

Medien ab und konstatiert entsprechend gegenüber dem klassischen World Wide Web:

»[I]ncreasing automation in the creation of hyperlinks through platform features. Social media platforms have introduced a number of alternative devices to organize relations between users, web objects and content through web activities of sharing, liking, tweeting or digging enabled by social buttons. These devices are understood as pre-configured platform links, which function as a call into the database initiating data connections with the associated platform.« (Helmond 2015 :69)

Hyperlinks werden etwa auch generiert, wenn man Buttons betätigt, z.B. um ein Foto in ein Posting einzufügen. Ähnlich wie bei Retweets gibt es also verschiedene Wege, den Hyperlink-Operator einzusetzen und somit in Postings vielfältige Verweisstrukturen zu erzeugen und *Verbindungen* zu konstituieren.

3.4 ZUSAMMENFASSUNG

Durch ihre sichtbare Operativität werden Postings in Twitter zu einem Paradeffall für *accounts* im Garfinkel'schen Sinne (vgl. Garfinkel 1967b; Thielmann 2012 und Kap. 2.2.2). Sie sind beobachtbar, darstellbar bzw. beschreibbar sowie operativ verarbeitbar und berechenbar.¹⁵⁶ Twitter-Postings sind somit wirklichkeitskonstituierend:

»Grundlage einer *sozialen Medienwelt* – wie jeder anderen sozialen Welt – ist, dass das Wirkliche das Erscheinende ist und nicht etwa das Vorstellbare. Es gibt keine andere Wirklichkeit hinter den Erscheinungen, sondern Erscheinung und Wirklichkeit sind identisch. Erst in der sozialen Interaktion stellt sich Objektivität von als ‚objektiv‘ wahrgenommenen Ereignissen her.« (Thielmann 2012: 98)¹⁵⁷

156 Es gibt unzählige Studien zu Twitter, die gerade aus der quantitativen Auswertung der operablen Daten Schlüsse auf soziale und gesellschaftliche Wirklichkeiten ziehen. Diese Studien verkennen die Verflechtung operativer und operabler Metriken mit hermeneutisch zu analysierenden kommunikativen Praktiken.

157 Vgl. hierzu auch das teils gleichlautende Zitat von Bergmann 2012a, zitiert in Kap. 2.2.1.

Was Twitter-Postings über sich selbst mitsamt ihrer Metrik und ihrer Verflechtung von Primär- und Metadaten aussagen, ist semiotisch überaus dicht, dabei hochgradig indexikalisch und stellt somit hohe Anforderungen an ihr situatives Verstehen. Die durch Postings „konstruierte gesellschaftliche Wirklichkeit ist eine Vollzugswirklichkeit“ (Thielmann 2012: 99). Sie vollzieht sich in sozialen Medien im jeweiligen Hier und Jetzt, nicht allein des Postens, sondern vielmehr des Lesens und des Interagierens. Denn Sichtbarkeit allein reicht nicht aus, sie muss – und davon ist in der Twitter-Kommunikation insbesondere dann auszugehen, wenn Postings metrisch intensiv verarbeitet und anhand ihrer Quantitäten distribuiert werden (vgl. Dang-Anh/Rüdiger 2015) – auch grundsätzlich wahrgenommen werden. Damit werden unsichtbare Praktiken, wie die nichtkommentierende Rezeption, das *lurking*¹⁵⁸, ebenso als fortwährende Rezeptionspraktiken unterstellt, wodurch sich das Posten in sozialen Medien immer im Modus potentieller Dialogizität vollzieht. Ohne die Unterstellung von Rezeption wäre Kommunikation in sozialen Medien sinnlos.

Interessanterweise bietet hierbei der Like-Button¹⁵⁹ die Gelegenheit zur *responsiven Rezeption*.¹⁶⁰ Darunter sei die Möglichkeit verstanden, das Lesen eines Postings durch Betätigung des Like-Buttons (an den Verfasser gerichtet) zu kennzeichnen. Rezeption wird somit im Sinne einer Lesebestätigung ‚sichtbar‘: ‚Ich habe davon Kenntnis genommen‘. Für Facebooks Like-Button vermuten Paßmann und Gerlitz, dass dieser Nutzerinnen dazu animiere, „lediglich positiv bewertete Inhalte zu teilen und die konfliktbelasteten eher zu vernachlässigen“ (Paßmann/Gerlitz 2014: 8). Bei Facebook bedeutet die Nutzung des Like-Buttons gleich-

158 Murthy versteht unter der Rezeptionspraktik des *lurking* „observe profiles without their target knowing of this lurking“ (Murthy 2012: 4).

159 Der Like-Button löst 2015 den ‚Favorisieren-Button‘ ab; vgl. zur Genealogie der Favorisieren-Funktion Paßmann/Gerlitz 2014. Paßmann identifiziert noch für den Favorisieren-Button zwei unterschiedliche Verwendungsweisen, diejenige als *Gabe*, als „Transaktionspraktik (man gibt bzw. bekommt einen Fav)“, und diejenige als *Bookmark*, „als Speicherpraktik (man favorisiert Tweets so, wie man auch URLs in einem Browser favorisieren kann)“ (Paßmann 2018: 152).

160 Vgl. zur kommunikativen Funktion des Like-Buttons auf der Social-Media-Plattform Facebook auch Marx 2018.

zeitig die Distribution des gelikten Postings und löst so den Share-Button ab (vgl. Paßmann/Gerlitz 2014: 6ff.). Gelikte Beiträge haben eine größere Wahrscheinlichkeit, in den Timelines der eigenen Abonnenten zu erscheinen. Mittlerweile geht mit einem Like in Twitter eine ebensolche distributive Operation einher. Likes dienen in Twitter u.a. dazu, Interaktionssequenzen abzuschließen, sodass als letzter Turn in einer Interaktion gewissermaßen die Kenntnisnahme des zuletzt geschriebenen Turns angezeigt wird.¹⁶¹ Dass dies eine unter vielen möglichen Verwendungsweisen ist, deutet darauf hin, dass dem Like-Button eine gewisse „interpretative Flexibilität“ (Paßmann 2018: 154; vgl. auch Dijck 2011) zukommt.

Die demnach produktiv, distributiv und rezeptiv ablaufenden praktischen Wirklichkeitsvollzüge konstruieren mit Garfinkels Worten „[t]he objective reality of social facts as an ongoing accomplishment of the concerted activities of daily life“ (Garfinkel 1967b: vii). Soziale Medien spielen in den alltäglichen Verfertigungen des Sozialen und Kulturellen eine immer gewichtigere Rolle, denn

»[...] offenbar gelingt es sozialen Medien wie Facebook und Twitter, unhinterfragt die objektive Wirklichkeit sozialer Tatsachen als eine fortwährende Hervorbringung („an ongoing accomplishment“) geteilter Alltagsaktivitäten zum Vorschein zu bringen, genau so wie dies Garfinkel beschrieben hat: allein aufgrund ihrer öffentlich proklamierten *accountability* und damit der prinzipiellen Reflexivität und Indexikalität, die sie in sich tragen und ungefragt zur Darstellung bringen, auch ganz ohne dass es einer sozialwissenschaftlichen Experimentalanordnung [...] bedarf.« (Thielmann 2012: 98)

Die Daten, die als Spuren des Verhaltens in Social Media erzeugt werden, stellen eine reichhaltige, aber auch mit Umsicht und Kontextualisierung zu behandelnde Quelle wissenschaftlicher Analysen von Sozialität und Kulturalität dar. Accounts, also in Alltagspraktiken vollzogene indexikalische Kennzeichnungen von Sozialität, liefern die Beteiligten in der Twitter-Kommunikation und -Interaktion fortlaufend mit. Dabei er-

161 In Chat- bzw. Messenger-Konversationen wird dies oftmals durch Emoticons, z.B. durch das Symbol eines hochgestreckten Daumens, bewerkstelligt; vgl. zu Emoticons Albert 2015.

öffnen sich durch die Operativität des Mediums Twitter quasistandardisierte Zugriffe auf Teilelemente der kommunikativen Praktiken, die die Nutzerinnen in Twitter vollziehen. Rogers stellt, auch ausgehend von der relativ einfachen Verfügbarkeit¹⁶² von Twitter-Daten, ihren Nutzen für die Forschung heraus:

»Twitter is particularly attractive for research, owing to the relative ease with which tweets are gathered and collections are made, as well as the inbuilt means of analysis, including retweets for significant tweets, hashtags for subject matter categorisation, @replies as well as followers-followees for network analysis, and shortened URLs for reference analysis.« (Rogers 2014: xxi)

Während Rogers hier primär auf quantitative Zugänge abhebt, ist es aus medienlinguistischer Perspektive erforderlich, Twitter-Kommunikation auch qualitativ zu untersuchen. Androutsopoulos und Weidenhöffer konstatieren mit Goffman, dass der Twitter-Austausch einen „open state of talk“ (Goffman 1981: 134) darstelle, „der gekennzeichnet ist durch diskontinuierliche Kommunikation mit fehlendem Interaktionszwang, starke Kontextbindung und Fragmentierung der einzelnen Beiträge“ (Androutsopoulos/Weidenhöffer 2015: 27). Umso wichtiger ist daher eine Analyse, die eine Kontextualisierungsleistung vollzieht, indem sie einzelne Beiträge in einen Zusammenhang bringt, der den kommunikativen und sozialen Situationen und Wirklichkeiten der Beteiligten entspricht. Die Accounts und die Indexikalität, die die Beteiligten beim Posten in Twitter geben und vollziehen, liefern dabei wichtige Hinweise auf die im Spiel befindlichen Situationen und Praktiken, die nicht in quantitativen Zugängen aufgelöst werden können. Ebenso wie die Beteiligten twittern können müssen, muss auch die Analyse hinsichtlich dieser Deindexikalisierung und Kontextualisierung, die erst ein analytisches *Verstehen* der kommunikativen und sozialen Praktiken hervorbringen, gekonnt sein.

Die in diesem Kapitel gezogene Linie Sehfläche – Posting – Operatoren verdeutlicht, dass sich sprachliche und kommunikative Bedeutun-

162 Im Detail betrachtet, hat die Datenerhebung dennoch Fallstricke, worauf im Methodenkapitel näher eingegangen wird. Vgl. zu Einschränkungen bei der Datenanalyse von hashtagbasierten Korpora D’heer et al. 2017.

gen, die im Rahmen sozialer Praktiken stattfinden (vgl. Kap. 2.4.4 und Habscheid 2016), im Zusammenspiel von Sichtbarem (Timeline, Posting usw.) und unsichtbaren Operationen konstituieren, die wiederum ihre Outputs in Sichtbares (Redistributionen, Benachrichtigungen, typografische Markierungen, Zeitstempel etc.) umsetzen. Die Operativität des Mediums prägt die für es spezifische Kommunikation, indem sie *Verbindungen* herstellt und somit Möglichkeiten bereitstellt und über Grenzen verfügt, die den Rahmen für die vielfältigen kommunikativen Praktiken aufspannen, die die Beteiligten in ihm vollziehen. Was sie sich sichtbar zu verstehen geben, ihre Accounts, prozessieren die Beteiligten immer unter dem Schirm der Operativität des Mediums, in dem sie sich bewegen. Dass es keine nichtmediale Kommunikation gibt (vgl. Schneider 2006), wird in Postings und Timelines des Mediums Twitter offenbar.¹⁶³ Doch auch wenn Medien Kommunikation und Interaktion stratifizieren, so bleiben kommunikative Praktiken ein genuin menschliches Spiel, das sich immer in einem medialen Rahmen bewegt und seine Bewegungsfreiheit darin genießt. Kommunikative Praktiken in Twitter sind dementsprechend so vielfältig, dass sie in Bezug auf ihre Kontexte und Situationen aufgelöst werden müssen, in denen sie sich vollziehen. Der Blick wurde daher hier bewusst vom Posting als Text auf das Posten als Praktik gelenkt. Einsichten in kommunikative Praktiken können sich aber immer nur in der Auseinandersetzung mit dem in Praktiken entstandenen Material erweisen.¹⁶⁴

163 Luginbühl (2019) spricht treffend von einer *medialen Durchformung* der Kommunikation.

164 Dieses Datenmaterial ist seinerseits medialen Zurichtungen ausgesetzt, wie sich z.B. an Transkriptionen von Gesprächsdaten zeigt (vgl. Deppermann 2008: 31ff. sowie zur Erfassung, Analyse und Methodenreflexion von Medienpraktiken Dang-Anh et al. 2017).