

.gif Me a Break

Sketches About Our Digital Life



Clara Berlinski

Diplomprojekt, Sommersemester 2016
Universität für angewandte Kunst Wien
Institut für Design, Grafik Design
Univ. Prof. Oliver Kartak

Betreuung

Univ. Prof. Oliver Kartak
Mag. Katharina Uschan
Mag. Sabine Dreher
Mag. Christoph Abbrederis

Einleitung	5
Umfeld	7
Verfall und Ende des Öffentlichen Lebens,	
Tyrannei der Intimität	7
Social Media	9
Animation im Internet	11
Projekt	12
Titel	12
Gif Animationen	13
Veröffentlichung	32
Animationstechnik	34
Animatoren	34
Typografie	34
Farbraum	35
Quellen	
Literatur	36
Online	37
Film	37

Seit der Erfindung von Facebook, Twitter und Co. hat sich unser soziales Verhalten verändert, wir sind ständig verfügbar geworden.

2,04 Milliarden Menschen halten sich auf sozialen Netzwerken auf. Auf Instagram werden täglich 3,5 Milliarden Likes vergeben und 80 Millionen Fotos hochgeladen. Pro Sekunde, werden 510 Kommentare verfasst, 29300 Statuse upgedatet, und 136 Fotos auf Facebook gepostet.

Das Telefon hat sich seinen Weg an den Esstisch gemacht, zwischen Glas und Teller, damit man es ja gut im Blick hat. Das obligatorische #Foodporn #Blessed Foto, das sofort mit der Welt geteilt wird, nicht zu vergessen. Auch Schlafzimmer, Bad und Klo bleiben nicht verschont. Wir haben nicht nur den Drang nichts zu verpassen, sondern auch alles festzuhalten. Bei Konzerten sind wir live dabei per Bildschirm. Wir fallen von Klippen, um ein beeindruckendes Selfie zu posten. Das Smartphone ist nicht nur Teil unserer privaten und öffentlichen Sphären, sondern auch Gestalter geworden.

Aus einer Studie in Amerika geht hervor, dass 2008 Tausende Amerikaner in die Notaufnahme mussten, weil sie hinfielen, mit einem Hindernis kollidierten oder stolpten, während sie ihr Smartphone benutzten. In China wurde in der Stadt Chongqing der erste Handy Gehweg eröffnet, der speziell für Handynutzer konzipiert wurde, um *Smart-* Unfälle zu vermeiden. Der Smartphone-Benutzer kann sich ungehindert fortbewegen ohne sich selbst, oder anderen eine Gefahr zu sein.

Bei allen positiven Errungenschaften, neben bizarrer neuer Volkskrankheiten, die uns die Technologie der totalen Vernetzung bietet, vergessen wir *auf uns Selbst zu vergessen*.¹ Das scrollen durch Facebook-, Instagram- und Tumblr-Landschaften soll uns entertainen, aber noch viel mehr, eine kurze Auszeit bieten.

¹ <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2012/05/is-facebook-making-us-lonely/308930/>

**Das Subjekt geht in die Welt
und verliert dabei sich Selbst.
Das Subjekt geht in sich
und verliert dabei die Welt.**

(frei nach Hegel)

Verfall und Ende des Öffentlichen Lebens. Tyrannei der Intimität

Mit seinem Werk *Verfall und Ende des Öffentlichen Lebens. Tyrannei der Intimität*, 1974, zeichnet der amerikanische Kulturosoziologe Richard Sennett ein Bild einer Gesellschaft, die dabei ist zu verlernen mit ihren Mitmenschen in Kontakt zu treten, ohne dabei persönlich zu werden. Öffentlichkeit zu leben verkümmert zur reinen Beobachtung, einer Art stillen Voyeurismus, in der jeder darauf besteht in Ruhe gelassen zu werden. Der *Fremde* wird zur unbekannten Bedrohung und der Rückzug in das Selbst scheint der einzige Ausweg aus einem kulturellen Wirrwarr, in dem jegliche Grenzen zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit, aufgelöst wurden. Eine vielleicht ungewollt prophetische Erfassung unseres jetzigen Zeitgeistes.

Die Annahme Menschen in einer Gemeinschaft verstünden sich besser wenn sie nur genug von einander wüssten, versteht Sennett als Tyrannei der Intimität. Ein sich gegenseitiges Entblößen und Selbstoffenbaren als Kommunikationsmittel ersetzt Öffentlichkeit und in Folge auch den politischen Diskurs. Sein Herz auf der Zunge zu haben ist das neue Credo. *[Menschen] hegen die Erwartung, Nähe erzeuge auch Wärme. Sie streben nach einer intensiven Geselligkeit, doch ihre Erwartung wird enttäuscht. Je näher die Menschen einander kommen, desto ungeselliger, schmerzhafter, destruktiver werden ihre Beziehungen zueinander.*²

² **Verfall und Ende des Öffentlichen Lebens. Tyrannei der Intimität**, 1974, Richard Sennett, S. 586

Die Konsequenz einer solchen privaten Perspektive, die sich fälschlicherweise in den öffentlichen Raum verirrt hat, ist das Erliegen des sachlichen, zwischenmenschlichen Austauschs. Während Inhalte an Relevanz verlieren, wird immer wichtiger wer hinter ihnen steht und wie gut sie verkörpert werden. Die Objektivität wird im Zeichen der Personalisierung geopfert und die private Person wird mit ihrer öffentlichen Rolle synonym.

*In der intimen Gesellschaft werden alle gesellschaftlichen Erscheinungen, personalisiert, damit sie überhaupt Bedeutung gewinnen.*³ Die Individualisierung tritt in den Vordergrund und bringt eine öffentliche Passivität mit sich. Somit mündet die Beschäftigung mit der Öffentlichkeit unausweichlich in der Beschäftigung mit einem Selbst – eine kulturelle Sackgasse.

³ **Ibid.** S. 386

Der Mensch bewegt sich schweigend durch den öffentlichen Raum, er will in seiner Isolation ungestört bleiben und ist gleichzeitig dabei für jeden sichtbar. Jegliche Disruption kann nur mit einer hilflosen Untätigkeit beantwortet werden. Man traut sich keine Expression in der Öffentlichkeit zu.

Just be yourself – Authentizität als das Non-Plus-Ultra, die ultimative Verkörperung, wird nicht nur angelobt, sondern auch gefordert. *Gekünsteltheit* wird verhöhnt wobei sie wider Erwarten essenziell ist für einen universellen Umgang. Sennett beschreibt ein konstruktiveres öffentliches Verhalten als *ein Handeln, das einen gewissen Abstand von der Person des Handelnden, seiner Biographie, seinen Lebensverhältnissen und Bedürfnissen wahrt*.⁴

⁴ Ibid. S. 164

Das bedeutet öffentliche Expressivität ist nicht abhängig von authentischem Empfinden. Um Öffentlichkeit aktiv zu leben, bedarf es an universellen Ausdruck von Zeichen, nicht deren Verkörperung. Erst die Distanz zu einem Selbst ermöglicht, sowohl die unbeschwer- te Expression außerhalb des Privatraumes, also auch den Umgang mit Fremdartigkeit und ihrer Komplexität.

Intimität ist der Versuch, das Problem der Öffentlichkeit dadurch zu lösen, dass man die Existenz von Öffentlichkeit leugnet.⁵ Ein Irrtum den Sven Papcke in einem Artikel von 1983 passend als *Verwechslung von Gesellschaft und Ehe*⁶ beschreibt. Erst wenn wir lernen *Menschen zu be- gegnen, ohne, dass gleich der zwanghafte Wunsch hinzuträte, sie als Person kennenzulernen*⁷ kann sich Öffentlichkeit wieder seinen Raum zurück- gewinnen.

⁵ Ibid. S. 65

⁶ <http://www.zeit.de/1983/49/kraehwinkels-grosse-stunde>
Sven Papcke

⁷ **Verfall und Ende des Öffentlichen Lebens. Tyrannei der Intimität**, 1974, Richard Sennett, S. 589

Richard Sennetts Beobachtungen wurden zwar Ende unseres letzten Jahrhunderts veröffentlicht, finden aber gerade heutzutage ihre Gültigkeit. Die Entwicklung des öffentlichen Raums hat neue Dimensionen angenommen. Neben der physischen, hat sich eine virtuelle Öffentlichkeit gebildet, die mittels sozialer Netzwerke zur Bühne der privaten und öffentlichen Bewegungsräume wird.

Anfang 2004 mit der Erfindung von Facebook beginnt eine zunehmende Veränderung der sozialen Interaktion, die von Jahr zu Jahr nicht nur auf das Marketing von Produkten Einfluss nimmt, sondern auch auf unsern Konsum der Medien. Früher hat man ein Buch gelesen wenn man in der Straßenbahn saß, heute scrollt man mit seinem Smart Phone durch Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat oder etc. Laut einer Statistik vom Jänner 2015 benutzen 3,010 Billionen User aktiv das Internet. 1,69 Billionen greifen durch ihr Handy auf ihre sozialen Accounts zu.

Die ultimative Vernetzung und Omnipräsenz unabhängig von Zeit und Raum. Ein vermeintlich paradiesischer Höhepunkt der Demokratie. Die Werte des 20. Jahrhunderts, werden im darauffolgenden Jahrhundert abgelöst; der unmittelbare Informationsaustausch steht an oberste Stelle.

Ein Leben ohne diese Art von sozialer Vernetzung ist für viele nicht mehr vorstellbar. Ein großer Teil der Attraktivität Sozialer Medien beruht auf der klugen Mischung von Distanz und Intimität, oder der Illusion der Entfernung mit der Illusion von Intimität.

Viele Internet-Services beruhen auf der freiwilligen Preisgabe von privater Information, angefangen mit harmlos-erscheinenden Fragen wie die Angabe von Emailadresse, Name und Geschlecht bis hin zum Geburtsdatum, Adresse, Telefonnummer und vielleicht noch der Lieblingsband. Mit Plattformen wie Youtube, Facebook, Instagram wird der Ich-Stream zum Mainstream. In der digitalen Welt ist das Herzeigen-Wollen wichtiger und stärker als die Angst vor dem Verlust der Privatsphäre. Der Alltag mit all seinen kleinen Details, egal ob es das Essen und Trinken, die neu gekauften Kleiderstücke, oder das Spiel im Überraschungsei sind, alles wird geteilt und kommentiert. Selbst der Mülleimer am Weg in die Arbeit oder die Pflanze im Arbeitszimmer. Zu allem und jedem hat man was zu sagen. Nicht nur das, auch jeder hergehenden Gefühlszustand wird mitgeteilt. Die

komplette Selbstoffenbarung als Konsequenz von grenzenloser Kommunikation.

Die ungeordnete Kommunikation des Internets mündet in einem Informationscluster aus Hasstiraden, Trollen, etc. Doch auch der gefilterte Informationsfluss hat seine Auswirkungen. Der soziale Raum lässt sich wunderbar individualisieren. Man folgt nur den Inhalten an denen man vermeintlich interessiert ist, jegliche Andersartigkeit kann man aus seinem personalisierten Newsfeed ausblenden. Die sachliche, unpersönliche Diskussion findet somit nur selten statt. Ein Artikel des *Standard* berichtet über eine datengestützte Untersuchung des Datenjournalist namens CuriousGnu: *Fast jede Online-diskussion landet bei Hitler. Je länger Debatten im Netz dauerten, desto wahrscheinlicher sei es, dass jemand einen anderen Teilnehmer mit den Nazis oder Adolf Hitler vergleiche. Und tatsächlich: 78 Prozent der Diskussionen, bei denen es mehr als 1.000 Wortmeldungen gab, erwähnten das NS-Regime in irgendeiner Form.*⁸

⁸ <http://derstandard.at/2000036738131/Godwins-Law-bestaetigt-Fast-jede-Online-diskussion-landet-bei-Hitler>

Diskussionen im Netz tendieren dazu zu eskalieren, und sich vom eigentlichen Sachverhalt zu entfernen, bevor sie sich selber in eine Sackgasse Schachmatt setzen.

Das Internet verlangt Schnelligkeit und Effizienz. Der Informationsaustausch soll auch immer schneller von Statten gehen. Komplexe Inhalte müssen dementsprechend komprimiert und abstrahiert werden. Posts und Ausrufe werden einer breiteren Diskussion vorgezogen.

Doch auch die ungezügelte Zeit des Internet-Eldorados hat sein Ende. Unternehmen wie Amazon, Apple, Facebook und Google nutzen die Menge an Information um seinen Nutzern, mit Hilfe von Cookies, ein maßgeschneidertes digitales Profil zu schaffen. Jeder Klick präzisiert unseren Konsum, unsere Interessen, unsere Identitäten.

Die Maßeinheit des sozialen Lebens: Follower, Likes, Retweets etc. *Onlinepopularität ist zu einem Hebel für gesellschaftliche Veränderungen geworden.*⁹ Soziale Medien sind nicht nur Mittel der zwischenmenschlichen Kommunikation oder des Konsums. Sie sind bereits Kommunikatoren der Politik. *Die Einigung beim Eurogipfel verkündete der ehemalige polnische Präsident Donald Tusk kurz vor Mitternacht nicht über die Nachrichtenagenturen, sondern auf Twitter. Kurz vorher hatte der griechische Finanzminister Yanis Varoufakis seinen Rücktritt auch via Tweet bekannt gegeben.*¹⁰ Ungefähr 60% der Internet User beziehen ihre Nachrichten über soziale Medien, was die Bedeutung von online Gefolgschaft immens erhöht. Die meisten Follower auf Twitter er-

⁹ <http://www.zeit.de/kultur/2015-07/soziale-medien-community-politik>

¹⁰ *ibid.*

weisen Popstars wie Katy Perry und Justin Bieber. Mit einem Tweet von Katy Perry würde man eine viel größere Bandbreite an Menschen erreichen als mit jeglichen institutionalisierten Medien.

Viele Nutzer treffen sich selten und telefonieren nicht, weil sie Angst davor haben, der Echtzeit schutzlos ausgeliefert zu sein. Sie sehnen sich nach Geborgenheit, nach einer Auszeit. Aber sie kommen nicht weg von ihren Zweit- und Drittidentitäten, die sie im Netz kreiert haben und pflegen müssen. Facebook ist für viele von ihnen zu einer Bestie geworden, die permanent gefüttert werden muss; zum großen Vielfraß, der Zeit, Selbstständigkeit und persönliche Begegnungen raubt.¹¹

¹¹<http://www.zeit.de/2012/18/L-S-Internet-Buecher>

Die Interaktion im Netz wächst stetig. Statistiken zu Folge werden wir jedoch immer einsamer. Der direkte Zusammenhang lässt sich jedoch nicht pauschalisieren. Soziale Plattformen wie Facebook dienen uns als Mittel. Die Art der Verwendung ist uns überlassen. Facebook kann sowohl destruktiv als auch bereichernd genutzt werden.

Noch lässt uns die Diskussion um das Internet nicht los. Noch haben wir es nicht gänzlich erfasst. Erst wenn wir nicht mehr darüber sprechen müssen und wir der digitalen Öffentlichkeit Regeln aufsetzen, werden wir das virtuelle Leben bewältigt haben. *Das Fehlen schützender Konventionen führt dazu, dass sich alle Welt unendlich auf die Nerven geht.¹²*

¹²<http://www.zeit.de/1983/49/kraehwinkels-grosse-stunde>
Sven Papcke

Animation im Internet

Der Kommunikationssprache des Internets ist ständig im Wandel. Tendenziell je schneller Information vermittelt wird, umso besser. Das Verschicken von Gif-Animationen ist in den letzten Jahren in seiner Beliebtheit immens gewachsen. Alex Chung, der Gründer und CEO von Giphy.com, sieht die Stärke der Bewegtbilder in ihrer Universalität und Teilbarkeit. Giphy könnte man am besten als das Google der Gifs bezeichnen. Fast 65 Millionen Menschen nutzen Giphy monatlich. Dabei wird das Gif Teil der Konversation, ob im Chat oder auf anderen Plattformen.

Sprache wird immer überflüssiger in der digitalen Kommunikation. Bilder, Videos oder eben Gif-Animationen fangen Information schneller und kompakter ein. Sie nehmen uns die Arbeit der Expression ab.

Das Gif (Graphics Interchange Format) besteht schon seit den 80ern, seine Verwendung hat sich aber in den letzten Jahren verselbstständigt. Mit Gifs wird Pop-Kultur zum Kommunikations-Wörterbuch.

.gif Me A Break – Sketches About Our Digital Life sind kurz animierte Anekdoten die sich mit unserem Verhalten in der virtuellen Welt beschäftigen. Das Internet, der Schauplatz unserer sich wandelnden Kultur, ist gleichzeitig Thema als auch Medium dieses Projekts. Die kurze Gif-Animation, die den Zeitgeist der digitalen Kommunikation verkörpert, wird zum Erzählmittel.

Die geloopten Erzählungen mit einer Länge von jeweils ca. 10 Sekunden, sollen Phänomene der Sozialen Sphäre, in ihren teilweise schon absurden Auswüchsen, mit einem Augenzwinkern, illustrieren. Eine humoristische Bestandsaufnahme unserer Kommunikationskultur.

Titel

Der Titel des Diplomprojekts *.gif Me A Break – Sketches About Our Digital Life*, ist einerseits ein Wortspiel auf die Bezeichnung des eigentlichen Animations Dateiformats, weist aber auch ironisch auf seinen Verwendungszweck. Denn gerade in Situationen in denen wir uns ablenken wollen, oder gar eine Arbeit prokrastinieren, surfen wir auf unseren Mobiles. Wir scrollen uns durch die Facebook, Instagram und Tumblr Landschaften auf der Suche nach Entertainment, aber viel mehr noch, nach einer kurzen Auszeit.



Running Out

Viele Digitale Uhren wie die Apple Watch, finden bei den Konsumenten gefallen. Das Digitale wird Teil des Körpers. Was dieses Gadget alles kann, und was für Informationen es weiter an große Konzerne vermittelt, wissen wir nicht ganz genau. In ein paar Jahren wird sich der tatsächliche Nutzen eines solchen Devices herauskristallisieren.



Followers

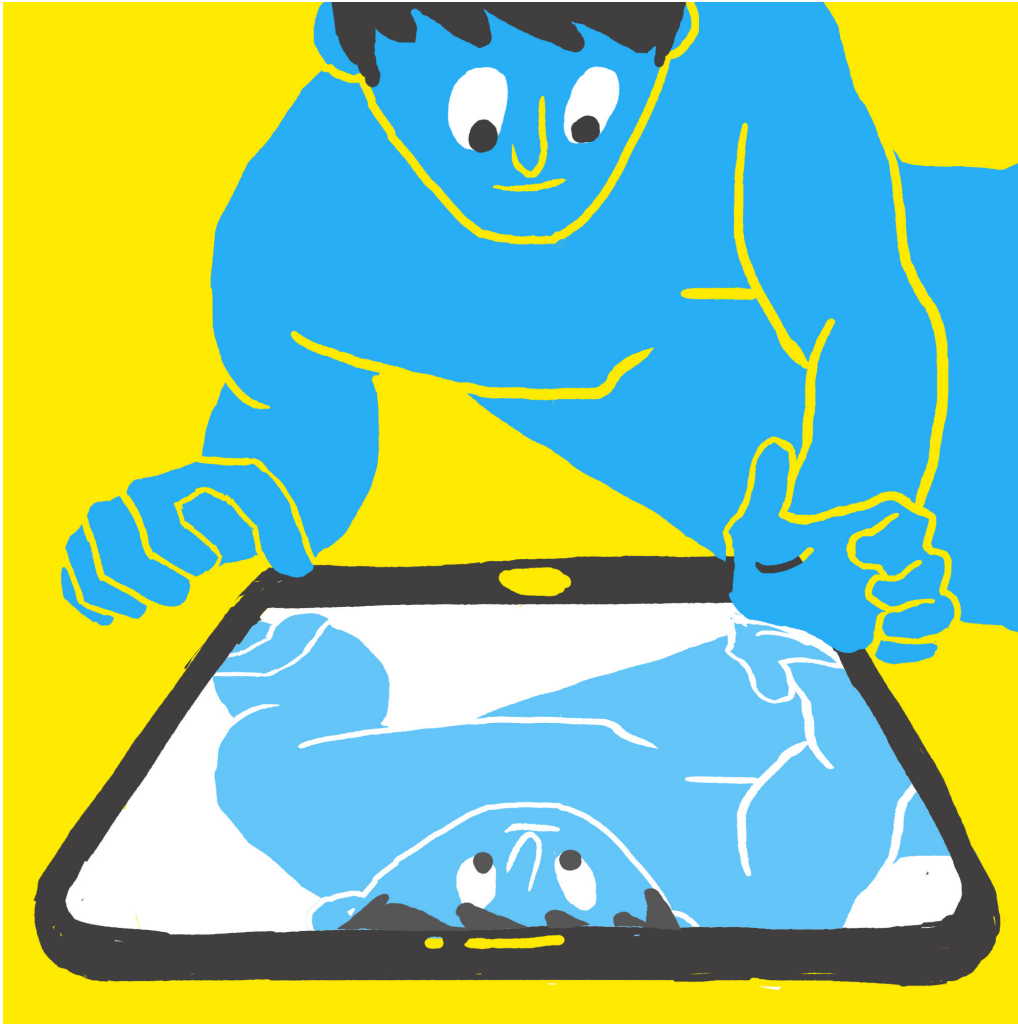
Den meistgefolgten Twitter Account hat Katy Perry mit 84 Mio. Followern. An zweiter Stelle steht Justin Bieber dicht gefolgt von Taylor Swift und Barack Obama.

Die Bedeutung einer medialen Bandbreite von Millionen Followern hat auch Auswirkungen auf Mega-Konzerne wie Apple. Der offene Brief an Apple Music den Taylor Swift im Juni letzten Jahres verfasste, leitete prompt eine Änderung der Vertrags-Klausel ein.



Word of Mouth

2006 wurde der erste Tweet gesendet vom Twitter-Mitgründer Jack Dorsey mit dem Satz „just setting up my twtr.“ Heute zählt Twitter über 310 Millionen aktive Nutzer. Täglich landen ungefähr 500 Millionen Tweets auf Twitter.



Spitting Image

Narziß kniet an einer Quelle nieder und wird von seinem eigenen Spiegelbild auf dem Wasser überwältigt. Man ruft ihn an, vorsichtig zu sein, doch er achtet auf nichts und niemanden. Eines Tages beugt er sich hinab, um das Bild zu liebkosten, stürzt und ertrinkt. Dieser Mythos bezeugt nicht bloß die Frevelhaftigkeit der Eigenliebe; er weist auf die Gefahr der Projektion hin, eines Verhältnisses zur Welt, das die Wirklichkeit nur in Bildern des eigenen Selbst aufnimmt.

**Verfall und Ende des
Öffentlichen Lebens.
Tyrannei der Intimität,**
1974, Richard Sennett,
S. 562



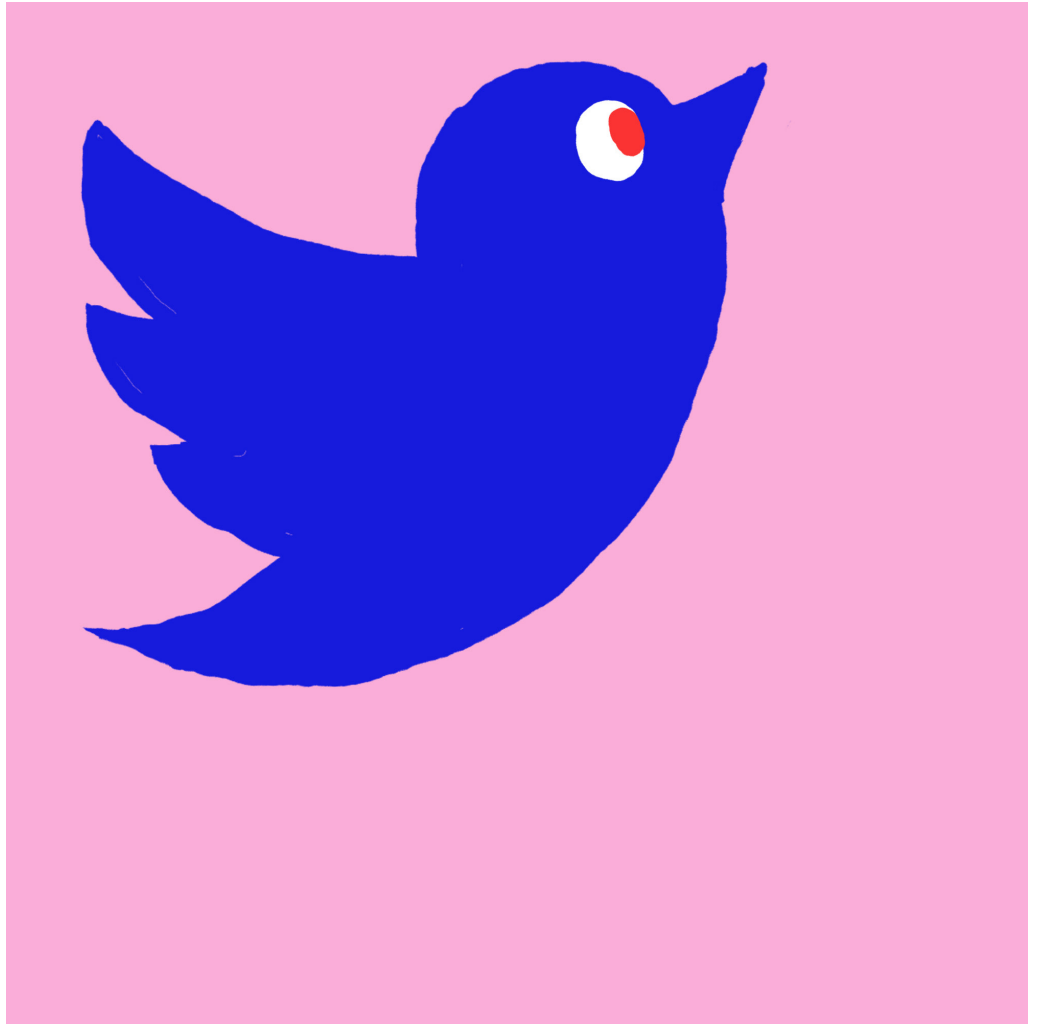
Trolling

Trolling ist die Kunst jemanden bewusst und clever im Internet zu nerven, um so den Dialog zu suchen. Ein Troll ist eine Person die eine negative Reaktion provozieren möchte. In einer Diskussion sendet dieser Off-Topic Nachrichten, um beim diskutieren abzulenken und vom Thema abzukommen. Die meisten machen es zu ihrem eigenen Vergnügen. Manche der Trollings passieren auch am Klo, denn laut einer Statistik updatet einer von drei Facebook Usern sein Status während er am Klo sitzt, das wären 32% aller Facebook-User.



Dirty Laundry

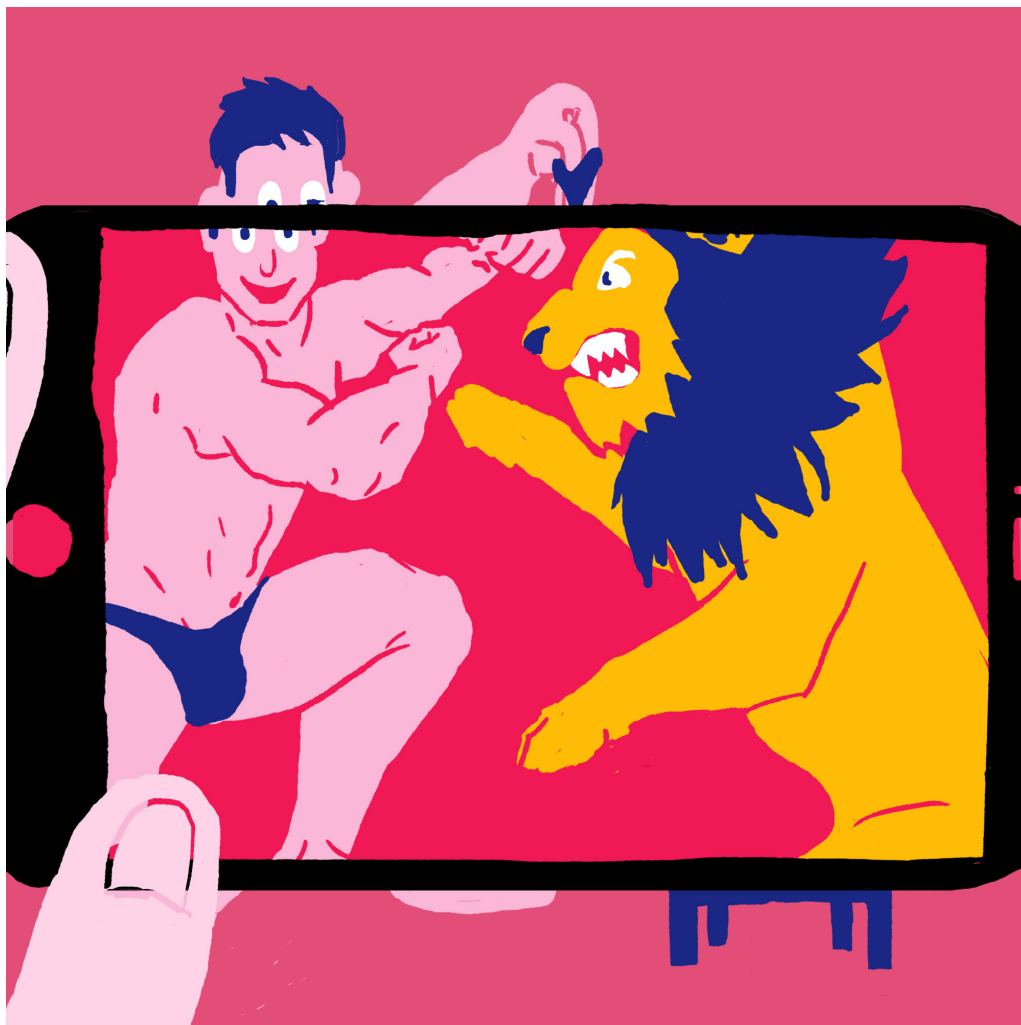
Wenn die eigene Facebook Wall mit dem Tagebuch verwechselt wird. Das englische Sprichwort *to air your dirty laundry*, das so viel bedeutet wie seine Schmutzwäsche vor anderen lüften. Dies passiert in den sozialen Medien sehr häufig nicht nur durch ständiges updaten und hochladen von Fotos, aber auch durch das Preisgeben von Gefühlszuständen, Konflikten, Gedanken egal wen es tatsächlich interessiert.



Shitstorm

Im deutschen bezeichnet dieses Wort eine, in kurzem Zeitraum, große, lawinenartige Anzahl von negativer Kritik die sich im Internet bemerkbar macht. Meist sind diese gegen Einzelpersonen, Institutionen, Unternehmen, Personen in der Öffentlichkeit, Verbände oder Parteien gerichtet. Der Shitstorm verbreitet sich vor allem über Facebook-Meldungen, Twitternachrichten, Blogeinträge oder -kommentare. Meist sind es besonders aggressive und bedrohliche Kommentare, die oft mit dem ursprünglichen Thema wenig zu tun haben.

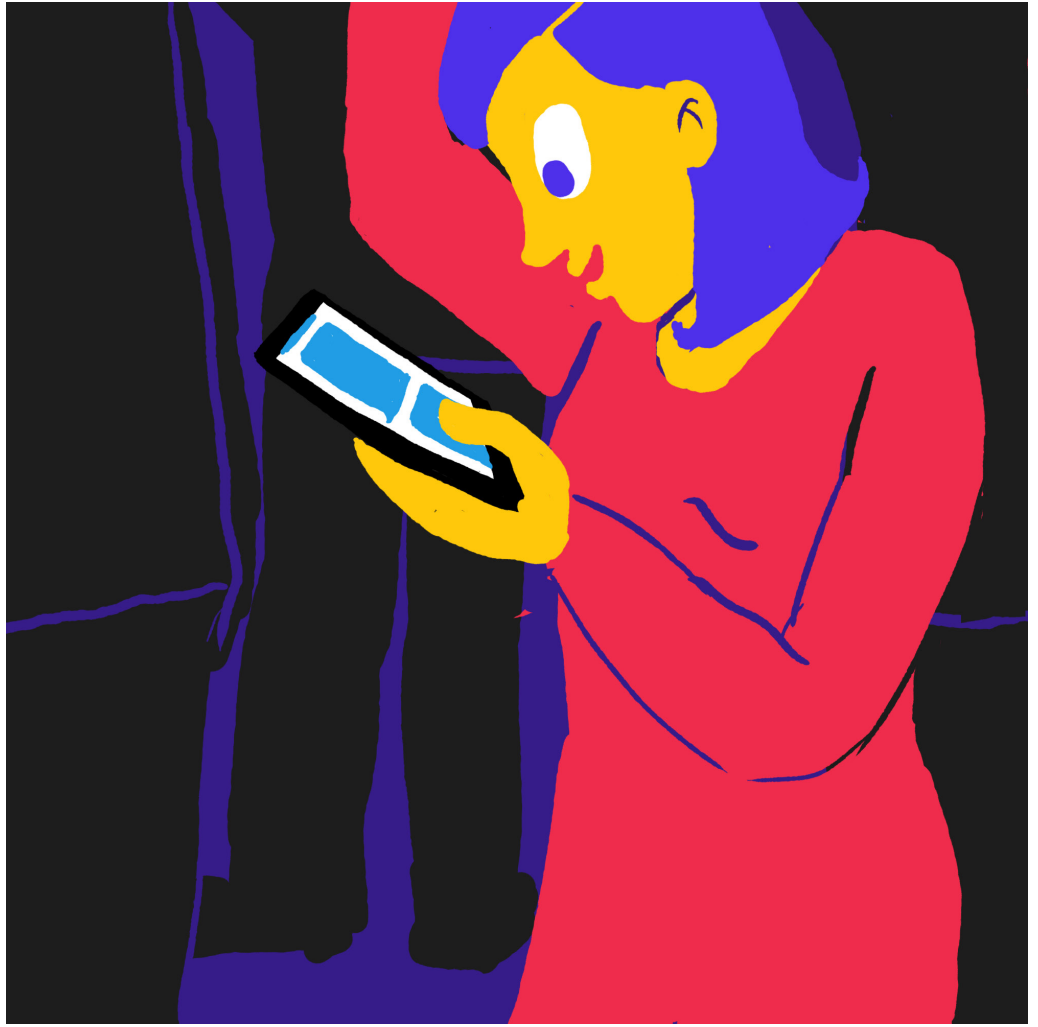
Shitstorm wurde zum Wort des Jahres 2012 gewählt.



Reality Check

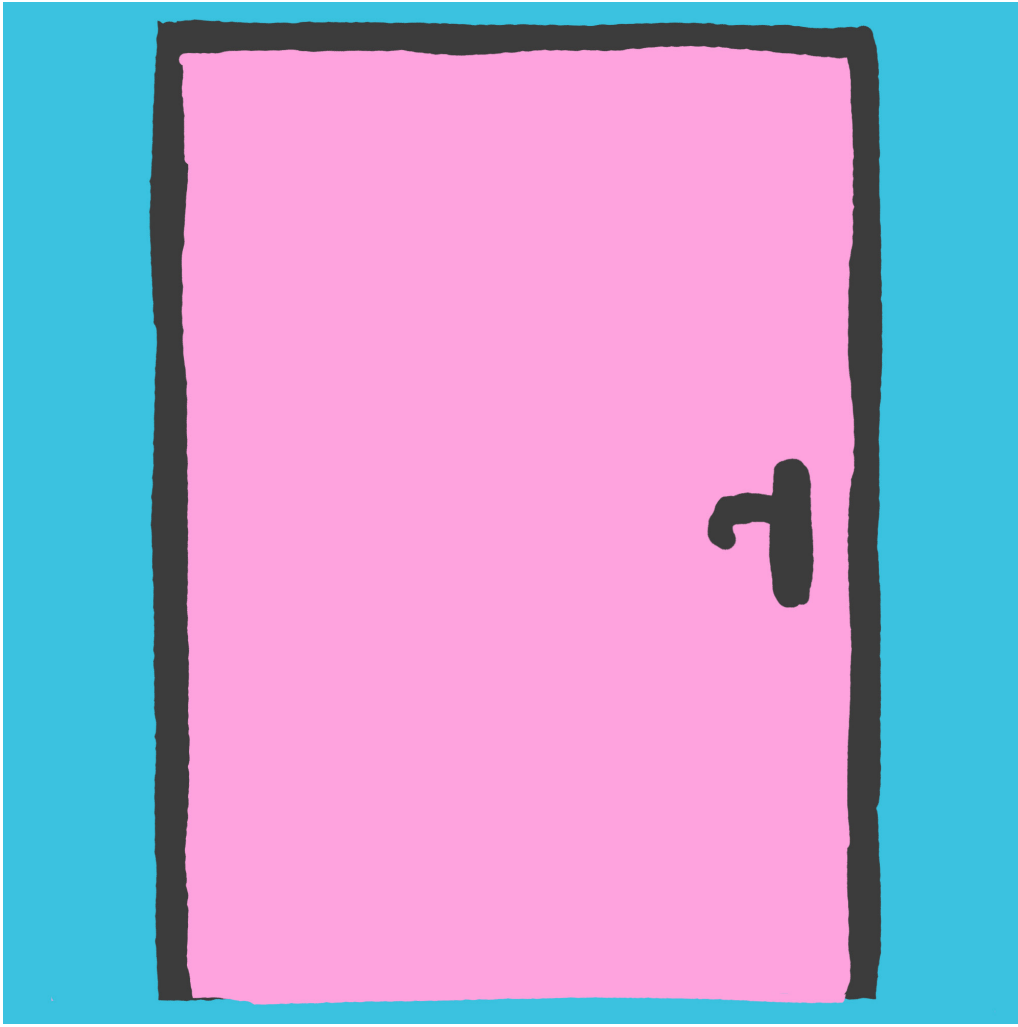
Auf Instagram sind 400 Millionen monatlich aktive User und es werden über 3,5 Milliarden Likes vergeben, bei 80 Millionen veröffentlichten Fotos am Tag. Viele Blogger und Stars nutzen Instagram, um ihr Glam-Leben und Lifestyle in Bildern zu dokumentieren. Instagram-Star zu werden, der Wunsch vieler Jugendlichen.

Model Essena O'Neill, berühmt geworden durch ihre Follower auf Instagram, rechnet am 2.11.2015 via YouTube mit ihrem neugefundenen Beruf ab. Ihre Erkenntnis: Soziale Medien sind nicht das echte Leben! Die tagtägliche Gekünsteltheit habe sie unglücklich gemacht. Die Unbeschwertheit ihrer Fotos war in Wahrheit Resultat vieler Stunden Arbeit, Posing und Filter-Retusche. Die Suche nach dem perfekten Foto, nicht nur, um das Sponsorprodukt gut in Szene zu setzen, sondern einen Lifestyle zu verkörpern, einen Anspruch dem Essena letztendlich abgeschworen hat.



Personal Message

Wir finden es weniger komisch wenn Profile öffentlich sind und jeder alle Ereignisse und Nachrichten folgen kann, aber es ist unangenehm wenn jemand der neben uns in der U Bahn sitzt, auf unseren Screen schaut und mitliest, obwohl es fast das gleiche ist. Viele Nutzer der sozialen Medien haben sich mit den Einstellungen der Privatsphäre nicht auseinandergesetzt. Andere Nutzer haben nie überprüft welche Informationen öffentlich sind und welche nicht. Einige Plattformen machen es dem User schwer den Durchblick zu bewahren, da immer wieder die Privatsphären-Einstellungen geändert werden.



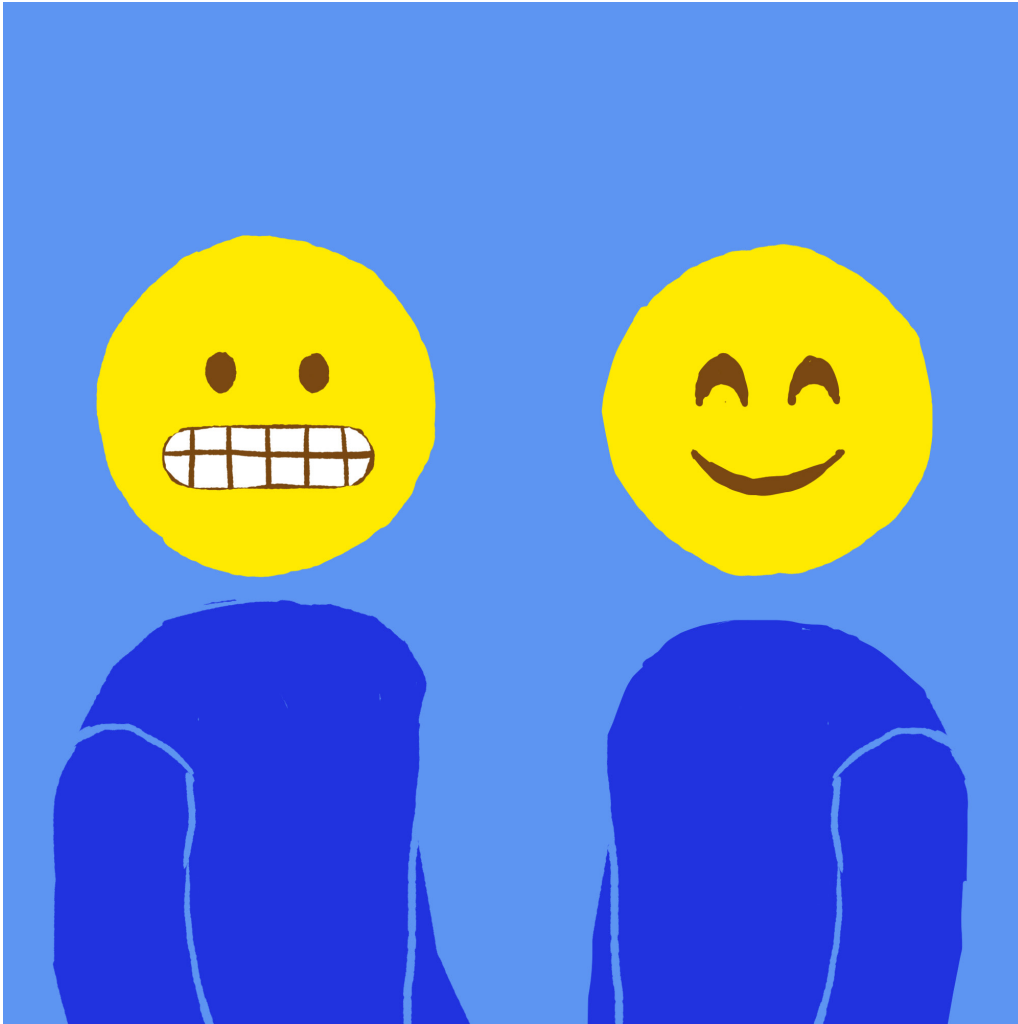
Oversharing

Dieses Wort wurde 2008 von Webster's New World zum Wort des Jahres gekürt. Die Bedeutung des Wortes erlebt eine Popularität durch das Internet. Das sich ständige Mitteilen mit der Überzeugung den Rest der Welt interessiert es. Soziale Medien werden zum Schauplatz intimer Offenbarungen und Gedanken.



Lip Service

Die Bezeichnung bedeutet etwas zu sagen, das man eigentlich nicht so meint, etwas vorheucheln. In der Öffentlichkeit etwas postulieren, im Privaten das Gegenteil ausleben. Doch Privates bleibt selten verborgen und wird meistens ans Tageslicht geschwemmt. Eine Gesellschaft ohne Geheimnis ist jedoch genauso wenig lebbar wie eine Verborgene. Inhalte werden unwichtig, es bleibt nur die Frage wie authentisch sie vom Sprecher verkörpert wurden.



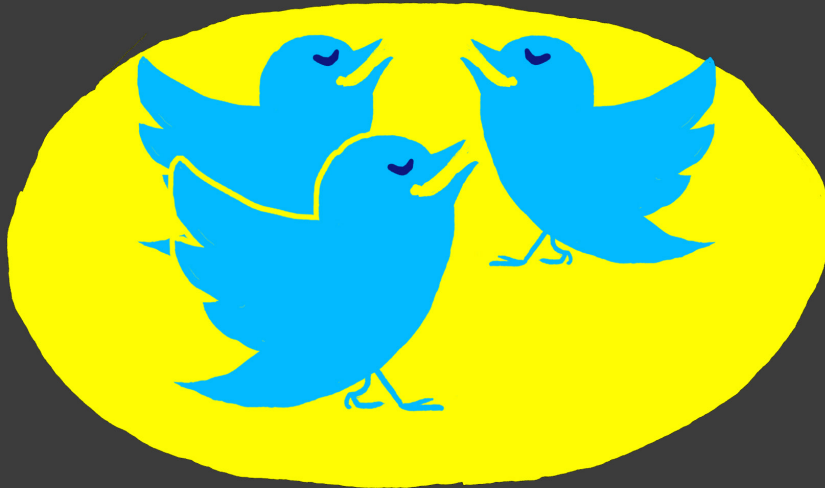
Sexting

Seit Verfügung der Multimedia Messaging Services und Instant-Messagern wie WhatsApp kann ganz einfach Bildmaterial versendet werden, auch erotische Bilder des eigenen Körpers. Im Grunde ist Sexting eine weitere Stufe des *Dirty Talks* zur gegenseitigen Erregung. Sexting wird vor allem von Teenagern und jungen Erwachsenen verwendet. Laut einer US-amerikanischen Studie der *National Campaign to Prevent Teen and Unplanned Pregnancy (NCPTUP)* von 2008, haben 20 Prozent der 13- bis 19-Jährigen und 59 Prozent der 20- bis 26-Jährigen bereits Sextings versendet. 48 Prozent der Jugendlichen und 64 Prozent der jungen Erwachsenen haben Sexting-MMS empfangen.



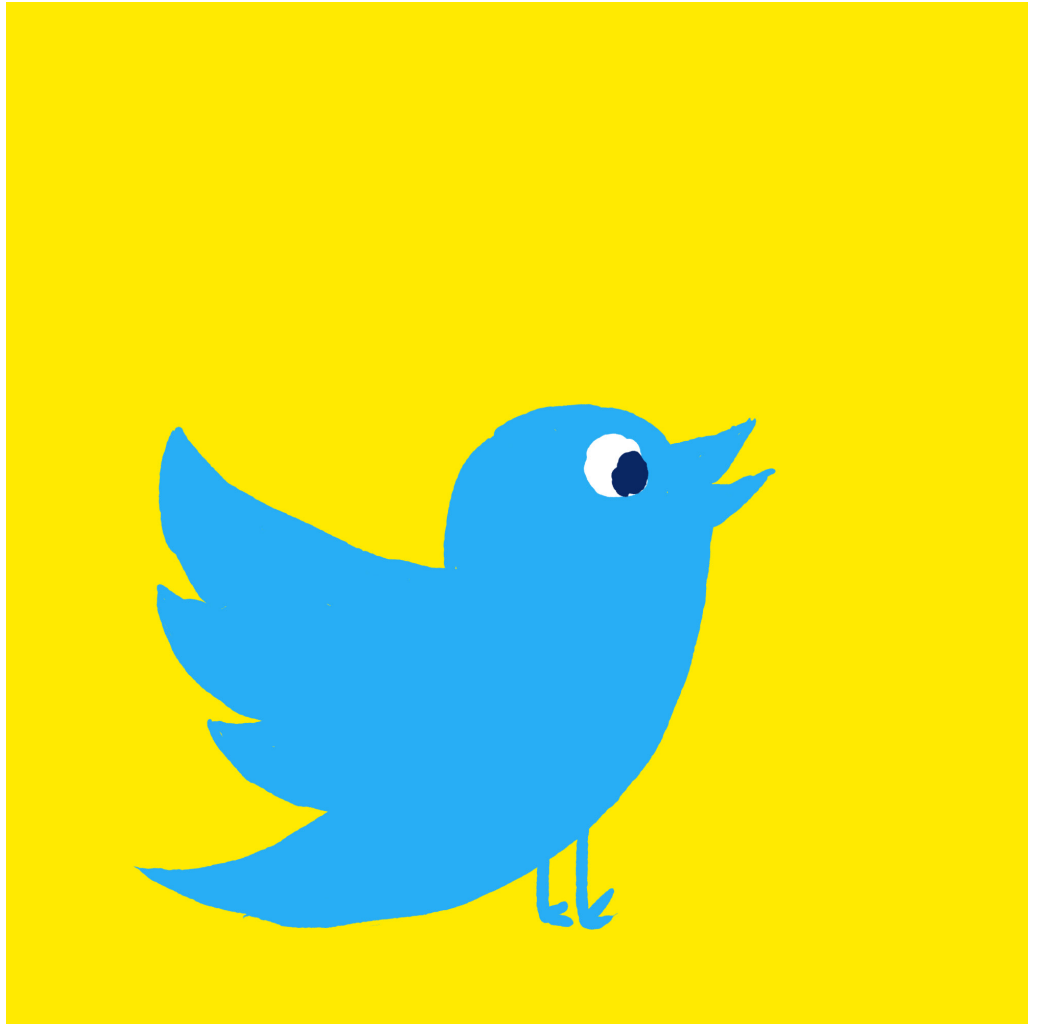
Smart Workout

Alles was spielerisch angehaucht ist, ist etwas das wir gerne tun, da es das Kind in uns glücklich macht. Der Kult der Körperoptimierung gelangt heutzutage vermehrt in den Fokus. Doch haben wir jetzt immer weniger Zeit, werden aber zugleich mit Bildern von perfekten Menschen, mit perfekten Körpern überschwemmt. Das vermutlich meiste Workout unseres Tages bleibt wohl eher der Tinder Swipe.



Lurkers

Die englische Definition für *to lurk* ist lauern, oder schleichen. In Verbindung mit der digitalen Welt ist ein Lurker, jemand der in Foren, Blogs, sozialen Plattformen folgt, aber nicht postet. Über die Hälfte aller Twitter Accounts sind inaktive Lurker. Durch eine Analyse von 60 Usern, wurden 99.000 Fake Twitter Accounts entdeckt, die durchschnittlich 77 Tweets verfassten und 32 Followers hatten. 63% der Fake-Accounts werden mit echten Daten von echten Twitter-Usern kreiert.

**Overfeed**

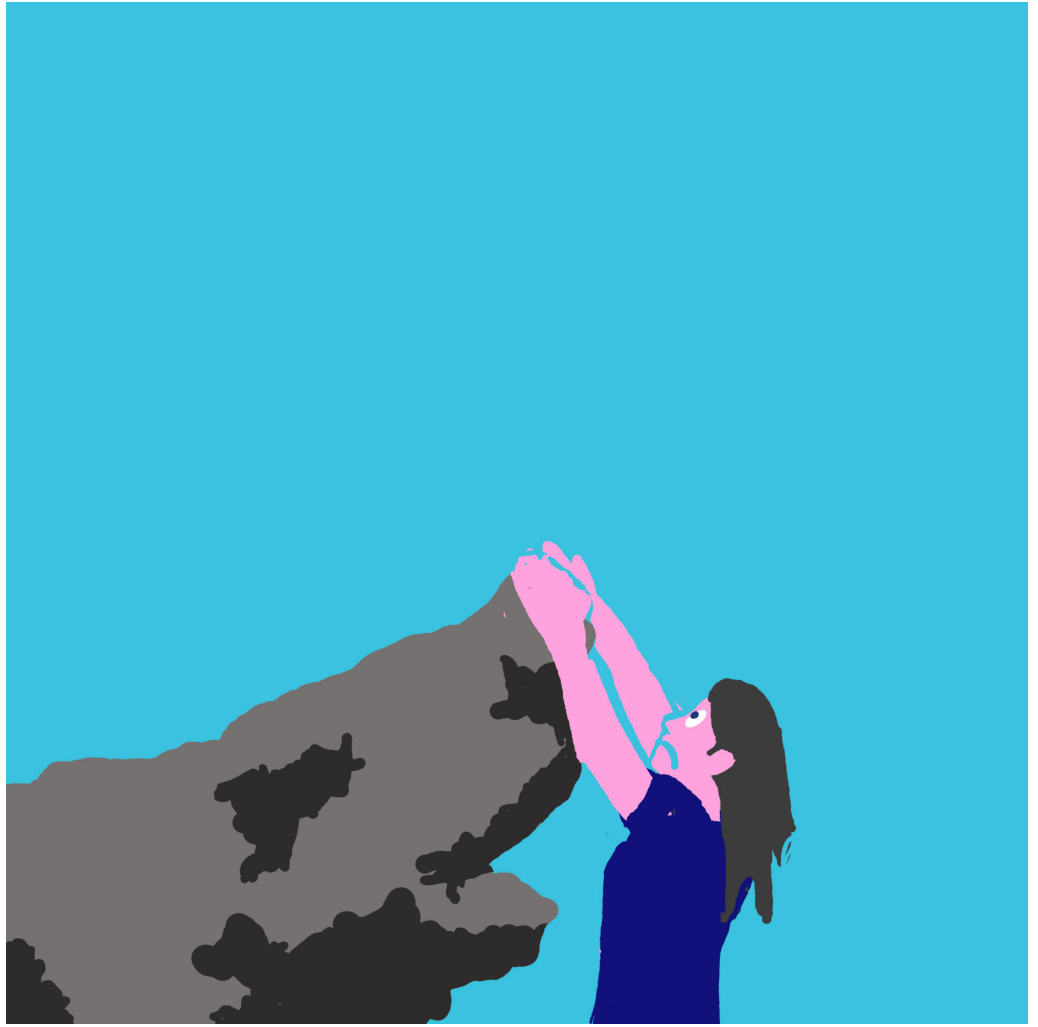
Der Überfluss an Information, Hashtags, Posts etc. lassen sich schwer filtern und doch sind wir ihm täglich ausgesetzt. Der personalisierte Newsfeed kann uns aber auch schnell ungewollte Scheuklappen verpassen.



Cookies

Bei jedem Klick installieren Google und Co. Cookies, mit denen sie unser Tun verfolgen und so ein immer präziseres Bild von unserem Online-Ich zusammensetzen – ohne dass wir es jemals zu Gesicht bekämen. Jeder unserer Klicks wird zur Ware; die Daten werden an den meistbietenden Werbekunden verkauft, der uns alsbald mit maßgeschneiderten Angeboten überrascht.

<http://www.zeit.de/2012/18/L-S-Internet-Buecher>



Photobomb

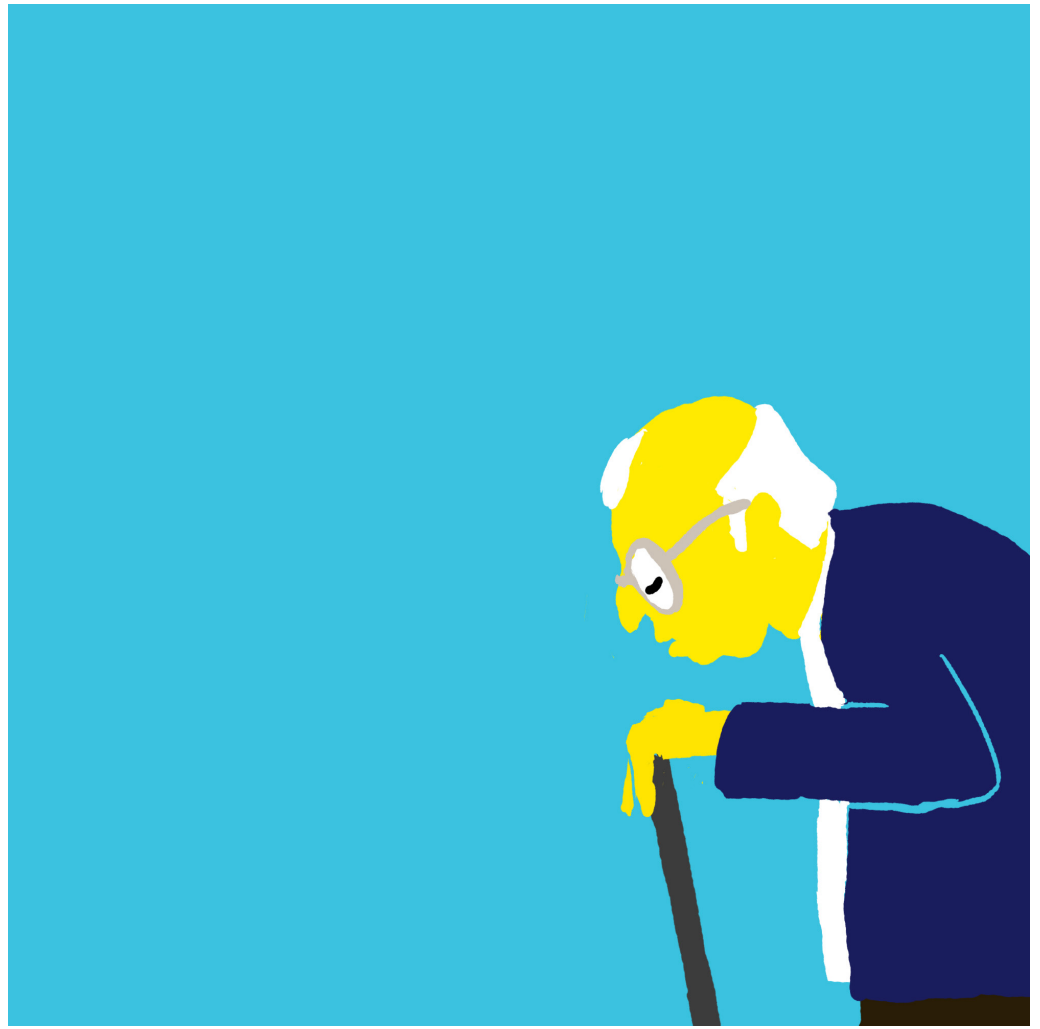
Ein Photobomb ist eine sich ungewollt, in den Bildausschnitt drängende Person oder Objekt. Dies kann mit Absicht sein, oder unabsichtlich, das Objekt oder die Person lenkt die ganze Aufmerksamkeit auf sich. Durch die Verbreitung von Selfies, ist es schwieriger zu beobachten was hinter einem passiert, wenn man sich vollkommen auf die Pose konzentriert. Der Wille ein spektakuläres Selfie mit möglichst vielen Likes zu machen macht viele leichtsinnig. Bereits 2014 gab es 49 Selfie-Opfer, das sind mehr Todesfälle als Todesfälle wegen eines Hai Angriffs. 16 dieser Opfer fielen von Höheren Orten.



Fear of Missing Out

In einer Studie geben 90% der Befragten zwischen 18 – 29 Jahren an, dass sie mit ihrem Smartphone schlafengehen. 95% benutzen ihr Smartphone bevor sie ins Bett gehen und vier von fünf Smartphone-Users checken ihr Telefon in den ersten 15 Minuten nach ihrem Aufstehen.

Es ist die Angst etwas zu verpassen, dass uns etwas möglicherweise entgehen könnte, die in uns schlummert und uns teilweise zu diesem Verhalten drängt. FOMO wird diese Angst abgekürzt, aus dem Englischen *fear of missing out*. Diese Phobie beschreibt die ständige zwanghafte Sorge eine soziale Interaktion, eine außergewöhnliche Erfahrung, ein Erlebnis oder Begegnungen zu verabsäumen.



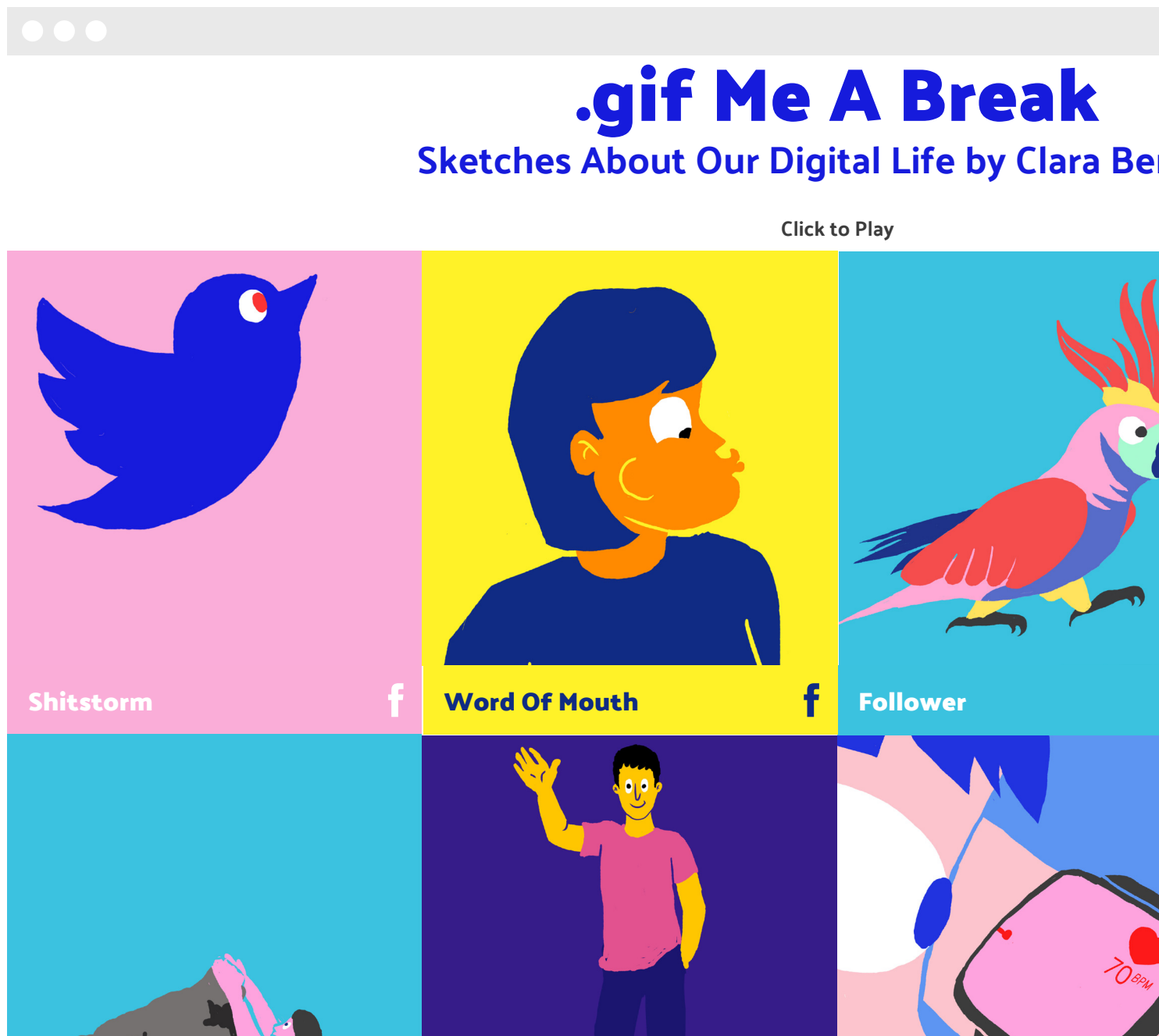
Snapshot

Der Selfiestick, auch genannt Narziss-Stick, ist das Unding unserer Zeit. Mittlerweile wurde der Stab der das Selfiemachen erleichtern soll aus Disneyland, dem Kolosseum in Rom, Versailles und dem Opern Haus in Sydney verbannt.

Das Phänomen Selfie, hat nicht nur aktive Social-Media-User erreicht, sondern ist Teil des Mainstreams. Selbst Michelle Obama und der Papst Franziskus haben sich mit Selfies im Internet verewigt. Täglich werden mehr als 1 Million Selfies gemacht.

Über die Website *gifmeabreak.com* wird das Projekt *.gif Me A Break – Sketches About Our Digital Life* veröffentlicht. Die Seite stellt alle Gifs zum Download oder zum Teilen bereit. Einerseits durch den direkten Link zu Facebook, andererseits durch das Speichern der Gif-Animation und Verbreitung auf anderen Weg à la SMS, PN etc. Die Gifs sollen als Kommentier-Tool verwendet werden und sich verselbstständigen.

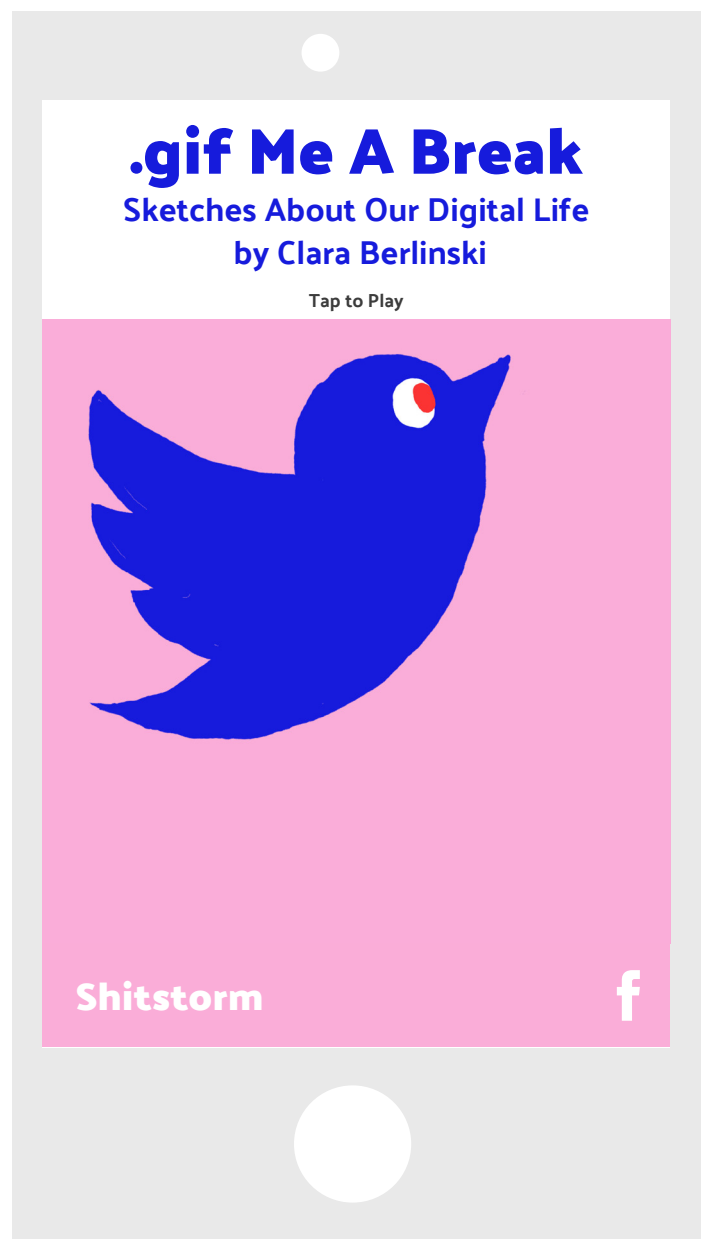
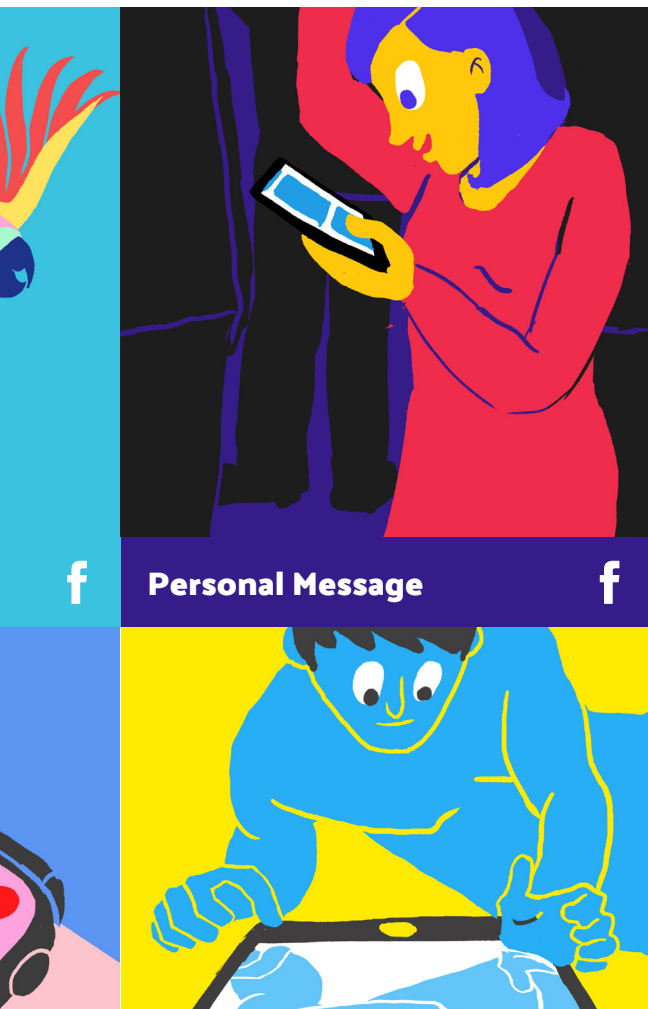
Die Seite ist sowohl am Desktop als auch am Mobile zugänglich, was vor allem heutzutage eine besondere Relevanz hat. Der mobile Zu-



Website, Desktop

griff auf das Internet steigt und verdoppelt sich dabei fast jährlich. Laut Google hat das mobile Browsing den Desktop bereits überholt. Statistiken sind sich über konkrete Zahlen nicht einig, was wohl auf das rasante Wachstum der mobilen User zurückzuführen ist.

rlinski



Website, Mobile

Die *.gif Me A Break* Animationen wurden *frame by frame* (Bild für Bild) per Hand gezeichnet. Eine Sekunde Animation besteht dabei aus 12,5 einzelnen Bildern. Die Zeichnungen wurden digital mittels Zeichentablett illustriert und letztendlich mit Hilfe von Adobe Photoshop zu einer zusammenhängenden Animation zusammengestellt.

Der Prozess bleibt der traditionellen analogen Animation treu, und löst dabei einzig das Papier ab. Diese computerunterstützte Animationstechnik wird auch als *digitale Tinte* bezeichnet. Im Vergleich zur vektorbasierenden Animation, lässt die frame by frame-Technik viel unterschiedlicher Bewegungsmuster und Transformationen zu. So bleibt es nicht nur bei automatisierten Keyframes die meistens eingeschränkt sind auf Bewegungen von A nach B oder Skalierungstransformationen.

Durch das produzieren jeder einzelner frames entsteht ein sehr lebendiger und wackeliger Bewegungsrhythmus, der der geglätteten Internetoberfläche entgegengesetzt ist. Anderen Vektorenanimationen gegenübergestellt, wird der recht organische und handgezeichnete Charakter der Gif-Animationen deutlich.

Format

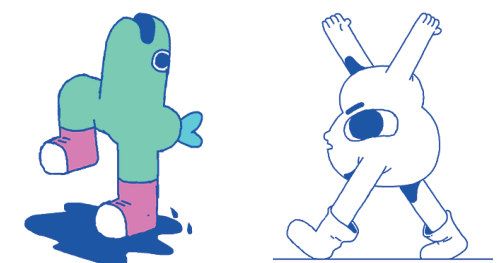
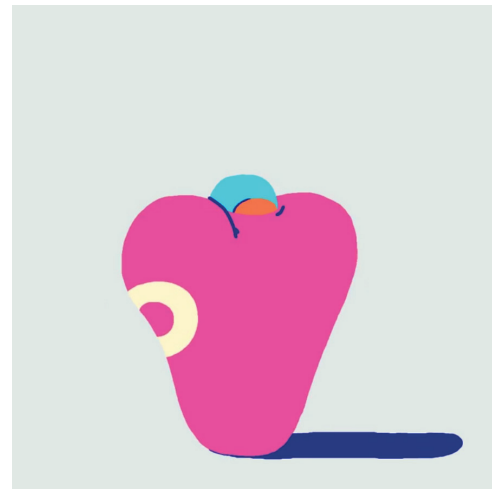
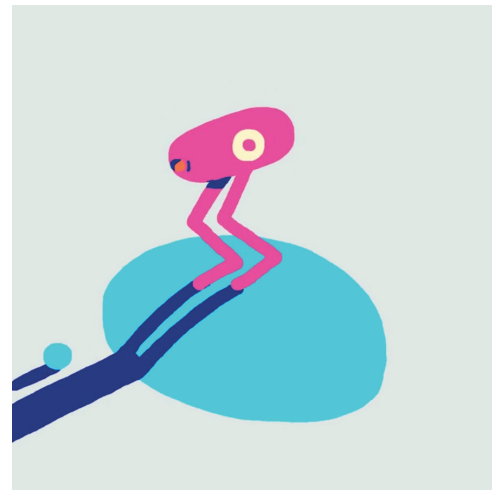
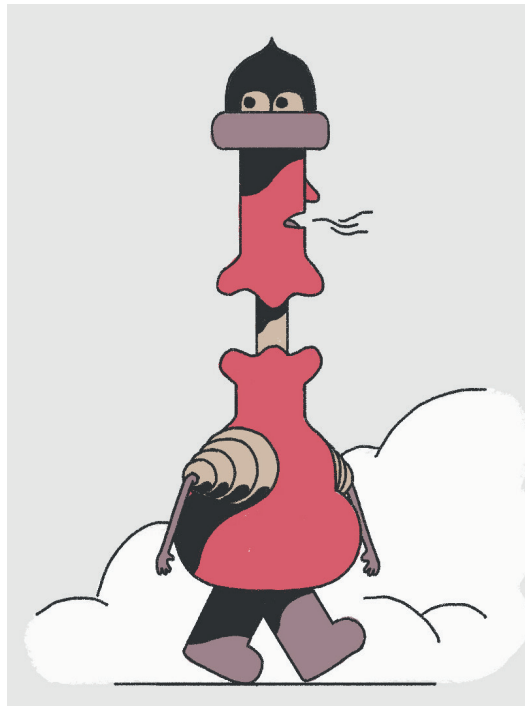
Alle Gifs erzählen ihre Geschichte im Loop. Das bedeutet die Animation wird in Schleife abgespielt und hat somit kein Ende. Weiters sind alle Gifs in einem quadratischen Format angelegt, um die bestmögliche Usability im Web zu gewähren, sei es für Facebook oder in privaten Nachrichten.

Animatoren

Die Animatorencommunity die sich der frame by frame-Technik annehmen ist zwar klein, hat es aber geschafft durch Plattformen wie Tumblr, allmählich an Größe zu gewinnen. Viele Animatoren sind Auto-Didakten und haben die Möglichkeit auf sozialen Netzwerken ihre vielen Experimente mit Gleichgesinnten teilen zu teilen.

Typografie

Die Schrift die für das Logo und die Website gewählt wurde, bleibt dem Online Charakter des Projekts treu und ist eine Google Font *Palanquin Dark*.



Screenshots aus Animationen; Charles Huettner, Greg Sharp

Farbraum

Der Farbraum der Animationen erschließt sich aus der Formsprache des Internets und diverser Sozialer Plattformen. Farbenfroh und freundlich begegnen die Gifs dem Betrachter.



Literatur:

Verfall und Ende des Öffentlichen Lebens. Tyrannei der Intimität,
1974, Richard Sennett, Deutsche Übersetzung Berlin Verlag in der Piper
Verlag GmbH, Berlin 2008

Online:

<http://www.zeit.de/2012/18/L-S-Internet-Buecher>

<http://www.zeit.de/kultur/2015-07/soziale-medien-community-politik>

<http://www.zeit.de/2015/20/social-media-daniel-miller-facebook-studie>

http://www.nytimes.com/2016/02/03/opinion/social-media-destroyer-or-creator.html?_r=1

<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2012/05/is-facebook-making-us-lonely/308930/>

<http://www.nzz.ch/meinung/kommentare/generation-y-generation-fake-ld.10863>

<http://www.nytimes.com/2016/03/27/fashion/not-on-facebook-twitter-social-media.html>

<http://www.thewire.com/national/2012/12/32-young-people-use-social-media-bathroom/59630/>

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20151013_OTS0091/settle-folgt-fuer-dokeins-als-imensch-der-diktatur-des-digitalen

<http://www.richardsennett.com/site/senn/templates/general.aspx?pageid=40&cc=gb>

<http://www.zeit.de/1983/49/kraehwinkels-grosse-stunde>

<http://oe1.orf.at/artikel/210978>

<https://zeitdiagnosen.wordpress.com/2012/01/10/uber-die-tyrannei-der-intimitat/>

http://www.medienheft.ch/uploads/media/12_13_ZOOM_KM_10_Kurt_Imhof_Tyrannie_der_Intimitaet.pdf

<http://www.popsci.com/giphy-gifs-will-rule-world-the-platform>

<http://www.psfk.com/2015/05/giphy-adam-leibsohn-psfk-2015-gifs.html>

<https://blog.bufferapp.com/gifs>

http://www.nytimes.com/2015/08/04/technology/gifs-go-beyond-emoji-to-express-thoughts-without-words.html?_r=0

<http://www.prmoment.com/3024/why-the-gif-has-become-a-communications-tool.aspx>

<http://www.nytimes.com/2015/08/09/sunday-review/what-selfie-sticks-really-tell-us-about-ourselves.html>

<http://derstandard.at/2000036738131/Godwins-Law-bestaetigt-Fast-jede-Onlinediskussion-landet-bei-Hitler>

Film:

ORF, DOKeins Der iMensch – Die Diktatur des Digitalen, 2015

Youtube: ZDF, Das Philosophische Quartett: Formlos, haltlos, respektlos. Wie das öffentliche Leben verkommt, 26. September 2010

