

schluss besprochen wird (Kap. 3.2). Inwieweit, so wird gefragt, lässt sich das Posting – nun als zentrale Bedeutungseinheit – als *Text* fassen? Hierzu werden textlinguistische Betrachtungen herangezogen und medienspezifische Textualitätskriterien herausgearbeitet. Der Begriff der *Operativität* (vgl. Kap. 2.5.2) erweist sich hierbei als Schlüssel für das Zusammenwirken menschlicher Praktiken auf den Sehflächen und der medialen Infrastruktur Twitters. Daher werden die Operatoren von Twitter, *Retweets*, das *@-Zeichen*, *Hashtags* und *Hyperlinks* in Bezug auf die durch sie verwirklichten kommunikativen Praktiken und ihre Möglichkeitsbedingungen analysiert (Kap. 3.3). Das Kapitel schließt mit einem Zwischenfazit, in dem die hier gezogene Linie von der *Sehfläche* über das *Posting* zu den *Operatoren* rekapituliert wird (Kap. 3.4).

3.1 SEHFLÄCHE

Twitter ist, wie die meisten digitalen sozialen Netzwerkplattformen, ein primär visuelles Medium.⁹³ Betrachtet man zunächst die Oberfläche Twitters, stellt sie sich zuvorderst als materiale, zweidimensionale *Sehfläche* dar. Nach Schmitz sind Sehflächen „Flächen, auf denen Zeichen unterschiedlicher Art verteilt sind, die für uns eine Bedeutung haben können oder sollen“ (Schmitz 2005: 2). Wahrnehmbare Sehflächen sind die Grundlage für die Verständigung, denn „[a]lles, was in und für Interaktion Bedeutung erlangen soll, muss für die Beteiligten *sinnlich wahrnehmbar* sein, d. h. sich an der Oberfläche sinnlich wahrnehmbarer Erscheinungsformen manifestieren“ (Hausendorf 2009a: 191). Insofern ist die Sehfläche von Mikroblogs in doppeltem Sinne als *Display* zu verstehen, auf dem erstens etwas abgebildet wird und auf dem sich zweitens die Beteiligten gegenseitig etwas aufzeigen und zu verstehen geben (vgl. Kap. 2.2.2). Das Display der an einer Interaktion Beteiligten wird in zweitemanntem Sinne der Konversationsanalyse wie folgt verstanden: „What this means is that they display to one another their understandings of what each utterance is aiming to accomplish“ (Hutchby/Wooffitt 2008: 44). Im Weiteren soll daher wortwörtlich der Blick

93 Wichtig hierbei ist bei der Betonung der Visualität jedoch folgende Feststellung: „[D]as Beispiel der Blindenschrift zeigt, dass es weniger auf die Visualisierung als auf die Verräumlichung ankommt“ (Grube/Kogge 2005: 14).

auf die Sehfläche der (interaktionalen) Kommunikation im Medium Twitter gerichtet werden.

3.1.1 Twitter-Sehflächen

Wie man am Screenshot der Twitter-Homepage (Abb. 6), so wie sie sich im Browser darstellt, erkennen kann, zeichnet sich die Gesamtsehfläche vornehmlich durch schriftliche Zeichen als Bedeutungsträger, aber auch durch grafische Elemente wie Button-Icons oder Fotos als Profilbilder bzw. eingebunden in die Postings aus. In einer enger gefassten Definition von Schmitz werden Sehflächen bestimmt als „Flächen, auf denen Texte und Bilder in geplantem Layout gemeinsame Bedeutungseinheiten bilden“ (Schmitz 2010: 385). Derartige „Text-Bild-Kombinationen“, so Schmitz,

»ziehen Aufmerksamkeit auf sich, ermöglichen größte Informationsmengen auf kleinstem Raum, erlauben vielfältige Präsentations-, Strukturierungs-, Orientierungs- und Rezeptionsweisen und unterstützen den schnellen Blick.« (Schmitz 2011: 25f.)



Abb. 6: Twitter-Homepage des Autors, abgebildet auf dem Web-Client, Screenshot vom 04.08.2015

Die Gesamtsehfläche lässt sich in verschiedene Bereiche einteilen:

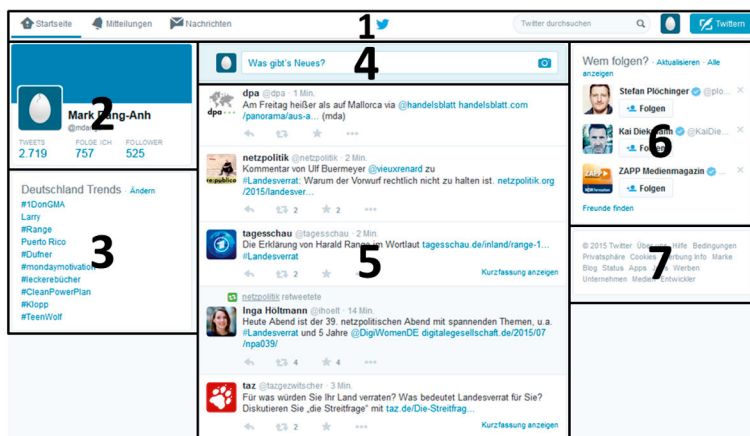


Abb. 7: Bereiche der Gesamtsehfläche von Twitter, Screenshot vom 04.08.2015

Im Bereich 1 befindet sich die Menüleiste mit drei Tabs⁹⁴. Auf der linken Seite sind Buttons bzw. Schaltflächen⁹⁵, die der Navigation dienen. Hier abgebildet ist die Startseite, was man an dem kleinen blauen Balken unter „Startseite“ erkennen kann. Unter dem Tab „Mitteilungen“ finden sich Informationen über unterschiedliche Interaktionsereignisse, die sich mit Twitter realisieren lassen. So wird man dort darauf hinge-

94 Tabs sind Schaltflächen bzw. Buttons, mit denen zwischen verschiedenen Menüpunkten navigiert wird. Die Bezeichnung bezieht sich auf Reiter eines Aktenverzeichnisses und erzeugt dadurch einen Remedialisierungseffekt analoger Medien. Ähnliches lässt sich über den Ausdruck ‚Startseite‘ sagen, der sich an eine gedruckte Buchseite anlehnt.

95 Ich verwende hier und im Folgenden die Ausdrücke ‚Button‘ und ‚Schaltfläche‘ synonym. Gemeint sind damit jene grafischen Flächen, die ‚klickbar‘ sind, hinter deren visueller Darstellung sich also per Interaktion initiiierbare Funktionalitäten – Operationen – auswählen lassen. Der Clou in der grafischen bzw. diagrammatischen Gestaltung liegt in der Herausforderung, diese Schaltflächen gewissermaßen als Affordanzen, d.h. als operativ bearbeitbare Handlungsangebote, kenntlich zu machen. Dies geschieht oftmals über rekurrente Muster wie abgerundete Ecken der Buttons oder Roll-over-Effekte, z.B., indem sich die Hintergrundfarbe von Schaltflächen verändert, sobald man mit der Maus ‚über sie fährt‘.

wiesen, dass man neue Abonnenten (Follower) hat, dass man per @-Zeichen adressiert bzw. erwähnt (@-mentions), dass ein Posting redistribuiert („getweetet“) wurde, dass ein Posting per Like-Button markiert wurde oder dass die Aktionen Retweet bzw. Like an Postings vollzogen wurden, in denen man per @-Zeichen genannt wurde (Abb. 8).

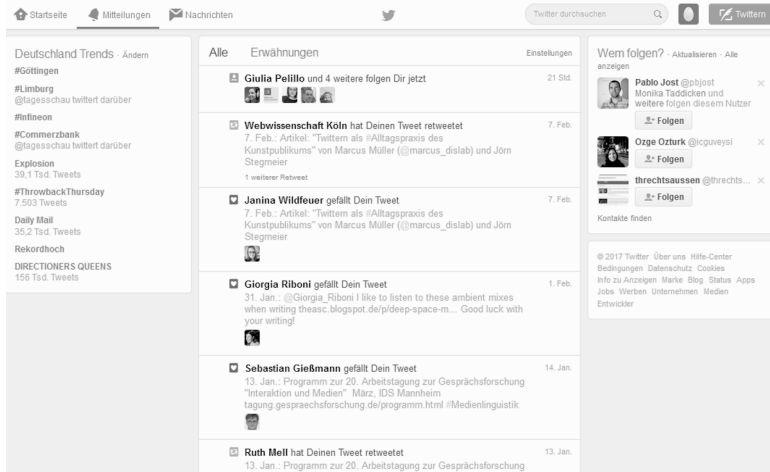


Abb. 8: Seite „Mitteilungen“ vom Account des Autors, Screenshot vom 09.02.2017

Unter dem Tab „Nachrichten“ sind nichtöffentliche Postings einsehbar, „Personal Messages“ (PMs), die sich Nutzerinnen gegenseitig senden können. Zwischen „Mitteilungen“ und „Nachrichten“ wird hier also anhand ihrer operativen Verarbeitung unterschieden: Postings, auf die sich Mitteilungen beziehen, sind öffentlich, private Postings, „Nachrichten“, sind nichtöffentlich.⁹⁶ Auf der rechten Seite befinden sich ein Suchfeld, ein Button zu den Einstellungen und ein Button „Twittern“, über den sich das Eingabefeld öffnet (Abb. 9, S. 98).

96 Hierbei außer Acht gelassen sei die Möglichkeit, Accounts auf ‚privat‘ zu stellen und somit nur einer selektierten Teilöffentlichkeit zugänglich zu machen.

3.1.2 Posten als zentrale Praktik

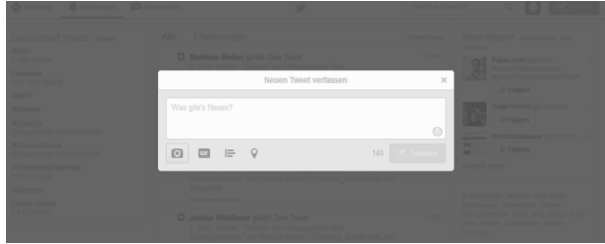


Abb. 9: Eingabefeld nach Betätigung des Buttons „Twittern“

Nach dem Anklicken des „Twittern“-Buttons rückt die Gesamtsehfläche abgedunkelt in den Hintergrund und die zentrale Praktik des Mediums, das *Posten*, tritt durch diese visuelle Fokussierung deutlich hervor (Abb. 9). Dies geschieht ebenfalls dadurch, dass sich im Bereich 4 der Gesamtsehfläche (Abb. 7, S. 96), nun mittig und an zentraler Stelle oberhalb der Timeline (Bereich 5), ein Eingabefeld befindet. Klickt man in dieses Feld, so klappt sich das Eingabefeld aus. Ebenso wie nach Klick auf den Twittern-Button oben rechts erscheint es vollständig ausgeklappt (Abb. 10).

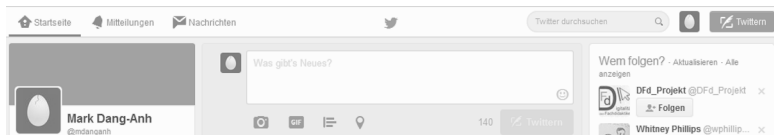


Abb. 10: Ausgeklapptes Eingabefeld für Postings

Aus der Affordanzperspektive, die sich damit beschäftigt, welche Handlungsangebote Dinge machen (vgl. Hutchby 2001; Pentzold et al. 2013; Bucher/Helmond 2017), lässt sich konstatieren, dass auf der Gesamtsehfläche an zwei Stellen das Angebot gemacht wird, ein Posting zu verfassen und zu posten (Button „Twittern“).⁹⁷ Damit lässt sich das Posten als

⁹⁷ Auffällig ist hierbei auch, dass bei einem Klick auf den Button „Twittern“ jeweils unterschiedliche Operationen durchgeführt werden. Klickt man oben rechts, so erscheint zunächst das Eingabefeld (Abb. 9). Klickt man jedoch auf den zentralen Button „Twittern“, wird ein zuvor verfasstes Posting versendet. Insofern besteht also keine Kongruenz zwischen der Bezeichnung der Schaltflächen „Twittern“ und deren Operativität.

zentrale Twitter-Praktik identifizieren. Die Schaltfläche erzeugt hier also durch die visuelle Anordnung von Text und Bild Bedeutungen im Sinne von Relevanzfokussierungen (hier: auf das Posten). Dadurch erhalten die Schaltflächen als Zeichen nicht nur Bedeutung dadurch, dass sie *für* eine bestimmte Funktion stehen (hier: Posten), sondern auch in Differenzierung zu anderen sichtbaren Zeichen/Buttons. Die Schaltfläche (und damit ihre Funktionalität/Operativität) ist *visuell zentral* und somit *salient* positioniert und kommt in der visuellen Anordnung relativ oft vor (zweimal anstatt einmal).

3.1.3 Quantifizierungen

Im Bereich 2 (Abb. 7, S. 96) befinden sich Informationen über den Account des eingeloggten Nutzers. Hierzu zählen das Profilbild, das Hintergrundbild, der Profilname, der Accountname (beginnend mit einem @-Zeichen) und die Anzahl der versendeten Postings sowie der Abonnenten des eigenen und der abonnierten Accounts. Diese ‚Maßzahlen‘ sind typisch für sogenannte Social Media⁹⁸; sie legen Zeugnis darüber ab, dass sich Relevanzen in Social Media über Quantifizierungen bemessen (vgl. Dang-Anh/Rüdiger 2015; Paßmann/Gerlitz 2014). Klickt man auf einen dritten Account, so rücken die Maßzahlen von der linken Seite an die zentrale Position, an der auf der oben beschriebenen Startseite das Eingabefeld steht (Abb. 11, S. 100):

98 Ich verwende im Folgenden ‚Social Media‘ und ‚soziale Medien‘ synonym. Der Zusatz ‚sogenannte‘ bezieht sich darauf, dass die Attribution ‚sozial‘ sich zwar Alltagssprachlich für damit bezeichnete mediale Formate durchgesetzt hat, sich aber nicht ausschließlich auf Medien des Web 2.0 beziehen lässt.



Abb. 11: Die Accountseite Barack Obamas, Screenshot vom 09.02.2017

Zu den genannten Maßzahlen tritt hier die Anzahl der Likes („gefällt mir“). Aus der nun zentralen Positionierung lässt sich ein Unterschied in der Bedeutung eigener Maßzahlen gegenüber den Metrifizierungen Dritter ableiten: Wenn ein dritter Account betrachtet wird, werden die Maßzahlen zentral dargestellt, während sie für die eigene Betrachtung eher nebensächlich bzw. peripher sind. Die Quantifizierungen in Social Media richten sich ja gerade darauf aus, dass Bewertungen Dritter erfolgen (vgl. Paßmann 2015) und durch ihre Anordnungen auf der Sehfäche dann in „den schnellen Blick“ (Schmitz 2011: 26) geraten. Dies bedeutet aber nicht, dass die eigenen Maßzahlen unwichtig sind (vgl. Gerlitz/Lury 2014), denn sie laufen auf der Startseite ständig mit; durch ‚Mitteilungen‘ werden Nutzer sogar auf Änderungen dieser Maßzahlen hingewiesen (z.B. „X folgt Dir jetzt“, „X hat Deinen Tweet retweetet“).

Neben den global einsehbaren Metrifizierungen (von Retweets, Likes, Antworten, Followern usw.) gibt es auch die Möglichkeit, für jedes selbst originär versendete Posting Statistiken einzusehen. Im folgenden Screenshot ist die ‚Tweet-Aktivität‘ abgebildet, die nach Klick auf ein Tabellen-Icon angezeigt wird.

Tweet-Aktivität

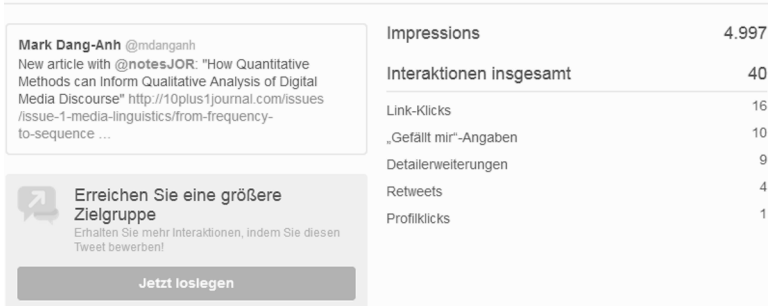


Abb. 12: Postingstatistiken

Betitelt als „Tweet-Aktivität“ werden dabei einerseits die Anzahl der Erscheinungen des Postings auf den Accounts von Dritten („Impressionen“) sowie andererseits operative Aktivitäten („Interaktionen“), die User mit dem Posting vollzogen haben, angezeigt⁹⁹: „Medieninteraktionen“ (hier nicht angezeigt), „Link-Klicks“, „Gefällt mir“-Angaben“, „Hashtag-Klicks“ (hier nicht abgebildet), „Antworten“ (hier nicht abgebildet), „Detailerweiterungen“ (man ‚klappt‘ das Posting per Klick ‚aus‘, um weitere Details zu sehen), „Retweets“ und „Profilklicks“. Die Bezeichnung „Impressionen“ geht auf das englische *impressions* zurück, einen Ausdruck aus der Online-Marketingbranche, unter dem numerisch erfasst wird, wie oft eine Sehfläche, hier ein Posting, auf dem Display von Nutzerinnen und Nutzern angezeigt wird. Der unten links abgebildete Imperativ „Erreichen Sie eine größere Zielgruppe“ ist dabei als Werbung für das eigene Marketingprogramm zu verstehen. Mit einem Klick auf „Jetzt loslegen“ gelangt man zu einer Eingabemaske für Konto- und Personendaten und kann so das eigene Posting bewerben, d.h. als ‚gesponsertes‘ Posting in den Timelines Dritter, die nicht das eigene Konto abonnieren, anzeigen lassen.

Diese Funktion gibt Einblick in das operativ realisierte Geschäftsmodell Twitters wie auch in die unterhalb der sichtbaren Sehfläche liegende Verdatung (vgl. zu diesem Begriff Schneider/Otto 2007). Zu Kommodifizierungszwecken werden an dieser Stelle Daten angezeigt,

⁹⁹ Diese Angaben beziehen sich auf den Stand im März 2017.

die in der öffentlichen Kommunikation nicht einsehbar sind (vgl. hierzu auch Puschmann/Burgess 2014). Dabei handelt es sich um vergleichsweise simple, deskriptive Metriken. Plattformen können dergestalt

»Interaktionen in vorstrukturierte Datenformen und quantitative Werte überführen, die vormals affektive und qualitative Interaktion plötzlich sowohl messbar als auch zähl- und vergleichbar machen.« (Gerlitz 2013: 35)

Es ist davon auszugehen, dass, „wenn soziale Ordnung sichtbar wird, Akteure sich an den Maßstäben dieser Ordnung ausrichten“ (Paßmann 2014: 266). So vermutet zumindest Paßmann im Anschluss an den Begriff der „reflexivity of social order“ von Schubert (2014). Reflexivität bedeutet in diesem Sinne das „recursive and continuous monitoring and ordering of social practices“ (Schubert 2014: 9), das sich in Twitter auch und insbesondere auf die numerische Verwertung von Posting- und Account-Zugriffszahlen bezieht. Dadurch, dass Metriken auf der Sehfläche einsehbar werden, werden sie zu *accounts* (i.S.v. Accountability; vgl. Kap. 2.2.2) der Social-Media-Interaktanten.¹⁰⁰

3.1.4 Bilder

Ebenso ersichtlich wird in Abb. 11 (S. 100), wie der Account Barack Obamas die nutzerseitigen Gestaltungsmöglichkeiten, vor allem des Hintergrundbildes, ausschöpft. Das Hintergrundbild nimmt den oberen Teil der Sehfläche ein, es gibt keine Schrift in diesem Bild. Letzteres entstammt einem Marsch in Selma (Alabama, USA) vom 07.03.2015 anlässlich des Jahrestags einer afroamerikanischen Bürgerrechtsdemonstration.¹⁰¹ Dass Obama Präsident der Vereinigten Staaten von Amerika war, wird u.a. an dem Profilnamen „President Obama“ deutlich, wodurch Text und Bild in dieser Sehfläche in einer „wechselseitigen Verbindung“ (Schmitz 2016a: 104) stehen.

100 Wie die aggregierten Daten von Drittanbietern verwertet werden, zeigt Gerlitz (2013) am Beispiel der Online-Reputationsrating-Plattform Klout.

101 Vgl. <http://www.sueddeutsche.de/politik/us-praesident-in-selma-obama-verneigt-sich-vor-buergerrechtlern-und-preist-amerika-1.2382852>, abgerufen am 30.04.2019.

Wie aus den Abbildungen der Gesamtsehfläche (Abb. 7, S. 96), der Timeline (Abb. 5, S. 93) und der Accountseite (Abb. 11, S. 100) ersichtlich ist, spielen Bilder für die Sehfläche(n) Twitters eine große Rolle. Stärker noch als die Hintergrundbilder der Profilseiten treten die Profilbilder, nämlich bei jedem eingebundenen Posting und verlinkten Bild (vgl. Kap. 3.3.4), in Erscheinung; Profilbilder dienen dabei der Individualisierung des Twitter-Kontos. So kann einerseits durch das Profilbild beispielsweise eine politische Haltung, die Sympathie für einen Fußballverein, Solidarität mit einer ethnischen Minderheit oder von Terroranschlägen Betroffenen zum Ausdruck gebracht werden, um nur einige Verwendungsweisen zu nennen. Andererseits können Twitter-Profilbilder, auf denen vermeintlich die Kontoinhaber abgebildet sind, unter Umständen Auskunft über ethnische Zugehörigkeit, Alter oder Geschlecht der Kontoinhaber geben (vgl. Chen et al. 2015). Dabei ist jedoch einzuschränken, dass Bilder höchst indexikalisch sein können und entsprechend unterschiedlich interpretiert werden. Bilder haben zudem eine extrapositionierte ikonische Bedeutung, da sie die Sehfläche von Twitter prägen, wodurch sie sich semiotisch verdichtet.

3.1.5 Trending Topics

In Abb. 7 (S. 96) werden im Bereich 3 die sogenannten *Trending Topics* („Trends“) angezeigt. Dabei handelt es sich um insgesamt zehn algorithmisch ermittelte Phrasen bzw. Wörter oder Hashtags. Die algorithmischen Selektionskriterien dieser ‚Trends‘ sind dort nicht aufgeführt. Das Unternehmen Twitter äußert sich zu den ‚Trends‘ wie folgt:

»Trends werden durch einen Algorithmus ermittelt und auf dich persönlich zugeschnitten – anhand deiner Interessen, der Nutzer, denen du folgst, und deines Standorts. Mit diesem Algorithmus werden vor allem aktuell beliebte Themen gefunden, und weniger solche, die schon seit längerem im Trend sind oder tagtäglich beliebt sind. Wir möchten dir auf diese Weise helfen, die gerade besonders angesagten Diskussionsthemen auf Twitter zu entdecken. [...]

Hinweis: Die Anzahl der Tweets, die zu einem Trend gehören, ist nur einer der Faktoren, die der Algorithmus bei der Erstellung der Rangfolge und der Identifi-

zierung der Trends berücksichtigt. Der Algorithmus gruppiert alle Trends und Hashtags, die sich auf ein Thema beziehen.«¹⁰²

Der Ausdruck ‚Algorithmus‘ verweist dabei auf die nicht sichtbare Infrastruktur des Programmcodes, der die ‚Trends‘ auf der sichtbaren Sehfläche Twitters – hier im Bereich 3 (Abb. 7, S. 96) – erzeugt. Dadurch, dass die ‚Inhalte‘ der sozialen Netzwerkplattform Twitter durch die Nutzerinnen und Nutzer in Postings erzeugt werden, lässt sich Twitter als „Distributionsmedium“ (Thimm et al. 2012a: 202) klassifizieren, also als Medium, das über seine operative Funktionalität die Verteilung der erzeugten Postings regelt. Grundlage für die Komposition der Postings in einer individuellen Timeline (Bereich 5, Abb. 7, S. 96) ist zunächst die Auswahl durch die Nutzenden selbst: Dort werden Postings der abonnierten Accounts angezeigt. Aus dem Beispiel der *Trending Topics* lässt sich jedoch ableiten, „dass nicht nur die User Träger distributiver Handlungen sind, sondern dass diese Handlungen ebenso durch Algorithmen vollzogen werden“ (Dang-Anh et al. 2013a: 84), die das Medium Twitter also über seinen Programmcode operativ verarbeitet. Twitter-Postings folgen damit dem Prinzip einer *selektiven Distribution*, die dadurch bestimmt ist, dass sowohl Menschen als auch Medien selektiv agieren und somit jeweils spezifische Rezeptions- wie Interaktionsmöglichkeiten erzeugen (vgl. Dang-Anh et al. 2013a).

3.1.6 Timeline

In einer Timeline sind die Postings in chronologischer Reihenfolge derart geordnet, dass die neuesten Beiträge immer ganz oben erscheinen. Zeitlichkeit wird in der Timeline also visuell abgebildet. Die Timeline ist insofern eine Ordnungsinstanz, als sie unterschiedlichste Beiträge, die zeitlich versetzt, aber auch quasisynchron (vgl. Dürscheid 2003) von verschiedenen Accounts (in verschiedenen Sprachen, zu verschiedenen Themen usw.) versendet werden können, in eine sequentielle Ordnung überführt. Man stelle sich die Timeline als eine Röhre vor, in die mehrere Personen aus verschiedenen Richtungen Bälle unterschiedlicher Far-

102 Vgl. <https://help.twitter.com/de/using-twitter/twitter-trending-faqs>, abgerufen am 17.04.2019.

ben werfen. All diese Bälle bringt die Timeline in eine sequentielle Ordnung. Nun lässt sich unterscheiden zwischen Timelines, die durch die Auswahl von Abonnements zustande kommen: In diesem Fall kann man die Personen auswählen, jedoch nicht die Farbe der Bälle, die sie hineinwerfen. Klickt man aber ein Hashtag an, so lässt sich daraus eine Timeline generieren, die aus Postings z.B. zu einem Thema oder Ereignis besteht, die jeweils durch Hashtags indiziert sind (vgl. Kap. 3.3.3). Hier wählt man die Farbe der Bälle (z.B. ein Thema), nicht aber die Personen, die die Bälle in die Röhre werfen. Die Timeline dient sozusagen der Synthese des Verteilten; in ihr werden unterschiedliche Postings mehrerer Urheber in eine sequentielle Ordnung gebracht. Im Falle situativer Kommunikation lässt sich an die Definition Dürscheids für Quasisynchronie¹⁰³ anschließen, mit dem Unterschied, dass sie generell für verteilte Kommunikation gilt, auch für zeitlich nicht zwingend nah beieinanderliegende, die in einem Medium synthetisiert, d.h. zusammengefügt wird:

»Quasi-synchrone schriftbasierte Kommunikation: Schreiber und Rezipient vollziehen ihre kommunikativen Aktivitäten in unterschiedlichen Teilsituationen; die Gesamtsituation wird über den Text *und* über den gemeinsamen Kommunikationsraum hergestellt.« (Dürscheid 2003: 44)

Die Timeline kann genau dann als ein solcher auf einer Sehfläche verfügbar gemachter Vorstellungsraum (vgl. Kap. 2.3.3) situativer Kommunikation verstanden werden, in dem sich eine Gesamtsituation aus unterschiedlichen Teilsituationen generiert, wenn sich Kommunikation auf ein zeitlich begrenztes Ereignis bezieht. Betrachtet man Postings als Bedeutungseinheiten, so sind Timelines diejenigen Ordnungsstrukturen, die Bedeutungszusammenhänge erzeugen können. In Timelines werden über eine derartige Defragmentierung zuvor fragmentartiger Bedeutungseinheiten *synthetische Sehflächen* erzeugt.

103 Im engeren Sinne bezieht sich Quasisynchronie auf den Zeitpunkt des Postens, nicht auf das Erstellen des Postings. Beißwenger et al. (2012) weisen auf das generelle zeitlich-sequentielle Detail im Produktionsprozess von Postings hin, nämlich, dass jenes erst mit dem Senden-Button als Posting manifest wird.

3.1.7 Follower-Empfehlungen

Im Bereich 6 (Abb. 7, S. 96) sind die Abonnement-Empfehlungen sichtbar, d.h., hier werden Accounts zum Abonnieren vorgeschlagen. Wer in Twitter etwas schreiben will, muss – wie bereits erwähnt – dies über ein angemeldetes Konto (Account) tun. Zur Anmeldung benötigt man eine E-Mail-Adresse. Diese wird verwendet, um Nutzerinnen Follower-Empfehlungen auszusprechen. Offenbar ist das Medium also unmittelbar operativ am Werke, indem es Daten auf der infrastrukturellen Ebene miteinander verknüpft bzw. in Beziehung setzt – hier offensichtlich E-Mail-Adressen – und als Abonnement-Empfehlungen auf der Oberfläche gewissermaßen wieder ‚ausspuckt‘. Dies gibt einen ersten Hinweis auf die konsequente Verdatung (vgl. Otto 2012) der Nutzungspraktiken in Twitter. Im Bereich 7 (Abb. 7, S. 96) sind letztlich Links zur Twitter-Webseite abgebildet, die keine Social-Media-Funktionen, also Verknüpfungen zu anderen Nutzerinnen oder Bezugnahmen zu Postings, enthalten bzw. ermöglichen.

3.1.8 Bedeutungseinheiten der Twitter-Sehfläche

Die Geplantheit visueller Bedeutungseinheiten, wie sie Schmitz beschreibt (Schmitz 2010: 385), ist in Twitter in mehreren Hinsichten eingeschränkt. Zum einen wird jeder Account individuell komponiert, und zwar dadurch, dass unterschiedliche Nutzer jeweils Postings unterschiedlicher Accounts abonnieren. Die Komposition der abonnierten Accounts bestimmt demnach, welche Beiträge in der Timeline erscheinen. Im obigen Screenshot (Abb. 5, S. 93) ist die Timeline eines bestimmten Accounts (demjenigen des Verfassers) zu einem bestimmten Zeitpunkt dargestellt. Zum anderen ist die visuelle Gestaltung ebenso durch die zum Abruf genutzte Hard- und Software sowie die jeweiligen Einstellungen determiniert. Im abgebildeten Screenshot ist die Darstellung in einem Browserfenster auf einem stationären Rechner unter Anwendung bestimmter Einstellungen, wie etwa Bildschirmauflösung, geospezifische Wahl der Trending-Topics-Liste, Spracheinstellungen, Hintergrundbild usw., abgebildet. Gänzlich verschieden hiervon ist etwa die Darstellung auf einem mobilen Client (Abb. 13, S. 107).



Abb. 13: Screenshot des mobilen Twitter-Clients auf einem Android-Smartphone vom 18.04.2017

Folglich kann man von einer Geplantheit visueller Bedeutungseinheiten von Text und Bild nur begrenzt sprechen. Die Anordnung der visuellen Elemente auf der gesamten Sehfläche – so wie sie stereotypisch in Abb. 7 (S. 96) für stationäre Browserdarstellungen abgebildet ist – hängt von der Infrastruktur ab: der nicht sichtbaren medienseitigen Software-Programmierung, der benutzten Hardware und den nutzerseitigen Einstellungen. Die flächig kleinere visuell komponierte Einheit, die Timeline (die in der Mobilclientdarstellung mit der Gesamtsehfläche zusammenfällt), ist hauptsächlich durch die nutzerseitige Auswahl der Beitragenden bestimmt, wobei gesponserte Postings noch hinzukommen können.¹⁰⁴ Insofern sind die sichtbaren Sehflächen also immer mit der nicht

104 Twitters Geschäftsmodell basiert u.a. auf den Einblendungen von gesponserten Postings in der Timeline, wodurch auch Beitragende dort als Absender fungieren können, deren Beiträge man nicht abonniert hat (vgl. Dijck 2011).

sichtbaren medialen Infrastruktur verknüpft; ihre Komposition wird gleichsam durch das Nutzerverhalten und die Infrastruktur determiniert (Postings werden also selektiv distribuiert; vgl. Dang-Anh et al. 2013a) und operativ prozessiert (vgl. Dang-Anh 2016).

Gleichwohl sind die zentralen Module der Sehfläche Twitters, die einzelnen Postings, durchaus bis zu einem gewissen Grad visuell gestaltbar. Zunächst hat die Wahl des Profilbilds eine extrapositionierte ikonische Bedeutung, da es links neben dem Postingfeld auf der Twitter-Homepage, vor allem aber jeweils links neben dem Posting in der Timeline erscheint (Abb. 5, S. 93). Die in den Code eingeschriebene typografische Markiertheit von Hyperlinks, Hashtags und @-Adressierungen, etwa durch Fettschreibung oder Farbänderung der Schrift, hat eine Display-Funktion (vgl. Deppermann 2008: 50f. und Kap. 2.2.2): Seine Operativität wird hier durch das Medium selbst angezeigt. Die Einbindung von Hyperlinks, die auf Webseiten mit Bildern verweisen, hat oftmals die Darstellung der verlinkten Fotos als Vorschau zur Folge (Abb. 16, S. 112). Ebenso können Fotos direkt in Twitter verlinkt und gezeigt werden. Hierbei kommen allerdings auch wirtschaftliche Faktoren zum Tragen: So werden beispielsweise Bilder von der Fotoplattform Instagram nicht in die Darstellung von Postings eingebunden, Vorschaubilder der Videoplattform YouTube jedoch sehr wohl.¹⁰⁵ Die Funktionalität, mit dem eigenen Smartphone geschossene Fotos per mobilem Client direkt in Twitter zu posten, spielt im Zuge der Protestkommunikation eine signifikante Rolle (vgl. Kap. 6.3.10).

Sehflächen in Twitter sind also nutzerseitig und infrastrukturell bestimmt. Die nutzerseitige Eingabe und die infrastrukturelle Code-Determiniertheit werden durch das Medium operativ prozessiert, wodurch die Operativität die Schnittstelle zwischen der sichtbaren Sehfläche und der nicht sichtbaren Infrastruktur¹⁰⁶ bildet (Abb. 14, S. 109).¹⁰⁷ Operati-

105 Stand August 2015.

106 Vgl. zum Infrastrukturbegriff Schabacher 2013. Meiler konstatiert durch die Perspektive auf die Infrastruktur die Entwicklung „zu einer *prozessbezogenen* Auffassung mit den dazugehörigen Fragen nach der Herstellung, Aktualisierung bzw. (Re-)Produktion von Aspekten der Sprechsituation in ihrem und durch ihren Vollzug“ (Meiler 2018: 131).

107 In der Literatur wird die Eingabeschnittstelle auch unter dem Begriff *Interface* behandelt (z.B. bei Bucher 2004; Evans 2016) und mit einem Begriff

vität bedeutet, dass das Medium per Eingabe (*Deklaration*) dazu veranlasst wird, bestimmte Operationen auszuführen (*Exekution*; vgl. Kap. 2.5.2).

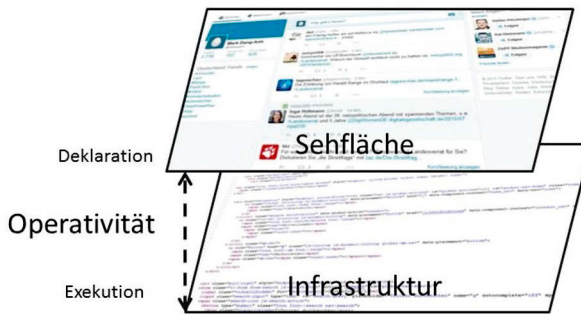


Abb. 14: Operativität als Schnittstelle zwischen Sehfläche und Infrastruktur¹⁰⁸

Die Verbindung von Sprache und Bild ist hierbei prägend, wobei sich in der Historie des Mediums eine zunehmende Einbindung von Bildern in die Darstellung auf der Sehfläche verfolgen lässt. So werden in Twitter mittlerweile Bilder von Hyperlinks im Posting abgebildet (s. Abb. 16, S. 112), woraus sich eine Akzentverschiebung auf das Bildliche ableiten lässt.

Warum aber sollte man für die Analyse situativer Kommunikation den Blick auf die Sehfläche von Twitter richten? Die Sehfläche ist das Display für die kommunikativen und sozialen Praktiken, die die Beteiligten in Twitter vollziehen. Auf der Sehfläche zeigt sich, was die Betei-

von *Interaktion* verknüpft, der die hier als Eingabe bzw. Deklaration beschriebenen Vollzüge zwischen Mensch und Medium bezeichnet: „Denn das Interface ist die Ebene, auf der sich diese Interaktion zwischen Nutzer und Informationsangebot abspielt“ (Bucher 2004: 133). Ich wende hier den Interaktionsbegriff bewusst auf zwischenmenschliche Kommunikation an und beschreibe das Zusammenspiel zwischen Mensch und Medium als ein durch Deklaration und Exekution von Operativität bestimmtes Verhältnis.

108 Die unter ‚Infrastruktur‘ abgebildeten Codezeilen dienen lediglich zu Illustrationszwecken. Letztlich sind auch Programmieroberflächen Sehflächen, die eine Schnittstelle zur nicht sichtbaren elektronischen Infrastruktur haben.

lichten einander zu verstehen geben. Betrachtet man Twitter als Sehfläche, so ergeben sich daraus insbesondere die Einsichten, dass

1. das Posten die zentrale Twitter-Praktik ist,
2. das Posting die zentrale Bedeutungseinheit darstellt,
3. die Timeline als *synthetische Sehfläche*, d.h. als Ordnungsstruktur fungiert, die die fragmentarischen Bedeutungseinheiten in einen zeitlichen, aber auch thematischen Zusammenhang bringen kann und
4. Quantifizierungen maßgeblich für Social-Media-Kommunikation sind.

Da sich das Posting als zentral für Twitter-Praktiken erweist, wird es im Folgenden einer näheren Betrachtung unterzogen.

3.2 DAS POSTING

Die zentrale Bedeutungseinheit in Twitter sind sogenannte Tweets. Ich verwende im Folgenden die Bezeichnung ‚Posting‘ (synonym dazu ‚Post‘). Der Ausdruck ‚Tweet‘ ist alltagssprachlich und eine Anlehnung an den Namen des Unternehmens ‚Twitter‘ (dt. ‚zwitschern‘).

Mit Beißwenger et al. (2012) sei *Posting* verstanden

»as a basic element to capture CMC micro- and macrostructures. A posting is defined as a content unit that is being sent to the server ‚en bloc‘. Postings can usually be recognized by their formal structure, even if they have different forms and structures across CMC genres.« (Beißwenger et al. 2012: 5)

Mit der Verwendung einer medienübergreifenden Bezeichnung wird eine unreflektierte Übernahme marketing- bzw. unternehmensgeprägter Ausdrücke vermieden. Zudem ist die Einheit *Posting* nicht nur für Twitter, sondern auch für alle anderen sozialen Netzwerkplattformen zentral, in denen Nutzerinnen kurze Texte verschicken und lesen können. Entsprechend ist das *Posten* die zentrale Produktions- und Distributionspraktik digitaler Kommunikation in Social Media.