

Wissen Sie, was passiert, wenn man ein Handy durch einen Sandwich ersetzt?



<http://phonesreplacedwithsandwiches.tumblr.com/>



## Vernetzte Öffentlichkeiten – Sitzung 8

### Informationsfluss in vernetzten Öffentlichkeiten

Fragen für heute:

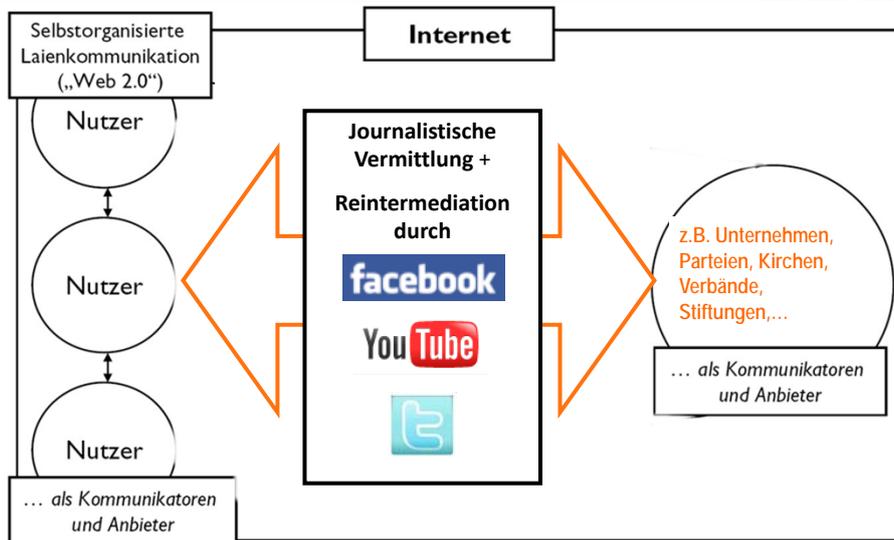
- Welche strukturellen Merkmale vernetzter Öffentlichkeiten beeinflussen die Verbreitung von Informationen?
- Sind alle Informationen gleichermaßen viral, spreadable, shitstormfähig?
- Was sind Meme, und wo kommen sie eigentlich her?

#vernö13 – 6.6.2013

[http://www.schmidtmitdete.de/lehrwiki/index.php/Vernoe13\\_08](http://www.schmidtmitdete.de/lehrwiki/index.php/Vernoe13_08)

#vernö13 2 von 21

## Rekapitulaion: Dis- & Re-Intermediation



Modifiziert nach Neuberger/Nuernberg/Rischke 2009

#vernö13

3 von 21

## Aktuelle Beispiele (1/4)

#vernö13

4 von 21

## Aktuelle Beispiele (2/4)



flickr Sign Up Explore Upload Search Sign In

© Andithematti - <http://www.flickr.com/photos/95971722@N05/sets/72157633894977088/> #vernö13 5 von 21

## Aktuelle Beispiele (3/4)



#occupygezi

Occupy Gezi Videos

<http://occupygezipics.tumblr.com/> #vernö13 6 von 21

## Aktuelle Beispiele (4/4)

**ERDOGAN**  
**"Soziale Medien sind schlimmste Bedrohung der Gesellschaft"**  
 Nicht das "brutale Vorgehen meiner Polizei", sondern Twitter ist laut Ministerpräsident Erdogan das Problem in der Türkei. Amnesty International spricht dagegen von mindestens zwei Todesopfern.

Der türkische Ministerpräsident Recep Tayyip Erdogan hat nach den Massenprotesten die sozialen Netzwerke angegriffen. "Es gibt eine Bedrohung, die sich Twitter nennt. Die größten Lügen sind hier zu finden", sagte Erdogan laut einem Bericht der Nachrichtenagentur Bloomberg. "Für mich sind die sozialen Medien die schlimmste Bedrohung der Gesellschaft."

### Türkei blockt angeblich Facebook und Twitter

Während massiver Anti-Regierungs-Proteste in Istanbul blocken Behörden nach Augenzeugenberichten den Zugang zu Facebook und Twitter.

**PROTESTE GEGEN ERDOGAN**

### Türkische Polizei nimmt Twitter-Nutzer fest

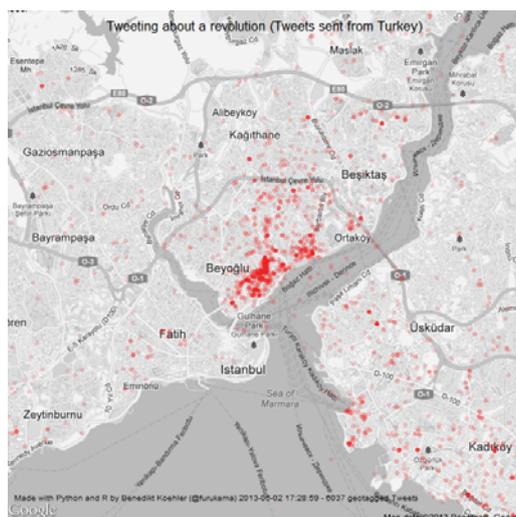
Sie sollen "beleidigende Informationen" über die Regierung verbreitet haben: 25 Menschen sind festgenommen worden. Premier Erdogan hatte Twitter als Plage bezeichnet.



<http://www.golem.de/news/erdogan-soziale-medien-sind-schlimmste-bedrohung-der-gesellschaft-1306-99583.html> | <http://www.zeit.de/politik/ausland/2013-06/twitter-tuerkei-festnahmen-erdogan> | <http://futurezone.at/netpolitik/16229-tuerkei-blockt-angeblich-facebook-und-twitter.php> | [https://twitter.com/asb\\_de](https://twitter.com/asb_de)

#vern013 7 von 21

## Lokale und globale Informationsflüsse



Ad-hoc-Forschung (Köhler 2013)

- Analyse von Tweets mit Bezug zu Demonstrationen in Istanbul
- Aufgreifkriterium: hashtags wie „#occupygezi“ oder „#turkishspring“
- Etwa 6.000 Tweets (~ 1% der Tweets mit den hashtags) sind mit GeoLocation-Daten (Koordinaten) versehen und können kartographiert werden

<http://beautifuldata.net/2013/06/mapping-a-revolution/>

#vern013 8 von 21

## Lokale und globale Informationsflüsse



Tweeting about a revolution



<http://beautifuldata.net/2013/06/mapping-a-revolution/>

#vernö13

9 von 21

## Phasen und Bedingungen (1/4)



Schaffen

Filtern

Aggregieren

Verbreiten

Einspeisen von  
Inhalten in die  
vernetzten  
Öffentlichkeiten

Auswählen von  
Inhalten zur  
Rezeption und/  
oder Anschluss-  
kommunikation

Bündeln und  
Ordnen von  
Inhalten

Zugänglich-  
Machen /  
Verteilen von  
Inhalten

Technische Voraussetzungen:

- wachsende Verfügbarkeit & Leistungsfähigkeit von Digitalkameras, Smartphones , ...
- steigende Abdeckung mit Netzzugang
- Steigende Nutzung von Distributionsplattformen und „personal publishing“-Diensten

#vernö13

10 von 21

## Phasen und Bedingungen (2/4)



- *Partizipative Informationsvermittlung*  
Persönliche Relevanz und Authentizität
- *Professionelle Informationsvermittlung*  
Journalistische Nachrichtenfaktoren und Darstellungsformen
- *Technisierte Informationsvermittlung:*  
Automatisch generierte Daten und algorithmische Selektionskriterien

## Phasen und Bedingungen (3/4)



- Hierarchisierte Ordnung  
vs.
- Chronologische Ordnung
- Personalisierte Ordnung  
vs.
- Thematische Ordnung

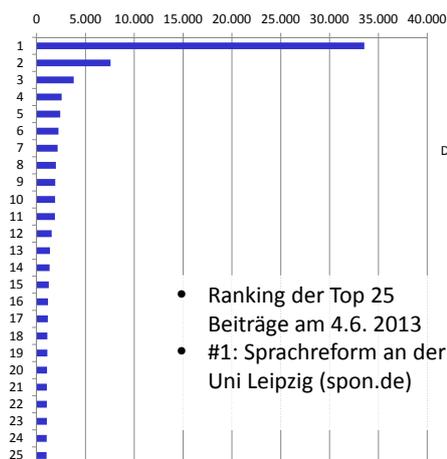
## Phasen und Bedingungen (4/4)



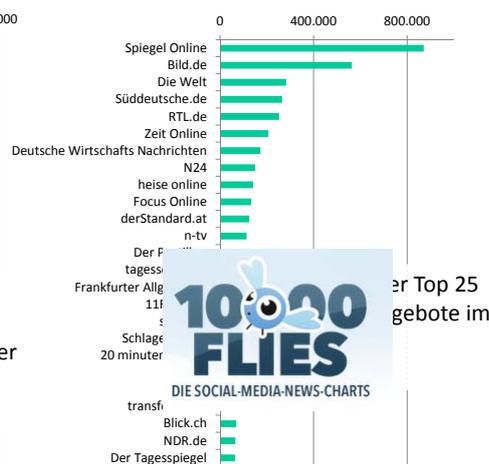
- Knoten der vernetzten Öffentlichkeiten haben unterschiedlich große Reichweite
- Neben direkten Effekten auf die Aufmerksamkeit für Informationen treten auch indirekte (Multiplikator-)Effekte auf
- Aggregatoren und spezialisierte Suchmaschinen bündeln nicht nur die verstreuten Informationen, sondern machen auch die Aufmerksamkeits-hierarchien sichtbar



## Aufmerksamkeitshierarchien (1/2)



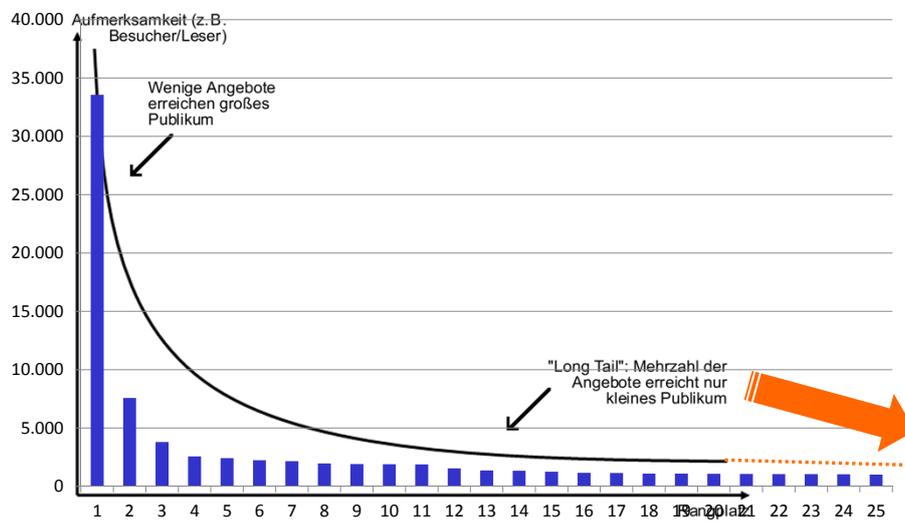
- Ranking der Top 25 Beiträge am 4.6. 2013
- #1: Sprachreform an der Uni Leipzig (spon.de)



er Top 25 gebote im

Hinweis: 10000flies.de misst die kumulierte Anzahl der Likes, Tweets und +1-Klicks auf Beiträge  
Erfasst wird derzeit „eine vierstellige Zahl von Quellen, die monatlich rund 250.000 Beiträge veröffentlichen“

## Aufmerksamkeithierarchien (1/2)



Schmidt 2011; Anderson 2006

#vernö13 15 von 21

## Formen der Informationsverbreitung: Viralität



Ursprung des Inhalts:

Bewusst / strategisch

vs.

Unbewusst / ungewollt



Verstärkereffekte sorgen für schneeballartige Verbreitung

Ziel des strategischen Marketing:  
„Viralfaktoren“ ermitteln (z.B. Zeitpunkt;  
grafische Gestaltung; ...)

„spreadability vs. stickiness“ (Jenkins et al. 2013)

[https://en.wikipedia.org/wiki/Charlie\\_Bit\\_My\\_Finger](https://en.wikipedia.org/wiki/Charlie_Bit_My_Finger) | Ingenhoff / Meys 2012; Jenkins et al. 2013

#vernö13 16 von 21

## Formen der Informationsverbreitung: Meme



- Modifikation eines Ausgangsthemas (Remix, Parodie, Zitat)

- Verstärkereffekte sorgen für schneeballartige Verbreitung
- Intensive und zahlreiche Variationen

Begriff der „Meme“ stammt ursprünglich aus der Evolutionsbiologie und meint allgemein: „units of culture that spread from person to person by means of copying or imitating“ (Shifman 2011, S. 188)

Vgl. auch Dawkins 1976

#vernö13

17 von 21

## Formen der Informationsverbreitung: Meme



- Zahlreiche Plattformen bilden die „Infrastruktur“ bzw. das „Ökosystem“ für die Zirkulation und Modifikation von Internet-Memen



<http://4chan.org> | <http://9gag.com/> | <http://memecreator.eu> | <http://knowyourmeme.com/> | <http://gefaelltmir.sueddeutsche.de/>

#vernö13

18 von 21

## Unser heutiger Gast



### plomlompom / Christian Heller

Zentrale Anlauf-Stelle für einige digitale Spuren / Projekte / Mitarbeiten von Christian Heller (28, Berlin) a.k.a. @plomlompom. Der aktivste, aber auch unfertigste und unübersichtlichste Knoten derzeit ist das [PlomWiki](#). Dort finden sich weitaus mehr Links.

#### Aktiv

- [Post-Privacy-Buch](#) (neu: eine eigene Seite für mein neues Buch)
- [PlomWiki](#) (Zettelkasten, ausgelagertes Gedächtnis, Experiment)
- [identi.ca/plomlompom](#) (Microblogging)
- [twitter.com/plomlompom](#) (Microblogging, identi.ca-Spiegel)
- [carta.info](#) (einige Texte)
- [Spackerna](#) ("Die datenschutzkritische Spackerna")

#### Inaktiv

- [futur.plom](#) (Blog, bis 2009)
- [cine.plom](#) (Blog, bis 2009)
- [cine.tv.plom](#) (Blog, bis 2009)
- [reste.plom](#) (Blog, bis 2009)
- [kommentar.plom](#) (Blog, bis 2009)

[Impressum](#) / [Datenschutz-Erklärung](#)



<http://131.220.42.243/wordpress/?p=425> | @jeinspaenner

#vernö13 19 von 21

## Fazit



- Strukturen und Praktiken vernetzter Öffentlichkeiten wirken sich auch über den Journalismus hinaus auf die Informationszirkulation online aus
- Analytisch lassen sich Phasen des Schaffens, Filterns, Aggregierens und Verbreitens von Informationen unterscheiden
  - ... die jedoch oft fließend ineinander übergehen, weil sie Teil der gleichen Praxis (z.B. „Liken“) sind
  - soziale Medien kombinieren unterschiedliche Filter- und Ordnungsmechanismen
  - typisch ist zudem eine ungleiche Verteilung von Aufmerksamkeit, die einem „long tail“-Muster folgt
- Zwei prototypische Muster der Informationszirkulation in vernetzten Öffentlichkeiten sind „Viralität“ und „Meme“ – ersteres meint hohe Verbreitung bei Stabilität des Ursprungsinhalts, letzteres verbindet hohe Verbreitung bei gleichzeitiger Variation des Ursprungsinhaltes

#vernö13 20 von 21

## Habe ich etwas vergessen? Haben Sie noch Fragen?



Bis zum nächsten Mal – Thema dann:  
**Kompetenzen in und für  
vernetzte(n) Öffentlichkeiten**

**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!**

Quelle: Meme Generator unter [cheezburger.com/7245501952](http://cheezburger.com/7245501952)

#vernö13 21 von 21

## Weiterführende Literatur



- Anderson, Chris (2006): The long tail. Why the future of business is selling less for more. New York.
- Dawkins, Richard (1976): The selfish Gene. Oxford: Oxford University Press.
- Hautzer, Lena/Marco Lünich/Patrick Rössler (2012): Social Navigation: Neue Orientierungsmuster bei der Mediennutzung im Internet. Baden-Baden: Nomos.
- Ingenhoff, Diana / Britta Meys (2012): Online-Kampagnen. In: Zerfaß, Ansgar / Thomas Pleil (Hrsg.): Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web. Konstanz: UVK. S. 351-364
- Köhler, Benedikt (2013): Mapping a Revolution. In: Beautiful Data [Weblog], 2.6.2013. Online-Publikation: <http://beautifuldata.net/2013/06/mapping-a-revolution>
- Jenkins, Henry/Sam Ford/Joshua Green (2013): Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture. New York: NYU Press.
- Maier, Michaela et al. (2010): Nachrichtentheorie. Baden-Baden: Nomos
- Neuberger, Christoph (2009): Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienbruchs. In: Christoph Neuberger/Christian Nürnberg/Melanie Rischke (Hrsg.): Journalismus im Internet: Profession – Partizipation – Technisierung. Wiesbaden. S. 19-105.
- Neuberger, Christoph/Christian Nürnberg/Melanie Rischke (Hrsg.) (2009): Journalismus im Internet: Profession – Partizipation – Technisierung. Wiesbaden: VS Verlag.
- Schmidt, Jan (2011): Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Konsequenzen des Web 2.0. 2. überarb. Auflage. Konstanz: UVK.
- Shifman, Limor (2011): An anatomy of a YouTube meme. In: New Media & Society, Jg. 14, Nr. 2, 2011, S. 187-203.

#vernö13 22 von 21