

Axel Maireder

Ein Tweet: Zur Struktur von Netzöffentlichkeit am Beispiel Twitter

2014

<https://doi.org/10.25969/mediarep/2448>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Maireder, Axel: Ein Tweet: Zur Struktur von Netzöffentlichkeit am Beispiel Twitter. In: Heike Ortner, Daniel Pfurtscheller, Michaela Rizzolli (Hg.): *Datenflut und Informationskanäle*. Innsbruck: Innsbruck University Press 2014 (Medien – Wissen – Bildung), S. 55–70. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/2448>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Ein Tweet: Zur Struktur von Netzöffentlichkeit am Beispiel Twitter

Axel Maireder

Zusammenfassung

Öffentlichkeit im Internet entwickelt sich in einem Prozess laufender Bezugnahmen vielfältiger sozialer Akteure innerhalb hochdynamischer sozio-technischer Strukturen. Der Beitrag zeigt am Beispiel von Twitter, wie diese Strukturen in ihrer Aneignung durch die Nutzerinnen und Nutzer soziale Kommunikationsprozesse prägen. Dabei geht der Autor von einem einzelnen Tweet als diskussionsleitendem Beispiel aus und analysiert in einem Wechsel zwischen Mikro- und Makroperspektive seine Bedeutung als Element öffentlicher Kommunikation in Konversationen, Diskursen, Gemeinschaften und Öffentlichkeiten.

Einleitung

In einem aufsehenerregenden Korruptionsfall wurde der stellvertretende Landeshauptmann von Kärnten, Uwe Scheuch, am 2. August 2011 zu 18 Monaten bedingter und sechs Monaten unbedingter Haft verurteilt. Scheuch hatte im Juni 2009 einem russischen Investor die österreichische Staatsbürgerschaft für eine Parteispende versprochen, wie ein vom Magazin *News* veröffentlichter Telefonmitschnitt zeigte. Die Urteilsverkündung unterbrach das journalistische ‚Sommerloch‘ und war für viele Tage zentrales Gesprächsthema, und auch in Blogs, auf Twitter und in Facebook wurde die Affäre heiß diskutiert. Der Journalist und TV-Moderator Thomas Mohr beteiligte sich an den Konversationen auf Twitter, unter anderem mit folgendem Tweet, den er kurz nach der Urteilsverkündung absetzte:

„Als die FP #Scheuch im Häfn sehen wollte. RT @AnChVIE: Vilimsky spricht von einem Justizskandal Uwe Scheuch: <http://bit.ly/qHhQcX>“

Dieser Tweet ist Ausgangs- und Referenzpunkt für die nachfolgende Diskussion, in der seine Bedeutung als Element öffentlicher Kommunikationsprozesses ausgelotet wird. Dabei werde ich laufend zwischen soziologischen Mikro- und Makroperspektiven wechseln, zwischen der Bedeutung des Tweets für spezifische Beobachter und seiner Einbindung in mediale und soziale Strukturen: in Konversationen und Diskurse, in Soziale Netzwerke und ihre technische Repräsentation, in Gemeinschaften und Öffentlichkeiten. Am Ende steht die Frage, wie dieser Tweet – stellvertretend für andere Elemente digital vernetzter Kommunikation – die Wahrnehmung geteilter Erfahrung zu den Ereignissen der Zeit – die Struktur von Öffentlichkeit – verändert.

Der Tweet: Syntax, Semantik, Pragmatik

Zunächst ein Blick auf die sprachliche Struktur des Tweets und den unmittelbaren Bedeutungszusammenhang: Der Tweet weist neben Wörtern und Eigennamen zwei für Tweets typische außersprachliche Symbole auf. Die Raute (#) steht für die Verwendung des nachgestellten Begriffs ‚Scheuch‘ als Hashtag (Schlagwort) und ermöglicht für die Nutzerinnen und Nutzer die Beobachtung aller ebenso mit #*Scheuch* gekennzeichneten Tweets. Das zweite außersprachliche Symbol ist das @-Zeichen, das in Verbindung mit einem Nutzernamen als Verweis auf einen bestimmten Nutzer bzw. eine bestimmte Nutzerin verwendet wird. Der Grund für einen solchen Verweis lässt sich häufig aus Syntax und Semantik des Tweets deuten. Im vorliegenden Beispiel zeigt die Voranstellung der Buchstabenkombination ‚RT‘ für ‚ReTweet‘, dass der hintere Teil des Tweets ein Zitat aus einem Tweet des Nutzer *@AnChVIE* ist: „Vilimsky spricht von einem Justizskandal Uwe Scheuch“.

Für einen kundigen Beobachter österreichischer Innenpolitik kann der Begriff ‚Vilimsky‘ im vorliegenden Kontext als Nachname des Generalsekretärs der Freiheitlichen Partei Österreichs gedeutet werden. So liegt die Interpretation nahe, ebendieser Vilimsky hätte entweder die Verurteilung oder die Tat Scheuchs als „Justizskandal“ bezeichnet. Der Textteil, der von Thomas Mohr in seiner Weiterleitung des Tweets von Andreas Christian hinzugefügt wurde lautet: „Als die FP #Scheuch im Häfn sehen wollte“. Die Freiheitliche Partei (FP) wollte demnach zu einem in der Vergangenheit liegenden Zeitpunkt Uwe Scheuch im Gefängnis sehen. Dies steht im Widerspruch zur Interpretation des Tweetteils von *@AnChVIE*, der einen aktuelleren Bezug zum Scheuch-Urteil nahelegt.

Die von Andreas Christian angegebene und von Thomas Mohr im Retweet wiedergegebene URL <http://bit.ly/qHhQcX> trägt für den Beobachter vorerst nur die Bedeutung eines durch den Service *bit.ly* gekürzten Links. Solche als ‚URL-Shortener‘ bekannten Dienste wurden lange genutzt, um auf Twitter trotz der Beschränkung auf 140 Zeichen auf längere URLs verweisen zu können. Durch die Einführung der Twitter-eigenen Short-URL ‚t.co‘ hat sich die Nutzung externer Dienste inzwischen jedoch stark reduziert. Der Hyperlink scheint jedenfalls auf ein digitales Objekt zu verweisen, das in irgendeiner Form mit dem semantischen Inhalt des Tweets in Zusammenhang steht. Erst mit Klick auf den Link zeigt sich, dass es sich dabei um eine Pressemitteilung der Freiheitlichen Partei Österreichs vom 13. Juni 2006 auf der Website des Originaltextservice (OTS) der Austria Presse Agentur (APA) handelt. Der Titel lautet: „Vilimsky: Causa von Westenthaler-Sprachrohr Uwe Scheuch entwickelt sich zu österreichischem Justizskandal!“

Andreas Christian hat in seinem Tweet auf diese Presseaussendung mit den Worten „Vilimsky spricht von einem Justizskandal Uwe Scheuch“ verwiesen und erweckt damit den Eindruck, als handle es sich um eine aktuelle Aussage von Harald Vilimsky. Der Tweetteil von Thomas Mohr verweist auf ein vergangenes Ereignis. Erst mit Klick auf den Link und Lesen des Textes der dortigen Presseaussendung erschließt sich dem Beobachter der Gesamtzusammenhang. Die Presseaussendung zu dem Thema stammt aus einem anderen Jahr (zu einem Zeitpunkt, bei dem Vilimsky und Scheuch anderen Parteien angehörten) und einem gänzlich anderen Zu-

sammenhang (Scheuch wurde in Ungarn in einem Urteil als Beteiligter in einem Versicherungsbetrug genannt, aber in Österreich nicht verhaftet).

Tweet und Presseaussendung liegen als strukturell voneinander unabhängige digitale Objekte vor. Erst die Verknüpfung durch den Hyperlink stellt jenen Bedeutungszusammenhang her, ohne den sich der Inhalt des Tweets nicht vollständig erschließt. So wird der aktuelle öffentliche Diskurs zur Verurteilung von Uwe Scheuch wegen Amtsmissbrauchs mit einer mehrere Jahre zurückliegenden Verwicklung Scheuchs in eine gänzlich andere Causa in Zusammenhang gebracht. Die Herstellung dieses Zusammenhangs kann als ironisierende Kritik an der politischen Kultur der Freiheitlichen Partei oder an der Politik allgemein verstanden werden.

Newsfeeds: Individuell strukturierte Beobachtungs- und Handlungsfelder

Die Mischung aus Hintergrundinfo und Kommentar ist typisch für Tweets zu aktuellen Ereignissen (vgl. z.B. Papacharissi & Oliveira, 2013) und konnte auch am Nachmittag des 2. August 2012 im Kontext der Scheuch-Verurteilung vielfach beobachtet werden. Insgesamt wurden an diesem Nachmittag und den beiden folgenden Tagen rund 1.500 Tweets abgesetzt, die das Stichwort „Scheuch“ enthielten. Rund die Hälfte dieser Tweets enthielt irgendeine Form der Wertung der Ereignisse: Kritik am österreichischen Rechtsstaat, Lob des Richters, Verknüpfung mit Verschwörungstheorien, Witze über Scheuch im Gefängnis und viele mehr (vgl. Maireder & Ausserhofer, 2013). Die Beobachter der Tweets zum Fall Scheuch erfahren das Medienereignis als Teil eines Stroms facettenreicher Mitteilungen unterschiedlichster sozialer Akteure. Hermida (2010) spricht hier von ‚Nachrichtenambiente‘ („ambient news“). Wobei: Wohl kaum ein Nutzer hat tatsächlich alle Tweets zu Uwe Scheuchs Verurteilung gelesen, sondern vermutlich nur jene, die seine jeweiligen Kontakte im Netzwerk absetzten. Durch die persönliche Zusammensetzung ihres Newsfeeds, einer kontinuierlich aktualisierten und rückwärts chronologisch geordneten Liste aller Mitteilungen der eigenen Kontakte, erfahren Twitter-Nutzerinnen und -Nutzer Konversationen aus einer jeweils individualisierten Perspektive, nehmen also jeweils nur einen spezifischen Ausschnitt der Kommunikationsprozesse wahr.

Ganz allgemein bezeichnet der Begriff *Newsfeed* eine automatisierte Zusammenstellung aktueller Nachrichten, der Duden definiert den Begriff Feed als „elektronische Nachricht aus dem Internet, die kostenlos abonniert und in ein E-Mail-Programm o.Ä. eingespeist werden kann“. In der Vergangenheit und bis heute werden die Begriffe Newsfeed, Webfeed oder einfach nur Feed auch für Zusammenstellungen von Kommunikationselementen eines Anbieters durch die RSS-Technologie verwendet. RSS steht für „rich site summary“ und ermöglicht es, die aktuellen Meldungen von Onlinemedien oder Blogs als Nachrichtenstrom in einem Feed-Reader zu abonnieren. Ähnlich einem E-Mail-Programm werden für die Feed-Abonentinnen und -Abonnten Nachrichten der unterschiedlichen Anbieter in einem Feed-Reader übersichtlich dargestellt. Dabei können die Kommunikationselemente aller abonnierten Anbieter auch gemeinsam in einer rückwärts-chronologischen Liste angezeigt werden, wodurch ein Feed aus

Mitteilungen von unterschiedlichen Quellen entsteht. Die Popularisierung des Begriffs Newsfeed als bestimmtes Interface Sozialer Onlinenetzwerke geht insbesondere auf Facebook zurück, das 2006 seine Funktionen um einen ‚News Feed‘ erweiterte. Der aus Text-Statusmeldungen, aktuellen Fotos, geteilten Videos, Notizen zu Systemaktivitäten und vielem mehr individuell zusammengesetzte Facebook-Newsfeed ist inzwischen eine ganz wesentliche Funktion des Dienstes. Inzwischen wird der Begriff für ähnliche Darstellungsformen in vielfältigen anderen Diensten – darunter auch Twitter – genutzt, wobei zum Teil auch von ‚Stream‘ oder ‚Timeline‘ gesprochen wird.

Newsfeeds sind spezifische Interface-Ansichten in Kommunikationsanwendungen, die den Nutzerinnen und Nutzern eine Übersicht über die aktuellen Aktivitäten der eigenen Kontakte verschafft. Naaman et al. (2010) charakterisieren sie durch den öffentlichen oder semi-öffentlichen Charakter der Kommunikation, die Kürze der Mitteilungen und den hochgradig vernetzten sozialen Kommunikationsraum, in dem die Informationsselektion auf Basis miteinander verknüpfter Accounts basiert. Darüber hinaus erlauben Newsfeeds nicht nur die Beobachtung von Kommunikation, sondern stellen vielfältige Optionen zur Beteiligung bereit. Nutzer können auf Tweets antworten, sie weiterleiten (retweeten) oder ‚favorisieren‘ und so vielfältige Formen der Anschlusskommunikation nutzen. Newsfeeds sind entsprechend nicht nur Darstellungsformen für Kommunikationselemente, sondern interaktive Interfaces, die zu eigener Beteiligung einladen und auch die Interaktionen anderer beobachtbar machen. Newsfeeds zeigen ihren Nutzerinnen und Nutzern die aktuellen Konversationen in ihrem Teil des Netzwerks und schaffen dadurch spezifische Beobachtungs- und Handlungsfelder für soziale Kommunikationsprozesse. Sie ‚liefern‘ nicht nur ein persönliches, sozial kurartiertes ‚Programm‘ inklusive Interaktionsoptionen, sondern sind individuell strukturierte ‚Fenster‘ in die sozialen Aushandlungs- und Deutungsprozesse öffentlicher Diskurse.

Hashtags: Diskursorganisation durch soziale Ko-Orientierung

Zurück zu unserem Beispiel. Der ursprüngliche Tweet von Christian, ‚Vilimsky spricht von einem Justizskandal Uwe Scheuch‘ wurde wohl von Mohr am Nachmittag des 2. August unter vielfältigen anderen Mitteilungen in seinem Newsfeed wahrgenommen. Christians Tweet war bei Weitem nicht der einzige zum Fall Scheuch (vgl. Abb. 1), und so ist zu vermuten, dass sich viele Tweets im aktuellen Newsfeed des Journalisten Mohr auf das Thema bezogen. Durch die kommentierte Weiterleitung von Christians Tweet greift Mohr nicht nur Christians Aussage auf und schließt an diese bedeutungsvoll und sogar bedeutungsverändernd an, sondern beteiligt sich an dem laufenden breiteren öffentlichen Diskurs, wie er ihn in seinem Newsfeed ausschnittsweise beobachten kann. So kann der Beispieltweet sowohl als Interaktion mit Christian, als spezifische Meinungsäußerung von Mohr, als Teil einer breiten Twitterdiskussion als auch als Beitrag zum politischen Deutungsprozess der Nachricht von Scheuchs Verurteilung gelesen werden.

**Tweetaufkommen zum Urteil gegen Uwe Scheuch
nach Mitteilungstyp, dreistündige Intervalle**

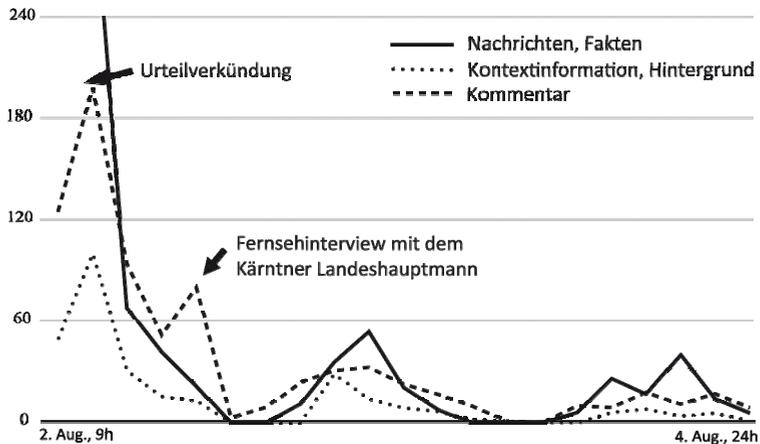


Abbildung 1: Zeitliche Verteilung und Mitteilungstyp von Tweets mit dem Stichwort ‚Scheuch‘ von 2. bis 4. August 2011; N=1492 (vgl. Maireder & Ausserhofer, 2013)

Um den Tweet der Diskussion zum Ereignis nicht nur semantisch sondern auch syntaktisch-funktional zuzuordnen, setzt Mohr den Begriff ‚Scheuch‘ als Hashtag, indem er eine Raute voranstellt. Insgesamt wurde der Hashtag #Scheuch in rund 60 Prozent der 1.500 Tweets zur Verurteilung von Uwe Scheuch genutzt. Der Sinn eines solchen Hashtags ist es, die oben skizzierten individuellen Newsfeed-Ansichten durch überindividuelle themen- und konzeptzentrierte Beobachtungs- und Handlungsfelder zu ergänzen und dadurch zusammenhängende Diskussionen zwischen weit verteilten Nutzerinnen bzw. Nutzern und Nutzergruppen zu ermöglichen. ‚Weit verteilt‘ bezieht sich hier auf die Positionen von Accounts innerhalb des Twitter-Kontaktnetzwerks. Denn während Nutzerinnen und Nutzer in ihrem Newsfeed nur die Tweets ihrer eigenen Kontakte gezeigt bekommen, umfasst Twitters Hashtag-Ansicht alle Mitteilungen zu einem bestimmten Thema, unabhängig davon, ob Nutzerinnen und Nutzer miteinander verknüpft sind oder nicht. So spielt die Hashtag-Funktion auch eine zentrale Rolle bei der Etablierung von Twitter als globalem Informationsnetzwerk, da sie ansonsten verteilte Mitteilungen zusammenführt und so die Beobachtung von Beteiligung an ‚größeren‘ Gesprächszusammenhängen mit dutzenden, hunderten und tausenden Beteiligten ermöglicht.

Hashtags wurden in einer frühen Phase der Aneignung des Microblogging-Dienstes von den Nutzerinnen und Nutzern selbst als soziale Konvention entwickelt und später in die Systemarchitektur integriert. Verschlagwortungsfunktionen waren in Sozialen Medien schon zuvor verbreitet, insbesondere um eine thematische Zuordnung der von Nutzerinnen und Nutzern bereitgestellten Medieninhalte (‚user-generated content‘) zu ermöglichen, beispielsweise Hyperlinks in Social-Bookmarking-Diensten wie *del.iciou.us* oder Fotos auf Sharing-

Plattformen wie Flickr. Da es bei der Anwendung von sozialem Tagging primär darum ging, Ordnung in unüberschaubare Mengen digitaler Objekte zu bringen, wurde in Anlehnung an die englischen Begriffe ‚taxonomy‘ als Bezeichnung für Klassifikationsschemata und ‚folk‘ für ‚Volk‘ oder ‚Leute‘ der Begriff ‚folksonomy‘ geprägt (vgl. Marlow et al., 2006; Ames & Naaman, 2007). Im Unterschied zu Taxonomien werden ‚folksonomies‘ nicht zentral entworfen, sondern entwickeln sich aus den Tagging-Handlungen der einzelnen Nutzerinnen und Nutzer in einem Prozess sozialer Ko-Orientierung.

Auch die Verwendung von Twitter Hashtags wird selten geplant. Sie werden zumeist von einzelnen Nutzern spontan vergeben und entwickeln sich durch gegenseitige Beobachtung und Imitation. In vielen Fällen ist die Auswahl eines Wortes als Hashtag zur Repräsentation eines Themas relativ einfach und einleuchtend, so wie im Fall unseres Beispieltweets. ‚Scheuch‘ ist als Eigenname recht eindeutig und der Bezug zum Thema ‚Verurteilung von Uwe Scheuch‘ durch den aktuellen Bezug weitgehend klar. Auch Hashtags wie *#egypt* zum Zeitpunkt der Revolution in Ägypten oder *#snowden* im Kontext der CIA-Enthüllungen durch Edward Snowden sind einleuchtend und für andere Twitternutzende leicht dekodierbar und nutzbar. Daneben existieren jedoch vielfältige deutlich komplexere Hashtags, deren Etablierung eine sehr viel höhere soziale Orientierungsleistung benötigt, beispielsweise *#cdnpoli* für kanadische Politik (Small, 2011), *#unibrennt* für die Studierenden-Protestbewegung in Wien 2009 (Maireder & Schwarzenegger, 2011) oder *#eurovision* für den Eurovision Song Contest (Highfield et al., 2013). Wobei gerade im Kontext von Veranstaltungen, Medienevents und Großereignissen Hashtags inzwischen auch vielfach von Organisationen und Unternehmen vorgeschlagen werden, beispielsweise *#gntm* für die Sendung *Germany's Next Topmodel* von Pro Sieben oder *#EP2014* für die Europawahlen durch das Europaparlament. Der Vorschlag eines Hashtags garantiert jedoch nicht seine Aneignung durch alle Nutzerinnen und Nutzer. So waren zuletzt bei den Europawahlen auch länderspezifische Hashtags wie *#EU2014* oder *#Européenes2014* in Verwendung – vermutlich zu Distinktionszwecken (Maireder et al., 2014).

Über ihren Newsfeed stoßen die Nutzerinnen und Nutzer laufend auf jene Hashtags, die von ihren Kontakten genutzt und dadurch (weiter) etabliert werden. So mag Thomas Mohr den Hashtag *#Scheuch* bereits beobachtet und daraufhin den eigenen Tweet entsprechend ausgezeichnet haben. Umso mehr Nutzerinnen und Nutzer den Hashtag verwendeten, umso einfacher ist es für diese und andere, den verteilten Diskussionen zur Verurteilung des Kärntner Vizelandeshauptmanns zu folgen. Dabei mag es unter Mohrs Followern einige gegeben haben, die über das Ereignis noch nicht Bescheid wussten und sich erst durch die Hashtag-Ansicht ins Bild gesetzt haben, während andere in Kenntnis des Urteilspruchs die Hashtag-Ansicht nützen, um ganz bewusst genau dieser Diskussion zu folgen. Letztere sind wohl vorrangig Menschen, die sich für österreichische Innenpolitik interessieren und den innenpolitischen Diskurs des Landes im Blick haben. Um diese Gruppe geht es im folgenden Abschnitt.

Followernetzwerke und (Teil-)Öffentlichkeiten

Jeder der 4.129 Follower von Thomas Mohr hat (sofern es sich jeweils um eine natürliche Person handelt) zu einem beliebigen Zeitpunkt in einem beliebigen Rezeptionskontext aus irgendwelchen Gründen entschieden, die Twitter-Mitteilungen von Thomas Mohr zu abonnieren. Jeder dieser Follower bekommt seitdem Mohrs Mitteilungen innerhalb des eigenen Twitter-Newsfeeds angezeigt. Jene Follower Mohrs, die am frühen Nachmittag des 2. August den eigenen Newsfeed beobachtet hatten, bekamen den Beispieltweet zu sehen und konnten ihn vermutlich auf Grund ihrer Erfahrung mit der Person und Tweetpraxis Mohrs entsprechend einordnen und deuten. Nun folgt ein Teil von Mohrs Followern auch Christian. Diese Beobachterinnen und Beobachter kennen den Accountnamen @AnChVIE, können den ReTweet-Teil des Beispieltweets so der Person Andreas Christian zuordnen und verfügen für die Interpretation des Tweets über Erfahrung mit der bisherigen Twitterpraxis Christians. Einige der Follower von Mohr und Christian folgen auch einander und anderen Twitteraccounts, die ebenfalls diesen beiden folgen. Denn Mohr, Christian und viele andere Nutzerinnen und Nutzer sind Teil einer spezifischen Verdichtung in Twitters grundlegendem Kommunikationsnetzwerk, dem Netzwerk aus Accounts als Knoten und Followerbeziehungen als gerichteten Kanten. Verdichtung bedeutet hierbei, dass innerhalb einer Gruppe von Accounts dichtere Verknüpfungen bestehen als zu anderen Accounts und Accountgruppen. In der sozialen Netzwerkanalyse bezeichnet man diese Verdichtungen als *Cluster*.

Der Netzwerkcluster, dem Mohr und Christian angehören, besteht aus mehreren Tausend Accounts, die regelmäßig Tweets zur österreichischen Politik absetzen und in dem sich neben ‚einfachen‘ Bürgerinnen und Bürger viele Journalistinnen und Journalisten, Politikerinnen und Politiker, politische Beraterinnen und Berater sowie Aktivistinnen und Aktivisten finden (vgl. Abb. 2). Wir haben sie die „österreichische politische Twittersphäre“ getauft (Maireder et al., 2013). Die Nutzer dieser dichten und verhältnismäßig stabilen Kommunikationsnetzwerks verbindet nicht nur ein gemeinsames Interesse an Innenpolitik, sie partizipieren auch laufend in einschlägigen Diskussionen und beobachten sich dabei gegenseitig. Sie sind Teil einer spezifischen (Teil-)Öffentlichkeit (‚public‘) zur österreichischen Innenpolitik. Wir verstehen den Begriff Öffentlichkeit in diesem Zusammenhang nicht als normativ-theoretisches Konstrukt wie bei Habermas, sondern als konkrete Kommunikationssphäre, in der sich Menschen zu jeweils bestimmten geteilten Problemen, Themen und Interessen austauschen (Gruning & Hunt, 1984). Es sind Räume verdichteter Kommunikation, die sich „durch die Grenzen dieser Verdichtungen sozialräumlich voneinander unterscheiden lassen“ (Brüggeman et al. 2012, S. 394), die Kommunikationszusammenhänge von unterschiedlicher sozial-räumlicher Ausdehnung umfassen können (Emirbayer & Sheller, 1999) und vielfach ineinander verschachtelt sind.

So lassen sich in der weiteren Anwendung der Verdichtungsmetapher auf das Followernetzwerk zur österreichischen Innenpolitik auch mehrere ‚Unter‘-Cluster ausmachen, die sich zum Teil politisch-ideologisch verorten lassen. Es finden sich beispielsweise ein sozialdemokratischer, ein konservativer und ein freiheitlicher Cluster, die jeweils primär Accounts

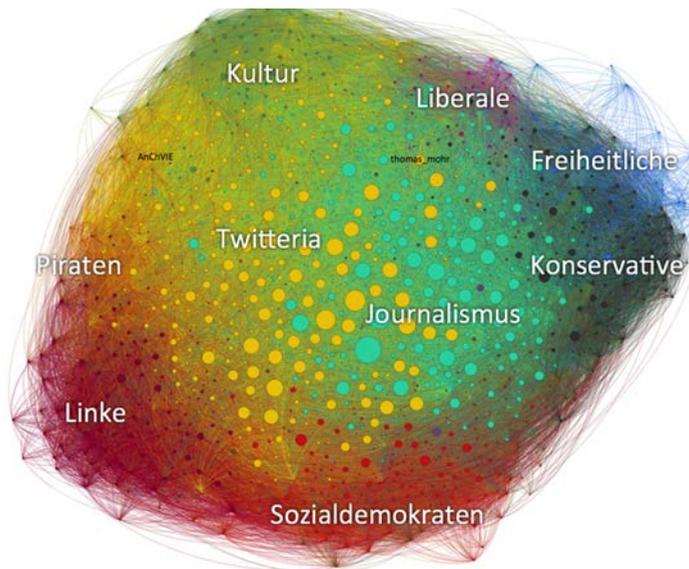


Abbildung 2: Cluster im Followernetzwerk der österreichischen politischen Twittersphäre im Frühjahr 2013; 1,638 Knoten, 191,045 Kanten (vgl. Maireder et al., 2013)

enthalten, die SPÖ, ÖVP oder FPÖ zugeordnet werden können. Ein weiterer Cluster umfasst Accounts von Individuen und Gruppen, die verschiedenen politisch links stehenden außerparlamentarischen Gruppierungen zugerechnet werden können. Mohr und Christian hingegen finden sich in einem Cluster, der kaum politisch verortet werden kann: der sogenannten ‚Twitteria‘. Dieser Cluster umfasst überwiegend individuelle Nutzerinnen und Nutzer, die sich Twitter vergleichsweise früh (2009–2010) angeeignet haben und sich in dieser österreichischen ‚Pionierzeit‘ über den Kommunikationskanal kennengelernt haben. Bei *Early Adoptern* von Kommunikationstechnologien nicht weiter überraschend, interessieren sich viele dieser Nutzerinnen und Nutzer neben österreichischer Innenpolitik insbesondere für Entwicklungen im IKT-Bereich. Die Bezeichnung ‚Twitteria‘ – in Anlehnung an den Wiener Ausdruck für die gehobene Gesellschaft, die „Schickeria“ – wurde dabei von den Nutzerinnen und Nutzern selbst geprägt (Maireder et al., 2013).

Über die Analyse von Followernetzwerken lassen sich die Umrisse jener Kommunikationsfelder zeigen, die die Praxis der Beobachtung und Teilnahme an Twitterkommunikation durch Individuen und kollektive Akteure prägen. So lässt die Position eines Accounts im Followernetzwerk Rückschlüsse darauf zu, aus welchen gesellschaftlichen Teilbereichen, politisch-ideologischen Richtungen und Interessengebieten Nutzerinnen und Nutzer Informationen erhalten und wer Informationen von ihnen erhält. Da sich Information innerhalb eines dichten Netzwerkteils schneller verbreitet als in lose geknüpften Teilen, lassen sich aus einer Makroperspektive auch Aussagen über die Richtung und Geschwindigkeit der Verteilung von Nach-

@username erwähnen. Diese Erwähnungen werden in unterschiedlichen Kontexten gesetzt, z.B. als Quellangabe für einen ReTweet, als inhaltlicher Verweis oder als direkte Adressierung. Sie können aber in jedem Fall als Interaktion zwischen dem erwähnenden und dem erwähnten Nutzer verstanden werden, so wie in unserem Beispieltweet.

Mohr und Christian interagieren jedoch nicht nur untereinander. Sie beziehen sich laufend auf andere Twitternutzerinnen und -nutzer, und zwar vielfach, aber nicht ausschließlich auf jene, die auch Teil der oben beschriebenen Twitteröffentlichkeit zu österreichischer Innenpolitik sind (Ausserhofer & Maireder, 2013). Wie oben bereits angedeutet, lernen sich Nutzerinnen und Nutzer durch gegenseitige Beobachtung und Interaktionen kennen, wissen im Laufe der Zeit über Interessen und Kommunikationsstil der anderen Beteiligten Bescheid. Dies ist insbesondere für die in der Follower-Netzwerkanalyse als ‚Twitteria‘ bezeichnete Gruppe der Fall: Durch die Ko-Orientierung in dauerhaften, langfristigen und intensiven Interaktionsprozessen entwickeln sie geteilte Praxis. Durch Kommunikation mit anderen lernen sie die Welt wie diese wahrzunehmen, welche Wirklichkeitsvorstellungen sie mit ihnen teilen und wie sie mit diesen anderen entsprechend am sinnvollsten kommunizieren, um verstanden zu werden. Je länger und intensiver dieser Austausch ist, desto stärkere Beziehungen können Menschen untereinander entwickeln.

Auch wenn sich die Community primär über Twitterkommunikation konstituiert, sind viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer inzwischen auch ‚offline‘ miteinander in Kontakt, wie dies der Politik-Experte Karl (Name geändert) beschreibt, der selbst seit Jahren auf Twitter aktiv und zentraler Knoten im Netzwerk der Twitteria-Community ist:

„Es ist ein richtiges soziales Netzwerk geworden, das sich ja jetzt auch im real life trifft. Viele der Gruppe habe ich vorher nur auf Twitter gekannt, aber das ist es ja auch, was alle gemeinsam haben: Twitter, das ist das einige Band, und natürlich dass sich alle für Politik interessieren und darüber kommunizieren.“ (*Aus einem Telefoninterview mit dem Autor am 19. September 2012*)

Das Gemeinschaftsgefühl, das die Individuen für diese ihre Community entwickelt haben, beruht neben dem gemeinsamen thematischen Interesse auf dem geteilten Kommunikationsstil, so die Journalistin Maria (Name geändert), die sich als Teil dieser Community begreift:

„Es ist eine bestimmte Art des Tonfalls, es gibt viele Leute, die mitreden, und einige davon haben auch Interessantes zu sagen, aber nicht alle werden Teil der Community. Einige schon, bei denen das passt, andere nicht, wie der P. Das liegt einfach am Kommunikationsstil. Aber manche passen dazu, zum Beispiel die S., die ist erst vor einem Jahr dazugestoßen, hat aber jetzt schon sehr viele Follower, und die ist voll integriert.“ (*Aus einem Interview mit dem Autor am 28. September 2012*)

Der Kommunikationsstil, den sie nicht genau beschreiben kann und auf Nachfrage lediglich mit „eine bestimmte Art von Humor, die man teilt“ präzisiert, ist für sie das zentrale Einschlusskriterium der Kommunikationsnetzwerks. Teil der Community, also ‚integriert‘ zu sein, bedeutet für sie dabei auch, „dass jemand reagiert, wenn du was schreibst“. So macht sie das Gemeinschaftliche an den Interaktionen selbst fest.

Vergemeinschaftung über Onlinekommunikation wurde schon 1993 prominent von Howard Rheingold im Kontext früher Online-Diskussionsforen beschrieben. Rheingold (1993) bezeichnet diese Gemeinschaften als ‚Virtual Communities‘ und definiert sie als Ansammlung von Menschen, die durch laufende und längerfristige empathische Kommunikation Netze aus persönlichen Beziehungen flechten. Eine erweiterte Definition stammt von Deterding, der ‚Virtual Community‘ beschreibt als „um ein geteiltes Interesse organisierte, anhaltende Interaktion von Menschen, über einen oder mehrere mediale Knoten im Web, aus der ein soziales Netzwerk aus Beziehungen und Identitäten mit einer geteilten Kultur aus Normen, Regeln, Praxen und Wissensvorräten emergiert“ (Deterding, 2008, S. 118).

Twitter als gemeinschaftliches Kommunikationsmedium wird dabei nicht nur für Information zu und Diskussion von österreichischer Innenpolitik, sondern auch für gemeinsame unterhaltbare Aktivitäten genutzt. Ein Beispiel ist das soziale Spiel der Community, die Identität jenes Nutzers festzustellen, der hinter dem Parodie-Account @WernerFailmann (in Anspielung an den österreichischen Bundeskanzler Werner Faymann) steckt. Da sich die Vermutung hielt (und am Ende auch bestätigte), dieser Nutzer sei Teil der Community, bedienten sich die Beteiligten vermeintlicher versteckter Hinweise in der Kommunikation der anderen Nutzerinnen und Nutzer oder versuchten, durch öffentliche Verdächtigungen entlarvende Reaktionen hervorzurufen. Gemeinsame Aufgabe und eine entsprechende gemeinschaftliche Praxis sind zentrale Charakteristika von ‚Communities of Practice‘, einem ursprünglich von Lave & Wenger (1990) entwickelten Konzept. Sie entstehen, wenn sich Menschen auf Basis gemeinsamer Interessen an der Lösung gemeinsamer Problemstellungen beteiligen (vgl. Eckert, 2006). In der österreichischen politischen Twittersphäre wurde die beschriebene spezifische gemeinschaftliche Praxis mit einem Hashtag ausgezeichnet, #csifailmann, in Anspielung auf die amerikanische TV-Krimiserie *Crime Scene Investigation*, kurz CSI.

Gleichzeitig wird die Kommunikation dieser Community als ein spezifischer Kommunikationsraum wahrgenommen, als österreichische politische „Twittersphäre“ eben. Da viele der dort twitternden und miteinander interagierenden Personen im politischen Bereich arbeiten (z.B. als Politikerinnen bzw. Politiker, Politik-Journalistinnen bzw. -Journalisten, Politikberaterinnen bzw. -berater, Aktivistinnen bzw. Aktivisten), wird vielfach auch über diese Sphäre gesprochen – auch in den Massenmedien. Dabei ist oftmals von einer ‚Twitter-Blase‘ die Rede – eine Analogie, mit der die Selbstreferenzialität der Kommunikation einer Gruppe von Twitter-Nutzern betont wird. So stehen die Nutzerinnen und Nutzer und ihre Interaktionen selbst unter Beobachtung, sie sind eine der vielen ‚Arenen‘ öffentlicher Kommunikation unter Beobachtung eines Publikums, das die Aushandlungsprozesse der Gemeinschaft als Öffentlichkeit beobachtet (vgl. zu dieser Argumentation in anderem Kontext Maireder & Schwarzenegger, 2012).

Hyperlinks und verteilte Diskurse

Der Urteilsspruch gegen Uwe Scheuch am Landesgericht Klagenfurt durch Richter Christian Liebhauser-Karl erfolgte am 2. August 2011 gegen 11:30 Uhr. Bis Freitag, 21 Uhr, also zwei-

einhalb Tage oder 58 Stunden später, waren es 1.492 Tweets. 598 oder 40 Prozent dieser Tweets enthielten Links, 280 dieser Links verwiesen auf Artikel aus dem Angebot redaktioneller Medien, 134 zu Presseausendungen des APA-Originaltextservice, 125 zu Texten, Bildern oder Videos auf Weblogs und Medienplattformen wie YouTube (vgl. Maireder & Ausserhofer, 2013). Einer dieser Blogposts, auf den aus elf Tweets verschiedener Nutzer verwiesen wurde, ist eine Zusammenstellung der interessantesten und witzigsten Medieninhalte rund um die Causa Scheuch über den Dienst Storify von meinem Kollegen Julian Ausserhofer. Über diese elf Tweets wurde am 3. und 4. August vielfach auf seinen Post mit dem Titel „Uwe-Scheuch-Prozess: Die Perlen“ zugegriffen. Er verweist darin beispielsweise auf ein Musikvideo der Band „Die Ärzte“ aus dem Jahr 1990 mit dem Titel „Uwe sitzt im Knast“, das am 1. September 2006 von dem Nutzer Bl0t0 auf YouTube hochgeladen wurde. Auch zehn Tweets mit dem Stichwort „Scheuch“ verweisen zwischen 2. und 4 August 2011 direkt auf dieses Video.

Das Video hat mit dem Fall von Uwe Scheuch eigentlich nichts zu tun. Durch die Namensgleichheit des Protagonisten in dem Lied mit dem verurteilten Kärntner Landespolitiker in Kombination mit dem Titel des Liedes, der auf die vermeintliche baldige Zukunft Scheuchs im Knast verweist, wird jedoch eine Verbindung hergestellt. Das aus 1990 stammende und 2006 auf YouTube wiederveröffentlichte Lied transportiert im Kontext des Scheuch-Prozesses eine neue, spezifische Bedeutung: Es trifft die Scheuch-Verurteilung ‚auf den Punkt‘. Dies gilt auch für eine Fotomontage des Satiremagazins Hydra, die am 3. August 2011 veröffentlicht wurde. Es zeigt das verfälschte Cover eines österreichischen Haus-und-Garten-Magazins, auf dem Uwe Scheuch in quer gestreifter Sträflingskleidung im Vordergrund und eine Gefängniszelle mit Hochbett im Hintergrund zu sehen ist. Darüber steht der Text: „Uwe Scheuch. Mein Wohntraum auf 2 x 3 Metern. ‚Weniger ist manchmal mehr! Meistens aber nicht!‘“. Im Gegensatz zum Ärzte-Lied stellt diese Fotomontage eine aktuelle satirische Aufarbeitung der Scheuch-Verurteilung dar. Der Post von Hydrazine wurde nicht nur einige Male getwittert (darunter zumindest neunmal zusammen mit dem Hashtag #Scheuch), sondern auch unzählige Male auf Facebook geteilt. Neben Accounts von Privatpersonen haben auch zumindest drei andere politische Satireseiten mit je deutlich über 10.000 Followern und der Radiosender FM4 mit mehr als 100.000 Fans den Link zu Hydrazines Fotomontage geteilt. All diese Elemente, Nachrichten und Kommentare redaktioneller Medien, alte und aktuelle Presseausendungen, ein Musikvideo der Ärzte aus 1990, eine Fotomontage des Satiremagazins Hydra, ein Blogkommentar, unzählige Tweets und Facebook-Kommentare sind die materielle Basis für den Diskurs rund um den Prozess von Uwe Scheuch.

Viele dieser digitalen Objekte verweisen aufeinander und legen durch diese Verweise bestimmte Bedeutungen nahe. Sie werden aus unterschiedlichsten Perspektiven bedeutungsvoll gerahmt. Einige Elemente, wie das Musikvideo der Ärzte, erhalten ihre Bedeutung für den Diskurs überhaupt erst durch diese Rahmung. Die Nutzer, die diesen öffentlichen Diskurs beobachten und an diesem Diskurs durch das Absetzen von Tweets und die Herstellung von Links teilnehmen, haben jeweils unterschiedliche Perspektiven darauf. Je nachdem, in welcher Form ein Beobachter zwischen den Kommunikationselementen navigiert, über welche Relationen er in welcher Reihenfolge welche Elemente aufruft und beobachtet und wie er sich selbst am Diskurs beteiligt, entsteht ein individuell geprägtes Bild.

Ein wesentliches Merkmal dieses Prozesses ist, dass ein und dasselbe Element natürlich aus ganz unterschiedlichen anderen Elementen heraus verlinkt werden kann und dass die Aussage damit aus ganz unterschiedlichen Bedeutungskontexten heraus ‚geframed‘ werden kann, indem im Quellelement Lesarten für das Zielelement ‚vorgeschlagen‘ werden können (vgl. Maireder, 2012). Dabei ist bei der Wahrnehmung des Zielelements durch einen Beobachter keineswegs klar, in welche kommunikativen Kontexte es außer dem von diesem Beobachter aktuell wahrgenommenen Kontext, ‚eingebunden‘ ist. Ein und dasselbe Element kann somit für unterschiedliche Kommunikationszusammenhänge Bedeutung tragen. Am Musikvideo und an unserem Beispieltweet von Thomas Mohr zeigte sich, dass die Rekontextualisierung von Kommunikationselementen durch Neuverlinkung nicht nur raum-, sondern auch weitgehend zeitunabhängig erfolgen kann.

In öffentlichen Kommunikationsprozessen im Internet werden Aussagen also laufend ‚aus dem Kontext gerissen‘; nicht nur in einer zeit- und raumabhängigen konkreten Situation, sondern im weitgehend zeit- und raumunabhängigen sozio-technischen Netzwerk Internet, da alle Nutzerinnen und Nutzer zwar auf dieselben Objekte ‚zugreifen‘, dies aber aus ganz unterschiedlichen Positionen heraus tun. Welche ‚Aussage‘ ein Kommunikationselement hat, ist nicht zuletzt davon abhängig, auf welchem ‚Weg‘ ein Nutzer auf dieses gestoßen ist. So zeigt sich auch in diesem Kontext, dass die oben betonte individuelle Perspektive auf die manifesten Kommunikationsstrukturen, die individuell strukturierten ‚Fenster‘ auf öffentliche Kommunikationsprozesse, für die Struktur von Netzöffentlichkeit wesentlich sind.

Abschluss

Der Beispieltweet ist Teil eines öffentlichen Diskurses zum Fall Uwe Scheuch, dessen materielle Basis aus digitalen Objekten unterschiedlichster Beschaffenheit und von unterschiedlichsten Akteure besteht, die vielfach aufeinander verweisen. In diesen Verweisen nehmen sie Bezug aufeinander und stellen Schemata für die Konstruktion von Bedeutungszusammenhängen durch die Beobachterinnen und Beobachter bereit. Die Beobachter dieser Diskurses und die aktiven Teilnehmer an diesem Diskurs stehen miteinander in unterschiedlichen Interaktionsbeziehungen, die die Interpretation der Wahrnehmung der einzelnen Elemente prägen. Diese Beziehungen sind in Twitters Account-Netzwerken manifest und schaffen für die Nutzerinnen und Nutzer spezifische Beobachtungs- und Handlungsfelder – individuell strukturierte Perspektiven auf gesellschaftliche Kommunikationsprozesse –, die einen jeweils bestimmten Blick auf Konversationen und Diskurse freigeben, an denen jeweils unterschiedlich viele Akteure in unterschiedlichen Beziehungskonstellationen teilnehmen und die Bedeutung von (politischen) Ereignissen, Akteuren, Themen, Praktiken und Regeln aushandeln.

In diesen Kommunikationsprozessen konstituiert sich Öffentlichkeit als ein Konzept für jene virtuelle Sphäre, in der sich die Mitglieder der Gesellschaft zu Relevanz und Deutungsmustern verständigen und sich dadurch als Gesellschaft beobachten und wahrnehmen (vgl. Gerhards & Neidhard, 1993; Luhmann, 2004). Das System aus unterschiedlichen Kommunikationskanälen und medialen Angeboten, in dem die Diskurse ablaufen, ist viel kleinteiliger und komplexer,

aber gleichzeitig sozial inklusiver und globaler organisiert als klassische Massenkommunikationsprozesse. Insbesondere die Kommunikationslogik sozialer Onlinenetze wie Twitter, bei der Diffusions- und Konversationsdynamiken primär über individuell strukturierte Kontaktnetzwerke laufen, erlaubt persönliche und zugleich vielschichtige Perspektiven auf aktuelle Ereignisse. Denn auch wenn sich Twiternutzerinnen und -nutzer in Gemeinschaften organisieren, die Struktur ihrer Verknüpfungen spezifische Öffentlichkeiten schafft und verteilte Diskurse in Hashtags zusammengeführt werden: Es sind stets hochfluide Ordnungssysteme, die einen hohen Grad an sozialer und informationaler Durchlässigkeit aufweisen. Jeder einzelne Nutzer, jede einzelne Nutzerin ist ein Knoten in diesem Öffentlichkeitssystem und prägt mit seinen bzw. ihren Entscheidungen die Dynamiken öffentlicher Kommunikationsprozesse entscheidend mit.

Literatur

- Ames, M., & Naaman, M. (2007). Why we tag: motivations for annotation in mobile and online media. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. San Jose, California, USA: ACM. doi:10.1145/1240624.1240772, S. 971–980.
- Anderson, C. W. (2010). Journalistic Networks and the Diffusion of Local News: The Brief, Happy News Life of the “Francisville Four”. *Political Communication*, 27, S. 289–309. doi:10.1080/10584609.2010.496710.
- Ausserhofer, J. & Maireder, A. (2013): National Politics On Twitter: Structures and Topics of a Networked Public Sphere. *Information, Communication and Society*, 16 (3), S. 291–314.
- Benkler, Y. (2007). *The Wealth of Networks*. New Haven London: Yale University Press.
- Brüggemann, M., Hepp, A., Kleinen-von Königslöw, K., & Wessler, H. (2009). Transnationale Öffentlichkeit in Europa: Forschungsstand und Perspektiven. *Publizistik*, 54 (3), S. 391–414. doi:10.1007/s11616-009-0059-4.
- Deterding, S. (2008): Virtual Communities. In: Hitzler, R.; Honer, A. & Pfadenhauer, M. (Hrsg.), *Posttraditionale Gemeinschaften: Theoretische und ethnografische Erkundungen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 115–131.
- Eckert, P. (2006): Communities of practice. In: *Encyclopedia of Language & Linguistics*. Amsterdam: Elsevier, S. 683–685.
- Emirbayer, M. & Sheller, M. (1999). Publics in history. *Theory and Society*, 28 (1), S. 143–197.
- Gerhards, J. & Neidhart, F. (1993): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit’. In: W. R. Langenbacher (Hrsg.) *Politische Kommunikation*. Wien: Braumüller, S. 52–88.
- Grunig, J. & Hunt, T. (1984): *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

- Hermida, A. (2010): Twittering the News. *Journalism Practice*, 4 (3), S. 297–308. doi:10.1080/17512781003640703.
- Highfield, T., Harrington, S. & Bruns, A. (2013): Twitter as a Technology for Audience and Fandom. *Information, Communication & Society*, 16 (3), S. 315–339. doi:10.1080/1369118X.2012.756053.
- Lave, J. & Wenger, E. (1991): *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Luhmann, N. (2004): *Die Realität der Massenmedien*. Wiesbaden: VS.
- Maireder, A. (2012): Framing von Nachrichten in Social Media. In: Jandura, O.; Fahr, A. & Brosius, H-B.: *Theorieanpassungen in der digitalen Medienwelt*. Baden-Baden: Nomos. S. 191–205.
- Maireder, A. & Ausserhofer, J. (2013): Political Discourses on Twitter: Networking Topics, Object and People. In: Weller, K.; Bruns, A.; Burgess, J.; Mahrt, M. & Puschmann, C. (Hrsg.): *Twitter and Society*. New York: Peter Lang, S. 305–318.
- Maireder A. & Schlögl, S. (in Druck): 24 Hours of an #outcry: The Networked Publics of a Socio-Political Debate. *European Journal of Communication*.
- Maireder, A.; Schlögl, S. & Schütz, A. (2013): Twitter-Politik 2013. Parteien, Medien, Netzwerke. Universität Wien & GfK. Abgerufen unter <https://phaidra.univie.ac.at/o:300099/> [Permalink]
- Maireder, A.; Schlögl, S.; Schütz, F.; Karwautz, M. & Waldheim, C. (2014): *The European Political Twittersphere*. Universität Wien & GfK. Abgerufen unter <http://www.gfk.com/twitter> [Stand von 30-06-2014]
- Maireder, A. & Schwarzenegger, C. (2012): A Movement of Connected Individuals: Social Media in the Austrian Students Protests 2009. *Information, Communication & Society* 15 (2), S. 171–195.
- Marlow, C.; Naaman, M.; Boyd, D. & Davis, M. (2006): HT06, tagging paper, taxonomy, Flickr, academic article, to read. *Proceedings of the seventeenth conference on Hypertext and hypermedia*. New York, NY, USA: ACM, S. 31–40. doi:10.1145/1149941.1149949.
- Naaman, M.; Boase, J. & Lai, C. (2010): Is it really about me? Message content in social awareness streams. *Proceedings of the 2010 ACM conference on Computer supported cooperative work*. Savannah, Georgia, USA: ACM, S. 189–192. doi:10.1145/1718918.1718953.
- Papacharissi, Z. & De Fatima Oliveira, M. (2012): Affective News and Networked Publics: The Rhythms of News Storytelling on #Egypt. *Journal of Communication*, 62 (2), S. 266–282. doi:10.1111/j.1460-2466.2012.01630.x

Rheingold, H. (1993): *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Reading: Addison-Wesley.

Small, T. A. (2011): What the Hashtag? *Information, Communication & Society*, 14, S. 872–895. doi:10.1080/1369118X.2011.554572.