

Soziale Medien in Krisen und Katastrophenfällen

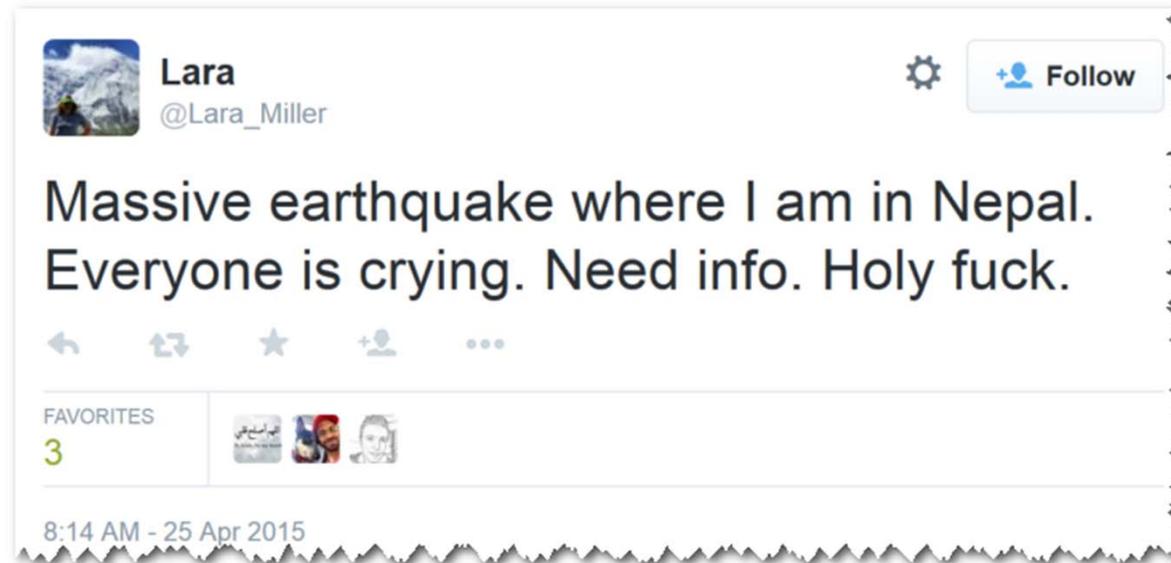
Dr. Jan-Hinrik Schmidt

@janschmidt

Wissenschaftlicher Referent
für digitale interaktive Medien
und politische Kommunikation

Bochum, 25.11.2015

Worüber ich heute spreche



- I. Soziale Medien: Nutzung und neue Öffentlichkeiten
- II. Soziale Medien in Krisen- und Katastrophenfällen
- III. Fazit: Potenziale und Probleme

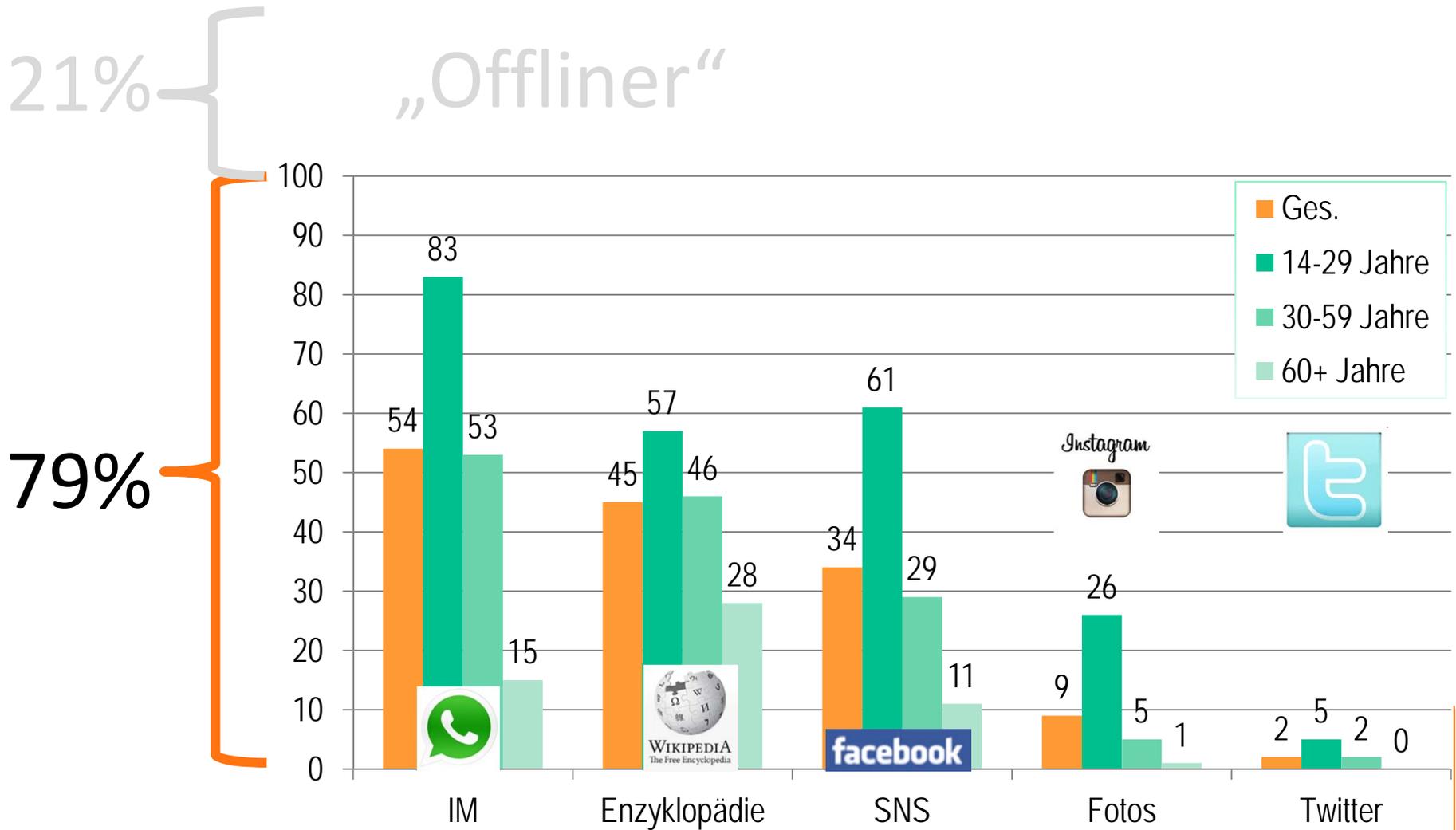
(I) Grundlagen sozialer Medien



- „Soziale Medien“ (alternativ auch „Social Media“, „Web 2.0“, „Social Web“) ist der Sammelbegriff für verschiedene Plattformen und Dienste der digital vernetzten Kommunikation, darunter
 - Netzwerkplattformen
 - Multimediaplattformen
 - (Micro-)Blogs
 - Wikis
- Sie unterstützen ihre Nutzer dabei, sich...
 - ... mit ihren eigenen Interessen und Erlebnissen zu präsentieren (*Identitätsmanagement*),
 - ... mit anderen Menschen austauschen (*Beziehungsmanagement*) sowie
 - sich in der Welt um sich herum zu orientieren und zu informieren (*Informationsmanagement*)



(I) Nutzung ausgewählter Plattformen nach Alter (2014)



Erläuterung: Repräsentativ für deutsche Onliner ab 14; Anteil der Befragten, die Angebote zumindest selten nutzen.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2015

(I) Persönliche Öffentlichkeiten (1/2)



- Soziale Medien lassen **persönliche Öffentlichkeiten** entstehen, in denen Nutzer
 - a) Informationen nach Kriterien der persönlichen Relevanz auswählen,
[*anstatt nach journalistischen Nachrichtenfaktoren*]
 - b) sich an (intendiertes) Publikum richten, das aus sozialen Kontakten besteht,
[*anstatt des verstreuten, unbekanntes, unverbundenen Publikums der Massenmedien*]
 - c) und sich im Kommunikationsmodus des „Konversation Betreibens“ befinden.
[*anstatt im Modus des „Publizierens“*]



(II) Persönliche Öffentlichkeiten (2/2)



JanSchmidt
View my profile page

5,070 TWEETS 112 FOLLOWING 1,960 FOLLOWERS

Compose new Tweet...

Tweets

Frech von @MediaSaturn ... #iPhone5s-Vorbestellern direkt die KK zu belasten, 1 Woche vor Liefertermin (der dann auf Mitte Okt geschoben wird)
Retweeted by P...

Alles Gute zum Geburtstag @tris

@Kl... So ging es mir mal mit der googlesicheren Weste, die aber aus Datenschutzsicht gar nicht so verkehrt wäre.
Retweeted by N...

zeitonlinesport @zeitonlinesport
25 Mio. Euro Schmerzensgeld für den HSV, wenn Magath kommt und Klopps Ausflug zum Vulkan. Die Bundesliga-Vorschau zeit.de/sport/2013-09/... vic
View summary

Peer Steinbrück @peersteinbrueck
"Ich will Kanzler werden." 37 Minuten, die sich lohnen! youtube.com/watch?v=CQFFYQ... #Klartext #72hspd
Retweeted by SPD Parteivorstand
view media

wartet gespannt auf den ic 2905 #dbl (in richtung 1 der schönsten wochenenden des jahres #barcamp)#stuttgart #bcd6 4sq.com/1aZ0sGY

Hamburger SV @HSV
Morgen ist #Nordderby-Time. Alle Infos auf einen Blick bekommt ihr in den Spieltags-Splittern auf #HSV.de bit.ly/HSV1628 #HSVSVV

Jö...
ORF-Facebook-Präsenz neuerlich verboten, da zeigt sich wieder einmal wie ähnlich sich D und AU sind ;-) orf.at/stories/219883

- Trennung zwischen „Sender“- und „Empfänger“-Rollen löst sich auf
- In sozialen Medien zirkuliert „Microcontent“, der Menschen im konstanten Informationsfluss der „streams“ bzw. „feeds“, gefiltert durch soziale Beziehungen, erreicht
- Professionell-journalistische Inhalte oder kommerzielle Botschaften sind aber genauso Teil der sozialen Medien wie das Persönliche und Private

(II) Soziale Medien in Krisen- und Katastrophenfällen



- Gemessen an der Vielzahl von Analysen zum Wandel von Öffentlichkeit durch soziale Medien ist der Forschungsstand zur Nutzung in Unfall-, Krisen- und Katastrophenfällen eher überschaubar
 - Fokus von Studien sind meistens Naturkatastrophen (Erdbeben, Tsunamis oder Überschwemmungen), seltener andere Formen (terroristische Anschläge, Epidemien o.ä.)
 - Studien zu Twitter dominieren derzeit, auch weil dort Daten bzw. Kommunikationsvorgänge öffentlich einsehbar und extrahierbar sind
- Mechanismen und Funktionen von sozialen Medien in Krisen- und Katastrophenfällen unterscheiden je nach Phase: (a) im Vorfeld einer Krise, (b) während einer Krise, (c) nach einer Krise

(II a) Soziale Medien im Vorfeld einer Krise



- Präsenz von staatlichen Stellen, Hilfsorganisationen, etc. in den sozialen Medien nimmt zu
 - Z.B. „Federal Emergency Management Agency“ (USA): mehrere Facebook-Seiten und Twitter-Accounts; zudem Präsenzen auf Instagram, LinkedIn und YouTube
 - Z.B. Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe seit 02/2015 auf Twitter (@bbk_bund)
- In Sonderfällen ist Nutzung sozialer Medien als Frühwarnsystem möglich: „United States Geological Survey“ hat bspw. Erdbeben-Monitoring auf Grundlage von Twitter untersucht



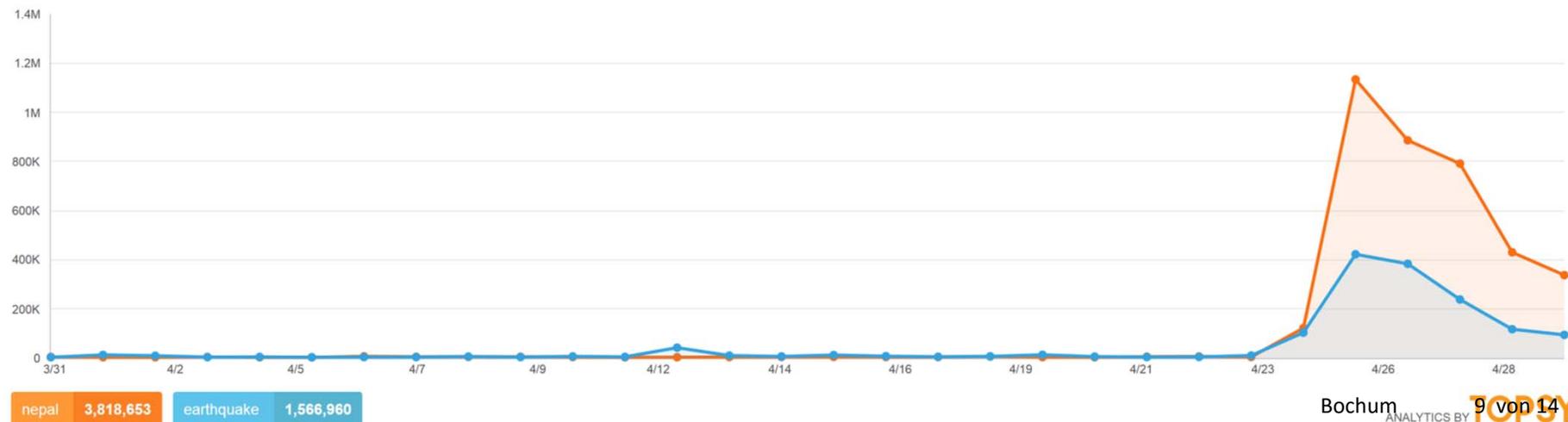
(II b) Soziale Medien während einer Krise (1/2)



- Direkt von Krise betroffene Menschen suchen mit Hilfe des Internets verlässliche und relevante Einschätzungen oder Ratschläge – soziale Medien spielen für Informationsfluss bzw. –suche inzwischen eine wichtige Rolle
- Dabei treten verschiedene Kommunikatoren bzw. Multiplikatoren auf: Krisenstäbe, Hilfsorganisationen, Massenmedien, Bürger
- Bedeutende Rolle von Twitter, das (a) als „nahezu-Echtzeit“-Plattform fungiert und (b) inzwischen eng mit professioneller Kommunikation verbunden ist

Tweets per day: nepal and earthquake

March 31st — April 30th

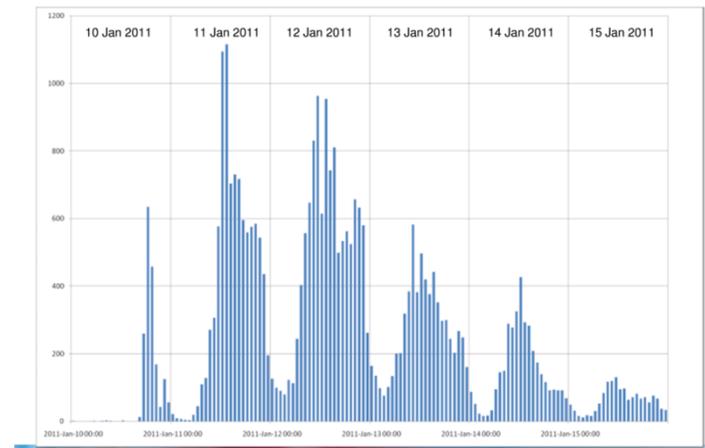


(II b) Soziale Medien während einer Krise (2/2)



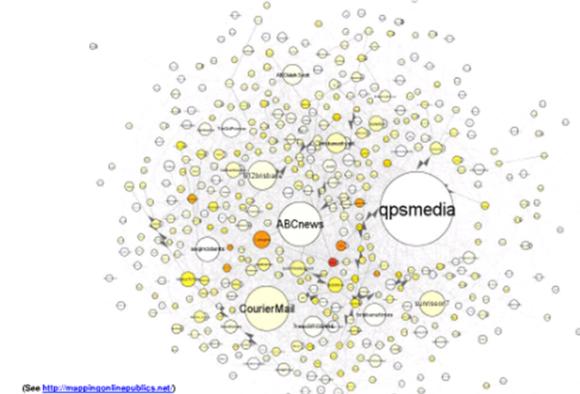
- Twitter unterstützt „situational awareness“, indem es verschiedene Formen von Informationen liefern kann
 - Generative Informationen (z.B. direkte Augenzeugenberichte)
 - Derivative Informationen (z.B. Weiterleiten von Hinweisen im Sinne der Mundpropaganda)
 - Synthetisierende Informationen (z.B. abgeglichene und geprüfte Hinweise auf Gefahrenstellen)
- Zudem Potential für computergestütztes automatisiertes Monitoring, das in „emergency management information systems“ integriert werden kann
- professionelle Medien sowie Krisenstäbe – sofern sie Twitter aktiv nutzen – nehmen i.d.R. zentrale Position ein, weil und insoweit Betroffene dort verlässliche, geprüfte Informationen und Unterstützung erwarten

#qldfloods Tweets



#qldfloods Network Map – Most Active Accounts Only

(Degree >= 15 / Node size: indegree / node colour: outdegree)

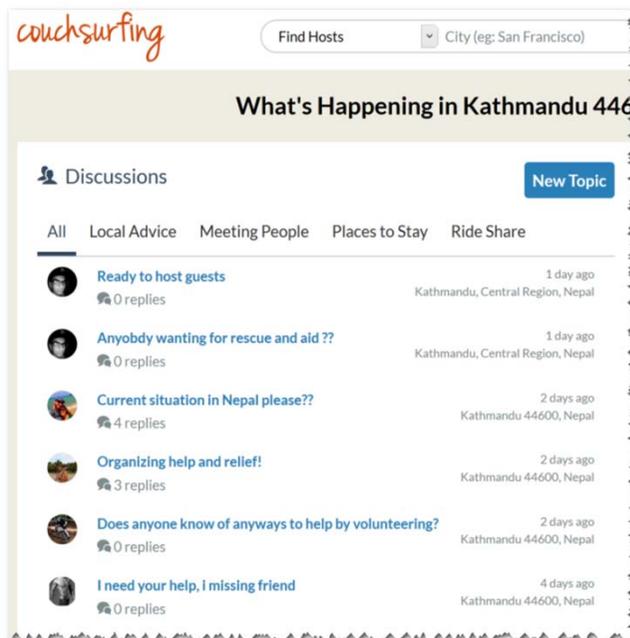


(See <http://mappingonthebooks.net/>)

(II c) Soziale Medien nach einer Krise (1/2)



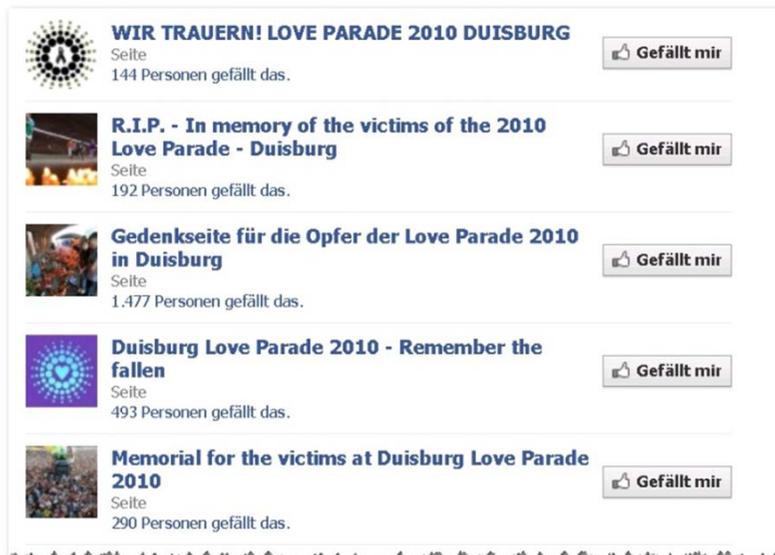
- Im Verlauf der Krisenbewältigung verschieben sich Funktionen von sozialen Medien
- Soziale Medien werden eingesetzt, um Unterstützung zu mobilisieren und zu koordinieren
 - Z.B. Einwerben von Spenden über Facebook
 - Z.B. „Couchsurfing“-Community



(II c) Soziale Medien nach einer Krise (2/2)



- Soziale Medien bieten zudem Räume, in denen sich Menschen über ihre Erlebnisse austauschen und ihre individuellen Geschichten miteinander teilen können
 - „commemorative Websites“ nach 9/11
 - „emotive“ bzw. „therapeutic communication“ nach Hurrikan Katrina
 - Kondolenz-Gruppen auf Facebook

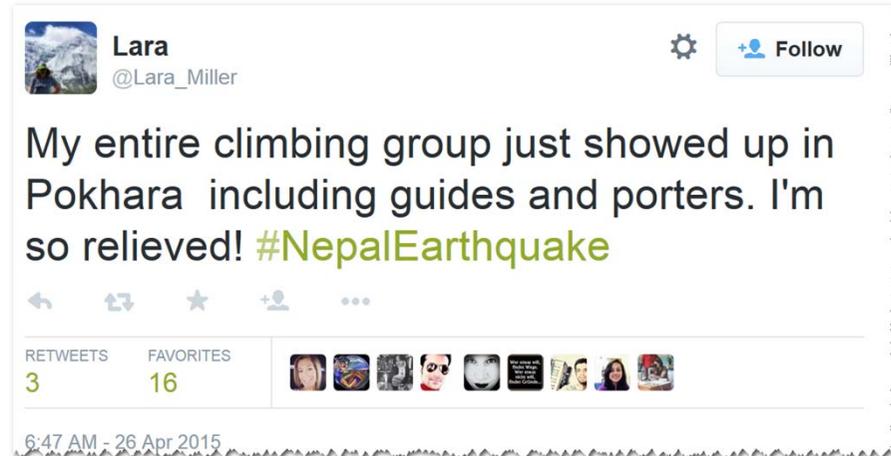


(III) Fazit: Potentiale und Barrieren



- Soziale Medien haben sich im Medienalltag vieler Menschen etabliert und werden daher auch in Krisen- und Katastrophenfällen genutzt, wobei sie je nach Phase und Akteur unterschiedliche Funktionen erfüllen
- Aber: Sie machen auch nur einen Teil der Medienrepertoires bzw. Kommunikationskanäle aus, die Menschen im Krisenfall einsetzen; zudem ist die Vertrautheit mit den verschiedenen Plattformen und Diensten nicht gleichermaßen hoch
- „kommunikative Architektur“ der sozialen Medien begünstigt rasche Verbreitung von Informationen einer Vielzahl von Quellen – das kann zugleich Probleme wie Intransparenz der Quellen oder Informationsfülle verschärfen
- Forschungslage für Deutschland ist unbefriedigend – grundlegende Funktionsweise der sozialen Medien ist zwar gleich, doch kultureller Kontext (Nutzungsweisen; generelles Mediensystem) unterscheidet sich z.B. zwischen USA und Deutschland

Epilog: Was erlebte Lara Miller?



Danke für Ihre Aufmerksamkeit!



Dr. Jan-Hinrik Schmidt



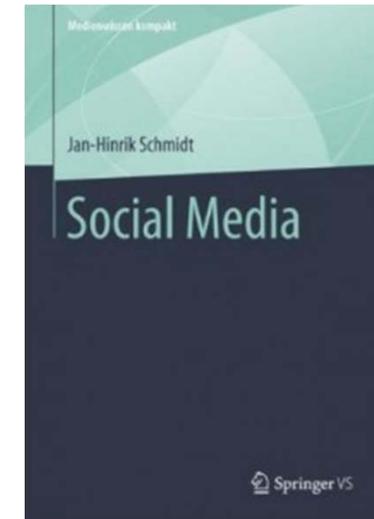
Hans-Bredow-Institut

Warburgstr. 8-10, 20354 Hamburg

j.schmidt@hans-bredow-institut.de

www.hans-bredow-institut.de

www.schmidtmitdete.de



Weiterführende Literatur



- Schmidt, J. (2011a): Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. 2. Auflage. Konstanz: UVK
 - ➔ *Kommunikationswissenschaftliche Monographie*
- Schmidt, J. (2011b): Öffentlichkeiten im Social Web. Praktiken, Strukturen und Einsatzmöglichkeiten in Krisenszenarien. Hamburg.
 - ➔ *Unveröffentlichtes Fachgutachten im Rahmen der LÜKEX 2011 Katastrophenübung; auf Nachfrage bei mir erhältlich*
- Schmidt, J. (2013): Social Media. Wiesbaden: Springer VS
 - ➔ *Kompakte Einführung für nicht-(kommunikations)wissenschaftliche Zielgruppen*