SPRACHE · MEDIEN · INNOVATIONEN

Herausgegeben von Jens Runkehl, Peter Schlobinski und Torsten Siever

Band 3

Torsten Siever / Peter Schlobinski (Hrsg.)

Entwicklungen im Web 2.0

Ergebnisse des III. Workshops zur linguistischen Internetforschung

PETER LANG
Internationaler Verlag der Wissenschaften

SPRACHE · MEDIEN · INNOVATIONEN

Herausgegeben von Jens Runkehl, Peter Schlobinski und Torsten Siever

Band 3

PETER LANG
Frankfurt am Main · Berlin · Bern · Bruxelles · New York · Oxford · Wien

Torsten Siever / Peter Schlobinski (Hrsg.)

Entwicklungen im Web 2.0

Ergebnisse des III. Workshops
zur linguistischen Internetforschung

PETER LANG
Internationaler Verlag der Wissenschaften

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

Umschlaggestaltung:
© Olaf Glöckler, Atelier Platen, Friedberg

ISSN 2190-6386
ISBN 978-3-631-60530-1 (Print)
ISBN 978-3-653-02039-7 (E-Book)
DOI 10.3726/978-3-653-02039-7

© Peter Lang GmbH
Internationaler Verlag der Wissenschaften
Frankfurt am Main 2012
Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

www.peterlang.de

Einleitung

Es ist keine 20 Jahre her, dass das World Wide Web seine populäre Entwicklung begonnen hat – mit unvorhersehbaren Konsequenzen für sich selbst und die Medienlandschaft im Allgemeinen. Inzwischen nimmt die Zukunft der durch das Internet grundlegend beeinflussten Medien- und Kommunikationslandschaft allerdings Gestalt an; sie beginnt sich an Plakaten zu offenbaren, auf denen dafür geworben wird, dass sich Plakate nicht nur mobil buchen, sondern via Smartphone auch (und mit einem QR-Code (s. Netlink 693) versehen) gestalten lassen. Sie zeigt sich bei Arbeitnehmern, die ihr Büro dank Mobiltelefon und Surfstick (mit Internet-Flatrate) ins Café und in die Bahn verlegen und sicherlich auch an Konzepten wie der *Cloud*, in der sich inzwischen zahlreiche Anwendungen finden und die zunehmend von Privatpersonen und Unternehmen genutzt wird. Kaum ausgerufen, hat sich die Informationsgesellschaft zu einer Wissens- und Netzwerkgesellschaft verändert, die ohne Partizipation oder – schlagwortartiger formuliert – ohne die Entwicklung des *Web 2.0* (auch *Social Web* genannt) gar nicht denkbar wäre. Und der Fortschritt ist nicht auf den technischen Bereich beschränkt. Die Veränderungen ziehen sich durch sämtliche gesellschaftliche Segmente, ob in der Wirtschaft, Kultur oder Politik. In der Kunst (Ausstellungen im Netz, professionelle Fotocommunitys), der Literatur und sogar in der Politik verändert sich die Darstellungs- und Kommunikationsweise. Im politischen Bereich wird »das Web« durch twitternde Politiker informiert (oder umgekehrt) und mit Beteiligungsplattformen wie Adhocracy (http://adhocracy.de/) wird versucht, demokratische Strukturen zu erweitern bzw. die Demokratie »flüssiger«, transparenter und flexibler zu gestalten. Die Gesellschaft erschließt in und mit der Cloud einen neuen, weiteren Lebensraum.

Was an Kontur gewonnen hat, ist durch Faktoren wie Echtzeit und Vernetzung gekennzeichnet und gilt für sämtliche modernen Gesellschaften – weltweit. Mit zunehmender Geschwindigkeit beeinflussen die Teilhabenden ihre Strukturen und diese wirken wieder zurück auf die Gesellschaft. Als Folge beobachten wir eine sich verändernde Arbeitswelt, ein verändertes Freizeitver-

halten, andere Entscheidungsprozesse, neue Definitionen wie die von Freunden und Beziehung oder eine ungekannte Transparenz (etwa beim Sport durch Plattformen wie http://www.runtastic.com/) etc.

Die Kommunikationsformen des Internets bieten Möglichkeiten und Einschränkungen, die auch auf die sprachlichen Handlungen der Nutzer einwirken. Wer im (oder zumindest mit dem) Web 2.0 bestehen möchte, muss sich sprachlich anpassen: Dies gilt für die die Sprache prägenden Rahmenbedingungen wie Zeichenbegrenzungen ebenso wie für die Sprachhandelnden selbst, die sich der Kommunikationsformen auf ihre Weise bedienen. Die hier versammelten Beiträge bieten Einblicke in die genannten Veränderungen. Sie gehen auf Präsentationen während des III. hannoverschen Workshops zur linguistischen Internetforschung im März 2010 zurück und bilden gemeinsam einen Beitrag zur sich konstituierenden Medienlinguistik im Sinne einer Perspektive auf Medien mit linguistischen Mitteln. Gegenstand sind sowohl konkrete Kommunikationsformen wie Facebook, Microblogs, Communitys für Fotos und Literatur und maschinendeterminierte Dialoge sowie übergreifende Themen wie Partizipation, Interaktivität, Multimodalität, Hybridität, Mehrsprachigkeit und Code-Switching.

Um die Lesefreundlichkeit zu erhöhen, wurde darauf verzichtet, die für Belege zum Teil ausufernden Internetadressen in Gänze in den Fließtext zu integrieren. Stattdessen werden sie neben der Nennung der Domain mit einer Verweisziffer (*Netlink*) versehen. Die Ziffer dient als Schlüsselwert, durch dessen Eingabe unter http://www.mediensprache.net/netlink/ die gewünschte Internetseite aufgerufen wird, ohne dass die vollständige Adresse eingegeben werden muss.

Hannover, im April 2012

Inhaltsverzeichnis

Einleitung 5
Torsten Siever und Peter Schlobinski (Hannover)

1 Vom Web 1.0 zum Web 2.0 9
Jens Runkehl (Darmstadt)

2 »Determinierte Dialoge?« Chatbots auf dem Weg ins Web 3.0 25
Netaya Lotze (Hannover)

3 Kommunikation im Bild: Notizen in Fotocommunitys 49
Christina Margrit Müller (Zürich)

4 Zwischen Blog und SMS: Das Microblog Twitter.com aus sprachlich-kommunikativer Perspektive 73
Torsten Siever (Hannover)

5 Multimodalität im Netzdiskurs.Methodisch-methodologische Betrachtungen zur diskursiven Praxis im Internet 97
Stefan Meier und Vivien Sommer (Chemnitz)

6 Werbestrategien in deutscher und kroatischer Internet-Werbung für Campingplätze 115
Lucia Miškulin Saletović (Zagreb)

7 Sprachideologien auf Facebook: Diskussionen auf Gruppenseiten über den Sprachgebrauch in Luxemburg 133
Melanie Wagner (Luxemburg)

8 Stilmischung, Code-Switching & Co.: Hybriditätsarten im Internet 153
Larissa Shchipitsina (Archangelsk)

9 Literaturplattformen: Virtuelle Schreib- und Leseräume zwischen ›Schreib-Werkstatt‹ und ›Internetfamilie‹ 169
Gesine Boesken (Köln)

Die Autorinnen und Autoren 189

Jens Runkehl (Darmstadt)

1 Vom Web 1.0 zum Web 2.0

Der Begriff ›Web 2.0‹[1] hat als Schlagwort eine beachtliche Breitenwirkung entfaltet, indem das dahinterstehende Konzept mittlerweile auch Eingang von der digitalen in die analoge Welt gefunden hat. So findet sich neben der ›Computer-Maus 2.0‹ ebenso das ›Büro 2.0‹ oder der ›Schülerstreich 2.0‹. Als Schlagwort symbolisiert er Partizipation und Vernetzung der sozialen handelnden Akteure im digitalen Raum. Da beide Elemente jedoch auch schon Bestandteil des ›Web 1.0‹ waren[2], ist nach der besonderen, im engeren Sinne ›neuen‹ Qualität dieses Terminus zu fragen. Eine Klärung des Begriffs wird zusätzlich erschwert, wenn das Konzept von Web 2.0 unterschiedlich interpretiert wird. Mal werden Begriffe wie *Web 2.0* und *Social Web* synonym gebraucht (Stanoevska-Slabeva 2008: 16), an anderer Stelle wird ihnen eine jeweils unterschiedliche Qualität zugesprochen (Ebersbach/Glaser/Heigel 2008: 23ff.).

Wie immer man eine Klassifikation im Einzelnen vornimmt, und welche Wertigkeit man den einzelnen Bestandteilen beimisst, muss eins klar festgestellt werden: Web 2.0 ist nicht nur eine weitere technische Neuerung unter vielen. Der Begriff stellt ein Sammelbecken verschiedener Dienste bereit, welcher die gesellschaftliche, wirtschaftliche und politische Realität nachhaltig beeinflussen kann, oder auch schon verändert hat[3].

Betroffen sind dabei alle Bereiche des gesellschaftlichen Lebens gleichermaßen: Ob nun in der persönlichen, ökonomischen oder politischen Kommunikationslandschaft. Überall scheint das Gewicht von Partizipation und

1 Zur Entstehung des Begriffs beispielsweise Huber 2008: 13. Unter verschiedenen Gesichtspunkten einführend: Zeger (2009), Zerfaß/Welker/Schmidt (2008a+b), Huber (2008), Meckel/Stanoevska-Slabeva (2008), Gehrke (2007)

2 Teilhabe am Netz 1.0 drückt sich durch Bereitstellung oder Download von Informationen aus, während Vernetzung wesentlich durch die kommunikativen Dienste Chat und Mail geprägt sind.

3 So etwa im US-amerikanischen Wahlkampf von Barack Obama 2008, in der Veröffentlichung diplomatischer US-Berichte durch WikiLeaks 2010, oder der Plagiatsaffäre um die Dissertation von Karl-Theodor zu Guttenberg 2011.

Vernetzung – nach dem Web 1.0 – eine weitere, zusätzliche Qualität bekommen zu haben. Diese neue Qualität wird dabei durch ein weiteres Medium befördert: Durch die Übertragung der kommunikativen Möglichkeiten in die Welt der mobilen Kommunikation[4] ist dies automatisch mit in den Blick zu nehmen. Während die SMS anfänglich auf den Verbreitungsweg des Handys beschränkt war, interagieren Soziale Netzwerke oder Twitter mühelos über Smartphones oder Tablet-PCs.

1.1 Technisch-soziale Konzepte von Web 2.0

Zu den zentralen qualitativen Änderungen des Web 2.0 im Gegensatz zum Web 1.0 zählt eine veränderte Distribution von Informationen bei gleichzeitig erhöhter Diffusion im Hinblick auf die Vernetzung von Informationen (vgl. Tab. 1-1). Der Aspekt der *Distribution* meint dabei im Web 1.0 im Wesentlichen die Speicherung von Daten auf eigenen Servern[5]. Hierbei hat der Anbieter

Inhalt	Web 1.0	Web 2.0
Individuelle Webpräsenz	Eigene Homepage	Facebook, Google+
Datenverarbeitung	Eigener FTP-Server	Flickr, Youtube
Enzyklopädien	Encyclopädia Britannica	Wikipedia
Werbung	DoubleClick	Google AdSense

Tab. 1-1: Web 1.0 vs. Web 2.0 an exemplarischen Beispielen.

die volle Kontrolle darüber, wer was sehen, bzw. herunterladen oder editieren kann[6]. Darüber entscheidet sich auch, ob und wie Informationen untereinander vernetzbar sind. Im Web 2 hingegen wird die Verteilung von Informationen von externen Anbietern (YouTube, Flickr, Wikipedia, Google) übernommen. Dabei werden i.d.R. *alle* Informationen *allen* Nutzern zur Verfügung gestellt, sofern keine rechtlichen bzw. individuellen Beschränkungen[7] dem entgegenstehen. Vorgesehen ist hier zudem der kommunikative Eingriff durch Dritte (Kommentierung) an diesen Informationen, wie auch deren Implementierung auf Angeboten Dritter (z.B. YouTube-Videos auf Blog-Seiten).

4 Döring (i.V.), Frehner (2008), Höflich/Hartmann (2006).

5 Z.B. Bilder/Filme auf dem eigenen FTP-Server, was wiederum erfordert zusätzliche technische Kompetenzen.

6 Dieser Aspekt ist prinzipiell auch in Web-2-Angeboten (Facebook) gegeben. Doch gerade hier ist vor dem Hintergrund der Datensicherheit immer wieder die Schwierigkeit moniert worden, wie undurchsichtig diese Einstellung von Anbietern eingerichtet, und von Nutzern verändert werden können.

7 Z.B. Urheberrechtschutzverletzungen.

Die erhöhte *Diffusion* hebt auf die erhöhte Dynamik der Vernetzung ab. Die Veränderung weg von statischen (Homepage) hin zu dynamischen Informationssystemen (Facebook-Konto) ermöglicht eine ungleich höhere Durchdringung von Texten auf einem Informationsangebot durch Dritte. Der Unterschied zeigt sich an den genannten Beispielen ganz deutlich. Die klassische Homepage im ›1.0‹-Verständnis diente als Plattform zentral dem Identitätsmanagement insbesondere durch Aufbau und Pflege eines (positiven) Image, und wurde – der Logik folgend – nur vom Betreiber selbst mit Inhalten befüllt. Da die dortigen Informationen nicht weiter kommentierbar sind, wird hier die Idealisierung der eigenen Darstellung begünstigt. Ein Nutzer-Account bei Facebook dient dagegen zwar auch dem Identitätsmanagement, gleichzeitig tritt als weiterer relevanter Faktor das Beziehungsmanagement hinzu. Diese Verschränkung einer Interaktionsmöglichkeit durch Dritte unterwirft den Einzelnen dann weniger der Imagearbeit, als vielmehr einem ›Authentizitätsmanagement‹. Der Grad der individuellen Vernetzung (Anzahl der Freunde) wird zusätzlicher Ausdruck der eigenen Glaubwürdigkeit[8].

1.1.1 Kategorien für Web 2.0

Im Web 2.0 gibt es eine Fülle von Anwendungen zu jedem kommunikativen Bereich[9]. Und vielfach erfüllen die verschiedenen Dienste unterschiedliche Aufgaben. So werden bei Wikipedia nicht nur Informationen bereit gestellt, sondern auch Diskussionen über Qualität und Sinnhaftigkeit von Informationen geführt. Und neben klaren Merkmals- bzw. Aufgabenkategorien sind auch Schnittmengen zwischen verschiedenen Angeboten zu erkennen.

Eine ›lebensnahe‹ Unterscheidung findet sich bei Ebersbach/Glaser/Heigl (2008: 33ff.), die Web-2-Anwendung in ›Plattformen‹ unterteilen, wie sie jedem Nutzer bekannt sein dürften. Dadurch ergeben sich für sie folgende Praktiken:

1. *Wikis*[10] bieten eine öffentliche Editierbarkeit der Inhalte. Die Gesamtdatenbasis liegt in nicht-linearer Form vor[11], während die Ordnung einzelner Beiträge[12] den Nutzern obliegt. Die Vorgehensweise kann als ergebnisori-

8 So wird unter Netz-Nutzern kolportiert, dass man mittlerweile gar nicht einmal durch kompromittierende Fotos bei Facebook gesellschaftlichen Schaden nehmen könne, als vielmehr durch vollständige Absenz auf solchen Plattformen.

9 So ist Wikipedia zwar das bekannteste, dennoch aber nur eines von vielen Online-Lexika

10 Vgl. Stegbauer (2009), Pentzold (2007), Jaschniok (2007).

11 Die A-Z-Abfolge eines klassischen Lexikons kann virtuell vorgehalten werden.

12 Meint die Untergliederung von Einzelartikeln bzw. die homogene Unterteilung von Klassen von Beiträgen (z.B. Länder-Artikel).

entiert bezeichnet werden, da die jeweils aktuellste Variante eines Beitrags präsentiert wird. Authentizität wird hier durch objektive nachprüfbare Sachverhalte dokumentiert.

2. *Blogs*[13] stellen Inhalte in chronologisch umgekehrter Reihenfolge dar. Der Kreis der Editoren ist hier begrenzter, wohingegen allen Nutzern eine Kommentarfunktion zur Verfügung steht. Die Texte sind eher kurz und achten auf Aktualität. Authentizität wird durch die (subjektive!) Glaubwürdigkeit des Einzelnen erzielt. Als ein Bog-Derivat, das unter dem Namen ›Micro-Blog‹ firmiert ist der Dienst Twitter[14] zu zählen.
3. *Social Networks* stellen Profilseiten von Einzelpersonen, Gruppen (z.B. Verbände/Parteien) oder auch Unternehmen dar. Hier geht es bei der strukturierten Datenpräsentation wesentlich darum, die Beziehungen zu anderen Menschen darzustellen. Eine authentische Darstellung ist an die intersubjektiven Äußerungen Dritter gebunden[15]. Binnendifferenziert werden können diese Netzwerke, indem Gruppenbildungen stattfinden. So etwa für berufliche oder private Interessen. Gleiche Lebenssituationen (alleinerziehende Mütter), die gleiche Altersstufe (Ü-30), oder ein geteilter geografischer Raum (hessische Bergstraße) können ebenso spezifische Netzwerke etablieren.
4. *Social Sharing* meint die zur-Verfügung-Stellung von Informationsressourcen (Bilder, Filme), wobei diese geordnet und bewertet werden können. Dabei ist auch die Unterteilung in öffentliche und private Bereiche möglich.
5. Es lassen sich weitere Konzepte ausmachen, die »sich keiner konkreten Applikation zuordnen lassen, sondern diese eher übergreifend bedienen oder ergänzen« (Ebersbach/Glaser/Heigl (2008: 125). Hierunter wird das Auszeichnen von Informationen (Tagging) ebenso verstanden, wie auch Newsfeeds (RSS), oder Mashups[16].

Schmidt (2009) gibt demgegenüber eine nachvollziehbare Unterscheidung für Web-2.0-Anwendungen, indem er sie funktional unterteilt in Informations-, Beziehungs- und Identitätsmanagement.

13 Schmidt (2006), Zerfaß/Boelter (2005).
14 Simon/Bernhardt (2008).
15 Die kohärente Darstellung eines Sachverhalts verschiedener Editoren über den Eigentümer manifestiert dessen Glaubwürdigkeit.
16 Die Bereitstellung von Informationen aus verschiedenen Ressourcen (z.B. YouTube-Videos auf der eigenen Website).

1. Das *Informationsmanagement* selektiert, filtert, bewertet und verwaltet Informationen. Hierunter fallen Tätigkeiten wie das Taggen, Bewerten oder Abonnieren (z.B. RSS-Feeds) von Information.
2. Das *Beziehungsmanagement* knüpft dagegen neue, bzw. pflegt bestehende Verbindungen. Dies kann sich im Aussprechen von Kontaktgesuchen ebenso niederschlagen, wie im Verlinken von Weblogeinträgen.
3. Das *Identitätsmanagement* wiederum beinhaltet die Funktionen des zugänglich-Machens von Aspekten der eigenen Person. Dies drückt sich im Anlegen einer Profilseite ebenso nieder, wie in der Er- und Bereitstellung eines Podcasts.

Ebersbach/Glaser/Heigl sehen im Identitäts- bzw. Beziehungsmanagement von Schmidt lediglich »zwei Seiten einer Medaille« (ebd. 2008: 33). Statt dessen beobachten sie als drittes relevantes Merkmal die *Kollaboration*. Die Schwierigkeit einer klaren Trennschärfe besteht an dieser Stelle an den nur ungenügend voneinander abgegrenzten Begriffen *Vernetzung, Kollaboration, Kommunikation*. Ja nach Sichtweise gelangt man so zu unterschiedlichen Konzepten bzw. Kategorien.

1.1.2 Vernetzen und (noch nicht) mitmachen

Es gilt als paradigmatisch für die Anwendungen des Web 2.0, dass durch sie zwei Merkmale eine neue Qualität bekommen. Einerseits wird eine Steigerung des Kommunikationsgrades angenommen. Hier geht man davon aus, dass eine rein individuelle und mehrheitlich konsumierende Kommunikation zunehmend durch eine öffentlich vernetzte und mehrheitlich produzierende Kommunikation substituiert wird. Nicht nur das sprachliche Produkt des Einzelnen (E-Mail, Blog- oder Twitter-Beitrag) ist von Interesse, sondern vielmehr das Zusammenspiel mehrerer (Teil)Texte, wie auch die Kontextualisierung und Vernetzung dieser sprachlichen Einheiten Zweitens entwickelt sich der *Mitgestaltungsgrad* von einem rein rezipierendem Nutzer hin zu einem aktiv sich-vernetzendem und produzierendem Kommunikationsteilnehmer. Von Interesse ist also die Vernetzung der Nutzer untereinander, wie auch die Anzahl der tatsächlich aktiven Nutzer.

1.1.2.1 Vernetzung

Es gilt, zwei Formen der Vernetzung zu bedenken: Einerseits vernetzen Nutzer sich untereinander, indem Profile miteinander verkoppelt werden (Selbstver-

netzung). Die Größe der ›Freunde‹, oder ›Follower‹ ist nicht zuletzt ein Distinktionsmerkmal, das auch im Sinne der Relevanz der Person im Kosmos der ›digital Natives‹ interpretiert wird. Sie drückt sich u.a. durch die in den Online-Ablegern von Zeitschriften zitierten Daten etwa über die Freunde-Anzahl eines Barack Obamas während dessen Wahlkampf aus. Oder aber in der sehr wirkungsvoll inszenierten Wette, ob eine Privatperson (der Schauspieler Ashton Kutcher) oder ein Vertreter aus dem Bereich der klassischen Massenmedien (der Nachrichtensender CNN) erstmals die Zahl von einer Million Followern auf Twitter generieren kann. Solche Ereignisse gerinnen in der Vorstellungen, dass wer durch Vernetzung nicht (digital) in Erscheinung tritt, real gar nicht existieren kann. Man kann dieses Deutungsmuster als ›kreationistisch‹ abtun, sollte jedoch dennoch folgenden Gedanken nicht vernachlässigen: Diejenigen, die Informationen über Personen suchen (Freunde, Personaler), tun dies zunächst im Netz. Bei dieser Suche werden dann zwei verschiedene Formen von Informationen sichtbar: Solche, die der Einzelne von sich selbst generiert. Aber ebenso solche Informationen treten zutage, die dadurch entstehen, das andere sich mit der gesuchten Person im Netz mit Informationen in Verbindung bringen.

Diese ›Fremdvernetzung‹ ist es denn auch, die zum Ende des Jahres 2010 breite Felder der Diskussion rund um soziale Vernetzung beherrscht: So bot Facebook beispielsweise die Möglichkeit, die eigenen E-Mail-Konten für das Soziale Netzwerk zu öffnen. Dieses suchte daraufhin alle Personen heraus, um mögliche Verbindungen – auch zu Dritten – herzustellen. Durch solche Praktiken geraten auch Menschen in den digitalen Sog von Netzwerken, die mit diesen explizit nichts zu tun haben wollen.

1.1.2.2 Partizipation

Welches Bild ergibt sich, wenn man gegenwärtig vorliegende Untersuchungen und Entwicklungen reflektiert, die sich auf die aktive Teilhabe im Netz 2.0 beziehen? Hier zeigt sich, dass Anwendungen wie Videocommunities, Wiki-Websites oder Weblogs sich einer beachtlichen Benutzungshäufigkeit erfreuen, allerdings legt erst ein binnendifferenzierender Blick die Tatsache frei, dass die reine Benutzung noch keinen Aufschluss auf eine passive (rein rezipierende), bzw. aktive (tatsächlich produzierende) Haltung des Nutzers bietet. Gegenwärtige Untersuchungen belegen, dass rund 2/3 der Nutzer solcher Angebote die tatsächlich passiv ›konsumieren‹; und somit nicht mit eigenen sprachlichen Beiträgen zur Entwicklung dieser Plattformen beitragen.

1.1.3 Potenziale und Risiken

Die grundlegende und nachhaltige Veränderung sozialer Wirklichkeit durch Informationsverbreitung und -partizipation mittels Web-2.0-Anwendungen ist nicht zu leugnen[17]. Hier tritt das gesellschaftspolitische Potenzial deutlich zu Tage. Dennoch darf nicht vergessen werden, dass sich durchaus ›Mythen‹ verbreiten, die eine genauere Beleuchtung verdienen.

Wie schon im Web 1.0 werden Web-2.0-Anwendungen mit dem Begriff der Freiheit in Verbindung gebracht. Sowohl das Individuum, als auch kollektive Interessen sind in der Lage, sich ohne Einschränkungen zu artikulieren und Ideen zu verbreiten[18]. Dem stehen immer wieder Meldungen gegenüber, dass Länder, die sich in politischen Krisen befinden, Instrumente suchen, den Zugang zum Internet zu beschneiden, oder auch ganz zu blockieren. Aber nicht nur totalitäre Systeme versuchen, »Information Empires« (Wu 2010) zu etablieren. Die relevanten Internetplattformen, die zentrale 2.0-Angebote zur Verfügung stellen (Google, Facebook u.a.) sind zunehmend darauf bedacht, ihren Nutzern alle gewünschten Informationen aus einer Hand zu bieten, damit diese die eigene Plattform gar nicht mehr verlassen müssen. »Netzstrategen sprechen von einem ›walled garden‹, einem ummauerten Garten. In Wahrheit ist es eher eine Weide: Die Leute dürfen nach Herzenslust grasen, werden dabei aber regelmäßig gemolken. Computer registrieren bis ins Detail, was immer sie tun. Die Werbewirtschaft zahlt gut für Daten aus derart frei laufender Nutzerhaltung« (Dworschak 2010: 177)[19]. In solchen Momenten zeigt sich auch das handfeste ökonomische Interesse solcher Angebote.

Darüber hinaus wird im Zusammenhang mit Web 2.0 vielfach von der – im positiven Sinne vorhandenen – *Egalität* der handelnden Akteure gesprochen. Wenn alle in einer Gemeinschaft zusammengeschlossen sind, sind damit auch alle gleich. Dem ist entgegenzusetzen, dass eine Plattform wie Wikipedia beispielsweise klare hierarchische Strukturen aufweist, in der Entscheidungsbefugnisse unmißverständlich geregelt sind. Machtstrukturen können sich dann in sogenannten ›Edit-Wars‹ entladen, bei der widerstreitende Positionen nicht zwingend durch Diskurs gelöst werden müssen (vgl. auch Stegbauer 2009: Kap. 8 + 11). Ebenso existieren gruppenspezifische Social-Media-Bereiche, die

17 Zu denken ist etwa an die politischen Umbrüche in der arabischen Welt (z.B. Tunesien, Ägypten, Libyen) in 2010/2011.

18 So haben unter http://de.guttenplag.wikia.com/wiki/Plagiate Nutzer Hinweise auf nicht ausgezeichnete Textstellen in der Dissertation von Karl-Theodor zu Guttenberg zusammengetragen.

19 Ob dies Bemühen langfristig ertragreich sein wird, bleibt abzuwarten. Schon AOL versuchte durch eine geschlossene Nutzerplattform Besucher nach Möglichkeit auf dem eigenen Angebot zu halten, was jedoch mißlang.

sich gerade durch ihre Interessens-Distinktion von anderen Gruppen abheben, und sich gerade *nicht* mit ihnen verbunden wissen möchten. Und schließlich darf zum gegenwärtigen Zeitpunkt ebenfalls nicht vergessen werden, dass bestimmte Bevölkerungsgruppen das Web 2 noch gar nicht erreicht haben.

Eine weitere Implikatur über das Web 2.0 ist die *Beförderung der Individualität*. Durch die leichte Handhabbarkeit der Anwendungen ist es – so die Theorie – potenziell dem Einzelnen einfacher und umfangreicher möglich, seiner Individualität Ausdruck zu verleihen. Hierzu ist festzustellen, dass bei einigen Plattformen (bspw. Partnerschaftsbörsen) eine ›Identitätsdeterminierung‹ durch die jeweilige Anwendung vorgenommen wird. Somit kann also beispielsweise der eigene Partnerstatus eben nicht frei und kreativ selbst bestimmt bzw. beschrieben werden, sondern wird mittels eines Menüs dem Nutzer angeboten, aus welchem er aussuchen muss, auch wenn er sich dort nicht vollständig wiederfindet. Zu fragen ist in diesem Zusammenhang, ob eine Einrichtung wie der »like-it«-Button bei Facebook nicht eher die Interessen von Kollektiven befördern. Der Bogen kann dabei noch weiter gespannt werden: Auch der Twitter-Dienst wird mittlerweile durchaus als Gradmesser für (nationale/globale) Themen verstanden: Was dort auftaucht, passiert auch tatsächlich in der realen (medialen) Welt, bzw. ist von Interesse – und umgekehrt. Die unterschiedliche Behandlung der Naturkatastrophen in Haiti (Erdbeben) und Pakistan (Überflutung) auf Twitter hat dies eindrucksvoll dokumentiert.

Diese erwähnten vorkonfektionierten Identitätsfragmente auf Partnerschaftsbörsen führen zu einem weiteren vermeintlichem Vorurteil zum Web 2.0. Nämlich dem, dass dieses *nicht-kommerziell* sei. Das vorgefertigte Angebot bei der Selbstbeschreibung dient natürlich auch dem Zweck der besseren Vermarktbarkeit des Nutzerprofils. Nutzer klassifizieren sich selbst und bieten den Plattformanbietern somit Hinweise, wie bestimmte Aspekte einer ökonomischen Vermarktung zugeführt werden können.

Ganz grundsätzlich ist zu konstatieren, dass das Web 2.0 gerade den Gedanken der ökonomischen Verwertbarkeit der Daten in sich trägt – so wie es Google zu einem sehr frühen Zeitpunkt verstanden hat[20]: Es werden Dienste der verschiedensten Art angeboten, die vordergründig kostenlos sind. Sie sind dies jedoch nur im – für den Nutzer – monetären Sinn: Er bezahlt kein Geld für die Nutzung einer Suchmaschine. Die Währung, die dabei den Besitzer wechselt ist die Information. Diese wiederum wird für den Nutzer möglichst so weiterverarbeitet, dass er einen unmittelbaren Nutzen daraus zu ziehen scheinen kann.

20 Jarvis (2009), Reischl (2008).

1.1.4 Entwicklungstendenzen?

Wohin bewegt sich die Entwicklung des Web 2.0? Akzeptiert man die Entwicklungslinie von einem Web 1.0 hin zum einem Web X, dann ist zu fragen, wie sich dies technologisch und – im Hinblick auf die hier verhandelten Fragestellungen – sprachlich niederschlagen könnte. Die prognostizierten technischen Entwicklungen können hierfür einige Indizien liefern.

Betrachtet man die Entwicklungslinie in Abb. 1-1, dann wird mindestens ein Sachverhalt klar: Künftig soll Technik intelligenter werden, um dem Individuum noch bessere Vernetzungs- und Informationsmöglichkeiten zu bieten.

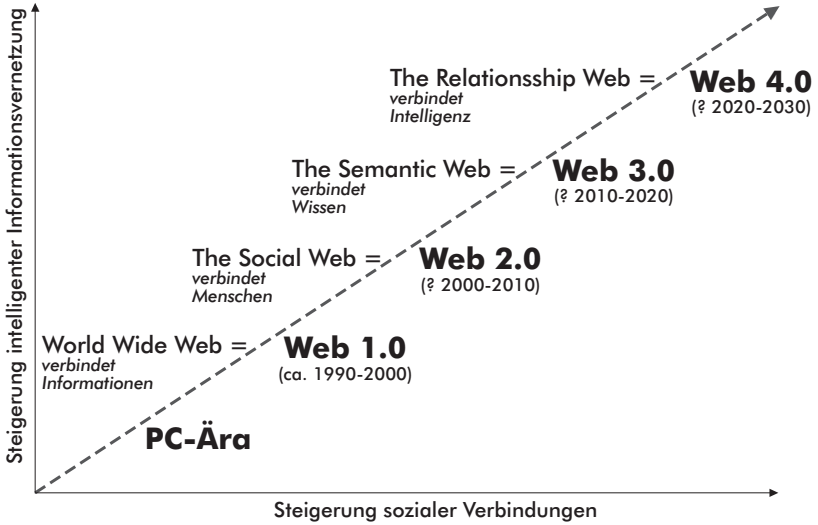

Abb. 1-1: Szenario für die Entwicklung des Internets.

Die Vorstellung, dass ein Web 3.0 *Wissen,* ein Web 4.0 *Intelligenz* verbinden soll, erlaubt mindestens folgenden, sehr allgemeinen Rückschluss:

1. Zunächst werden weitere Informationen benötigt, damit mehr (valides) Wissen vorhanden ist, welches miteinander in Beziehung gesetzt werden kann. Diese Informationen werden von den Teilnehmern der Web-Kommunikation selbst bereit gestellt werden. Sei es in Form von individuellen Informationen (Social Networks), sei es in Form von kollektivem Wissen (Wikis).

2. Diese Fülle von Informationen muss dann automatisch und qualitativ hochwertig in Beziehung gesetzt werden. Nicht nur das: Künftige informationsverarbeitende Systeme werden – so die Vorstellung – Vorlieben und komplexe implizite Vorannahmen ›vorausdenken‹ können[21], um bessere Ergebnisse zu liefern. Da dies ›nur‹ eine technische Hürde ist, dürften die dafür benötigten Informationssysteme auf absehbare Zeit zur Verfügung stehen.

In der Summe wird sich sowohl der Einzelne, als auch das Kollektiv fragen lassen müssen, ob es all diese Informationen a) tatsächlich will und b) ob wir künftig noch in der Lage sein werden, die Menge an Informationen gewinnbringend zu verarbeiten. Schon heute deuten Untersuchungen die Überlastung des Einzelnen durch mediale ›Dauerbeschallung‹ an.

1.2 Sprachliche Konzepte von Web 2.0?

Die Sprachwissenschaft versucht seit dem Ende der 90er Jahre das Phänomen des veränderten und angepassten Sprachgebrauchs im Netz zu beschreiben. Die dort gewonnen Erkenntnisse können in verdichteter Form durch zwei zentrale Erkenntnisse beschrieben werden:

1. Es gibt nicht *die* Netzsprache im Sinne einer homogenen Varietät. Dazu ist die Bandbreite der kommunikativen Praktiken zu divergent, was sich unverkennbar in einem ausgesprochen heterogenen Gebrauch sprachlicher Muster/Register niederschlägt. Insofern ist das Reden von einem einheitlichem »Netspeak« (Crystal 2001: insbes. 12-23) eine unzulässige Verallgemeinerung.
2. Die in den einzelnen kommunikativen Praktiken vorfindlichen sprachlichen Muster werden vielmehr gedeutet als »funktionale Schriftsprachvarianten, die sich in Konkurrenz zu Standardisierungs- und Normierungsprozessen ausbilden und die im Hinblick auf die medialen Bedingungen und kommunikativen Funktionen optimiert sind« (Schlobinski 2005: 7f.). Die Ausdrucksformen von Sprache weiten sich also aus, um den Bedürfnissen der Teilnehmer einer Sprachgemeinschaft unter spezifischen technisch-medialen Bedingungen gerecht zu werden.

21 So wie beispielsweise Google bei registrierten Nutzern *schon getätigte* Suchanfragen (auch von ›Freunden‹ im Netzwerk Google+ nutzt, um für *künftige* Suchanfragen relevantere Ergebnisse präsentieren zu können.

1.2.1 Vorgänger im Web 1.0

Auffällig an frühen Arbeiten zur Internetkommunikation ist, dass sie sprachliche Befunde ganz wesentlich an einem aus der Romanistik stammendem Konzept abgleichen, die feststellen, dass unter bestimmten Bedingungen »bestimmte geschriebene Texte deutliche Merkmale von Mündlichkeit tragen« (Koch/Oesterreicher 1985: 15)[22] Die linguistische Forschung zur Internetkommunikation griff und greift nach wie vor auf dieses Modell zurück. Damit hat es mittlerweile »den Status einer Grundlage, auf die man sich unbesorgt berufen kann« (Hennig 2001: 219).

Neben diesen weithin sprachsystematisch orientierten Beschreibungen gibt es ebenso Arbeiten im Bereich des Sprachgebrauchs. Je nach Fragestellung bieten sich entsprechend unterschiedliche Instrumentarien an. Die Herausforderung besteht dabei darin, dass es meist nicht die eine Systematik oder Herangehensweise gibt, die zu einer erfolgversprechenden Beschreibung von sprachlichen Phänomen führt. Hier sollen exemplarisch[23] lediglich drei Beispiele als Anregung genannt werden:

1. Die multimodalen Konfigurationen von Informationen im Netz haben es mich sich gebracht, dass insbesondere die *Verschränkung von Text und Bild*[24] eine nachhaltige Beschäftigung nach sich gezogen haben. Für das Netz sind in diesem Kontext beispielsweise die Arbeiten von Schmitz (2003a, 2003b, 2004, 2005, 2006) interessant, die eine qualitative Unterscheidung bei Beschreibung von Text-Bild-Verhältnissen zu beschreiben versucht. Zu dem Versuch einer solchen Modellierung ist anzumerken, dass es von der sprachwissenschaftlichen Forschung bislang nicht weiter aufgegriffen wurde. Ein ähnliche Herangehensweise, allerdings unter deutlich geöffneter Perspektive[25] wird unter dem Begriff des Textdesigns (Roth/Spitzmüller 2007) behandelt.
2. Die Verschiedenartigkeit der Erscheinungen in ihren genuin sprachlichen Ausprägungen, ihre collagenartige Verwendung und Vernetzung auf verschiedenen Plattformen (Facebook, Blog) hat die *Diskurslinguistik* auf den Plan gerufen. Diese versucht, sich »nie auf singuläre Kommunikations-

22 Die wissenschaftstheoretische Herleitung von Koch/Oesterreicher (1985, 1994) wird hier nicht gegeben. Exemplarisch am Beispiel E-Mail aus- und weitergearbeitet z.B. in Dürscheid (2000).

23 Das Forschungsfeld hat sich auch hier nahezu unüberschaubar ausdifferenziert. Eine Gesamtschau methodischer Herangehensweisen wie dies Auer (1999) für sprachliche Interaktion geleistet hat, wäre sicher auch für die CvK-Forschung ein wünschenswertes Unterfangen.

24 Eine grundlegende Auseinandersetzung zum Thema findet sich in Stöckl (2004).

25 Dies meint die Einbeziehung von Modalitäten, die über das Bild hinausreichen.

formen [zu] beziehen, sondern immer auf eine Pluralität von Äußerungen, die dann in ihrer intertextuellen Vernetzung sprachwissenschaftliche Aufmerksamkeit erfahren« (Warnke 2007: 18), zu konzentrieren. Hierfür wurde ein diskurslinguistisches Mehrebenenmodell (DIMEAN) von Warnke/Spitzmüller (2008) vorgeschlagen. Dieses sehr komplex geratene Modell muss jedoch m.E. aus pragmatischen Gründen notwendigerweise für die jeweils einzelne explizite Fragestellung kritisch überprüft und ggf. adaptiert werden. Hierbei können ferner auch Konzepte der Textlinguistik[26] im Allgemeinen und der Intertextualität bzw. Textsortenvernetzung (Janich 2008b) im Besonderen kritisch hinterleuchtet und implementiert werden.

3. Schließlich versucht die *ethnografische Herangehensweise* zu klären, wie sprachliche Äußerungen vor dem Kontext sozialer Herkünfte/Beziehungen zu interpretieren sind. Dies kann exemplarisch anhand von SMS-Kommunikation nachvollzogen werden (Androutsopoulos/Schmidt 2001). Hierbei spielt die teilnehmende Beobachtung als Forschungsinstrument eine zentrale Rolle, um die Begründung von Form und Funktion sprachlicher Strukturen aus dem sozialen Kontext spezifischer Gruppen zu interpretieren. Zu prüfen wäre in diesem Kontext die Einbindung etablierter Konzepte der linguistischen Soziolinguistik[27].

1.2.2 Perspektiven auf die linguistische Web-2-Forschung

Für die sprachwissenschaftlichen Fragen im Web 2.0 gilt zunächst einmal, dass die bereits unter 1.2.1 erprobten Modelle auch für diesen Anwendungsbereich benutzt werden können, was Vergleiche über Web 1.0- und Web 2.0-Applikationen zulässt. Darüber hinaus könnten folgende Aspekte eine verschärfte Aufmerksamkeit verdienen:

1. In der bisherigen CvK-Forschung ist – soweit zu sehen ist – jeweils mit Einzelkorpora an verschiedenen Fragestellungen gearbeitet worden. Hier wäre es denkbar, in Verbundprojekten größere Korpora zu generieren, die dann gemeinsam, aber je nach individuellem Forschungsinteresse, unterschiedlichen Untersuchungsaspekten und -theorien zugeführt werden. Dies würde es erlauben, Einsichten nicht nur aus einer theoretischen Perspektive (z.B. Gebrauch/Veränderung des Sprachsystems) zu erhalten, son-

26 Im Überblick: Janich (2008a).
27 Einführend: Löffler (2005), Dittmar (1997).