



UNIVERSITÄT
LEIPZIG

Institut für Kommunikations-
und Medienwissenschaft
**Professur für Medien-
und Kommunikations-
wissenschaft**

Prof. Dr. Christian Pentzold

Universität Leipzig, Institut KMW, IPF 165141, 04081 Leipzig

Seminar Memes und politische Gegenkulturen

Masterstudiengang Kommunikations- und Medienwissenschaft
Forschungsmodul Digitale Medien und vernetzte Kommunikationspraktiken
Mittwoch, 15:00 bis 17:00 Uhr, Nikolaistr. 1.06
(zuletzt bearbeitet: 13. Februar 2023)

MOODLE:

Modul: Kommunikation, Medien und Gesellschaft

Die Studierenden haben methodisches Spezialwissen zur Medienkulturforschung sowie Orientierungswissen in der medien- und kommunikationswissenschaftlich reflektierten Beschäftigung mit digitalen Medien und vernetzten Kommunikationspraktiken erworben. Sie besitzen spezielle Forschungskompetenz in der digitalen Medienanalyse und Kommunikationsforschung, die sie sich anhand einer konkreten Projektarbeit aus der Medienkulturforschung erarbeitet haben. In kleinen Forschungsprojekten oder einzelnen Projektphasen bereits laufender Forschungsprojekte zur Medienkulturforschung erproben und reflektieren die Studierenden exemplarisch, wie abstrakte Forschungsprobleme in eine aussagekräftige Forschungsanlage übersetzt und operationalisiert werden. Gegenstand sind digitale Medien und vernetzte Kommunikationspraktiken, was Prozesse der Mediatisierung, Algorithmisierung und Automatisierung umfasst. Thematisiert werden Fragen der Bedeutung von Plattformen, sozialen Medien und mobilen Medien für Alltagskulturen und medienbezogene Lebensverhältnisse.

Universität Leipzig

Institut für Kommunikations- und
Medienwissenschaft

Nikolaistraße 27–29
04109 Leipzig

Telefon

+49 341 97-35 700

Fax

+49 341 97-35 794

E-Mail

christian.pentzold@uni-leipzig.de

Web

www.uni-leipzig.de

Postfach intern

165141

Kein Zugang für elektronisch
signierte sowie für verschlüsselte
elektronische Dokumente

Ziele des Seminars

Memes sind allgegenwärtig. Sie gehören zum Inventar netzvermittelter Kommunikation in ihrer Kombination ironisch bis zynisch, subversiv bis stumpfsinniger Text-Bild-Kombinationen. Das Seminar nimmt Memes ernst und betrachtet sie als ein Element widerständiger, alternativer und gegenkultureller politischer Kommunikation.

Zusammen mit der dazugehörigen Übung sollen Memes und der Umgang mit ihnen konzeptuell aufgearbeitet und empirisch erforscht werden.

Beide zusammen sind als Forschungsprojekt konzipiert. Studierende erwerben ein kritisches Verständnis von digitalen Gesellschaften und gewinnen einen vertieften Einblick in ihre Grundelemente. Sie lernen medien- und kommunikationswissenschaftliche Zugänge und Problemstellungen in der Auseinandersetzung mit Memes und vernetzter Kommunikation kennen. Studierende üben den Transfer dieser konzeptuellen Grundlagen in einzelne Handlungs- und Lebensbereiche. Überdies trainieren die Studierenden Teamarbeit, wissenschaftliches Arbeiten und Präsentationsfertigkeiten.

Seminarteilnahme

Das Seminar wird voraussichtlich zumeist offline stattfinden und synchrone sowie asynchrone Elemente umfassen. Der ZOOM-Raum wird noch bekanntgegeben.

Aufgabe aller Seminarteilnehmer:innen:

Alle Teilnehmer:innen laden drei Tage vor dem Seminartermin die für die jeweilige Veranstaltung erforderlichen Aufgaben in den MOODLE-Kurs des Seminars hoch. Näheres dazu in den jeweiligen Sitzungsbeschreibungen.

Aufgabe der Expert:innengruppen: Die Expert:innengruppen sollen

a) zu ausgewählten Sitzungen einen kurzen fachlichen Input von max. 20 Minuten geben, der den jeweiligen Horizont des Themas genauer erläutert bzw. weitere Fallbeispiele aus dem jeweiligen Bereich einbringt (also bitte KEINE Wiedergabe der Seminartexte – diese können als bekannt vorausgesetzt werden!). Dazu verfassen Sie bitte in kurzes Positionspapier und ein nachträgliches Protokoll der Sitzung!

b) die weiterführenden Fragen formulieren und eine ca. 30-minütige Diskussion anleiten.

Prüfungsleistung

Gemeinsam mit der Übung „Memes“ bildet das Projektseminar das Modul „Theorien und Forschungskonzepte der Medienwissenschaft“. Es wird mit einem Projektbericht abgeschlossen. Siehe hierzu § 10 der Prüfungsordnung MA Kommunikations- und Medienwissenschaft:

„(1) Durch Projektarbeiten wird die Fähigkeit insbesondere zur Entwicklung, Umsetzung und Präsentation von Konzepten sowie ggf. zur Teamarbeit nachgewiesen. Hierbei soll der/die Prüfungskandidat/in zeigen, dass er/sie an einer größeren Aufgabe Ziele definieren sowie interdisziplinäre Lösungsansätze und Konzepte erarbeiten kann. Eine Projektarbeit besteht in der Regel aus der mündlichen Präsentation und einer schriftlichen Ausarbeitung oder Dokumentation der Ergebnisse. Die Note der Projektarbeit errechnet sich aus dem arithmetischen Mittel der mündlichen Präsentation und der schriftlichen Ausarbeitung oder Dokumentation der Ergebnisse.“

(2) Für die Bewertung von Projektarbeiten gelten § 8 Abs. 2, 4 und § 9 Abs. 3entsprechend.

(3) Die Dauer der mündlichen Präsentation und die Bearbeitungsdauer für die schriftliche Ausarbeitung oder Dokumentation der Ergebnisse sind in der Anlage zur Prüfungsordnung bestimmt.

(4) Bei einer in Teamarbeit erbrachten Projektarbeit muss der Beitrag des/der einzelnen Prüfungskandidaten/Prüfungskandidatin deutlich erkennbar und bewertbar sein und die Anforderungen nach Absatz 1 erfüllen.“

Programm

5.4.2023 **Einführung ins Seminar, Organisatorisches**

12.4.2023 *Dienstreise*

19.4.2023 **Aufgabe: Memes I like**

Alle Teilnehmenden: Memes begegnen Ihnen jeden Tag, vielleicht nutzen Sie sie auch regelmäßig. Bitte stellen Sie im Seminar ein Meme vor – also das Template und seine Adaptionen.

26.4.2023 **Was sind Memes? Teil 1**

Shifman, L. (2013). Memes in a Digital World. Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(3), 362-377.

Milner, R. (2018). *The World Made Meme*. Cambridge, MA (1 Logics).

Wiggins, B., & Bowers, G.B. (2015). Meme as Genre. *New Media & Society*, 17(11), 1886–1906.

3.5.2023 **Was sind Memes? Teil 2**

Milner, R. (2018). *The World Made Meme*. Cambridge, MA (2 Grammar, 3 Vernacular).

Nissenbaum, A., & Shifman, L. (2018). Meme Templates as Expressive Repertoires in a Globalizing World. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(5), 294-310.

10.5.2023 **Gegenkultur, Ironie und das Netz (Expert:innengruppe 1)**

Phillips, W., & Milner, R. (2017). *The Ambivalent Internet*. Cambridge, MA (1; 3).

Katz, Y., & Shifman, L. (2017). Making sense? *Information, Communication & Society*, 20(6), 825-842.

Expert:innengruppe 1: Diskutieren Sie – Worauf beruht die Gegenkultur des Internets? Warum ist Humor so wichtig?

Expert:innengruppe 1: Bitte laden Sie Ihren Diskussionsbeitrag (1.000 Wörter) auf MOODLE hoch (bis 8. Mai 2023)!

17.5.2023 **Beispiel: 4chan**

Tuters, M., & Hagen, S. (2020). (((They))) Rule: Memetic antagonism and nebulous othering on 4chan. *New Media & Society*, 22(12), 2218–2237.

Nissenbaum, A., & Shifman, L. (2017). Internet memes as contested cultural capital: The case of 4chan's /b/ board. *New Media & Society*, 19(4), 483-501.

24.5.2023 **Memes und alltägliche Politik**

Highfield, T. (2016). *Social Media and Everyday Politics*. Cambridge. (1)

Penney, J. (2020). Memes and Humour in U.S. Youth Online Political Expression. *Television & New Media*, 21(8), 791-806.

Shifman, L. (2018). Testimonial rallies and the construction of memetic authenticity. *European Journal of Communication*, 33(2), 172-184.

Expert:innengruppe 2: Diskutieren Sie – Was ist ‚alltägliche‘ Politik? Welche Rollen spielen dabei Memes?

Expert:innengruppe 2: Bitte laden Sie Ihren Beitrag (1.000 Wörter) auf MOODLE hoch (bis zum 22. Mai 2023)!

31.5.2023 **Beispiel: Wahlkampf**

Moody-Ramirez, M., & Church, A. (2019). Analysis of Facebook meme groups used during the 2016 US presidential election. *Social Media + Society*, January–March, 1–11.

McKelvey, F. et al. (2021). Memes, scenes and #ELXN2019s: How partisans make memes during elections. *New Media & Society*. Online first.
<https://doi.org/10.1177/14614448211020690>

7.6. und 14.6. *Dienstreise*

21.6.2023 **Memes und politischer Protest**

Hristova, S. (2014). Visual memes as neutralizers of political dissent. *TripleC*, 12, 265-276.

Mortensen, M., & Neumayer, C. (2021). The playful politics of memes. *Information, Communication & Society*, 24(16), 2367-2377.

Bayerl, P., & Stoykov, L. (2016). Memefying police acts in the public dialogue about injustice. *New Media & Society*, 18(6), 1006-1026.

Expert:innengruppe 3: Diskutieren Sie – Wird werden Frames in politischer Kommunikation eingesetzt? Was für ein Potential haben sie?

Expert:innengruppe 3: Bitte laden Sie Ihren Beitrag (1.000 Wörter) auf MOODLE hoch (bis 19. Juni 2023)!

28.6.2023 **Beispiel: COVID-19**

de Saint Laurent, C., Glăveanu, V.P., & Literat, I. (2021). Internet memes as partial stories. *Social Media + Society*. January 2021. doi:[10.1177/2056305121988932](https://doi.org/10.1177/2056305121988932)

Kristensen, N.N., & Mortensen, M. (2021). “Don’t panic people! Trump will tweet the virus away”: Memes contesting and confirming populist political leaders during the COVID-19 crisis. *Information, Communication & Society*. Online first: 10.1080/1369118X.2021.1972127

5.7.2023 *SFB-Begehung*

12.7.2023 **Memes Dark Side**

Drakett, J. (2018). Old jokes, new media – Online sexism and constructions of gender in Internet memes. *Feminism & Psychology*, 28(1), 109-127.

Peters, C. & Allen, S. (2021). *Weaponizing Memes*. 10(2), 217-229.

Smith, C. (2019). Weaponized iconoclasm in Internet memes featuring the expression ‘Fake News’. *Discourse & Communication*, 13(3), 303-319.

DeCook, J. (2018). Memes and symbolic violence: #proudboys and the use of memes for propaganda and the construction of collective identity. *Learning, Media and Technology*, 43(4), 485-504.