

Theorie 3.7 VGD Social Media - Social Games

Angebot für	Design > Bachelor Design > Game Design > 3. Semester
Nummer und Typ	BDE-BDE-T-VS-3007.21H.001 / Moduldurchführung
Beschreibung	Social Media 2.0 – eine kritische Perspektive auf ein digitales Phänomen des Mainstreams
Veranstalter	Departement Design
Leitung	Dr. phil. Beat Suter
Anzahl Lektionen	0
Zeit	Mo 27. September 2021 bis Mo 13. Dezember 2021 / 8:30 - 10:30 Uhr
ECTS	3 Credits
Lehrform	Seminar
Zielgruppen	Vertiefungsspezifisches Modul VGD, 3. Semester
Lernziele / Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> – Erarbeiten eines kritischen Vokabulars für digitale Trendphänomene des Mainstreams. – Kritische Kenntnisse der Funktionsweisen von Social Media 2.0 und Social Games. – Erarbeiten eines Low Interaction Games (Idle/Clicker)
Inhalte	<p>Wie entwickeln wir einen sinnvollen Umgang mit digitalen sozialen Medien in einer Welt, deren Realität bereits stark von den sozialen Medien bestimmt wird? Oder ist das gar nicht mehr möglich, weil die sozialen Medien in den Köpfen der Menschen neue Wirklichkeiten schaffen, die sich dann allmählich auf die reale Welt übertragen? Wenn WhatsApp-Gerüchte Lynchmorde provozieren, und Facebook Kampagnen und heimlich gesammelte und ausgewertete Psychogramme den Ausgang von Abstimmungen und Wahlen bestimmen, wissen wir, dass etwas schief läuft. Es ist vielleicht nicht die Allgegenwart der Smartphones und anderer vernetzter Geräte, die Schuld ist an den unkontrollierten Auswüchsen und heiklen Auswirkungen auf Gesellschaft und Zusammenleben, sondern die Art und Weise wie diese von den Content-Corporations eingesetzt und von den Usern unbesehen verwendet werden.</p> <p>Was steckt hinter den digitalen Phänomenen Social Media und Social Games? Wer spielt da mit wem? Warum müssen wir alle an ihnen teilhaben? Warum sind die Social Media mit ihren schnellen rudimentären Content Streams so schnell zu einem festen Bestandteil unseres Alltags geworden? Eröffnen sie uns neue spannende Kommunikations- und Spielwelten oder hat der Mainstream (und haben die Content-Corporations) uns fest im Griff?</p> <p>Wie beurteilen wir, was richtig und was falsch ist? Wie gehen wir damit um, dass wir unsere persönlichen Daten preisgeben müssen? Und dass andere damit Geschäfte und Politik machen? Wie gehen wir mit der Selfie Kultur um? Können wir überhaupt unsere persönlichen Daten im Netz schützen? Wie behalten wir die Kontrolle über unser digitales Leben? Und wer entscheidet schliesslich darüber, was richtig ist und was falsch?</p>
Bibliographie / Literatur	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lanier, Jaron. Zehn Gründe, warum du deine Social Media Accounts sofort löschen musst. Hoffmann und Campe 2018. 2. Simanowski, Roberto. Stumme Medien: Vom Verschwinden der Computer in Bildung und Gesellschaft. Matthes & Seitz Berlin 2018. 3. Stalder, Felix. Kultur der Digitalität. Suhrkamp: Berlin 2017.

4. Bauer, René und Beat Suter. Schreiben von Code im globalen Dorf. In: alit. Wohin geht die Sprache? essais agités Band #2, Menschenversand, Bern, Luzern 2018. S. 50-71.
5. Burgess, Jean and Alice Marwick. The SAGE Handbook of Social Media. Sage 2018.
6. Pariser, Eli: Wie wir im Internet entmündigt werden. Hanser, 2012.
7. Latour, Bruno. Das Terrestrische Manifest. Suhrkamp: Berlin 2018.
8. Welsch, Wolfgang. Transkulturalität. New Academy Press: Wien 2017.

Leistungsnachweis /
Testatanforderung

Aktive Teilnahme und Mitarbeit. 80% Anwesenheit. Schriftliche Prüfung

Termine

Das Seminar findet jeweils montags vom 27. September bis 13. Dezember 2021 statt.