

# "Das Leben in 140 Zeichen...heisst Twitter :-)" : Teil I: Kommunikative Aspekte der Microblogging-Plattform Twitter : (Fortsetzung folgt)

Autor(en): **Moraldo, Sandro M.**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Sprachspiegel : Zweimonatsschrift**

Band (Jahr): **68 (2012)**

Heft 3

PDF erstellt am: **28.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-422018>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# «das Leben in 140 Zeichen ...heisst Twitter :-))»

## Teil I: Kommunikative Aspekte der Microblogging-Plattform *Twitter*

Von Sandro M. Moraldo\*

**I**m Jahre 2006 gründeten in San Francisco Biz Stone, Jack Dorsey und Evan Williams ein Unternehmen, um Nutzern die Möglichkeit anzubieten, in maximal 140 Zeichen Länge sogenannte Tweets im Web zu verbreiten und zu empfangen. Es bezeichnet sich selbst als «ein Echtzeit-Informationsnetzwerk», das seine Nutzer «mit den neuesten Geschichten, Ideen, Meinungen und Nachrichten über das verbindet», was sie selbst interessant finden<sup>1</sup>. Nach dem Motto *Share and discover what's happening right now, anywhere in the world* sollten Status-Updates, Meldungen, Beobachtungen, Statements, Aphorismen, Witze, Eindrücke, Erfahrungen etc. ausgetauscht werden.

Die unter dem Namen *Twitter* registrierte Dienstleistung ist mittlerweile zum Markennamen schlechthin und zum Standard des *Microblogging* avanciert – und das mit der ursprünglich recht banalen und simplen, aber durchaus erfolgreichen Idee, sich mit Freunden darüber auszutauschen, was man gerade tut: «Twitter is a free service that lets you keep in touch with people through the exchange of quick, frequent answers to one simple question: *What are you doing?*»<sup>2</sup>. Am 19. November 2009 verkündete das Dienstleistungsunternehmen dann auf seinem Blog folgende Meldung: «What are you doing? isn't the right question anymore – starting today, we've shortened it by two characters. Twitter now asks, *What's happening?*» Der

\* Prof. aggr. Dr. phil. Sandro M. Moraldo, Università degli Studi di Bologna, Corso della Repubblica 136, I-47121 Forlì, sandro.moraldo@unibo.it

Die Studie erscheint in zwei Teilen. Der Titel entstammt einem Twitter-Eintrag; er endet mit dem Emoticon für ein lachendes Gesicht, vgl. Liste auf S. 82. Alle Literaturangaben beziehen sich auf das im Internet zugängliche Verzeichnis: [www.sprachverein.ch/moraldo.pdf](http://www.sprachverein.ch/moraldo.pdf)

<sup>1</sup> [twitter.com/about](http://twitter.com/about)

<sup>2</sup> Ursprüngliche Selbstdarstellung auf [twitter.com/about](http://twitter.com/about). Englische Zitate werden aus Platzgründen nicht übersetzt.

Grund: «People, organizations, and businesses quickly began leveraging the open nature of the network to share anything they wanted, completely ignoring the original question, seemingly on a quest to both ask and answer a different, more immediate question, *What's happening?*»<sup>3</sup> So ist *Twitter* mit seinem kontinuierlichen Zuwachs an Usern die Nummer 1 unter den Microblogging-Plattformen.<sup>4</sup>

Der vorliegende Beitrag setzt sich mit den kommunikativen und sprachlichen Aspekten von *Twitter* auseinander. Im gleich anschließenden Kapitel 1 wird die Kommunikationsform im Kontext der Bandbreite der Web-2.0-Anwendungen behandelt und der Frage nach deren Nutzung nachgegangen. In Kapitel 2 wird der praktische Gebrauch der Plattform anhand von Textbeispielen vorgestellt. In Teil II (im nächsten «Sprachspiegel») sollen dann die in *Twitter* untersuchten sprachlichen Muster erörtert werden – auf der Grundlage des von Koch/Oesterreicher (1990, 1994, 1996, 2007) präsentierten Modells der medialen und konzeptionellen Mündlichkeit/Schriftlichkeit und der von Androutsopoulos (2007) zusätzlich veranschlagten Parameter zur Bestimmung einer «neuen Schriftlichkeit». Den Abschluss bildet ein kurzes Fazit beider Teile.

## 1. *Twitter* im Mitmachnetz Web 2.0

*Twitter* ist eine innovative Kommunikationsplattform, die sich nahtlos in das «Mitmachnetz» einfügen lässt. «Mitmachnetz» bedeutet, dass Informationen im WWW nun nicht mehr allein von professionellen Anbietern für den Verbraucher bereitgestellt werden, sondern dass die User «selbst zu Produzenten von Informationen werden und ihre Erlebnisse, Schilderungen, Meinungen oder persönlichen Daten mit anderen Menschen teilen» (Schmidt/Frees/Fisch 2009: 50). In dieser «Partizipation der Nutzer» (Busemann/Gscheidle 2009: 356) besteht der Mehrwert des Web-2.0-Konzeptes. Vollzogen wurde damit

<sup>3</sup> [blog.twitter.com/2009/11/whats-happening.html](http://blog.twitter.com/2009/11/whats-happening.html)

<sup>4</sup> Andere wie *Tumblr*, *My2i.com*, *whatyadoin.com*, *Plurk*, *Emote.in*, *PingGadget* oder *Jaiku* hatten eindeutig das Nachsehen.

ein nicht ganz unwesentlicher Schritt vom Internet als *content provider* zur Plattform für *user generated content*. In der Bandbreite der Web-2.0-Anwendungen stellt nun *Twitter* eine weitere Möglichkeit des sozialen Miteinanders, des aktiven Informationsaustausches und der produktiven wie rezeptiven Beteiligung am Kommunikationsprozess dar. Die ARD/ZDF-Onlinestudie 2010<sup>5</sup> hat gezeigt, dass klassische Kommunikationsanwendungen den zentralen Nutzungsaspekt im Internet darstellen. Das Fazit in Bezug auf den typischen Internetnutzer lautet: «Die meiste Zeit wird für oder mit Kommunikation aufgewendet». Fast unbegrenzte Nutzungsoptionen machen «ein reichhaltigeres und komplexeres Angebot möglich, das auf mehreren Distributionsplattformen linear und nicht-linear zugänglich ist» (ARD/ZDF 2007: 27). Erstaunlich ist aber, dass trotz der Konkurrenz des Web 2.0 «traditionelle» Kommunikationskanäle nach wie vor eine dominante Rolle spielen. So zählen gerade «klassische Partizipationsmöglichkeiten» wie E-Mail, Chat oder die Teilnahme an Foren zu den am meisten genutzten Internetanwendungen: «84 Prozent der Onliner senden und empfangen mindestens wöchentlich E-Mails, 29 Prozent nutzen Instant-Messaging-Dienste wie ICQ, MSN Messenger oder Skype, und ein Fünftel (19%) tauscht sich in Gesprächsforen, Newsgroups oder Chats aus» (Busemann/Gscheidle 2010: 359).

## 2. *Twitter* als neue Kommunikationsplattform

Auf *Twitter* kann der registrierte Nutzer mit eigenem Namen oder einem Nicknamen, «der mit einem vorangestellten @-Zeichen als Adresse fungiert» (Moraldo 2009: 258), Textnachrichten von 140 Zeichen Länge verschicken. Der Dienstleister selbst nennt seine Tweets «winzige Informationspartikel». <sup>6</sup> In die Statuszeile *What's happening?/Was passiert gerade?* wird die Kurznachricht eingetragen und dann mit dem Klicken auf *Twittern* in die Twittersphäre gepostet. Bei der Eingabe achtet ein rückwärts laufender Zähler darauf, dass die

<sup>5</sup> Für eine ausführliche Übersicht der Onlineanwender 2010 – nach Geschlecht und Alter – vgl. van Eimeren/Frees (2010: 338), die zahlreiche Internetanwendungen «von E-Mails über Communitys bis hin zu Video- und Audioinhalten» auflisten.

<sup>6</sup> [twitter.com/about](http://twitter.com/about)

140 Zeichen nicht überschritten werden. Der Nutzer entscheidet dabei selbst, ob die Nachricht öffentlich zugänglich gemacht werden soll, «meaning that the messages appear in reverse chronological order on the <public timeline> on Twitter.com's homepage and on the individual user's Twitter page (the user's <microblog>»), oder ob die Nachricht nur für registrierte Abonnenten seiner Texte, sogenannte *Follower* bestimmt ist, «meaning that only those who have subscribed to the user's feed (<followers>) are able to see the message»<sup>7</sup>. Sofern Tweets gesperrt sind, erscheint – wie hier im Beispiel von @sandii\_19's – folgende Meldung: «@sandii\_19's sind geschützt. Nur bestätigte Follower haben Zugang zu @sandii\_19's Tweets und Profildetails. Du musst eine Anfrage senden, bevor du diesem Account folgen kannst.»<sup>8</sup>

Twitter hat sich längst zum Kommunikationstool entwickelt, das die verschiedensten Textsorten und kommunikativen Gattungen umspannt. Auch wenn der Small Talk den tatsächlichen Reiz von Twitter ausmachen sollte, lassen sich neben (meist) belanglosen Kurzmitteilungen über den Alltag und einfachen Statusberichten auch interessante Diskussionen verfolgen, Augenzeugenberichte aus Krisenregionen oder News im journalistischen Kleinformat verfassen. Das Dienstleistungsunternehmen selbst meint: «Twitter has grown into a real-time short messaging service that works over multiple networks and devices. In countries all around the world, people follow the sources most relevant to them and access information via Twitter as it happens – from breaking world news to updates from friends».<sup>9</sup>

Damit auch jemand die Nachricht(en) liest, die ein Twitter-Accountinhaber verschickt, müssen sogenannte *Follower* gefunden werden. *Follower* sind Twitterer, die Nachrichten anderer abonnieren, also jemandem *folgen* (*Twitter ist lustig! Über manche Follower krieg ich keine E-Mail-Benachr. und manchmal krieg ich welche, obwohl die*

<sup>7</sup> Honeycutt/Hering (2009: 2)

<sup>8</sup> Registrierte Nutzer können ein Foto hochladen, das dann mit jedem Tweet angezeigt wird. Aus Platzgründen werden diese Buddy-Icons hier gelöscht. In weiteren Beispielen auch die Zeile mit den Optionen Antworten und Retweet (Weiterleiten).

<sup>9</sup> Vgl. [twitter.com/about](http://twitter.com/about)

*Leute mir nicht folgen ...*), oder wie es Neudeutsch heisst: followen (*@ennomane und ich frag mich grade, warum ich dir eigentlich überhaupt followe oO*). Wie bei neuen Medien (SMS, Chat, E-Mail, Blog) allgemein üblich, ermöglicht es auch *Twitter*, mit «zwei oder mehreren Individuen Kommunikationsereignisse zu initiieren und interaktiv fortzusetzen» (Androutsopoulos 2007: 75). Tweets sind in erster Linie nicht dialogzentriert. Doch auch wenn *Twitter* ursprünglich weniger als Kommunikations- denn als Informations- und Mitteilungsplattform konzipiert wurde, bietet es mittels einer Replytaste die Möglichkeit eines Gesprächs und Meinungsaustauschs. Kommunikationstechnisch gesehen klickt man bei einem abonnierten Tweet auf *Antworten*, und im <Tweetkasten> erscheint dann automatisch *@Username* des ursprünglichen Verfassers der Mitteilung. Man braucht dann nur noch den Kommentar einzutippen, wie in der folgenden Twittererei zwischen *10jin* und *Beknacktos*:

*10jin*: Will nich aufstehn -.-

11:43 AM Mar 5th via *Osfoora for iPhone* Antworten  
Retweet

*Beknacktos*: *@10jin* dann lass es

11:46 AM Mar 5th via *Echofon* als Antwort auf *10jin*  
Antworten Retweet

*10jin*: *@Beknacktos* nah. das we is eh so kurz... Obwohl...  
Montag frei \o/

12:02 PM Mar 5th via *Osfoora for iPhone* als Antwort  
auf *Beknacktos*

*10jin* schickt an seine Follower ein Tweet, in welchem er ihnen mitteilt, dass es ihm schwerfalle, aufzustehen. *Beknacktos*, der die Tweets von *10jin* abonniert hat, antwortet ihm drei Minuten später, er solle eben weiter im Bett liegen bleiben. Knapp eine Viertelstunde später antwortet dann *10jin*, dass er aufstehen werde, da das Wochenende sowieso schon sehr kurz sei. Die Aussage wird allerdings durch das folgende *korrektive obwohl* (vgl. dazu Günthner 1999 und Moraldo 2012 i. Er.) noch einmal revidiert.

## Emoticons – Gefühlsausdruck via Tastatur

:-) lachend	:~X schweigend
:-( traurig	:~! Übelkeit
;-) augenzwinkernd	:~I nichts zu lachen
‘-) augenzwinkernd	:~/ skeptisch
:’-( weinend	‘~/ sehr skeptisch
:~  grimmig	:~-( heulend
:~> sarkastisch	:’-) vor Freude weinend
>:~> teuflische Bemerkung	:~* Kuss
>;~> teuflisch, zwinkernd	:~B begeistert
:~O erstaunt	:~c unglücklich
:~o erschreckt	:~C sehr unglücklich
:~D laut lachend	(~: Linkshänder
:~P Zunge zeigend	:~[ schüchtern oder Vampir

Quelle: [www.greensmilies.com/smilie-lexikon](http://www.greensmilies.com/smilie-lexikon) – Diese Website enthält eine grosse Auswahl weiterer Emoticons, auch in grafischer Gestalt. Werden die symbolischen Darstellungen um 90 Grad im Uhrzeigersinn gedreht, ähneln sie den als «Smilies» bekannten stilisierten Gesichtern.

Dieser <getippte Dialog> (Dürscheid/Brommer 2009)<sup>10</sup> über das <kurze Wochenende> («we») macht auch deutlich, dass *Twitter* in erster Linie eine asynchrone Kommunikationsform ist. D. h.: Die dialogische Kommunikation findet im zeitlich «zerdehnten Austausch» statt (Androutsopoulos 2007: 78). Es kann zwar unter bestimmten Umständen vorkommen, dass ein Twitter-Dialog in quasi Echtzeit vonstatten geht. Meist vergehen (wie in diesem Fall) jedoch Minuten, manchmal gar Stunden oder Tage, bis initiierte Gesprächs-

<sup>10</sup> Im Gegensatz zu Storrer (2001), die den Begriff <getippte Gespräche> in die Diskussion eingeführt hat, ziehen Dürscheid/Brommer (2009: 4) m. E. zu Recht «die Bezeichnung <getippte Dialoge> vor, da bei diesem Schreiben in den neuen Medien trotz der Nähe zur medialen Mündlichkeit das wesentliche Merkmal von Gesprächen fehlt: Rezeption und Produktion der Äusserung laufen nicht simultan.»

sequenzen abgeschlossen werden. Reichen 140 Zeichen nicht aus, dann besteht zum einen die Möglichkeit, ein zweites Tweet hinterherzuschicken, wie in dieser Twitterei zwischen LeTs RoCk It x3 und OTWGerrit:

LeTs RoCk It x3: Schuldgefühle haben sich verdoppelt...

OTWGerrit: @LeTs RoCk It x3 weshalb das wieder?

LeTs RoCk It x3: @OTWGerrit Naja weil mir der <Bekannte> von dem ich vorhin schon sprach zum Geb. gratuliert hat, was ich eben erst gemerkt hatte obwohl ...

LeTs RoCk It x3: @OTWGerrit ich so bescheuert zu ihm gewesen war letztes Jahr ... -.->

Übernommen wird in diesem Beispiel die aus dem Chat übliche «Fortsetzungsmarkierung durch Auslassungspunkte am Ende des Turns» (Storrer 2000: 555). Dadurch wird dem Kommunikationspartner angezeigt, dass der Mitteilungsstrang noch nicht beendet ist und ein zweiter Tweet zur Weiterführung und Vervollständigung folgt. Dass die Fortsetzungsmarkierung allerdings nicht obligatorisch ist, zeigen die von msweetsalvation an little voice adressierten zwei Tweets:

msweetsalvation (**Tweet 1**): @little voice und ich wollte dir mal meine FF Idee erzählen aber i-wie habe ich angst du lachst ;) was net heitsst, ich fange jetzt an zu

msweetsalvation (**Tweet 2**): @little voice schreiben, gott bewahre ;)

Wenn 140 Zeichen zu wenig sind, gibt es weiterhin die Möglichkeit, die Kommunikationsplattform zu wechseln. Dies kann auf ver-



schiedene Art und Weise geschehen. Entweder man wechselt von einem *social network* zum anderen, wie hier von *Twitter* zu *Facebook* (FB):

- msweetsalvation: @little\_voice mein Englisch würde dafür absolut nicht ausreichen, aber ich habs mal geträumt und fands ganz toll
- little\_voice: @msweetsalvation ooh jaa, bitte erzähl!! :) Kannst auch eine DM schreiben wenn du nicht willst dass es jeder liest ;)
- msweetsalvation: @little\_voice aber net lachen \*promise\* Ich schreibs auf FB, 140 Zeichen sind zu wenig ;)
- little\_voice: @msweetsalvation I promise :) Und ja, mach das mal! ;)
- msweetsalvation: @little\_voice OKI, ich beeil miich und wehe du lachst, kann NIX für mein Unterbewusstsein ;O)
- little\_voice: @msweetsalvation ich lach jetzt schon weil du so süss bist! LOL ... Aww, Gilly und ihr Orange Slushie!! :D «How OLD are you?» LOL
- msweetsalvation: @little\_voice OKAY bin fertisch, und danke für dein Verständnis ;)

oder aber man wählt eine kostenpflichtige Web-Applikation, z. B. *TwitLonger*, mit der sich nach dem Motto: *For when you talk too much for twitter* problemlos die 140-Zeichen-Grenze umgehen lässt.<sup>11</sup> Man meldet sich mit seinem Twitter-Account bei *TwitLonger* an, nutzt das zur Verfügung gestellte Eingabefeld. Auf der öffentlichen oder der privaten Timeline (Nachrichtenablage) veröffentlicht *TwitLonger* anschliessend einen Teil des Tweets, meist gefolgt von einem eingeklammerten *cont* (Abkürzung für *continue* = fortsetzen) und dem dazugehörigen Link. Anschliessend kann man nach dem Klicken auf die Kurz-URL den Rest der Nachricht lesen. In folgendem Beispiel sieht man die komplett vom User bei *TwitLonger* ein-

<sup>11</sup> [www.twitlonger.com/about](http://www.twitlonger.com/about)

gegebene Textnachricht und dann das tatsächlich in der Timeline erscheinende Tweet:

### **Tweet in Originallänge bei *TwitLonger*:**

Solange Du so sympathisch und so nah bei deinen Fans bleibst, ist es egal ob Du beim VfB spielst oder irgendwo anders. Glaube an eine weitere Chance, es muss ja nicht beim VfB sein, wobei ich da nichts dagegen hätte. Viel Glück und Erfolg, bleib so wie Du bist. Wish you all the best, Timo!

### **Tweet in gekürzter Fassung in der Timeline:**

Solange Du so sympathisch und so nah bei deinen Fans bleibst, ist es egal ob Du beim VfB spielst oder irgendwo (cont)  
<http://tl.gd/a7h0h1>

Eine Kurzmeldung kann auch von den eigenen Followern an deren Abonnenten weitergeleitet werden. Angezeigt wird dies durch die Sigle RT (= Retweet). Dem Verweis RT kann ein kurzer Kommentar vorausgeschickt werden, es folgt das RT-Zeichen mit der Twitter-Adresse des Nutzers (@Username) und schliesslich der Original-Tweet. Handelt es sich um eine persönliche, private Mitteilung an einen Follower, die nur von ihm erhalten und gelesen werden soll, kann man über die DM-Funktion (Direct Message) den Tweet direkt verschicken (@gicklbyte *Schick uns mal bitte deine PLZ + Rufnummer per DM. Dann können wir das genauer prüfen.*). Einzelne Wörter lassen sich in einer Kurznachricht mit einem vorangestellten Hashtag (aus engl. hash = Raute und tag = Anhänger) ikonisch als Schlag- oder Stichwort markieren (#Kanzlerin *hat Kondolenzschreiben an Präs. #Obama* wg. *Tornadokatastrophe und König Mohammed VI. v. Marokko* wg. *Terroranschlags geschickt.*). Das mit # getagte Schlagwort wird dabei farblich hervorgehoben. Wer es anklickt, erhält weitere dazu passende Nachrichten desselben Ursprungs angezeigt.

(cont) bzw. (Fortsetzung folgt)