

208 | Medienproduktion für das Social Web

Prof. Dr. Stephan Porombka





Freie Journalistenschule

Modul 208:

Medienproduktion für das Social Web

Crossmedia-, Transmedia-, Liquid-Storytelling

Autor: Prof. Dr. Stephan Porombka

Legende

→ Aufzählung

↘ Lernziel

★ Definition

⊙ *Aufgabe / Übungen*

❖ **Schlagwort**

© 2020 Freie Journalistenschule. Alle Rechte vorbehalten.

Der gesamte Inhalt des vorliegenden Lehrmoduls (Texte, Bilder, Grafiken, Design usw.) und jede Auswahl davon unterliegt dem Urheberrecht und anderen Gesetzen zum Schutze geistigen Eigentums der Freien Journalistenschule oder anderer Eigentümer. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Eigentümers unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Zuwiderhandlungen werden zivil- und strafrechtlich verfolgt.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Text berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften. Sämtliche verwendete Handelsmarken oder Markenzeichen sind Eigentum der jeweiligen Rechteinhaber.

Die Freie Journalistenschule und ihre Dozenten und Autoren haben höchste Sorgfalt bei der Erstellung des vorliegenden Lehrmoduls angewandt. Dennoch übernehmen sie keinerlei Verantwortung oder Haftung für Richtigkeit oder Vollständigkeit, eventuelle Fehler oder Versäumnisse innerhalb des Lehrmoduls. Die Inhalte und Materialien werden unter Ausschluss jeglicher Gewährleistung zur Verfügung gestellt. Insbesondere erfolgt die Anwendung von im Lehrmodul dargestellten Erkenntnissen auf Gefahr des Teilnehmers.

Verlag: Freie Journalistenschule, Berlin
www.freie-journalistenschule.de
Druck: MKM Media, Kleinmachnow
Made in Germany.

Inhalt

	Einleitung	8
1.	Offenheit, Neugier, Experimentierfreudigkeit. Die Grundlagen der Produktion im Social Web	9
1.1	Das Netz verändert sich. Die Sozialen Medien auch	9
1.2	Veränderungen im Journalismus und in der Öffentlichkeitsarbeit	10
1.3	Ratschläge für den produktiven Umgang mit dem Netz	12
1.4	Die Grundlagen der Produktion – am Beispiel von <i>ello.co</i>	14
2.	Das nervöse Netz. Ratschläge für den produktiven Umgang mit der Schnelligkeit der Sozialen Medien	18
2.1	Die „nächste“ Gesellschaft	18
2.2	Kultur als Software. Es gibt nur noch Versionen	20
2.3	Leben in der Erwartungsgesellschaft. Ankunft in Nextopia	23
2.4	Entspannt nervös produzieren im Netz	24
3.	Nervöse Formate. Die produktive Verlinkung und Beschleunigung von Beiträgen in den Social Media	27
3.1	Der verlinkte Text	27
3.2	Blogosphäre	32
3.3	Links twittern, posten und mit Hashtags versehen	33
3.4	Tweets. Die reine Nervosität	38
4.	Von der Interaktion zur Immersion. Zur Entwicklung einer produktiven Bewegungsfigur in den Social Media	42
4.1	Die Nervosität der Kommunikation	43
4.2	Interaktion	43
4.3	Kommunikation	44

4.4	Kooperation, Ko.Kreation, Sharing	46
4.5	Immersion	46
4.6	Konkretisierung für die Anwendung in Social Media-Projekten	50
5.	Das nächste Erzählen: Das Nächste erzählen	56
5.1	Twitteratur als Revue-Theater	58
5.2	Transmedia Storytelling	62
5.3	Liquid Storytelling	65
5.4	Transmedial-liquide Social Media-Projekte	67
	Anmerkung zu den Übungen	70
	Literatur	72
	Über den Autor	74
	Ihre Notizen	75

Allgemeine Lernziele:

- Sie werden mithilfe der Texte und Übungen in den „State of the Art“ der Medienproduktion für die Sozialen Medien eingeführt.
- Sie lernen, das Social Web als hochdynamisches System zu verstehen, für das man keine allgemeinen Produktionsregeln definieren, wohl aber bestimmte Einstellungen und Verhaltensweisen trainieren kann.
- Gezeigt wird, warum der Unterschied zwischen Printprodukten und Social Media-Beiträgen eine grundsätzlich kommunikative Einstellung bei Social Media-Aktivitäten erforderlich macht.
- Sie erfahren etwas über die grundlegenden Bewegungsfiguren der Social Media-Produktion, um sich auf diese Weise auch auf die kommenden Veränderungen der Produktionsbedingungen in den Sozialen Medien einzustellen.
- Vorgeschlagen werden Übungen, mit denen die grundlegenden Bewegungsfiguren der Social Media-Produktion verständlich werden und in eigene Social Media-Vorhaben zu übersetzen sind.
- Sie lernen, eine „entspannte Nervosität“ zu entwickeln, mit der Sie die Social Media-Produktion auf eigene Projektformate abstimmen können.

Einleitung

Facebook, Twitter, Tumblr, Pinterest und andere Plattformen krempeln derzeit das komplette Medienverhalten um. Was wir als World Wide Web kennengelernt haben, wird noch einmal grundsätzlich umformatiert. Immer deutlicher zeigt sich, dass alles, was im Netz passiert, von den meisten Usern nur noch über die Timeline wahrgenommen wird, die man sich in den Sozialen Medien selbst zusammenstellt und die im Hintergrund von den Algorithmen der Programmierer bestimmt wird.

Mit persönlichen Profilen und eigenen Projekten in den Sozialen Medien aufzutauchen, wird deshalb immer wichtiger. Zuweilen empfinden Internetnutzer dies als neuen sozialen Zwang, dem sie nicht entkommen können.

Doch wie man mit den Sozialen Medien umgeht, was man dort preisgeben sollte, wie man sich präsentiert, wem man folgt, wen und was man liest und likt und kommentiert und weiterleitet, ist nicht gänzlich fremdbestimmt. Es lassen sich Produktions-Strategien entwickeln, die auf das abgestimmt sind, was man mit seiner eigenen Präsentation wirklich will. Dazu bedarf es der kontinuierlichen Auseinandersetzung mit dem, was im Netz im Allgemeinen und in den Sozialen Medien im Besonderen passiert. Und es bedarf der Entwicklung eigener kreativer, innovativer, immer auch kritischer Strategien.

Wie die aussehen sollen, dafür können keine definitiven Regeln formuliert werden. Vorge stellt werden aber können bestimmte Bewegungsfiguren, von denen die Sozialen Medien angetrieben werden. Mit ihnen sollte man sich auskennen, wenn man bei Twitter und Co. aktiv werden will.

Genau das wird in diesem Modul getan. Weniger geht es um eine konkrete Anleitung, die ohnehin allzu schnell überholt sein wird. Es geht darum, ein Gefühl für die Bewegungsfiguren der Sozialen Medien zu entwickeln, um dann auch selbst an einer eigenen, auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnittenen, Bewegungsfigur zu arbeiten.

Immer wieder wird in diesem Modul vorgeschlagen, sich bei dieser kontinuierlichen Auseinandersetzung selbst zu beobachten, selbst zu befragen, selbst Antworten zu geben und das alles dann wieder zu dokumentieren. Am eigentlichen Text für dieses Modul müssen Sie als Studierende selbst schreiben. Sie müssen ihn dann nur noch mit den Sozialen Medien verknüpfen. Wenn Sie das schaffen, dann haben Sie bereits eine eigene kleine Bewegungsfigur, die es Ihnen möglich macht, in den Sozialen Medien zunehmend komplexer und zugleich experimenteller zu agieren.

Genau das soll das Ziel dieses Modul sein. Es geht nicht um zehn wiederholbare Regeln. Es geht darum, selbst aktiv zu werden.

Für Micael Dahlén ergibt sich daraus ein Mega-Trend. Es geht nicht mehr nur darum, Produkte herzustellen, die anschlussfähig sind. Es geht darum, die Anschlussfähigkeit selbst als Produkt zu verstehen.

Gehandelt wird nicht mit Gegenständen, sondern mit Erwartungen. Wichtig ist eben nicht das Produkt, das man hat. Wichtiger ist das Produkt, das man als nächstes haben könnte.

„In der Erwartungsgesellschaft“, schreibt Dahlén, „ist der Schlüssel zu einem erfolgreichen Geschäft, was als Nächstes kommt. Also die Nextpansion. Anstatt sich dem Verbraucher zu nähern, indem man für eine bessere Produktverfügbarkeit sorgt, geht es darum, sich von ihm zu entfernen, indem man die Produkte nextpandiert. Denken Sie daran, dass es nicht möglich ist, ein einzigartiges und überlegenes Produkt am Markt zu haben – sobald es erhältlich ist, kann jeder es jederzeit überall kopieren und verbessern. Aber solange das Produkt noch nicht auf den Markt gekommen ist, solange die Menschen noch nicht ihre langen Finger danach ausstrecken können, bietet Nextopia sowohl Einzigartigkeit als auch Überlegenheit.“⁷

2.4 Entspannt nervös produzieren im Netz

Was hat das nun alles mit der Entwicklung einer eigenen Social Media-Strategie und der Produktion von Beiträgen für die Sozialen Medien zu tun? Dirk von Gehlen hat die Antwort auf diese Frage mit seinem Publikations-Projekt „Eine neue Version ist verfügbar“ vorgeführt. Mit diesem Projekt verkoppelt er die Theorie und die Praxis des „Nächsten“ so miteinander, dass er beides aneinander aufgeladen hat. Von Gehlen hat die Bindungen des Buches aufgelöst und dynamisiert. Er hat trotzdem all das, was er durch die ständigen Beobachtungen im Netz und durch seine konkrete Arbeit als Zeitungsredakteur gelernt hat, in einem Buch festgehalten. Für die eigene Social Media-Strategie kann man davon viel lernen.

Zuallererst muss man verstehen, dass es nicht mehr darum geht, ein fertiges Produkt herzustellen. Es geht nicht mehr um die Fertigstellung einer Homepage im Netz. Es geht nicht mehr um die letztgültige Formulierung eines Blogbeitrags. Es geht nicht mehr um die Präsentation eines fertigen Werkes. Wer in den Sozialen Medien aktiv ist, führt überhaupt nichts Fertiges vor.

Vorgeführt wird eine Bewegung, eine Dynamik. Man zeigt in erster Linie nichts Entstandenes. Man zeigt, dass etwas entsteht. Das Entstandene selbst ist dann zwar auch noch wichtig. Aber es erscheint nur noch als Zwischenstufe auf dem Weg zu etwas Nächstem.

Das heißt, dass man sich in den Sozialen Medien so präsentieren muss, dass die Rezipienten nicht glauben, dass hier jemand etwas einmalig hergestellt hat und nun zeigt. Sie müssen vielmehr das Gefühl haben, dass hier etwas läuft. Und dass es weiterläuft.

Was immer in den Sozialen Medien gezeigt wird, muss in diesem Sinn das Versprechen enthalten, dass noch mehr kommt. Es muss also eine Geschichte erzählt werden, die nicht abgeschlossen ist, sondern die den Lesern oder Zuschauern in dem Moment, wo sie erzählt wird, signalisiert: Es geht weiter. Es kommt noch was. Es lohnt sich, dran zu bleiben. Was

Über den Autor

Stephan Porombka

Stephan Porombka war zuerst Germanist, dann Literaturwissenschaftler mit dem Schwerpunkt Neue Medien und Literaturbetrieb, Hypertext-Experte, Slammer, Kulturjournalist und Projektemacher. Heute ist er experimenteller Kulturwissenschaftler und produktiver Gegenwartsbeobachter, der sich ganz besonders für die Formen und Formate des „Nächsten“ interessiert. Nachdem er von 1996 bis 2003 als wissenschaftlicher Mitarbeiter und Assistent an den Berliner Universitäten FU und HU geforscht und gelehrt hat, ist er 2003 als Juniorprofessor an die Universität Hildesheim gegangen. Dort wurde er 2007 zum ordentlichen Universitätsprofessor ernannt und war vier Jahre lang Vizepräsident, zuerst für Lehre, dann für Forschung. An der Universität Hildesheim hat Stephan Porombka das universitätsweite Qualitätsmanagement aufgebaut und die Studiengänge „Kreatives Schreiben und Kulturjournalismus“ und „Literarisches Schreiben“ entwickelt und geleitet. Im Mittelpunkt steht seither die Aufgabe, die alten, immer noch buchbasierten Konzepte literarischer, essayistischer und journalistischer Produktivität und Kreativität zu transformieren und den Bedingungen der neuen – vor allem: der nächsten! – Schrift- und Schreibkulturen anzupassen. Das transdisziplinäre, auf die Verbindung von Theorie und Praxis ausgerichtete Konzept des Studiengangs Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation an der Universität der Künste in Berlin bietet dafür das optimale Umfeld. Hier forscht und lehrt Stephan Porombka seit 2013 als Professor für Texttheorie und Textgestaltung.

Kontakt

www.instagram.com/stephan_porombka

www.udk-berlin.de/personen/detailansicht/person/show/stephan-porombka