.

PLAYWALL – MULTIPERSPEKTIVISCHES STORYTELLING IM NETZ

BEWEGTBILD IST DER WACHSTUMSMARKT IM INTERNET SCHLECHTHIN – DENNOCH GIBT ES KAUM INNOVATIVE LÖSUNGEN ZUR ORGANISATION UND PRÄSENTATION DES WUCHERNDEN DATENDSCHUNGELS IM NETZ. PLAYWALL IST EIN NEUARTIGES, GENUIN NETZNATIVES WERKZEUG, DAS EINE EINZIGARTIGE FORM INTERAKTIVER ERLEBBARKEIT VON BEWEGTBILD-INHALTEN ERMÖGLICHT.

Die Funktionsweise basiert auf der dynamischen und variablen Verknüpfung kurzer Videoclips. PLAYWALL bietet sich als Anwendung für verschiedene Themen und für die Aufbereitung unterschiedlicher Inhalte an: von der Organisation von Archiven über die Moderation aktueller Debatten bis hin zu Formen des multiperspektivischen Storytellings.

PLAYWALL ist eine je nach thematischem Bezug individuell gestaltbare Plattform, die den Ansprüchen und Bedürfnissen eines Auftraggebers entsprechend modular ausgestaltet werden kann. Dabei baut das Tool auf der Logik des Internets und den heute verbreiteten Nutzungsarten von Bewegtbild-Inhalten im Web auf. Aufmerksamkeit ist ein knappes Gut, die Videoclips werden deswegen nicht als vollständige „Filme“ mit Anfang, Mitte und Ende präsentiert: In kleinste diskrete Sinneinheiten zerlegt, entsteht aus dem Material ein Pool von kurzen Clips, die auf verschiedene Art und Weise abrufbar und miteinander kombinierbar sind. Den Nutzerinnen und Nutzern wird damit die Möglichkeit geboten, interaktiv und zeiteffizient auf die gesuchten Inhalte zuzugreifen. Die PLAYWALL-Oberfläche besteht aus einer variierbaren Anzahl von Player-Fenstern, in denen die Inhalte nicht anhand rein linearer Ergebnislisten, sondern parallel, auf einen Blick angeboten werden.

SYNCHRONIZITÄT STATT LINEARITÄT

Innovative Formen von Storytelling im Web bleiben ihrem Grundprinzip nach der Kunst des Lesens verhaftet – in der Regel können dabei crossmediale Inhalte entlang eines vorgegebenen Pfades abgerufen werden. PLAYWALL dagegen verzahnt die Inhalte miteinander auf einer vertikalen und einer horizontalen Achse. Die einzelnen Videoclips reagieren dadurch in je unterschiedlicher Weise aufeinander, sodass die Nutzerinnen und Nutzer innerhalb des redaktionellen Rahmens einen eigenen, ihren Interessen entsprechenden Weg durch ein thematisches Angebot verfolgen können. Darüber hinaus werden weiterführende Erklärungs- bzw. Vertiefungsangebote bereitgehalten: Fachbegriffe können einerseits lexikalisch definiert und zusätzlich auf leicht verständliche Weise in einem eigenen Videoformat, den sogenannten „Explainity“-Filmen, anschaulich erklärt werden. Information und Meinungsbildung werden somit auf ganz neue Art nutz- und erfahrbar.

AUSBLICK: DIE INTEGRATION DES NUTZERS

PLAYWALL möchte eine möglichst hohe Einbindung der Nutzerinnen und Nutzer ermöglichen und bietet einen redaktionell betreuten Rahmen, in dem die Nutzerinnen und Nutzer sich mit einem großen Maß an Freiheit bewegen können. Aus dem Schema der vorgegebenen Playlists heraus ist es möglich, das Bewegtbild-Material jederzeit auf eigenen Pfaden zu erkunden. Damit wird sowohl den passiven (lean back) als auch den aktiven (lean forward) Nutzerinnen und Nutzern Gelegenheit gegeben, spielerisch einen individuellen Zugang zum Thema zu finden und eine persönliche Navigation zu entwickeln. Eine personalisierte Merkliste erlaubt das Erstellen und Teilen eigener Playlists. Differenzierte Bewertungsfunktionen, die mit einem einfachen Mausklick zu bedienen sind, sorgen für ein niederschwelliges Interaktionsangebot und unterstützen den hohen Aufforderungscharakter der Seite. Die Nutzerinnen und Nutzer sind über verschiedene Kommentarmöglichkeiten und -funktionen aktiv an den Diskussionen beteiligt. Die daraus entstehenden Feedback-Schleifen bestimmen den Aufbau und die weitere Schwerpunktsetzung innerhalb eines Themenfeldes prozessual mit (z. B. durch die inhaltliche Ausrichtung weiterer Interviews).

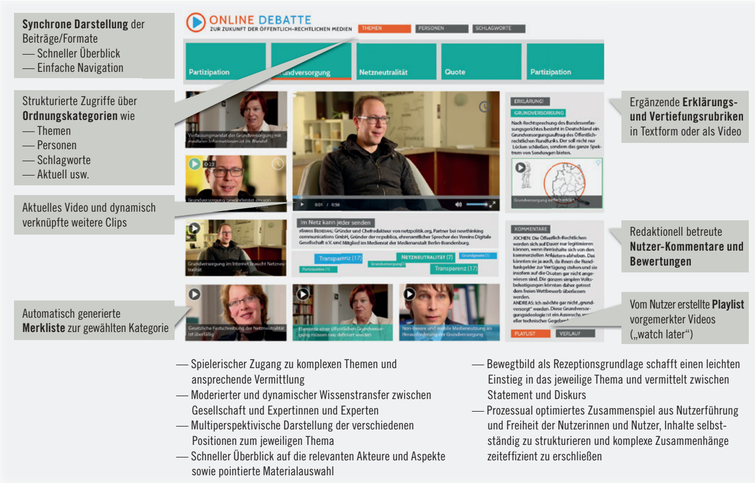
KONTAKT:

Oliver Rauch und Dr. André Greszyk, Scharnhorststraße 1, 21335 Lüneburg
Fon +49 4131.677-9061, oliver.rauch@inkubator.leuphana.de

WEITERE PROJEKTMITARBEITERINNEN UND -MITARBEITER:

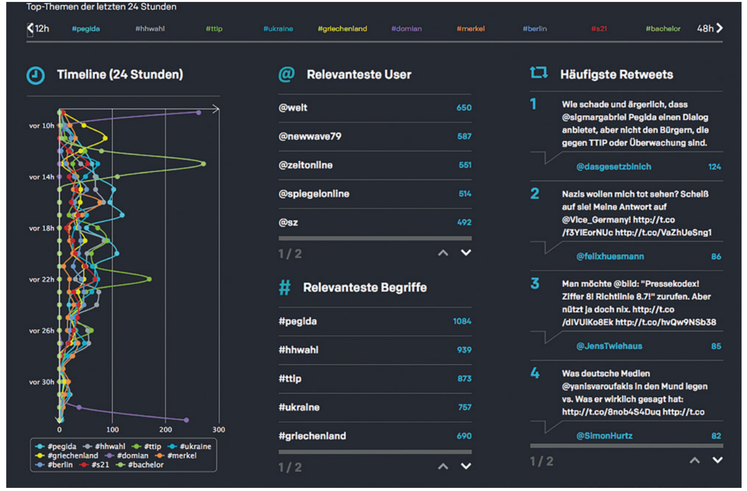
Dr. Julie Woletz (Konzeption UI/UX), Jan Torge Claussen (Design), Stefan Görike (Programmierung)

» digitale-grundversorgung.de/playwall



— Spielerischer Zugang zu komplexen Themen und ansprechende Vermittlung
— Moderierter und dynamischer Wissenstransfer zwischen Gesellschaft und Expertinnen und Experten
— Multiperspektivische Darstellung der verschiedenen Positionen zum jeweiligen Thema
— Schneller Überblick auf die relevanten Akteure und Aspekte sowie pointierte Materialauswahl
— Bewegtbild als Rezeptionsgrundlage schafft einen leichten Einstieg in das jeweilige Thema und vermittelt zwischen Statement und Diskurs
— Prozessual optimiertes Zusammenspiel aus Nutzerführung und Freiheit der Nutzerinnen und Nutzer, Inhalte selbstständig zu strukturieren und komplexe Zusammenhänge zeiteffizient zu erschließen

POLITIKANALYSE IN 140 ZEICHEN



KURZ, PRÄGNANT, UNMITTELBAR: FÜR DEN POLITISCHEN DISKURS BIETET TWITTER VIELE VORTEILE. ABER WIE FINDET MAN HERAUS, WELCHE THEMEN RELEVANT SIND UND WER WORÜBER DISKUTIERT? DIESE FRAGEN BEANTWORTET DER TWITTER-MONITOR, EINE WEB-ANWENDUNG ZUR ANALYSE UND VISUALISIERUNG DER LAUFENDEN POLITISCHEN KOMMUNIKATION IN DEUTSCHLAND, DIE DER WISSENSCHAFTLICHE MITARBEITER STEFAN HEIDENREICH UND SEIN KOLLEGE DR. LEONARD NOVY IM RAHMEN DES FORSCHUNGSPROJEKTS GRUNDVERSORGUNG 2.0 ENTWICKELT HABEN.

Der Twitter-Monitor ist ein Internet-Tool zur Beobachtung der politischen Kommunikation in Deutschland. Es wurde im Vorlauf der Bundestagswahl 2013 entwickelt und dann in einer ersten Version in Kooperation mit „Zeit Online“ ins Netz gestellt. Die weiterentwickelte jüngste Version steht seit Herbst 2014 unter whizzle.de/monitor online. Der Monitor filtert aus Twitter alle Nachrichten zu

politischen Themen heraus. Dazu bedient er sich einer einfachen Nachbarschafts-Relation. Der Algorithmus zählt alle Hashtags, die in Tweets zusammen mit den Namen der Parteien (CDU, SPD, Grüne, Linke usw.) vorkommen. Daraus errechnet er die für die Parteipolitik relevantesten Themen. Da die Nachbarschaft immer wieder neu ausgewertet wird, rücken auch neu hinzukommende Themen sofort in den Fokus.
Ausgehend von der Gesamtmenge politischer Tweets werden anschließend die wichtigsten Schreiber ausgewertet. So kommt eine Stichprobe der 10.000 wichtigsten Twitterer Deutschlands im Politikbereich zustande. Um dieses Ranking genauer unterteilen zu können, werden sie unterschiedlichen Kategorien zugeordnet, also etwa, ob es sich um Politikerinnen und Politiker handelt und welcher Partei sie angehören oder ob es Journalistinnen und Journalisten oder normale Nutzerinnen und Nutzer sind. So lässt sich nicht nur verfolgen, welche Themen gerade wichtig werden, sondern auch welche Interessengruppen gerade darüber diskutieren. Es kommt zum Beispiel oft vor, dass ein Thema erst von Nutzerinnen und Nutzern aufgebracht wird, dann wenden sich ihm Journalistinnen und Journalisten zu, und am Ende erreicht es die Berufspolitikerinnen und -politiker. Oder umgekehrt, was der klassische Fall einer politischen Themenentstehung wäre. Einer der Hauptzwecke des Twitter-Monitors liegt darin, derartige Themenkarrieren verfolgen zu können, während sie sich entwickeln.

Die erste Version des Monitors wurde von Stefan Heidenreich und Leonard Novy (Centre for Digital Cultures, Innovations-Inkubator, Leuphana Universität Lüneburg) sowie Frederik Fischer und Arno Dirlam (tame, tazaldoo UG, Berlin) entwickelt. Die zweite, in Datenhaltung und Darstellung deutlich verbesserte Version des Programms wurde zusammen mit dem Kreativnetzwerk We are all in (Philipp Hohn, Matthias Lorenz-Meyer und Immanuel Scherer) ausgebaut, wobei der Anteil der Leuphana Universität Lüneburg in der Erstellung der Algorithmen und in den Vorgaben für die Darstellung lag.

Eines der wichtigsten Ziele des Twitter-Monitors liegt darin, die in sozialen Netzwerken verstreute öffentliche Diskussion zu beobachten und darzustellen. Er leistet damit einen Beitrag, die in den privaten Web-Plattformen nicht mehr vorhandene Öffentlichkeit überhaupt wieder abzubilden und damit herzustellen. Darüber hinaus lässt sich der Twitter-Monitor als Instrument der Politikberatung einsetzen. Als datenjournalistisches Tool und durch den Einsatz für wissenschaftliche Untersuchungen adressiert es sowohl Kreise von Experten als auch eine allgemeine Öffentlichkeit.

KONTAKT

Stefan Heidenreich
Scharnhorstraße 1, 21335 Lüneburg
Fon +49 4131.677-9000
stefan.heidenreich@inkubator.leuphana.de

WEITERE PROJEKTMITARBEITER:

Dr. Leonard Novy

» whizzle.de/monitor

MEDIENPOLITIK, FORSCHUNG UND BERATUNG

KONTAKT

Dr. Christian Herzog und Orkan Torun
Scharnhorstraße 1, 21335 Lüneburg
Fon +49 4131.677-9058
christian.herzog@inkubator.leuphana.de
orkan.torun@inkubator.leuphana.de

DAS INTERNET VERÄNDERT DIE MEDIENWELT. IM TEILPROJEKT „MEDIEN- UND KOMMUNIKATIONSPOLITIK UND REGULIERUNG“ WIRD EIN BESONDERES AUGENMERK DARAUF GELEGT, WIE DER ÖFFENTLICH-RECHTLICHE RUNDFUNK AUF DIE SICH WANDELNDEN RAHMENBEDINGUNGEN REAGIERT – DURCH EMPIRISCHE FORSCHUNG UND POLITIKBERATENDE IMPULSE.

Die Untersuchung aktueller medienpolitischer Entwicklungen und Zusammenhänge aus historischer, politisch-ökonomischer und international vergleichender Sicht ist eine kontinuierlich verfolgte Grundaufgabe des Forschungsprojekts. Im Fokus des Teilprojektes stehen die Bereiche Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sowie Medienpolitik und Partizipation. Exemplarisch werden Fallstudien wie zum Beispiel die Einführung der Haushaltsabgabe analysiert. Die Ergebnisse werden in internationalen Fachzeitschriften wie dem „European Journal of Communication“, „International Journal of Cultural Policy“ und „International Journal of Media and Cultural Politics“ veröffentlicht.

Auf der Ebene der Politikberatung werden aktuelle politische Entwicklungen in Bezug auf den Medienstaatsvertrag und andere Themen fortlaufend sondiert. Auf Konferenzen und Podiumsdiskussionen, im Rahmen von Hintergrundgesprächen mit medienpolitischen Akteuren sowie in Fachmedien stoßen die projektverantwortlichen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler Debatten an und geben Impulse. So wurde zuletzt eine Artikelserie zum Thema „Transparenz und Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks“ unterstützt und kuratorisch begleitet. Die Serie erschien im Fachmagazin „Medienkorrespondenz (früher: Funk-Korrespondenz)“ und auf dem Blog carta.info und entstand als Kooperation des Instituts für Medien- und Kommunikationspolitik (IfM) und des Dresdner Instituts für Medien, Bildung und Beratung (DIMBB).
Beide Stränge, Forschung und Beratung, zielen darauf ab, das Projekt *Grundversorgung 2.0* in der Öffentlichkeit zu positionieren und Lösungsansätze zu erarbeiten, die geeignet erscheinen, um aktuellen medienpolitischen Herausforderungen wie etwa dem Aufbau des von ARD und ZDF geplanten Jugendkanals zu begegnen.

DIGITAL DEMOCRACY

DER DIGITALE MEDIENWANDEL BETRIFFT NICHT NUR DIE STRUKTUR DER ÖFFENTLICHKEIT, SONDERN AUCH DIE AUSHANDLUNG UND ENTSCHEIDUNGSFINDUNG IM DEMOKRATISCHEN PROZESS SELBST. VOR DEM HINTERGRUND VON GESCHICHTE UND THEORIE DER DEMOKRATISCHEN ABSTIMMUNGSVERFAHREN UNTERSUCHTE DAS PROJEKT „DIGITAL DEMOCRACY“ AKTUELLE NETZGESTÜTZTE MODELLE EINER ‚FLIESSENDEN‘, PARTIZIPATIVEREN DEMOKRATIE.

Ausgehend vom ursprünglichen Konzept von Liquid Democracy (J. W. Donoso) analysierte Nicolás Mendoza dessen Umsetzung in der Piratenpartei und im Landkreis Friesland und identifizierte drei grundlegende Dimensionen eines Entscheidungssystems: Expressivität (eine Stimme alle vier Jahre vs. detaillierte Sachvorschläge), Einfluss (konsultative vs. bindende Entscheidungen) und Integrität (Verifizierbarkeit vs. Anonymität von Wählerinnen und Wählern). Entlang dieser Dimension erklärte er die geringe Beteiligung an den im Einsatz befindlichen Systemen und schlug vor, über dezentrale Architekturen nachzudenken.

Mithilfe von ethnographischen, audiovisuellen Methoden untersuchte José Ramos weitere Einsatzfelder von Liquid Democracy, z. B. in der Internet-Enquetekommission des Bundestages, im italienischen Parlament und in Unternehmen. Sein Interesse richtete sich auf die Auswirkungen auf bestehende Deliberationskulturen und auf die Kritik an technologiezentrierten Ansätzen.

Leif Thomas Olsen analysierte anhand des Habermas'schen Öffentlichkeitsbegriffs das Ungleichgewicht von Bürgerinnen und Bürgern und Wirtschaftslobbys in ihrem Einfluss auf die Politik. Um dem Zustand der „Post-Demokratie“ (C. Crouch) zu entkommen, schlug er vor, dem gewählten Parlament eine Citizen Lobby an die Seite zu stellen: ein repräsentatives Bürgerparlament mit verpflichtender, vergüteter und rotierender Beteiligung. Es soll dieselben Fragen verhandeln, die auch das Parlament beschäftigt, und Politikerinnen und Politikern die Empfehlungen der Bürgerinnen und Bürger übermitteln.

KONTAKT:

Leuphana Universität Lüneburg
Centre for Digital Cultures
Scharnhorstraße 1
21335 Lüneburg
Fon +49 4131.677-9000
cdc@leuphana.de

» digitale-grundversorgung.de/digital-democracy

WISSENSVERMITTLUNG PER BEWEGTBILD

DIE WIKIPEDIA IST EINE DER WICHTIGSTEN WISSENSRESSOURCEN IM INTERNET UND DIE ERSTE ADRESSE FÜR VIELE RECHERCHEN. WIE DER ÖFFENTLICH-RECHTLICHE RUNDFUNK IST SIE DEM FÜR ALLE FREI ZUGÄNGLICHEN, QUALITÄTSGEPRÜFTEN WISSEN VERPFLICHTET. IM APRIL 2014 INITIIERTE GRUNDVERSORGUNG 2.0 IM RAHMEN DES BMBF-WISSENSCHAFTSJAHRES 2014 „DIE DIGITALE GESELLSCHAFT“ UND IN KOOPERATION MIT WIKIMEDIA DEUTSCHLAND DAS PROJEKT VIDEOS FÜR WIKIPEDIA-ARTIKEL (VWA).

Auch in der Wikipedia findet derzeit eine Konvergenz statt. Wie das Internet ist sie mit der Wiki-Software als rein textbasiertes Medium gestartet. Bald wurde daraus das aktuelle MediaWiki entwickelt, das das Hochladen und Einbinden von Bildern erlaubte. 2007 kam ein Player für das freie Audio- und Videoformat Ogg hinzu. Mit dem von Google frei lizenzierten Videoformat WebM führte die Wikipedia 2012 ihren aktuellen HTML5-Video-Player ein. Es gibt verschiedene Projekte, um die Produktion des komplexen Mediums Video zu unterstützen. Dennoch enthielten Anfang 2014 von rund 1,7 Millionen Artikeln in der deutschsprachigen Wikipedia nur knapp 2.000 ein Video.
Zu den Herausforderungen gehören neben dem handwerklichen Know-how auch technische und rechtliche Fragen. Weil alle Online-Videoformate verlustreiche Komprimierungen verwenden, können einmal veröffentlichte Videos nicht, wie für Texte und Bilder in der Wikipedia üblich, kontinuierlich weiter bearbeitet, korrigiert, aktualisiert oder für neue Projekte verwendet werden. Dazu müsste auf das Originalmaterial auf der Kamera zurückgegriffen werden, das jedoch nur in patentbehafteten Formaten vorliegt und daher nicht auf Wikimedia Commons abgelegt werden kann.

Unter Leitung von Anna Lindner führte VWA folgende Maßnahmen durch:

— Vier Workshops, die zusammen mit der Inkubator-Ausgründung HausmarkeTV und den Bürger- und Ausbildungskanälen Tide Hamburg, MIZ Babelsberg und Alex Berlin durchgeführt wurden, haben Grundlagen der Videoerstellung vermittelt und die rund 50 Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei der Produktion ihrer Videos unterstützt.
— Aus den Erfahrungen mit den Workshops sind Lehr- und Lernmaterialien entstanden, die nachhaltig weiterentwickelt und in andere Sprachen übersetzt werden können.
— Um den genannten technischen Herausforderungen zu begegnen, hat VWA eine Brücke geschlagen zwischen der Wikipedia und dem freien Videoschnitt-Projekt Kdenlive sowie dem Internet Archive, um einen Videoschnitt-Server mit einem Repositorium für Video-Rohmaterial zu entwickeln.
— Die Einreichungen zum Video-Wettbewerb zum Thema „Digitale Gesellschaft“ sind in einer Community-Abstimmung und von einer Fachjury bewertet worden.
— Auf der Abschlussveranstaltung am 5. Dezember 2014 in der Wikimedia Deutschland wurden die Ergebnisse vorgestellt, und es wurde über die Fortführung gesprochen. Die Filmexperten Hermann Kalkofen (Universität Göttingen), Ramón Reichert (Universität Wien), Roman Marek (Universität Paderborn) und der Informationswissenschaftler Rainer Hammwöhner diskutierten über die Bewegtbildsprache in der Wikipedia. Den feierlichen Abschluss bildete die Prämierung der Gewinner des VWA-Video-Wettbewerbs.

VWA hat mit zahlreichen Impulsen in der Wikipedia selbst, unter Filmemacherinnen, Medienkompetenzeinrichtungen und in der Öffentlichkeit Anstöße für die Bildung einer Video-Community gegeben. Auf der Wikimania 2014 herrschte Aufbruchstimmung auch unter den internationalen Videoaktiven. Zudem bricht die Wikipedia zeitgleich mit ARD und ZDF ins Webvideo-Zeitalter auf. Eine Brücke zu schlagen zwischen der öffentlich-rechtlichen Jugendplattform und der freien Online-Enzyklopädie wäre daher eines der wichtigsten Ergebnisse des Projekts.

GEFÖRDERT VOM

Bundesministerium für Bildung und Forschung

Eine Initiative des Bundesministeriums für Bildung und Forschung

Wissenschaftsjahr 2014

DIE DIGITALE GESELLSCHAFT

WIKIMEDIA DEUTSCHLAND

» de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:VWA

VWA wurde initiiert vom Forschungsprojekt „Grundversorgung 2.0“. VWA wird im Rahmen des Wissenschaftsjahrs 2014 ‚Die digitale Gesellschaft‘ vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert und von Wikimedia Deutschland im Rahmen des Förderprogramms Freies Wissen unterstützt.

KONTAKT

Leuphana Universität Lüneburg
Centre for Digital Cultures
Scharnhorststraße 1, 21335 Lüneburg
Fon +49 4131.677-9000
cdc@leuphana.de

VON TELEVISION ZU WIKIVISION – MEDIALE GRUNDVERSORGUNG VON ALLEN FÜR ALLE

Das Teilprojekt WikiVision geht aus 1.) von der Wahrnehmung der Videorevolution, die in ihrer Flut vieles hervorbringt, was das Gütesiegel „Grundversorgung“ verdient, und 2.) vom anhaltenden Erstaunen darüber, dass die Wikipedia möglich ist, dass also aus einer offenen Kooperation von Freien und Gleichen nicht nur eine lesenswerte Enzyklopädie, sondern eine der wichtigsten Wissensinfrastrukturen unserer Zeit entstehen kann. Eins und Zwei zusammengezählt, ergibt sich die ebenso naheliegende wie provokante Frage, ob nicht auch eine mediale Grundversorgung auf dieselbe Weise zu organisieren ist.

Im Internet werden unzählige Videos veröffentlich, darunter auch solche, die das Gütesiegel „Grundversorgung“ verdienen. Zu den Quellen gehören offene Plattformen (Youtube, Vimeo, Archive.org, Wikimedia Commons etc.), Bürgermedien (Bürgerkanäle, Global Voices etc.) und öffentliche Einrichtungen (Parlamentsfernsehen, Bundeszentrale für politische Bildung, Goethe-Institute, Universitäten etc.). Nicht der Mangel an informationellen Angeboten ist heute das Problem, sondern die begrenzte individuelle Aufmerksamkeit. Weder werden wir der Flut ungefiltert Herr, noch ist die personalisierte Filterblase, durch die wir nur sehen, was wir erwarten, eine Alternative.
Eine Antwort bietet ein wikipedia-artiger Prozess, in dem veröffentlichte audiovisuelle Informationen von den Beteiligten selektiert, kuratiert und in einem Grundversorgungs-Kontext eingebettet werden. Dafür bietet das Teilprojekt WikiVision eine Plattform. Es versteht sich als Labor, in dem Ideen niedrigschwellig ausprobiert und diskutiert werden können.

Wikipedia und öffentlich-rechtliche Medien sind beide dem qualitätsgesicherten, relevanten und für alle frei zugänglichen Wissen verpflichtet. Neben der Artikelerstellung läuft in der Wikipedia ständig eine Debatte darüber, was „Auftrag“, „Relevanz“, „Qualität“, „Neutralität“ für das Wissensformat Enzyklopädie im Einzelnen bedeuten. Auch die kollektive Auswahl und Zusammenstellung von Beiträgen für eine audiovisuelle Grundversorgung mit Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung löst unweigerlich eine Kriteriendebatte aus.

Ein potenzielles Anwendungsfeld von WikiVision wäre die Jugendplattform, mit der die Ministerpräsidentenkonferenz ARD und ZDF im Oktober 2014 beauftragt hat. Als Wiki stellt es eine vertraute, leicht zugängliche, partizipative Umgebung bereit, in der Programme, Themenschwerpunkte und Experimente mit neuen Formen der Präsentation, Navigation und Interaktion entwickelt, ausprobiert und diskutiert werden können.

Dieser Prozess begleitet konstruktiv die Debatte in und um ARD und ZDF über die Jugendplattform. Und wer weiß, vielleicht geht es wie mit dem Wiki, das der Nupedia ursprünglich nur als Spielwiese hinzugefügt worden war und aus dem dann die Wikipedia entstanden ist.

KONTAKT
Prof. Dr. Volker Grassmuck
Scharnhorststraße 1, 21335 Lüneburg
Fon +49 4131.677-9003
volker.grassmuck@inkubator.leuphana.de

» wikivision.eu

SOUNDSLIKE? SPIELEND KLÄNGE ERLEBEN

WIR LEBEN IN EINER WELT VOLL VON SOUND. UNABLÄSSIG PRALLEN GERÄUSCHE UND KLÄNGE AUF UNSERE OHREN, ABER WIR HÖREN NICHT MEHR GENAU HIN. SOUNDSLIKE? MACHT HÖREN ZU EINEM ERLEBNIS, DAS DIE FANTASIE ANREGT, KLÄNGE SICHTBAR MACHT UND SPIELERISCH DAS INDIVIDUELLE HÖRVERMÖGEN TRAINIERT.

In einer von audiovisuellen Medien geprägten Umwelt stellt die bewusste Wahrnehmung von Klangereignissen für viele Menschen zunehmend eine Schwierigkeit dar. SoundsLike? unterstützt die Wahrnehmung und schult das Gehör, indem seine Benutzerinnen und Benutzer aus einem Set von Klängen gleiche Paare heraushören müssen. Die Bandbreite der Aufnahmen reicht dabei von Alltagsgeräuschen über Musikinstrumente bis hin zu Kinderspielzeug und Klangexperimenten. Bei erfolgreicher Zuordnung wird ein Video abgespielt, das den jeweiligen Klang veranschaulicht, sodass zuvor beim reinen Hören entstandene Assoziationen bestätigt, ergänzt oder infrage gestellt werden.

Nach erfolgreicher Zuordnung aller Paare sehen die Spieler schließlich noch einmal alle Klang- und Bildereignisse in einem kurzen Video. Dabei wird das Arrangement dieses Abschluss-Tracks in Abhängigkeit vom Verhalten der Nutzerinnen und Nutzer im Spiel generiert.
SoundsLike? ist damit im Sinne öffentlich-rechtlicher Grundversorgung nicht nur ein klassisches Unterhaltungsformat, sondern ebenfalls ein Bildungsangebot, das Medienkompetenz, insbesondere Gehörbildung, fördert sowie Wahrnehmung und Gedächtnis trainiert. Gleichzeitig bietet es die Möglichkeit, sich verschiedenen Kontexten und Themen auf eine spielerische Weise zu nähern und dabei eine außergewöhnliche Dramatik zu erzeugen. Anwendungen für Museen oder Musikschulen sind genauso denkbar wie die Vermarktung eines Produkts, eines Ortes oder einer Veranstaltung.

INTERAKTIV, KURZ UND MUSIKALISCH

Für die mit dem Computer aufgewachsene Generation, die sogenannten Digital Natives, findet mediale Grundversorgung schon lange nicht mehr ausschließlich im Fernsehen

statt, sondern wird von interaktiven Angeboten wie Videospielen, sozialen Netzwerken oder Programmen zur selbstständigen Medienproduktion abgelöst oder zumindest um diese erweitert. Medienerfahrungen verschiedener Generationen entfernen sich zunehmend voneinander. SoundsLike? erfüllt drei Merkmale, die insbesondere Jugendliche und junge Erwachsene ansprechen und so dem „Generationenabriss“ entgegenwirken: Die Inhalte besitzen eine starke Fokussierung auf Klang und Musik, sie sind in der Regel kurz und lassen sich interaktiv steuern.

EIN SPIEL, EIN FILM, EINE LERNUMGEBUNG UND EINE APP

Bei SoundsLike? handelt es sich um ein vielfältiges Angebot. Als Grundlage für das multimediale Spiel wird ein Online-Archiv mit audiovisuellen Sounds aufgebaut, das neben dem geplanten Spiel auch andere Nutzungsmöglichkeiten anbietet. Ausgewählte Klänge stehen auf Youtube und Soundcloud frei zur Verfügung und können in anderen Werken und Kontexten wiederverwendet werden. Gleichzeitig verdeutlicht eine persönliche Beschreibung unter jedem Video die Entstehungsgeschichte, Anwendungsmöglichkeiten und Einzigartigkeit der jeweiligen Klänge. Weitere kreative Anwendungen und Forschungsmöglichkeiten folgen.

„EINE AXT SPALTET HOLZ. DAS KLINGT EHRLICH UND BODENSTÄNDIG, WIRKT IN UNSERE DIGITALEN WELT ABER GLEICHZEITIG ANACHRONISTISCH UND SELTSAM ARCHAISCH. MEISTENS WIRD DIESE ARBEIT IM AKKORD DURCHGEFÜHRT. NEHMEN WIR UNS JEDOCH DIE ZEIT, AUFMERKSAM ZUZUHÖREN, ENTDECKEN WIR, DASS JEDES STÜCK HOLZ ANDERS KLINGT, UNTER DEN VERSCHIEDENEN BAUMARTEN GEMEINSAMKEITEN IM KLANG BESTEHEN UND GESCHWINDIGKEIT, KRAFT UND MATERIAL HÖRBAR WERDEN KÖNNEN. MUSIKALISCH INTERESSANT IST DER PERKUSSIVE KLANG AUCH AUFGRUND DES RHYTHMISCH UNVORHERSEHBAREN AUFEINANDERPRALLENS DER DURCHGESCHLAGENEN HOLZTEILE.“

KONTAKT
Jan Torge Claussen
Scharnhorststraße 1
21335 Lüneburg
Fon +49 4131.677-9024
claussen@inkubator.leuphana.de

» digitale-grundversorgung.de/soundslike

FORSCHUNG FÜR NUTZER-ZENTRIERTE MEDIENENTWICKLUNG

DAS MEDIA USELAB IST EIN ANWENDUNGS-ORIENTIERTES LABOR FÜR FORSCHUNG, BERATUNG UND NUTZERZENTRIERTE ENTWICKLUNG DIGITALER MEDIEN UNTER DER LEITUNG VON JULIE WOLETZ. ZENTRALER ANSATZ DES MEDIA USELAB IST ES, IM SINNE EINES USER-CENTERED DESIGN UND ENTWICKLUNGSPROZESSES KONSEQUENT DIE BEDÜRFNISSE UND ANFORDERUNGEN DER NUTZERINNEN UND NUTZER IN DEN FOKUS JEGLICHER FORSCHUNG UND BERATUNG ZU DIGITALEN MEDIEN ZU STELLEN.

Um der sich stetig weiterentwickelnden Medienlandschaft gerecht zu werden, kommen für die empirischen Studien unterschiedlichste, speziell an die Erforschung digitaler Medien angepasste Methoden und Verfahren zum Einsatz. So lassen sich mit qualitativen Methoden in Form von Einzelinterviews oder Fokus-Gruppen zu spezifischen Medienangeboten subjektive Beweggründe, Nutzungsmotive und Bewertungen sowie Meinungsbildungsprozesse in Zielgruppen herausarbeiten und für die Konzeption neuer oder die kontinuierliche Verbesserung und Weiterentwicklung bereits bestehender Medienangebote nutzen. Mit quantitativen Methoden werden statistisch valide Daten beispielsweise über Online-Fragebögen erhoben, um so auch übergeordnete strategische Entscheidungen abzusichern. Spezielle apparative Verfahren ergänzen die Selbstauskünfte der Befragten um objektive Messdaten zur Mediennutzung und Usability (Benutzungsfreundlichkeit) wie etwa Aufrufzahlen, Verweildauer, typische Surfpfade usw. Für jede Fragestellung wird ein optimales Forschungsdesign aus eingesetzten Methoden und flexibel anpassbaren Untersuchungssettings entwickelt. Auf diese Weise kann auch im Labor eine konzentrierte und aktive „lean-forward“ Nutzung von Websites oder Software auf PC/Laptop am Schreibtisch oder eine entspannte, eher passive „lean-back“ TV-Rezeption wie im eigenen Wohnzimmer realistisch abgebildet werden. Mit speziell modifizierten ethnographischen Verfahren lassen sich zudem auch mobile Anwendungsszenarien unterwegs untersuchen oder die Mediennutzung im Alltag längerfristig beobachten.

MEDIENFORSCHUNG UND PRAXIS

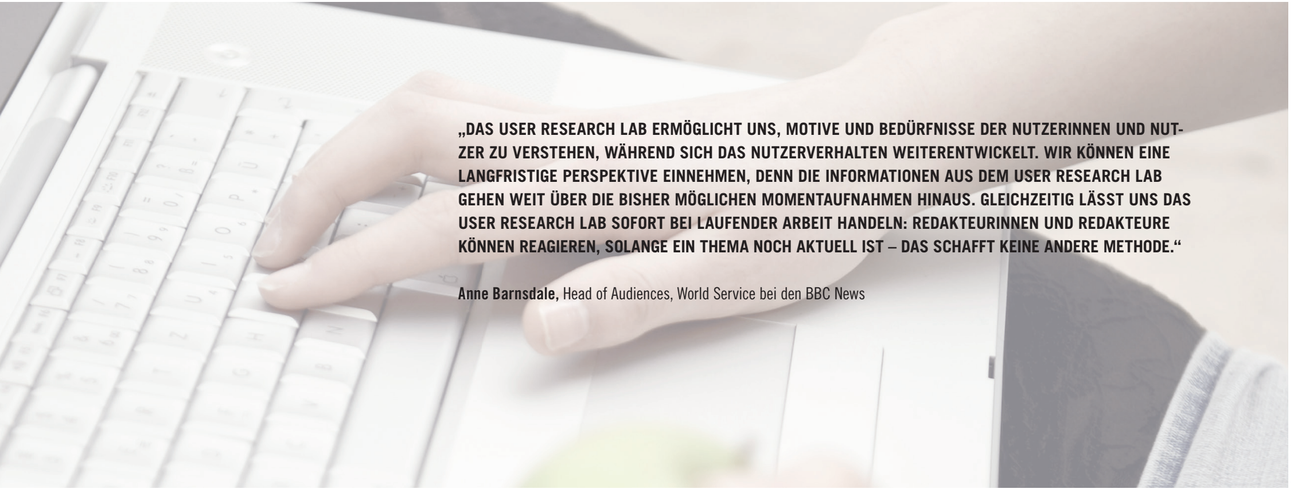
Das Media Uselab verfolgt eine eigene Forschungsagenda z. B. zu innovativen User Interfaces (Benutzungsschnittstellen) und Formaten in den Bereichen Bewegtbild, Informationsvermittlung und Storytelling, zu veränderten Rezeptions- und Nutzungsgewohnheiten im Umgang mit digitalen Medien sowie zu erforderlichen Medienkompetenzen und veröffentlicht die Ergebnisse regelmäßig in Publikationen und Vorträgen. Auf dieser Grundlage empirischer Medien-, Nutzungs- und Interaktionsforschung werden darüber hinaus umsetzungsorientierte Empfehlungen ausgesprochen, Guidelines und Kriterienkataloge erarbeitet sowie Angebote für eine *Grundversorgung 2.0* auf allen „Screens“ und Endgeräten wie TV, PC/Laptop und mobil via Tablet-PC oder Smartphone entwickelt und begleitet.

Darüber hinaus steht das Media Uselab sowohl anderen Teilprojekten und medienpraktischen Experimenten des Centre for Digital Cultures als auch externen Partnern, insbesondere aus der regionalen Medienwirtschaft, in Form von Forschungskooperationen durch alle Phasen des Produktentwicklungszyklus zur Seite – von der Zielgruppen- und Anforderungsanalyse über Strategieentwicklung und Konzeption, den Pretest erster Prototypen oder Pilotformate bis zur Entwicklung und umfassenden Evaluation des finalen Medienangebots.
Das Media Uselab leistet somit einen konkreten Beitrag zur nutzerzentrierten Entwicklung bedarfsgerechter und anwendungsfreundlicher digitaler Medienangebote mit positiver User Experience (Nutzungserleben) und aktiver Nutzerpartizipation.

KONTAKT
Julie Woletz
Scharnhorststraße 1
21335 Lüneburg
Fon +49 4131.677-9000
julie.woletz@inkubator.leuphana.de

» digitale-grundversorgung.de/forschung/#uselab

EIN TAGEBUCH FÜR DIE ANGEWANDTE WISSENSCHAFT



„DAS USER RESEARCH LAB ERMÖGLICHT UNS, MOTIVE UND BEDÜRFNISSE DER NUTZERINNEN UND NUTZER ZU VERSTEHEN, WÄHREND SICH DAS NUTZERVERHALTEN WEITERENTWICKELT. WIR KÖNNEN EINE LANGFRISTIGE PERSPEKTIVE EINNEHMEN, DENN DIE INFORMATIONEN AUS DEM USER RESEARCH LAB GEHEN WEIT ÜBER DIE BISHER MÖGLICHEN MOMENTAUFNAHMEN HINAUS. GLEICHZEITIG LÄSST UNS DAS USER RESEARCH LAB SOFORT BEI LAUFENDER ARBEIT HANDELN: REDAKTEURINNEN UND REDAKTEURE KÖNNEN REAGIEREN, SOLANGE EIN THEMA NOCH AKTUELL IST – DAS SCHAFFT KEINE ANDERE METHODE.“

Anne Barnsdale, Head of Audiences, World Service bei den BBC News

AM 1. APRIL 2014 GRÜNDETE DIE SOZIOLOGIN JUDITH MÜHLENHOFF IN LÜNEBURG DAS UNTERNEHMEN „USER RESEARCH LAB“, KURZ URL – SIE BRINGT DAMIT EIN SPIN-OFF AUS DEM INNOVATIONS-INKUBATOR AUF DEN INTERNATIONALEN MARKT.

Judith Mühlenhoff stellt einen Service zur Verfügung, der Medienanbieterinnen und -anbieter über die Empfindungen und Bedürfnisse ihrer Nutzerinnen und Nutzer informiert. Ziel ist es, Nachrichtennutzung qualitativ zu verstehen. Damit kann das URL die quantitative Auswertung von Nachrichten (die zum Beispiel erfasst, wie oft ein Beitrag angeklickt wurde) sinnvoll ergänzen. Und zwar weltweit: Dreißig Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer in den USA, China, Ägypten, Russland, Indien, Nigeria, Großbritannien und Deutschland führen ein digitales Tagebuch über ihren Medienkonsum. Jedes der acht Länder hat zudem eine Forscherin oder einen Forscher – meist mit ethnologischem Hintergrund – vor Ort. So wird die Selbstbeobachtung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer wissenschaftlich ausgewertet.

ERSTER KUNDE IST DIE BBC

Erster Kunde des URL ist die British Broadcast Corporation (BBC), die weltweit größte öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt. Die BBC kann unmittelbar auf die Tagebücher der Nachrichtennutzerinnen und -nutzer zugreifen und direkt reagieren.

Der Flug MH 370, die im März 2014 verschwundene malaysische Boeing, hat die Gemüter bisher am meisten bewegt. „Das Thema ist emotional stark besetzt, über alle Grenzen hinweg. Jeder fragt sich, wie so ein Flugzeug verschwinden kann. Die zeitgleich bedeutsame politische Entwicklung in der Ukraine ist dagegen schwerer zugänglich“, sagt Mühlenhoff.

THICK DATA ERGÄNZT BIG DATA

Während statistische Daten bereits umfassend analysiert werden – sogenannte „Big Data“ – mangelte es in der internetbasierten Medienforschung bisher an Methoden, die zeitnah etwas über die Qualität von Mediennutzung aussagen und ein tiefergehendes Verständnis ermöglichen – „Thick Data“.

Das „User Research Lab“ ist aus dem Kompetenztandem *Grundversorgung 2.0* entstanden, das zur medialen Grundversorgung in der digitalen Welt am Centre for Digital Cultures forscht und den Bedarf an dieser qualitativen Medienauswertung ermittelt hat.

KONTAKT

Judith Mühlenhoff
Salzstraße 1
21335 Lüneburg
Fon +49 4131.677-9024
judith@user-research-lab.org

» user-research-lab.org

METHODENWERKSTATT – DIGITALE KOMMUNIKATION ERFORSCHEN UND VERSTEHEN

UNZÄHLIGE SMS, TWEETS UND FACEBOOK-NACHRICHTEN WERDEN WELTWEIT TAGTÄGLICH VERSCHICKT. WIR KOMMUNIZIEREN ZUNEHMEND SCHRIFTLICH, EMOTICONS VERMITTELN GEFÜHLE UND STIMMUNGEN NONVERBAL. DIE ANALYSE ONLINEBASIERTER UND ONLINEGENERIERTER DATEN HAT EINEN BEDEUTENDEN STELLENWERT IN DER FORSCHUNG. DOCH INWIEWEIT FUNKTIONIEREN TRADITIONELLE ANALYSEVERFAHREN FÜR DIE AUSWERTUNG DIESER DATEN? DAS TEILPROJEKT „METHODENWERKSTATT“ ERFORSCHT UND KONZIPIERT NEUE MÖGLICHKEITEN.

Dass Kommunikation in der Gegenwart stark durch digitale Medien geprägt wird, ist uns allen bekannt. Dabei muss nicht einmal ein mündlich gesprochenes Wort fallen – schriftlich kommunizieren liegt unverkennbar im Trend. Wir simsen, mailen, chatten, twittern und posten – oft mehrmals am Tag und von fast jedem Ort der Welt. Mit Social Media wie Facebook, WhatsApp, Skype und Co sind wir bestens vertraut. Über die Nutzung dieser onlinebasierten Kommunikationskanäle fühlen wir uns mit der Außenwelt verbunden. Auch wenn wir räumlich nicht anwesend sein können, sind wir doch irgendwie dabei. So wird auch die Forschung zunehmend mit Daten konfrontiert, die durch die verschiedenen digitalen Medien entstehen.

Doch wie erkenntnisreich sind diese Daten? Beispielsweise wurde in der Methodenwerkstatt die Onlineübertragung der Olympischen Sommerspiele 2012 einschließlich der damit verbundenen Social-Media-Kommunikation erforscht. So konnten Aussagen zu den Rezipientinnen und Rezipienten der online übertragenen Inhalte, ihren Nutzungsinteressen, Motivationen und Erwartungen getroffen werden und Einschätzungen zur Aussagekraft der Online-Daten abgeleitet werden.

Demnach hat die Analyse onlinebasierter und online-generierter Daten einen bedeutenden Stellenwert in der Forschung, interessant auch im Hinblick auf die fehlenden

nonverbalen Elemente, was den Daten bei der Interpretation einen besonderen Charakter verleiht. Es stellt sich jedoch die Frage, inwieweit bewährte Methoden – vor allem die der qualitativen Sozialforschung – für die Erforschung solcher Online-Daten geeignet sind, wie beispielswiese Erzählungen oder Gruppendiskussionen für die Datengewinnung, Grounded Theory, Diskurs- und Konversationsanalysen oder objektive Hermeneutik für die Datenauswertung. Daher entstand die Idee, bewährte Methoden qualitativer Sozialforschung im Hinblick auf ihre Anwendbarkeit für Online-Daten zu testen, aus diesen Erkenntnissen Ideen zu ihrer Erweiterung abzuleiten und eine Art Baukastensystem zur Erforschung von Online-Daten zu entwickeln.

DIE HERAUSFORDERUNG VON ONLINE-KOMMUNIKATION

Die Methodenwerkstatt hat es sich zur Aufgabe gemacht, das onlinebasierte Feld qualitativer Forschung methodisch zu erkunden. Doch die soziokulturelle Bedeutung der Online-Kommunikation lässt sich nur umfassend verstehen, wenn auch die neuen Kommunikationswege auf verschiedenen Ebenen berücksichtigt und ausgewertet werden. Hierunter fallen z. B. Postings, Mikroblogs, Chats und Kommentare, aber auch online geführte Gruppendiskussionen, Blogs und Digital Diaries. Die Herausforderung liegt in dem Experiment, Methoden der qualitativen Sozialforschung auf Online-Daten anzuwenden, obwohl diese Methoden ursprünglich für die Erforschung gesprochener Sprache gedacht waren. Bei den Online-Daten fehlen beispielsweise nonverbale Elemente wie Mimik, Gestik, Intonation. Wiederum kommen dafür nun andere ins Spiel, die in die Forschung einfließen: z. B. Emoticons, Satzzeichen, Tippfehler, aber auch die Technik, über die Kommunikation überhaupt erst entsteht.

FORSCHUNGSTOOL FÜR ONLINE-DATEN

In der Methodenwerkstatt werden traditionelle Erhebungs- und Auswertungsverfahren im Zuge der Erforschung des Online-Lebens neu konzeptionalisiert und kombiniert. So können die Potenziale und Grenzen des qualitativen Forschungsansatzes bezüglich der Online-Daten erkundet werden. Das Ziel ist die Entwicklung eines kombinierten Forschungstools zur Erhebung und Auswertung von Online-Daten, das für verschiedenste Bereiche digitaler Kommunikation, digitaler Medien und ihrer Anwenderinnen und Anwender nutzbar ist. Durch die Erkenntnisse über die Anwenderinnen und Anwender wird zudem eine Evaluation der Wirkung von Kommunikation möglich, aus der sich letztlich auch Empfehlungen hinsichtlich zielgruppenspezifischer Ansprachen und Social-Media-Strategien ableiten lassen.

KONTAKT
Dr. Nadine Sander
Scharnhorstraße 1
21335 Lüneburg
Fon +49 4131.677-9060
nadine.sander@inkubator.leuphana.de

» digitale-grundversorgung.de/forschung/#methodenwerkstatt

IM DIALOG MIT REGIONALEN MEDIENMACHERN

DIE KREATIV- UND MEDIENWIRTSCHAFT IN NIEDERSACHSEN STÄRKEN, DURCH WISSENSTRANSFER IMPULSE GEBEN – ALS FORSCHUNGSPROJEKT IM INNOVATIONS-INKUBATOR HABEN DIE WISSENSCHAFTLERINNEN UND WISSENSCHAFTLER IM BEREICH GRUNDVERSORGUNG 2.0 EIN BESONDERES INTERESSE AM AUSTAUSCH MIT AKTEUREN DER REGIONALEN MEDIENBRANCHE AUS LÜNEBURG UND NORDOSTNIEDERSACHSEN.

Rund 100 Medienvertreterinnen und -vertreter sowie Journalistinnen und Journalisten diskutierten im März 2014 auf Einladung des Forschungsprojekts *Grundversorgung 2.0* im Rahmen der Inkubator-Veranstaltungsreihe ANALOG über die Zukunft des Qualitätsjournalismus. Als Keynote-Sprecherin eröffnete Prof. Dr. Herta Däubler-Gmelin die Tagung und vertrat eine klare These: „Die Kontrolle politischer Macht durch Medien muss sein. Denn Macht korrumpiert.“ Der politische Einfluss auf die Medien, den es in Europa viel zu häufig gebe, müsse ausgeschaltet werden. Die ehemalige Bundesjustizministerin ist Mitglied der europäischen Expertengruppe „High Level Group in Media Freedom and Pluralism“, die direkte Empfehlungen zum Schutz der Freiheit und Vielfalt der Medien gibt.
In der anschließenden Podiumsdiskussion ging es um eine Bewertung der rasanten Entwicklungen auf dem Zeitungsmarkt. Auch die Frage nach den derzeitigen Arbeitsbedingungen wurde thematisiert. Mit Vivien Pieper, Ada von der Decken und Jakob Vicari waren drei junge Journalistinnen und Journalisten auf dem Podium vertreten. Sie alle haben für sich eigene Wege gefunden, um die neuen Möglichkeiten der Medienwelt zu nutzen. Während sich Pieper mit einem Autorenteam auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit einen Namen gemacht hat, gründete von der Decken 2013 in Hamburg die lokale Online-Zeitung „Eimsbütteler Nachrichten“. Sie will damit eine Lücke schließen, die klassische Medienhäuser mit dem Einstellen von Lokalzeitungen geöffnet haben. Vicari ist ein freier Wissenschaftsredakteur aus Lüneburg. Er freut sich über Aufträge von Unternehmen und sieht in dieser interessengebundenen Arbeit keinen Widerspruch zur seiner unabhängigen journalistischen Tätigkeit: „Das eine finanziert das andere.“
Ebenfalls auf dem Podium saß der renommierte Journalismus-Forscher Prof. Dr. Michael Haller. Für Gesprächsstoff sorgte sein Buch „Brauchen wir Zeitungen? Zehn Gründe, warum die Zeitungen untergehen. Und zehn Vorschläge, wie dies verhindert werden kann“. Hans-Herbert Jenckel, Online-Chef der Landeszeitung für die Lüneburger Heide, gab den Zuhörern Einblicke in den Alltag einer traditionellen Regionalzeitung, die neue Wege im Internet geht. Im Anschluss trafen sich alle Gäste in lockerer Atmosphäre und nutzten die Gelegenheit für weitere Diskussionen und Vernetzung. Veranstaltungen wie diese tragen zum impulsgebenden Wissenstransfer zwischen Forschung und Praxis bei. Innerhalb der Leuphana Universität Lüneburg wird die medienwissenschaftliche Forschung zu Medienwandel, Öffentlichkeit und Demokratie weitergeführt. Dafür sind internationale Forschungsprojekte in Vorbereitung. Der Gründung des User Research Labs sollen weitere folgen. Sie sollen den Medien- und Kreativstandort Lüneburg auch in Zukunft stärken.

Das Grundversorgung 2.0-Team (von links nach rechts): Prof. Dr. Volker Grassmuck, Prof. Dr. Hermann Rotermund, Dr. Christian Herzog, Agata Królikowski, Stefan Heidenreich, Moritz Stumm, Jan Torge Claussen, Alisa Ehlert, Oliver Rauch, Julie Woletz, Silke Laub, Orkan Torun, Dr. André Grzeszyk

Es fehlen: Prof. Dr. Andreas Bernard, Prof. Dr. Timon Beyes, Tina Ebner, Philipp Glauner, Prof. Dr. Claus Pias, Dr. Nadine Sander, Vanessa Schneider, Jörg Schulze, Tobias Goltz, Stefan Görike, Benjamin Kahlmeyer

Haben Sie Fragen zu unserer Forschungsarbeit?
Sehen Sie Synergien mit dem, was Sie beschäftigt?
Sind Sie an einer Kooperation interessiert?
Dann sprechen Sie uns gerne an:
grundversorgung2.0@leuphana.de

» digitale-grundversorgung.de/debatte/analog2

Das EU-Großprojekt Innovations-Inkubator wird gefördert von:

EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds für regionale Entwicklung

Europa fördert Niedersachsen

Leuphana Universität Lüneburg
Innovations-Inkubator
Grundversorgung 2.0
Scharnhorstraße 1
21335 Lüneburg

2015/05 . ggedruckt auf 100 % Recyclingpapier, ausgezeichnet nach dem Blauen Engel

» cdc.leuphana.com/grundversorgung-20