



Digitales Jagen und Sammeln

– ein bedürfnis-semantischer Exkurs

Oliver Gerstheimer, Managing Partner, chilli mind GmbH

Münchner Kreis, 01. Februar 2006



Digitaler Backflash – Rückblick 1995

- > „Über Jäger und Sammler in einer virtuellen Welt“ (Vortrag: Bernhard E. Bürdek, Nov. 1995; Burg Giebichenstein)

- > **Internetnutzer Ende 1995:**
 - CompuServe (weltweit) 3,2 Mio.
 - America Online (weltweit) 3,0 Mio.
 - Prodigy (USA) 1,6 Mio.
 - Deutschland (geschätzt) 0,1 Mio.
(entspricht: 0,125 % der Bevölkerung bei ca. 80 Mio.)

- > Die Veränderung: „Gratis Information“, z. B. in Bibliotheken, werden in Zukunft bezahlt und sind „zu Hause“ verfügbar.
 - Kosten für Datenübertragung / Leitungsnutzung
 - Kosten für Service Provider / Verleger

Ruhe vor dem Datensturm



Die Kostenpflichtigkeit von Informationen ist die eigentliche Wahrheit der Informationsgesellschaft.

- > „Ich suche nicht – ich finde.“ (*Pablo Picasso*)
- > „Wir dürsten nach Wissen, aber wir ertrinken in Informationen.“
(*John Naisbitt, Megatrends 2000*)
- > „Der Wissensvorrat einer Gesellschaft setzt sich aus dem zusammen, was in Suchmaschinen gefunden werden kann. Letzthin bestimmt der typische Gebrauch von Millionen Nutzern über die herrschenden Meinungen.“ *Geodart Palm (2002)*
- > Nicht der bloße Gebrauch von Information, sondern erst die Art und die Qualität des Gebrauchs machen sie zur kognitiven Grundlage rationalen Handelns.“ (*Kondylis Pnajtis, 1995*)
- > „ Und das Ende all unseres Kundschaftens, wird sein, am Ausgangspunkt anzukommen, und den Ort zum ersten Mal zu erreichen.“ (*T.S. Eliot*)

Der digitale Jäger uns Sammler

Instinktbasierete Nachhaltigkeit beim Aufbau von Wissen

- > **Digitales Jagen und Sammeln** bezeichnet das antriebsinitiierte, kontextuelle Aufsuchen, Nachstellen, Einfangen, Durchdringen und Aneignen von Daten und Information aus digitalen Quellen des weltweiten Cyberspace.
- > Übergeordnetes Ziel sind die **kriterienbasierte Mustererkennung und Segmentierung**, um „existenziell“ notwendige Information nachhaltig dingfest zu machen, so dass sie in reminiszenter Form zu einem später abrufbaren, begreifbaren und verkörperten Wissensartefakt werden.



Antrieb

nachstellen

einfangen

durchdringen

aneignen

“Eros” Sammeln – ein didaktisches Prinzip

Seite 5

Sammlung als Zielführungs- und Sicherheitsprinzip zur Bewältigung der digitalen Komplexität

- > Die **Leidenschaft** für das (digitale) Sammeln ist insbesondere in Industrieländern ein stark ausgeprägtes Bedürfnis.
- > Sammeln ist das zielführende Anhäufen von Informationen und Dingen derselben Beschaffenheit, bzw. von ein und derselben Art oder Kategorie.
- > Die **Überlebenstechnik des Sammelns** in der Kulturgeschichte war nie auf die Quantität sondern die die Qualität ausgerichtet.
- > Der Sammler unterscheidet sich vom „glücklichen“ Finder in der **Fokussierung** und Systematik der Sammelkategorien.
- > Die Grundlage für ein digitales Sammeln als **didaktisches Ordnungsprinzip** wird bereits in der frühen Jugend gelegt.

Sammlerleidenschaft



Der “Lernpfad” für ein digitales Sammeln wird vom Nutzer erst erst langsam erlernt.

Vertrauen: Der Wolpertinger und die Gepardenforelle

Vertrauen in den Daten- Informations- und Wissensrevieren

- > Die **Manipulation** der Inhalte in Suchmaschinen nimmt zu – im gleichen Maße schwindet die **Vertrauenswürdigkeit** beim Nutzer -> „Hommingberger Gepardenforelle“.
- > Rene Descart`s „**Methode des Zweifels**“ ist aktueller denn je – eine strenge und sorgfältige Überprüfung des Gefundenen ist notwendig.
- > **Überwachung und Kontrolle** von thematisch vernetzten Wissen gehört zu den wichtigsten Themen der Zukunft – Geschäftsmodelle B2B und validierte Wissensbereiche.
- > Das digitale Jagdrevier des Internet verändert die Art und Weise, wie und in welchem Umfang Wissen präsentiert und aufgenommen wird – Allwissenheit von Suchmaschinen.
- > Zusammenhängliches Wissen wird durch **Patchworkstrukturen und Halbwissen** ersetzt.

Patchwork und Beautycase



Bildquellen: Wikipedia

Das Bedürfnis nach Vertrauenswürdigkeit und Wertigkeit von digitalen Datenquellen steigt.

Wildwuchs und Wilderei

Wenn gefunden wurde dann ...

- > Was am offensichtlichsten ist, erfährt die geringste Aufmerksamkeit. Wer „fündig beim Suchen wird“ will Daten weiterverarbeiten.
- > Das Suchmaschinen-Business braucht **Folgedienstleistungen aus Nutzersicht**.
- > Der unerfahrene „Digitale Jäger und Sammler“ erliegt schnell der Versuchung, sich in den „virtuellen Jagdgründen“ zu verlaufen und als **abschweifende Befriedigung** und Rechtfertigung einen digitalen Wildwuchs an Downloads oder Einträgen zu produzieren – Ersatzhandlungen.
- > Datenhunger und Wissensdurst kanalisieren sich in die wilde Hortungen, Datenklau und Copy-and-Paste-Verhalten – **sinkende Erkenntnis-qualität** und steigende Wissensplagiate.
- > Der Daten-Wilderer wird zukünftig zum „**mobilen Interakteur**“ und Jäger und Sammler kontextueller Daten – 1,5 Milliarden Mobiltelefone werden zum Jagdinstrument für Datendetektei.

Wilderer im Bayerischen Wald (Stich, 1784)



Daten-Wildwuchs und Daten-Wilderei führt in der Praxis zu einem Anstieg an Kopisten. Die Erkenntnistiefe in der Weiterverarbeitung der Information zu Neuem nimmt ab.

Spuren und Fährten – suchen und hinterlassen

Das Suchen und Finden in Unterwegs- und Zwischendurch-Kontexten des Alltags

- > Das Nutzerverhalten entwickelt sich von der rastlosen Treib- und Hetzjagd des Suchens und Findens zu einer **gezielten Pirschjagd** – ohne Ablenkung.
- > Der digitale Jäger und Sammler agiert dabei zukünftig in **mobilen Kontexten** und interagiert in mehrerer Rollen – Contextual Awareness.
- > **Verortete Daten** und kontextuelle Informationen zu detektieren und sinnvoll weiter zu verarbeiten ist die Herausforderung – lokationsbasiertes Suchen und ortsbezogene Interaktion.
- > Die **Mind-Ergonomie** des Menschen orientiert sich geografisch und räumlich. Auch die Suche, das Auf-Finden und die Weiterverarbeitung lassen sich dergestalt an die Bedürfnisse abbilden.

Jäger oder Gejagter



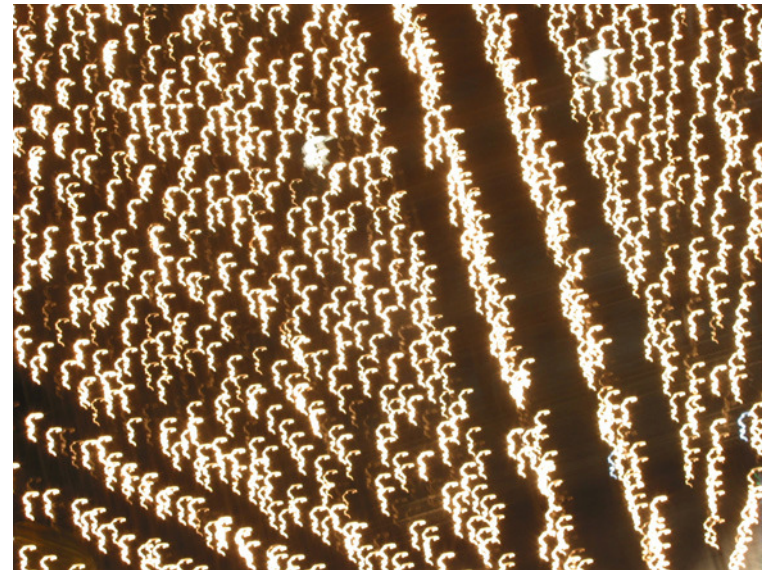
Die Verortung von Daten und der geortete Jäger und Sammler benötigen neue Rollen- und Integritätsregeln.

Zeit-Nutzen-Wahrnehmung

Das Suchen und Finden in Unterwegs- und Zwischendurch-Kontexten des Alltags

- > Pro Sekunde können Menschen **ca. 120 Informations-Einheiten** verarbeiten – das sind in einer durchschnittlichen Lebensspanne an die 180 Billionen Informationseinheiten.
- > Das Leben entscheidet sich daran, wie diese **Fähigkeit zur Informationsverarbeitung** genutzt wird.
Wieviel Zeit verwenden, widmen, verbringen wir mit was und mit wem - mit welchem Ergebnis?
- > Das visuelle Jäger- und Sammlerauge erfasst bei Suchergebnistexten zunächst den **groben Aufbau** und blendet unwichtige Seitenbereiche vor dem geistigen Auge aus.
- > Texte werden **nicht sequentiell** aufgenommen, sondern überflogen und nach wichtigen Strukturmerkmalen und Datenschnipseln (Buzz; Schlüsselwörtern) durchsucht und gescreent.
- > Gestaltung- und kultur-differente Designmuster des Auftritts entscheiden über eine Such-Vertiefungen.

Selektive Rezeption von Bits und Bits

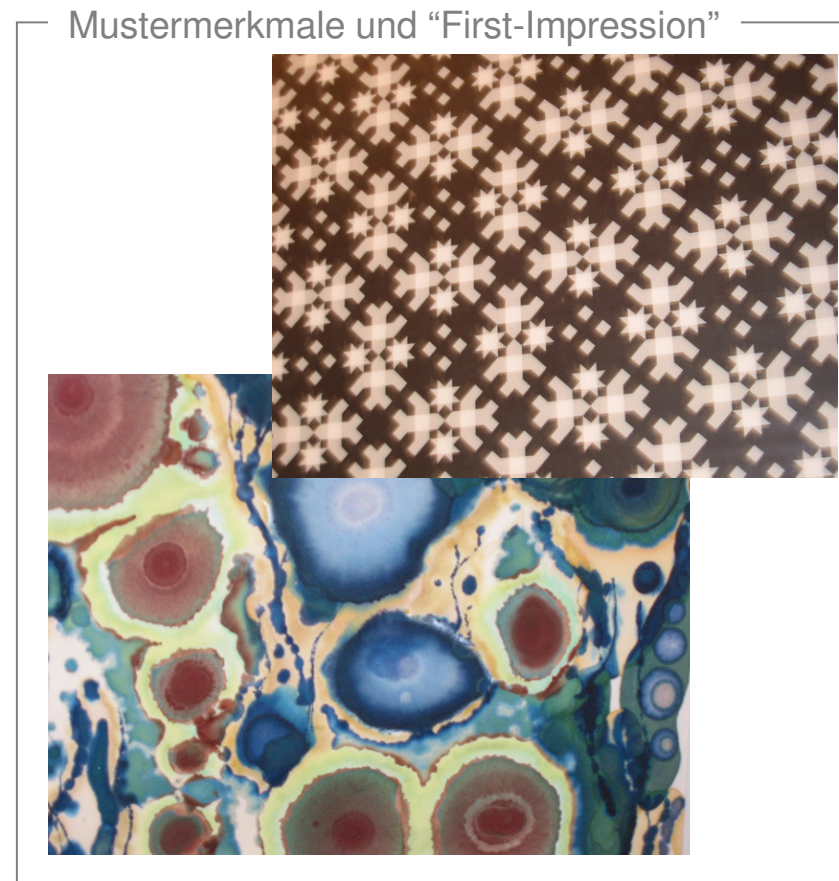


Der Nutzen von Digitalem wird nach sehr individuellen Mustern selektiert. Design-Pattern spielen eine große Rolle

Muster- und Merkmalerkennung

Segmentierung von Wichtigem und Unwichtigem – Gestaltungsmusterselektion

- > Digitale Nutzer können Dokumente segmentieren, ohne vorher zu wissen, was zu sehen ist – **Mustererkennung** (Semantische Antizipation, Designmuster basierend auf gestalterischen, technologischen und kulturellen Erfahrungshintergründen im Web).
- > Im kognitivem System ist angeborenes oder erworbenes Wissen darüber gespeichert, mit welcher Wahrscheinlichkeit bestimmte **Konstellationen und Rhythmik** von Mustermerkmalen für bestimmte Objekte kennzeichnend sind. (Max Wertheimer)
- > Segmentierung, die durch Aufmerksamkeit kontrolliert wird, ist kein Automatismus, sondern bewusstes Suchen.



Das Kriterium des “gemeinsamen Schicksals” selektiert die “digitale” Beute im Hinblick auf eine Weiterverarbeitung.

Digitales Zeitgefühl und Velozifität

Wie lange googelt man wegen welchem Ziel?

- > Auf digitalen Wegen kommt manchmal und sehr häufig „was dazwischen“. Der bewusste und reflektierte Umgang mit **System- und Eigenzeiten** kann durch ergänzende Dienste kundengerecht gefördert werden.
- > Auf die Herausforderung des unendlich Digitalen und des Unbestimmten antworten wir mit dem **Aktionismus und der Beschleunigung** als wäre es möglich dadurch Datensammel-Macht und Einfluss zu erlangen.
- > Suchen und Finden passiert im Spannungsverhältnis von Beliebigkeit und Werten – Ersatzhandlungen sind die Folge. Digitale Suchzeiten sind weniger spürbar – **gefühlte Suchzeit** im „realen Alltag“ ist offensichtlicher.
- > Statistiken und Dokumentationen über Zeitverhalten und Suchwegezeiten bei der Nutzung geben dem Nutzer **Transparenz** für einen zielführenden, entschleunigten Umgang.

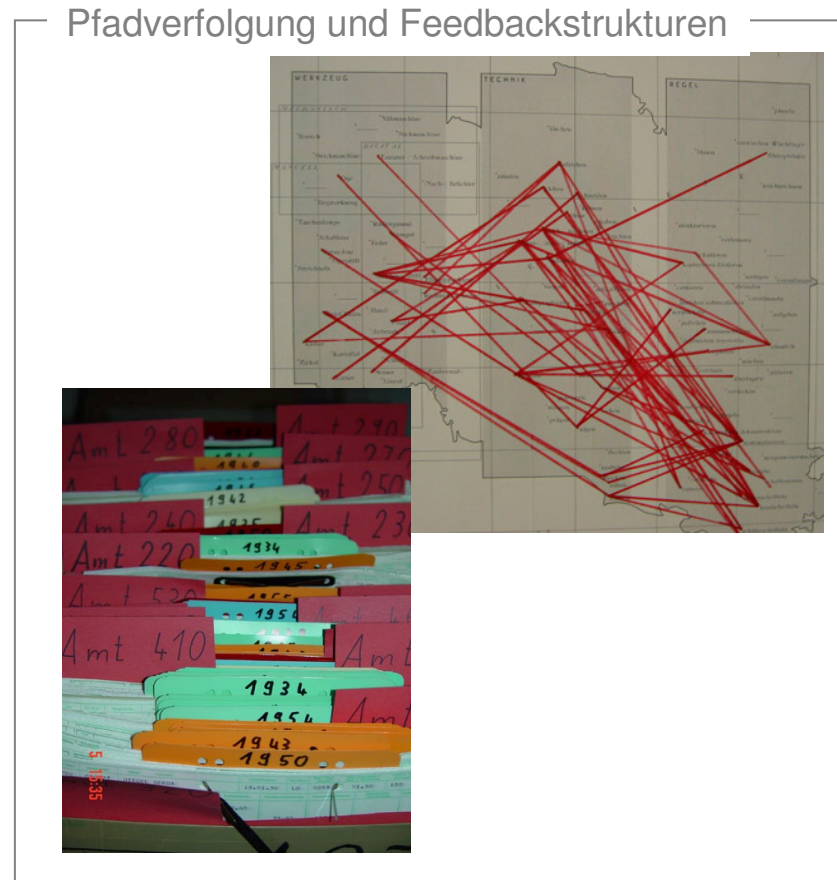
System- und Eigenzeit



Die verbrachten Zeiten und Ablenkungen im virtuellen Suchraum wird nutzerseitig nicht kritisch reflektiert.

Selbstreflektion & Feedback & Reminiszenz

- > Dem Nutzer fehlt ein bewusster **selbstreflektiver Zugang zum Digitalen Medium** und den Handlungsverläufen. Ein Transparentmachung der Suchfelder und Pfade unterstützt die Wissensreflexion.
- > „**Daten-Trophäen**“ erkundeter Jagd-Gebiete und eingesammelten Wissens müssen markierbar gemacht werden um sich daran zu erinnern – Patina, Offensichtlichkeit.
- > Eine **Lern- und Erfahrungskurve** stellt sich nur bei der Mustererkennung ein, aber nicht im Bezug auf die rückwirkenden Erkenntnisse.
- > Die anscheinende unendliche Offenheit der Zukunft und des Cyberspace führt zu einer **digitalen Heimatlosigkeit** des Menschen in Vergangenheit und Gegenwart – horror vacui.



Erinnerungsstrukturen und selbstreflektive Element schaffen einen bewussten Umgang mit “Suchdiensten”.

Zusammenfassung und Ausblick

Digitales Suchen & Finden ist heute – zielführendes Jagen und Sammeln wird die neuartige sozio-technische Entwicklungen prägen.



Reminiszenz & Verkörperung von Daten



Visualistik & Branding von Dokumenten



Strukturierte Weiterverarbeitung



Verortungssysteme im Kontext



Zielführung & Nachhaltigkeit



Mobilität & Emergenz

Das Geschäftsmodell "Suchmaschine" wird sich zukünftig kontrastieren in Marketingdienstleister und Wissensdienstleister, die sich auf das effiziente Auffinden und nutzerzentrierte Weiterverarbeiten von Information fokussieren. Neuartige Dienstinnovationen und Geschäftsmodelle werden notwendig, um sich in den Wertschöpfungsnetzen der konvergierenden Geschäftsfelder Mobilfunk und Internet optimal aufzustellen.

Waidmannsdank.



Kontakt:

Oliver Gerstheimer, Managing Partner
gerstheimer@chilli-mind.com

Mobile: +49.179.691 384 6
Phone Office: +49.561.310 595 - 13

chilli mind GmbH
Ludwig-Erhard-Straße 4
D-34131 Kassel
www.chilli-mind.com



creating digital value is our passion for your success