

# Interaktionsformen in der Blogosphäre

---



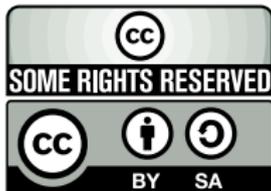
Julian Fietkau

Universität Hamburg

24. Mai 2011

# Organisatorisches vorweg

---



Diese Folien sind unter [CC-BY-SA 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/) freigegeben.

Die Quellen zu den nummerierten Abbildungen finden sich im → [Abbildungsverzeichnis](#).

Alle nicht nummerierten Illustrationen stammen aus dem [OpenClipArt-Projekt](#)

bzw. basieren auf Inhalten von dort.

Folien-Download und Feedback-Möglichkeit:

[http://www.julian-fietkau.de/interaktionsformen\\_blogosphaere](http://www.julian-fietkau.de/interaktionsformen_blogosphaere)

# Übersicht

---

## Einleitung

- Begriffe

- Einordnung

## Interaktionsformen

- Kommentare

- Track-/Pingback

- Social Endorsement

- Innovative Ansätze

## Grenzen und Möglichkeiten

- Use Case: Anonymes Bloggen

- Use Case: Unternehmensinterne Blogs

- Zukunft des Mediums „Blog“

## Fazit

## Ein Zitat zum Einstieg

---

*„Where the Internet is about availability of information, blogging is about making information creation available to anyone.“*

– George Siemens (Quelle)

# Ein paar Personen

---



Abbildung 1:  
Victoria Beckham



Abbildung 2: Wil  
Wheaton



Abbildung 3: PZ  
Myers

→ **Blogger**

## Noch mehr Personen

---



Abbildung 4: Cory Doctorow



Abbildung 5: Sascha Lobo

→ **Ebenfalls Blogger**

# Was sind überhaupt Blogs?

---

- Begriff: Verkürzung von „Weblog“: Log-/Tagebuch im WWW
- absteigend chronologisches Archiv tagebuchartiger Einträge
- **textuell** – aber: Vlogs, Photoblogs, Audioblogs. . .
- **persönlich** – aber: Corporate/Government Blogs
- **interaktiv** – aber: in sehr heterogenem Umfang

# Blogs im Kontext des WWW

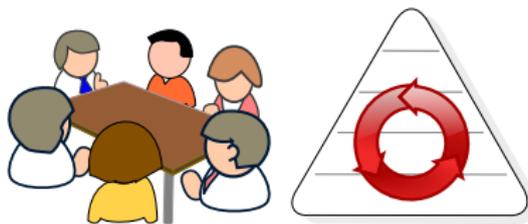
---



*„The web is more a social creation than a technical one. I designed it for a social effect – to help people work together – and not as a technical toy. The ultimate goal of the Web is to support and improve our weblike existence in the world.“*

– [Tim Berners-Lee](#)

Abbildung 6: Tim Berners-Lee



*„Content creation and consumption on the Internet has finally caught up with the Internet itself. Traditional suppliers of content (publishers, media, news organizations) will face substantial pressures to respond appropriately, or cease being relevant.“*

– [George Siemens](#)



Abbildung 7:  
George Siemens

# Relevanz

---

Inwieweit sind Blogs generell von Bedeutung?

- *BlogPulse* indiziert aktuell 162.388.986 Blogs (Stand: 23.05.2011)
- Blogs sind inzwischen als Informationsquelle auch für den „althergebrachten“ Journalismus etabliert. (?)
- Blogs dienen als Instrument der freien Meinungsäußerung in Ländern, in denen andere Kanäle zensiert werden.
- Blogs haben sich zur B2C-Kontaktaufnahme bewährt.

## Ein Zitat zwischendurch

---

*„Speech has allowed the communication of ideas, enabling human beings to work together to build the impossible. Mankind's greatest achievements have come about by talking, and its greatest failures by not talking.“*

– **Stephen W. Hawking** ([Quelle](#))

## Blog-Kommentare sind...

---

- ... schnell abgegeben.
- ... persistent.
- ... asynchron.
- ... nicht im Mittelpunkt des Geschehens.
- ... **für Blogs das Interaktionsmittel Nummer eins.**

# Eine klassische Blog-Ansicht

---

## Der aktuellste Artikel

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis adipiscing, libero id consequat elementum, dui turpis rutrum velit, vel posuere ligula enim nec nisl. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla condimentum libero eget enim pellentesque faucibus. Nulla vitae purus sapien, eu dapibus neque. Vivamus dui nisl, eleifend eu hendrerit nec, posuere ut odio.

**Weiterlesen**   **15 Kommentare**

## Der zweitneueste Artikel

Aliquam nisi enim, dapibus at facilisis eu, varius quis est. Vestibulum facilisis, sem et laoreet pharetra, neque purus tristique eros, ac adipiscing nulla augue ac purus. Duis sed est ac dolor consequat pretium quis ac neque. Integer quis tellus vitae augue lacinia consectetur a in ipsum.

**Weiterlesen**   **3 Kommentare**

## Der drittneueste Artikel

Fusce interdum pharetra sapien, vel gravida velit porttitor eu. Aliquam vitae tincidunt magna. Sed nibh arcu, egestas eget fringilla ut, facilisis sagittis elit. Phasellus sollicitudin, sapien non gravida auctor, ipsum ipsum convallis massa, pellentesque blandit nibh elit sit amet justo.

**Weiterlesen**   **6 Kommentare**

# Flache Kommentarstruktur

---

... Fusce porta cursus magna, ut condimentum nisl mollis vitae. Aenean condimentum tincidunt nunc, ac tincidunt purus malesuada quis. Proin mollis tellus id tellus commodo ultricies. Vestibulum nunc dolor, consectetur ut tempor faucibus, aliquam vitae orci.

## 15 Kommentare

*Am 20.05.2011 um 16:38 Uhr schrieb Max Mustermann:*

Donec faucibus, lacus non gravida vehicula, nunc augue varius leo, et rutrum libero purus a ligula. Nulla facilisi. Sed at lectus vestibulum augue vehicula.

*Am 20.05.2011 um 17:45 Uhr schrieb Anonym:*

Nulla sed leo felis, et aliquam ante.

*Am 20.05.2011 um 18:17 Uhr schrieb Petra Platzhalter:*

@Max Mustermann: Donec at sapien nulla. In nibh tortor, blandit ac auctor et, interdum sed lectus. Fusce ligula nulla, dapibus vitae egestas ac placerat.

...

## Hierarchische („threaded“) Kommentarstruktur (1/2)

... Fusce porta cursus magna, ut condimentum nisl mollis vitae. Aenean condimentum tincidunt nunc, ac tincidunt purus malesuada quis. Proin mollis tellus id tellus commodo ultricies. Vestibulum nunc dolor, consectetur ut tempor faucibus, aliquam vitae orci.

### 15 Kommentare

*Am 20.05.2011 um 16:38 Uhr schrieb Max Mustermann:*

Donec faucibus, lacus non gravida vehicula, nunc augue varius leo, et rutrum libero purus a ligula. Nulla facilisi. Sed at lectus vestibulum augue vehicula.

*Am 20.05.2011 um 18:17 Uhr schrieb Petra Platzhalter:*

Donec at sapien nulla. In nibh tortor, blandit ac auctor et, interdum sed lectus. Fusce ligula nulla, dapibus vitae egestas ac placerat.

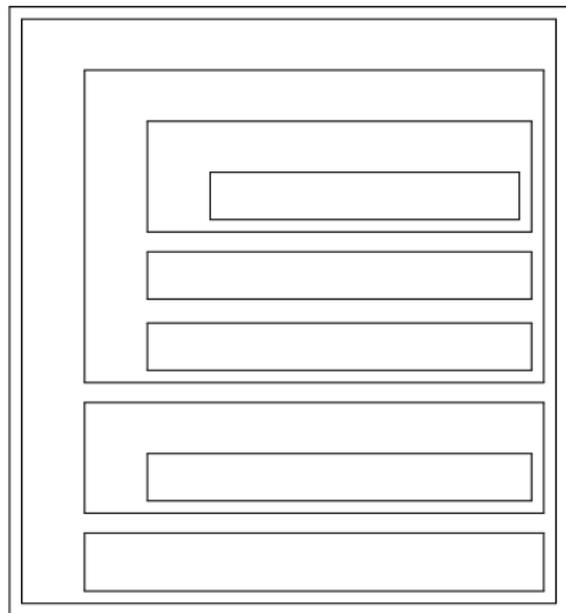
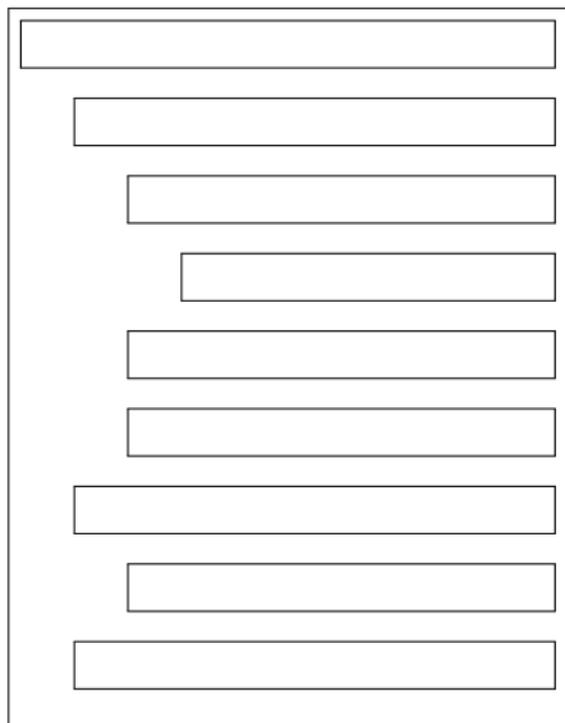
*Am 20.05.2011 um 17:45 Uhr schrieb Anonym:*

Nulla sed leo felis, et aliquam ante.

...

## Hierarchische („threaded“) Kommentarstruktur (2/2)

---



# Exkurs zu Rückverweisen

## Rückverweise in Hypertextsystemen

Die heute gebräuchlichen Weblinks sind **unidirektional** – sie führen ausschließlich von der Quelle zum Ziel, wobei die Quelle den Link kontrolliert.

In einigen anderen Hypertextsystemen lassen sich auch bidirektionale Links realisieren. Dadurch erhält man automatisch die Funktionalität der **Rückverweise** – vgl. „Links auf diese Seite“ auf Wikipedia.



Abbildung 8: Rückverweise auf Wikipedia

# Track-/Pingback

---

Bei **Trackbacks** und **Pingbacks** handelt es sich um auf HTTP-Technologien aufbauende Quasistandards zur **bidirektionalen Vernetzung** von Blogs.

## Beispiel

„[...] Im neuesten Eintrag seiner Artikelreihe zum Thema **Selbstfindung durch Blogging** führt Max Mustermann einige spannende Punkte auf. Zum einen [...]“

# Social Endorsement

---

**endorsement** (engl.): *Befürwortung, Empfehlung, Unterstützung.*

## **social endorsement:**

Die Nutzung sozialer Netzwerke zur willentlichen Verbreitung und Empfehlung bestimmter Inhalte mit dem Ziel, die bestehende soziale Beziehung als Vehikel zur Steigerung der Glaubwürdigkeit zu verwenden.

Größter Anbieter für Social Endorsement Widgets:  
[AddThis.com](http://AddThis.com) mit Schnittstellen zu über 300 sozialen Netzwerken in 70 Sprachen.



## Comment Rating

---

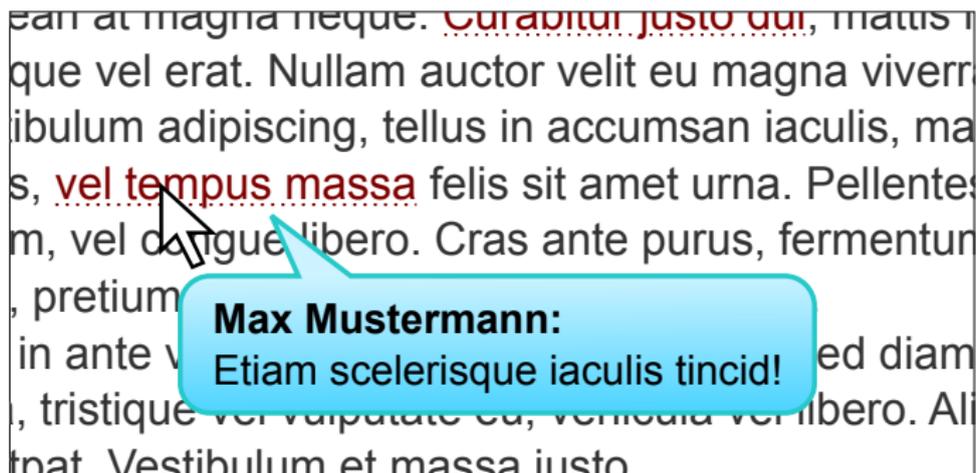
*Kommentar von **Max Mustermann*** +3 (⊕/⊖)  
Aliquam erat volutpat. Morbi lacus mauris, volutpat ut  
rutrum ut, vestibulum sit amet urna.

Bekannt von Content-Aggregation-Seiten,  
auf Blogs bisher kaum genutzt.

## Inline Commenting

---

ean at magna neque. Curabitur justo dui, mattis i  
que vel erat. Nullam auctor velit eu magna viverr  
ibulum adipiscing, tellus in accumsan iaculis, ma  
s, vel tempus massa felis sit amet urna. Pellentes  
m, vel dague libero. Cras ante purus, fermentur  
, pretium  
in ante v **Max Mustermann:** ed diam  
, tristique ver vaiputate eu, venicida ver libero. Ali  
trnat Vestibulum et massa iusto



siehe [LineBuzz](#) (scheinbar eingeschlafen)

## Ein Zitat zwischendurch

---

*„OK, I'm starting a blog. Why shouldn't an officer of a public company start a blog?“*

– [Jonathan Schwartz](#) ([Quelle](#))

## Use Case: Anonymes Bloggen

---

- Anonymität gegenüber der allgemeinen Öffentlichkeit: kostenlosen Blogging-Dienst anonym nutzen.
- Schwerere Geschütze: Anonym im Web bewegen z.B. mit [Tor](#)
  - Im Onion-Network gibt es sogar spezialisierte Blogging-Dienste, z.B. [masked.name](#): „publishing so anonymous the ISP doesn't even know who they are; no logs, no scripts, no IPs; fully encrypted military-grade anonymity“

## Use Case: Unternehmensinterne Blogs

---

- Hinreichende technische Unterstützung ist nötig.
  - Blog-Software benutzbar
  - Inhalte unternehmensweit durchsuchbar
  - Langfristige Kategorisierung und Katalogisierung
- Gut: Richtlinien – besser: Vorbilder
- Qualitativ hochwertige Inhalte fördern
  - Nur wie? Beispiel: Rating-System
- Etablierung einer „**blogging culture**“

## Verwandte und konkurrierende Konzepte

---

- **Microblogging:** Sehr kurze Blogeinträge. Siehe [Twitter](#), [Identi.ca](#).
- Passt in keine Schublade so richtig: [tumblr](#)
- **Soziale Netzwerke:** Vieles, was vor fünf Jahren noch gebloggt worden wäre, findet sich heute in sozialen Netzwerken.
  - Problem: Vendor Lock-In

# Soziale Netzwerke – Todesurteil für Blogs?

---

## Riepls Gesetz (1913, Paraphrasierung aus Wikipedia)

„[K]ein Instrument der Information und des Gedankenaustauschs, das einmal eingeführt wurde und sich bewährte, [wird] von anderen vollkommen ersetzt oder verdrängt (...).“

- Mit dem Aufkommen der **Zeitung** starben Bücher nicht aus, sondern spezialisierten sich auf Inhalte mit langfristigem inhaltlichem Wert.
- Mit dem Aufkommen der **Blogs** starben Zeitungen nicht aus, sondern spezialisierten sich auf ausführlich recherchierte Artikel, vor allem zu lokalen Ereignissen. (?)
- Mit dem Aufkommen der **sozialen Netzwerke** werden Blogs nicht aussterben, sondern sich auf inhaltlich relevante und kreative Eigenleistung enthaltende Beiträge spezialisieren.

# Fazit

---

- Blogs bieten nach wie vor beträchtliches Potenzial für Privatleute wie auch für Firmen.
- Vermutlich werden wir weiterhin Änderungen im Nutzungsverhalten beobachten.
  - Der Trend geht in Richtung Spezialistenblogging.
- Blogging bleibt uns (soweit absehbar) erhalten.

## Ein Zitat zum Abschluss

---

*„Reports of blogging's death have been greatly exaggerated.“*

– Cory Doctorow (Quelle)

# Weblinks

---

## **Wikipedia: Blog**

<http://de.wikipedia.org/wiki/Blog> ([Englische Version](#))

## **Darren Rowse: How to Create Compelling Content Through Reader Interaction**

<http://www.problogger.net/archives/2009/07/29/how-...-interaction/>

## **Cory Doctorow: Reports of blogging's death have been greatly exaggerated**

<http://www.guardian.co.uk/technology/2010/jul/13/...-exaggerated>

# Abbildungsverzeichnis

---

- 1 [Victoria Beckham](#), by [CHRIS](#) via [Wikimedia Commons](#), CC-BY-SA
- 2 [Wil Wheaton](#), by [Cameron Yee](#) via [flickr](#), CC-BY
- 3 [PZ Myers](#), by Larry Moran via [Wikimedia Commons](#), CC-BY-SA
- 4 [Cory Doctorow](#), by [Jonathan Worth](#) via [flickr](#), CC-BY-SA
- 5 [Sascha Lobo](#), by [Matthias Bauer](#) via [flickr](#), CC-BY-SA
- 6 [Tim Berners-Lee](#), by [Uldis Bojārs](#) via [flickr](#), CC-BY-SA
- 7 [George Siemens](#), by SpecialKRB, derivative work by [Mike Linksvayer](#) via [Wikimedia Commons](#), CC-BY-SA
- 8 Screenshot von [Wikipedia: Seiten, die auf „Blog“ verlinken](#), CC-BY-SA