

Melanie Schippling

Universität zu Köln

Semantische Anreicherung von Hashtags auf Twitter - Eine Analyse am Beispiel #SozialerTag

Durch das Internet ist es Menschen weltweit möglich, in Sekundenschnelle miteinander in Kontakt zu treten und zu kommunizieren. Wesentlich ist hierfür jedoch Folgendes: „Damit wir miteinander schnell und problemlos interagieren können, müssen wir nicht nur ‚bedeutungsvolle‘ Äußerungen von uns geben, sondern zugleich Kontexte aufbauen, innerhalb derer unsere Äußerungen verstanden werden“ (Auer 1986: 41). Das soziale Netzwerk Twitter mag auf den ersten Blick wirken wie ein Raum voller fluktuierender unzusammenhängender Einzeläußerungen. Wie kann eine zielgerichtete Lenkung der Aufmerksamkeit erfolgen? Das Hashtag, ein wesentliches Kommunikat von Twitter, steht im Zentrum der Ausführungen: Inwiefern lässt ein Hashtag Rückschlüsse auf das Thema des gesamten Tweets zu? Was an Semantik transportiert es bereits und welche Konsequenzen hat die Verknüpfung der Zeichenkombination mit jedem ihrer anderen Vorkommen? In welcher Beziehung stehen etwa die folgenden drei Beispiele zueinander?

- (1) User0: #SozialerTag-Projekt im Flüchtlingslager Za'atari ermöglicht [...]
- (2) User94: Mücken Blut spenden. #sozialertag #aua #scheißkram
- (3) User104: Wenn jemand d. Ministerin Böses will, soll man das nicht auf d. Rücken der Initiative tun. #sozialertag #piraten #cdu

Diesen Fragen wird mit einem textlinguistischen Ansatz nachgegangen, indem diskutiert wird, ob und inwiefern Tweets als Texte gesehen werden können sowie welche Rolle dabei Hashtags zukommt. Es geht zunächst um die Frage, inwiefern bei deren Verwendung eine semantische Anreicherung möglich ist und sich vollziehen kann. Die Untersuchung, wie sich eine solche Anreicherung konkret manifestieren kann, erfolgt anhand eines eigens zu diesem Zweck angelegten Korpus aus Tweets zum Hashtag #SozialerTag, das aufgrund seines topikal Bezug für eine beispielhafte Analyse geeignet zu sein scheint.

Literatur (in Auswahl)

Auer, Peter. 1986. „Kontextualisierung.“ *Studium Linguistik* 19. 22-47.

Bruns, Axel & Jean Burgess. 2011. „The Use of Twitter Hashtags in the Formation of Ad Hoc Publics“ Vortrag auf dem European Consortium for Political Research Conference Reykjavik, 25.-27. August 2011.

<<http://snurb.info/files/2011/The%20Use%20of%20Twitter%20Hashtags%20in%20the%20Formation%20of%20Ad%20Hoc%20Publics%20%28final%29.pdf>> (16.03.2015).

Bruns, Axel & Hallvard Moe. 2013. „Structural Layers of Communication on Twitter.“ In: Katrin Weller et. al. (Hrsg.), *Twitter and Society*. New York, NY u.a.: Peter Lang. 15-28.

Demuth, Greta & Elena Katharina Schulz. 2010. *Wie wird auf Twitter kommuniziert? Eine textlinguistische Untersuchung*. Networx 56.

<<http://www.mediensprache.net/networx/networx-56.pdf>> (09.03.2015).

Einspanner-Pflock, Jessica & Werner Reichmann. 2014. „Digitale Sozialität‘ und die ‚synthetische Situation‘ - Konzeptionen mediatisierter Interaktion.“ In: Friedrich Krotz & Cathrin Despotović & Merle-Marie Kruse (Hrsg.): *Die Mediatisierung sozialer Welten. Synergien empirischer Forschung*. Wiesbaden: Springer. 53-72.

Zappavigna, Michele. 2011. „Ambient Affiliation: A Linguistic Perspective on Twitter.“ *New Media & Society* 13 (5). 788-806.