



universität  
wien

# DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Virtual Coffeeshop?  
Zum Potential des Internets als globale Öffentlichkeit  
Eine Fallstudie zu Rio+20 auf Twitter

Verfasser

Stephan Schlögl

angestrebter akademischer Grad  
**Magister (Mag.)**

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt:  
Studienrichtung lt. Zulassungsbescheid:

Betreuer:

A057 390  
Individuelles Diplomstudium Internationale  
Entwicklung  
Univ. -Prof. Dr. Wolfram Schaffar



Ich danke meinen Eltern dafür, dass sie mir ein Studium ermöglicht haben.

Bei Univ- Prof. Wolfram Schaffar bedanke ich mich ganz herzlich für die großartige Unterstützung und die freundschaftliche Betreuung.



# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Theoretische Grundlagen</b>	<b>5</b>
2.1	Strukturwandel der Öffentlichkeit nach Habermas . . . . .	5
2.2	Neuer Strukturwandel? . . . . .	7
2.2.1	Globale Öffentlichkeit . . . . .	8
2.2.2	Allgemeiner Zugang . . . . .	13
2.2.3	Parität . . . . .	17
2.2.4	Dialog . . . . .	22
2.2.5	Hergestellte Öffentlichkeit . . . . .	26
2.2.6	Zersplitterung . . . . .	28
2.3	Zwischenbilanz . . . . .	32
<b>3</b>	<b>Analyse</b>	<b>34</b>
3.1	Twitter zur Einführung . . . . .	34
3.1.1	Benutzer . . . . .	36
3.1.2	Funktionen . . . . .	37
3.1.3	Einfluss der Benutzer . . . . .	41
3.1.4	API - Entwicklerschnittstelle . . . . .	41
3.2	Rio+20 ein Überblick . . . . .	42
3.2.1	Geschichte . . . . .	42
3.2.2	Teilnehmer . . . . .	44
3.2.3	Agenda . . . . .	45
3.2.4	Ergebnisse . . . . .	47
3.3	Datenerhebung und Überblick . . . . .	49
3.4	Zugang zum Twitterdiskurs . . . . .	54
3.5	Parität im Twitterdiskurs . . . . .	69
3.5.1	Schlussfolgerungen . . . . .	89

3.6	Dialog im Twitterdiskurs . . . . .	90
3.7	Hergestellte Öffentlichkeit im Twitterdiskurs . . . . .	102
<b>4</b>	<b>Conclusio</b>	<b>109</b>
	<b>Literatur</b>	<b>113</b>
	<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>124</b>
	<b>Anhang</b>	<b>125</b>

In diesem Text wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit nur die männliche Form verwendet. Die weibliche Form ist selbstverständlich immer mit eingeschlossen. Ich bin mir der Problematik dieses Sprachgebrauchs (auch trotz Hinweis) durchaus bewusst und bitte die Leserinnen und Leser dies zu entschuldigen.



# Kapitel 1

## Einleitung

Seit der Arabische Frühling 2011 auf den Beinamen Twitter- bzw. Facebookrevolution getauft wurde, hat die Debatte um das demokratische Potential des Internets einen neuen Höhepunkt erreicht. Obwohl diese Schlagwörter gerne als unkritische Produkte eines populären Technikdeterminismus abgetan werden (vgl. Christensen 2011, S. 234), hat nicht nur die Tagespresse, die vor allem die journalistischen Vorteile der neuen Technologien nutzt, dem Thema einen fixen Platz eingeräumt. Auch das Interesse der Wissenschaft an dem Thema scheint neu aufgeflammt zu sein. Eine Vielzahl von Studien beschäftigt sich damit, welche Rolle das Internet bei diesen Umbrüchen tatsächlich gespielt hat (bspw. Hassanpour 2011).

Die Revolutionen im nördlichen Afrika, bei denen Echtzeitkommunikation über mobile Endgeräte ausschlaggebend gewesen scheint, machen vor allem eine davor wenig beachtete Facette des Internets deutlich, nämlich dessen Potential zur Protestorganisation. Wie der Arab Social Media Report zeigt, wurden Soziale Netzwerke wiederholt dafür benutzt, zu Demonstrationen und politischen Aktionen aufzurufen (vgl. Salem und Mourtada 2011b; Salem und Mourtada 2011a). Tatsächlich handelt es sich dabei aber nur um einen zusätzlichen Aspekt neben vielen anderen, die schon seit dem Aufkommen dieser modernen Kommunikationstechnologie in den 90er Jahren diskutiert werden.

Wir haben es mit einem Facettenreichtum zu tun, der auch dafür verantwortlich ist, dass die wissenschaftliche Arbeit oft Probleme hat, das Internet theoretisch zu fassen. Wir sehen uns mit einer Vielzahl von Ansätzen konfrontiert, die dem Gegenstand nicht gerecht zu werden scheinen. Beispielsweise hat Mark Poster in einem vielzitierten Aufsatz schon 1995 die grundlegende

---

Frage aufgeworfen, ob es sich beim Internet eher um ein Instrument, oder aber um einen Raum handelt (vgl. Poster 1995, S. 4)<sup>1</sup>, während Bastos versucht das Internet als autopoietisches System im Sinne der Systemtheorie Luhmanns zu fassen (Bastos 2011, S. 8). Groshek wiederum versucht sich seiner Fragestellung mit der sogenannten *media system dependency theory* anzunähern (vgl. Groshek 2009, S. 117-120). Diese Komplexität entsteht vor allem deshalb, weil das Internet einen immer größeren Teil unserer Lebenswelt durchdringt.

Um das demokratische Potential des Mediums auszuloten, muss eine adäquate Theorie ausfindig gemacht werden. Aktuelle Demokratiedebatten beschäftigen sich damit, dass ein demokratisches System weit mehr bedarf, als eines Urnengangs alle 4 bis 5 Jahre<sup>2</sup>. Demokratie sollte vielmehr in einer Art und Weise konzipiert sein, in der die Bürger zum offenen Meinungs austausch animiert werden. Diesen Trend der Demokratietheorie nennt Goodin mit Bezug auf Bohman den „deliberative turn“ (Goodin 2008, S. 2). Es ist nicht weiter verwunderlich, dass sich ein derart breit angelegtes Demokratieverständnis dem Internet als Forschungsgegenstand annimmt, scheint es doch vor allem seit der Entwicklung des sogenannten Web 2.0 ein angemessenes Forum für eine solche Deliberation darzustellen.

Ich möchte mit der vorliegenden Arbeit an eine Forschungslinie anschließen, die versucht Jürgen Habermas' Konzeption einer deliberativen Öffentlichkeit als theoretischen Ausgangspunkt zu benutzen, um die demokratische Funktion des Internets zu bestimmen<sup>3</sup>. Das Internet als potentielle öffentliche Sphäre zu konzeptionieren, scheint mir ein sinnvoller Ausgangspunkt für die wissenschaftliche Arbeit rund um den vermeintlichen Zusammenhang zwischen Internet und Demokratie.

## Aufbau

Diese Arbeit stellt einen Versuch dar, Habermas' 1962 erschienene Habilitationsschrift „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ mit den Ansätzen der Internetforschung zusammenzuführen. Ziel soll es sein Anknüpfungspunkte

---

<sup>1</sup>Die Entscheidung viel, aufgrund seiner postmodernen Ausrichtung, auf das Raumkonzept

<sup>2</sup>Diese entleerte Form des demokratischen System nennt Colin Crouch in seinem gleichnamigen stark rezipierten Buch *Postdemokratie* (vgl. Crouch 2008), S. 10

<sup>3</sup>Geiger 2009 fasst diese Debatte anschaulich zusammen

---

an Habermas' Theorie herauszuarbeiten, um in einem zweiten Schritt eine empirische Analyse anzuschließen, die Antworten auf die entwickelten Fragestellungen zu geben hofft.

In einem ersten Teil der Arbeit beschäftige ich mich also mit Habermas Vorstellung einer deliberativen Demokratie, wobei die zentrale Quelle dieser Auseinandersetzung seine Habilitationsschrift sein wird. Anhand dieser Analyse des Verfalls der politischen Öffentlichkeit im 19. und 20. Jahrhundert versuche ich Fragestellungen zu entwickeln, die es ermöglichen den hohen Erwartungen an das Internet als neue öffentliche Sphäre empirisch auf den Grund zu gehen.

Der zweite Teil widmet sich eben dieser empirischen Aufgabe. Konkret beschäftigt sich meine Fallstudie mit dem Microblogging-Dienst Twitter. Thematisch konzentriere ich mich auf Kommunikationsprozesse rund um die „Konferenz der Vereinten Nationen über nachhaltige Entwicklung“ kurz „Rio+20“, welche im Juni diesen Jahres in Rio de Janeiro stattfand.

Abbildung 1.1 stellt den Ablauf dieses Forschungsvorhabens noch einmal schematisch dar.

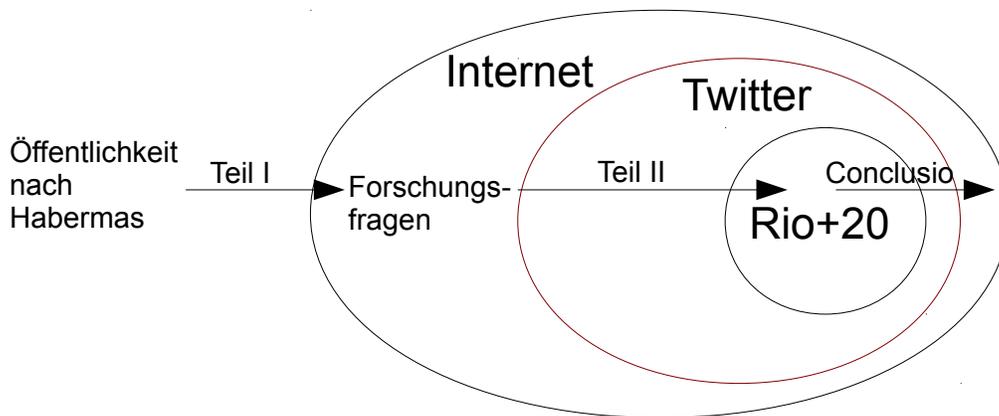


Abbildung 1.1: Schematische Darstellung des Aufbaus

Resultat der theoretischen Auseinandersetzung mit Habermas und vorhandener Literatur zu Internetforschung werden mehrere Forschungsfragen sein, mit denen ich mich im zweiten Teil der Arbeit beschäftigen werde. Jedes Kapitel schließt mit einer kurzen Zusammenfassung der wichtigsten

---

Erkenntnisse, die in Form einer Forschungsfrage an den zweiten empirisch analytischen Teil der Arbeit übergeben werden. Diesen zweiten Teil werde ich schließlich mit einer Einführung in den zu untersuchenden Microblogging Dienst Twitter, sowie einem Überblick über Geschichte und aktuelle Ergebnisse der „Konferenz der Vereinten Nationen über nachhaltige Entwicklung“ beginnen. Zudem sollen auf wenigen Seiten die Methode der Datenerhebung dargelegt werden, um dem Leser einen Überblick über das Ausmaß und die Konsistenz dieses Datensatzes zu geben. Anschließend greife ich die Forschungsfragen wieder auf, um sie jeweils einzeln mit Blick auf Funktionen und Strukturen des Microbloggingdienstes Twitter zu operationalisieren. Auf Basis der gesammelten Tweets zu Rio+20 werden diese dann beantwortet. Die Abschließende Conclusio fasst die Ergebnisse zusammen und versucht vorsichtige Rückschlüsse auf das Medium Internet als solches zu ziehen.

# Kapitel 2

## Theoretische Grundlagen

### 2.1 Strukturwandel der Öffentlichkeit nach Habermas

Habermas beschäftigt sich in seiner Arbeit mit dem Strukturwandel der Öffentlichkeit in einem überaus großen Zeitraum. Er beginnt seine Betrachtung mit der historischen Analyse der sogenannten *repräsentativen Öffentlichkeit*, die im 15. Jahrhundert ihren Höhepunkt erreicht hatte (vgl. Habermas 1990, S. 63), allerdings noch kaum etwas mit unserem Begriff von Öffentlichkeit zu tun hatte. Die repräsentative Öffentlichkeit der feudalen Gesellschaft ist vielmehr als Statusmerkmal der Grundherrschaft zu begreifen, die sich Öffentlichkeit gewissermaßen zu eigen machen. *Repräsentative Öffentlichkeit* hat demnach nichts mit Repräsentation, wie wir sie heute verstehen, nämlich im Sinne von Vertretung, zu tun (vgl. ebd., S. 60f).

Diese Form der Öffentlichkeit wird später abgelöst von einer Öffentlichkeit, die mit dem Staat bzw. der öffentlichen Gewalt gleichzusetzen ist (vgl. ebd., S. 74f). Gleichzeitig entwickelt sich aber eine Schicht der Bürgerlichen, die eine immer mächtigere Position gegenüber dem Hof einnimmt und sich schließlich als Gegenüber der öffentlichen Gewalt etabliert. Schon zu Ende des 17. Jahrhunderts war ein Zeitschriftenwesen entstanden, das als kritisch bezeichnet werden kann und das *Raisonnement* gewinnt auch Raum in den Tageszeitungen. Aus diesen Entwicklungen geht die *bürgerliche Öffentlichkeit* hervor, die es als Forum beanspruchte die *öffentliche Gewalt* zu legitimieren (vgl. ebd., S. 81-84, 119). Das Prinzip der Legitimation darf jedoch nicht mit einem Herrschaftsanspruch an sich verwechselt werden, vielmehr handelt es

## 2.1. STRUKTURWANDEL DER ÖFFENTLICHKEIT NACH HABERMAS

---

sich hier um eine Kontrollinstanz mit der Funktion Herrschaft zu verhindern (vgl. Habermas 1990, S. 87, 153). Der Ort dieser bürgerlichen Öffentlichkeit des 18. Jahrhunderts sind Kaffeehäuser und Salons, in denen sich literarische sowie später politische Kritik formuliert (vgl. ebd., S. 92). Diese Orte der Diskussion stellten den Anspruch der Hierarchiefreiheit unter den Teilnehmern. Macht, Reputation und wirtschaftlicher Erfolg sollten dem Prinzip nach im Salon oder Kaffeehaus nicht gelten (vgl. ebd., S. 97). Zudem kann Öffentlichkeit nur dann als solche gelten, wenn das Prinzip allgemeinen Zugangs grundsätzlich gewahrt bleibt. Das bedeutet, dass definierbare Gruppen nicht ausgeschlossen sein sollten<sup>1</sup> (vgl. ebd., S. 156f).

Dieses idealtypische Bild einer politischen Öffentlichkeit verfällt ab dem 19. Jahrhundert zunehmend. Habermas analysiert diesen Prozess als einen *sozialen Strukturwandel* und einen *politischen Funktionswandel der Öffentlichkeit*. Die bürgerliche Öffentlichkeit konstituierte sich zwischen Staat und Gesellschaft, blieb jedoch Teil des Privaten (vgl. ebd., S. 225). Der soziale Strukturwandel beschreibt die Verschränkung dieser beiden Bereiche, indem der Staat immer mehr in die Gesellschaft eingreift und damit diese, für die bürgerliche Öffentlichkeit konstitutive Trennung, unmöglich macht und so den Zerfall dieser einleitet. Das Publikum wird dabei vom kulturräsonierenden zum kulturkonsumierenden Publikum, da der Markt nun in jenen Bereich eintritt, der zuvor dem Raisonement vorbehalten war (vgl. ebd., S. 248f). Die Diskussion wird dabei von der Rezeption abgelöst. Sofern Debatten noch stattfinden, tun sie dies nur in der professionalisierten Form der Podiumsdiskussion, also einer Diskussion zwischen Experten, die dem Anspruch des allgemeinen Zugangs nicht nachkommt und das Publikum in seiner Funktion des Rezipienten belässt (vgl. ebd., S. 242, 252, 267). Diese Entwicklung geht mit dem Verfall der literarischen Öffentlichkeit einher, der vom Rückgang des Bücherkonsums und dem Aufstieg der *yellowpress* gekennzeichnet ist. Funk, Film und Fernsehen als die neuen Medien dieser Zeit nehmen dem, nun zum Konsumenten degradierten, Publikum die Mündigkeit, indem diesem die Möglichkeit des Widerspruchs vorenthalten wird. Die Kommunikation ist dabei schon rein technisch als eine Einwegkommunikation konzipiert (vgl. ebd., S. 257, 260f).

---

<sup>1</sup>An dieser Stelle muss darauf hingewiesen werden, dass sich Habermas' normativer Zugang (vgl. Gimmler 2001, S. 23) hier mit seiner historischen Analyse verstrickt. Natürlich ist die Kaffeehaus-Öffentlichkeit des 18. Jahrhundert eine definierte abgeschlossene Gruppe, deren Zulassungskriterien Habermas selbst noch im selben Absatz anspricht, nämlich Besitz und Bildung. Trotzdem handelt es sich bei der hier formulierten Voraussetzung einer funktionierenden Öffentlichkeit um einen wertvollen Beitrag zur Demokratiedebatte.

Den Prozess des politischen Funktionswandels der Öffentlichkeit fasst Kurt Imhof treffend als „Entwicklung von den Versammlungsöffentlichkeiten der Aufklärungsbewegung und den diese Versammlungsöffentlichkeiten integrierenden (Aufklärungs-)Periodika hin zu einer massenmedial „hergestellten“ Öffentlichkeit.“ (Imhof 2006, S. 3) zusammen. Die Kapitalintensivität der Massenmedien führte zu einer ökonomischen Konzentration dieser und damit zu einer Konzentration publizistischer Gewalt. Die vermittelnde Gestalt der früheren Medien wird abgelöst von Medien<sup>2</sup>, die das Raisonement stark prägen (vgl. Habermas 1990, S. 284). Die Kapitalintensivität dieser neuen Massenmedien schafft damit außerdem ein „Einfallstor privilegierter Privatinteressen in die Öffentlichkeit“ (ebd., S. 280).

## 2.2 Neuer Strukturwandel?

Die kurze Zusammenfassung des „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ in Abschnitt 2.1 stellt natürlich nur einen minimalen Ausschnitt dieser breiten Analyse dar. Trotzdem sollten einige Grundgedanken des normativen Öffentlichkeitskonzeptes, sowie des Verfalls der bürgerlichen Öffentlichkeit im 19. und 20. Jahrhundert deutlich geworden sein.

Dies soll nun die Basis für die Diskussion des Internets als potentiellen Raum einer neuen politischen Öffentlichkeit bilden.

James Bohman hat schon 2004 in einem Sammelband mit dem bezeichnenden Namen „After Habermas“ den Versuch unternommen Habermas Theorie dem Internet ffügig zu machen (Bohman 2004). Der hohe Anspruch seines Artikels war es, das Internet als mögliche *globale* öffentliche Sphäre zu behandeln. Bohman entzieht das Konzept der politischen Öffentlichkeit damit ihrem nationalstaatlichen Charakter, für den es Habermas ursprünglich entwickelt hatte und versucht es auf eine globalem Niveau anzuwenden. Dazu definiert der Autor drei Grundvoraussetzungen, die für eine deliberative Öffentlichkeit nötig sind.

- **Allgemeiner Zugang**  
„communication must address an indefinite audience“
- **Gleichheit**  
„a democratic sphere must manifest commitments to freedom and equa-

---

<sup>2</sup>zu diesen zählt auch die Presse

lity“

- **Dialog**

„a public sphere that has democratic significance must be a forum, that is, a social space in which speakers may express their views to others who in return respond to them and raise their own opinions and concerns“

(vgl. Bohman 2004, S. 133f)

Im Folgenden soll nun anhand existierender Literatur diskutiert werden, inwiefern das Internet diese Voraussetzungen erfüllen kann (siehe Abschnitt 2.2.2, 2.2.3, 2.2.4). Zusätzlich dazu möchte ich jedoch noch zwei weitere Fragestellungen anführen.

Der Sammelband „After Habermas“ ist im Jahr 2004 erschienen und Bohman konnte dementsprechend Habermas’ eigene Perspektive auf das Internet als Öffentliche Sphäre nicht einschätzen. Erst 2006, also mehr als 15 Jahre nach seiner Etablierung äußerte sich Jürgen Habermas zum ersten mal persönlich zum Internet und dessen deliberativem Potential (vgl. Geiger 2009, S. 4). Das Urteil fiel jedoch ernüchternd aus. Seiner Einschätzung nach fördert das Internet eher die Zersplitterung der Öffentlichkeit, als dass es einen geeinten Diskurs ermöglichte (vgl. Habermas 2008, S. 161f). Jede weitere Arbeit, die an das Konzept der politischen Öffentlichkeit anschließt, um das demokratische Potential des Internets zu untersuchen, muss sich also mit Habermas’ Kritik an diesem Medium auseinandersetzen. Dies tue ich in Abschnitt 2.2.6. Eine weitere, oft vernachlässigte, Fragestellung, betrifft, was Habermas „Her-gestellte Öffentlichkeit“ nennt. In Abschnitt 2.2.5 wird diskutiert, ob das Internet die Möglichkeit bietet, seinen Nutzern mehr Autonomie in der Themensetzung erlauben.

Bevor ich mich jedoch der Anwendung Habermas’ Theorie auf dieses Medium widmen kann, muss ein weiterer Übersetzungsschritt getan werden, der aus meinem Erkenntnisinteresse an globalen Entscheidungsfindungen und dem dementsprechend gewählten Fallbeispiel Rio+20 resultiert. Es soll deshalb zunächst diskutiert werden, inwiefern sich die Idee einer politischen Öffentlichkeit auf globaler Ebene überhaupt anwenden lässt.

### 2.2.1 Globale Öffentlichkeit

„Die bürgerliche Öffentlichkeit entfaltet sich im Spannungsfeld zwischen Staat und Gesellschaft, aber so, daß sie selbst Teil des

## 2.2. NEUER STRUKTURWANDEL?

---

privaten Bereichs bleibt. (Habermas 1990, S. 225)“

Jenes Konzept von Öffentlichkeit, das Jürgen Habermas mit seiner Habilitationsschrift 1962 vorgestellt hat, ist für den Rahmen des Nationalstaates entworfen. Wenn er die Öffentlichkeit als regulierende Instanz der Gesetzgebung etabliert, denkt er bei letzterer an Parlamente bzw. Regierungen, die Gesetze für einen vorbestimmten Demos innerhalb eines begrenzten Territoriums formulieren. Heute würde man dem Autor möglicherweise methodologischen Nationalismus vorwerfen, wie ihn Wimmer und Glick-Schiller definieren, nämlich als „the assumption that the nation/state/society is the natural social and political form of the modern world.“ (Wimmer und Glick Schiller 2002, S. 302). Genauer gesagt handelt es sich bei Habermas Analyse um jene Ausprägung des methodologischen Nationalismus, die die Autoren *territorial limitation* nennen und die in der Vorstellung besteht, dass sich innerstaatliche Prozesse isoliert betrachten lassen ohne, dass es weiter notwendig wäre eine supranationale Ebene zu betrachten (vgl. ebd., S. 307). Bildlich gesprochen wird hier der Nationalstaat in einen Container geworfen und alle überstehenden Verbindungen werden kompromisslos gekappt.

„Strukturwandel der Öffentlichkeit“ ist im Jahre 1962 erschienen, wurde jedoch erst 1989 ins Englische übersetzt, was zu einem erneuten Anstieg der Rezeption dieser Arbeit führte (vgl. Geiger 2009, 11 footnote 1). In diesen fast dreißig Jahren hat sich vieles geändert. Während es 1962 noch üblich gewesen sein mag, den internationalen Kontext weitgehend auszusparen, sind die achtziger und neunziger Jahre Dekaden der Globalisierungsforschung, also Zeit in der dieses Phänomen im akademischen Mittelpunkt stand. Natürlich ist dies zu einem beachtlichen Teil den geopolitischen Veränderungen eben dieses Jahres 1989 und damit dem Fall der Berliner Mauer geschuldet. Trotzdem ist es auch die Zeit, in der ökologische Krisen das Bewusstsein schaffen, dass diese neuen Herausforderungen den Aktionsraum der einzelnen Nationalstaaten überschreiten. Habermas unterstreicht dies mit einem Verweis auf Ulrich Becks „Risikogesellschaft“ (vgl. Habermas 1998, S. 106).

Er beschäftigt sich also 1998 sehr intensiv mit der Frage der, wie er es nennt, „postnationalen Konstellation“ und gibt zusätzlich eine Antwort auf den möglichen Vorwurf des methodologischen Nationalismus wenn er sagt:

„Weil die Idee, daß eine Gesellschaft demokratisch auf sich einwirken kann, bisher nur im nationalen Rahmen glaubwürdig implementiert worden ist, ruft die postnationale Konstellation jenen

## 2.2. NEUER STRUKTURWANDEL?

---

gebremsten Alarmismus aufgeklärter Ratlosigkeit hervor, den wir in unseren politischen Arenen beobachten.“ (vgl. Habermas 1998, S. 95)

Es lässt sich also sagen, dass die Globalisierung Herausforderungen mit sich bringt, die im beschränkten Rahmen nationalstaatlicher Wirkungsbereiche nicht mehr zu bewältigen sind und deshalb eine Perspektive zu finden ist, die dieser *postnationalen Konstellation* zu entsprechen vermag. Die vorliegende Fallstudie beschäftigt sich mit exakt dieser Situation. Als „Konferenz der Vereinten Nationen über nachhaltige Entwicklung“ sucht Rio+20 allen voran nach Lösungsansätzen für die ökologischen Konsequenzen einer globalisierten Weltwirtschaft. Gleichzeitig wird die Konzeption der politischen Öffentlichkeit auf ein globales Niveau gehoben. Wie lässt sich Öffentlichkeit also global denken, ist die Frage die uns hier beschäftigt.

Freilich stellt diese Arbeit keineswegs die einzige dar, die nach der Möglichkeit einer globalen bzw. transnationalen Öffentlichkeit fragt. James Bohman, dessen Artikel dieser Arbeit mit mehreren Forschungsfragen dient, diskutiert eben diese Möglichkeit einer transnationalen Öffentlichkeit. Er setzt sich in diesem Text mit zwei Kritikpunkten Will Kymlickas auseinander. Erstens argumentiert letzterer, dass eine transnationale Öffentlichkeit von Eliten geprägt wird, während demgegenüber Partizipation im nationalstaatlichen Rahmen dem Prinzip der Egalität näher kommt. Zweitens führt Kymlicka an, dass die Deliberation gemeinsamer kultureller Werte bedarf, die im transnationalen Raum nicht gegeben sind (vgl. Bohman 2004, S. 147).

Dem Argument der Egalität entgegnet Bohman, dass dieses nur solange Gültigkeit bewahre, solange man von einem Internationalen System ausginge, das nicht mehr als die aufgeblasene Kopie eines Nationalstaates ist. Natürlich ist dies nicht der Fall. Eine transnationale Öffentlichkeit müsste weit flexibler sein und vielschichtiger an die Arbeitsfelder der Entscheidungsträger andocken als ihr nationales Pendant (vgl. ebd., S. 148). Der Autor schlägt damit in die Kerbe der *Global Governance*-Forschung, deren Verständnis nach, „*Governance* keine Staatstätigkeit ist und somit begrifflich nicht mehr in ein hierarchisches System eingebettet werden kann. Mit Governance werden hier horizontale (verschiedene Akteure) sowie vertikale (verschiedene Ebenen) Formen der Koordination bezeichnet. Es gibt keinen zentralen Akteur mehr, dem allein eine Steuerungs- und Kontrollfähigkeit zugesprochen wird, sondern Entscheidungsprozesse finden interaktiv zwischen staatlichen wie nichtstaatlichen Akteuren statt“ (Behrens 2005, S. 18).

## 2.2. NEUER STRUKTURWANDEL?

---

Das Problem fehlender Solidarität auf transnationaler Ebene scheint jedoch schwieriger zu entkräften, schließlich merkt Bohman an, dass Habermas selbst der Solidarität einen hohen Stellenwert beimisst, jedoch sieht er in der Interaktion selbst einen Lösungsansatz dafür (vgl. Bohman 2004, S. 152). Solidarität ist eine notwendige Grundkonstante jeglicher Form funktionierender Demokratie. Während es im Nationalstaat „die Idee der Nation [ist], mit deren Hilfe die Staatsangehörigen - über die angestammten Loyalitäten gegenüber Dorf und Familie, Landschaft und Dynastie hinaus - eine neue Form kollektiver Identität ausbilden“ (Habermas 1998, S. 99), muss diese Solidarität im postnationalen Kontext erst hergestellt werden. Diese Situation ähnelt der lebensweltlichen Differenz zwischen *archaischen* und *modernen* Gesellschaften. Lebenswelt besteht aus den Komponenten Kultur, Gesellschaft und Identität/Persönlichkeit. In eben diesen *archaischen* Gesellschaften sind diese Komponenten untrennbar miteinander verbunden. Diese Verbindung ist die Basis jener Regeln, die das gesellschaftliche Zusammenleben organisieren. Identität ergibt sich somit genauso wie die Vorstellungen einer guten Gesellschaft direkt aus der Kultur und umgekehrt. Diese Konstellation nennt Habermas ein geschlossenes mythisches Weltbild. Demgegenüber differenzieren sich die drei Komponenten der Lebenswelt in modernen Gesellschaften aus und ihre Einheit zerfällt. „Dort, wo Geltung problematisch wird, weil sie sich auf implizite lebensweltliche Übereinstimmungen verlässt, die nicht mehr bestehen, muss sie mit Bezug auf diesen lebensweltlichen Hintergrund diskursiv stabilisiert werden.“ (vgl. Palazzo 2002, S. 31). Solidarität muss also kommunikativ hergestellt werden. Wie bereits angedeutet ist diese Situation vergleichbar mit der postnationalen Konstellation, in der ebenso wenig auf gemeinsame kulturelle Werte zurückgegriffen werden kann. Wenn man nun davon ausgeht, dass Solidarität oder eine gewisse gemeinsame Identität nur über den Diskurs entstehen kann, wird Öffentlichkeit gleichzeitig zum Ausgangspunkt und Ziel einer globalen Demokratie.

Die These, dass die deliberative Demokratie jenes Modell ist, das sich im inter- bzw. transnationalen Raum am ehesten umsetzen lässt, wird von verschiedenen Autoren gestützt, so schreibt beispielsweise Dryzek im Bezug darauf: „Such a model of democracy is particularly conducive to the international society, because unlike older models of democracy, it can downplay the problems of boundaries“ (vgl. Dryzek 2000, S. 129). Schmalz-Bruns ergänzt diese Ausführung um drei Konsequenzen, die Deliberation auf globaler Ebene mit sich bringen würde:

## 2.2. NEUER STRUKTURWANDEL?

---

1. Bedeutungszuwachs politischer Öffentlichkeit  
Dieser Bedeutungszuwachs hat zur Folge, dass „das legitimatorische Gewicht staatlich-administrativer und institutioneller Willensbildung zugunsten der nichtinstitutionalisierten zivilgesellschaftlichen Öffentlichkeit reduziert wird.“
2. Horizontale statt hierarchische Politikvermittlung  
Verdeutlicht dadurch, dass „die konstitutive Differenz zwischen Staat und Gesellschaft abgetragen und ein Wechsel von hierarchischen zu horizontalen, dezentralen oder sektoralen Modellen der Politikvermittlung konzeptuell unterstützt [wird]“
3. Stärkung assoziativer Elemente legitimer Politik  
„[Damit] tritt [...] die assoziative (im Unterschied zu gemeinschaftlich-nationalen) Grundstruktur legitimer Politik deutlich hervor“  
(vgl. Schmalz-Bruns 2005, S. 94)

Jeder einzelne dieser drei Punkte unterstreicht die zentrale Rolle der Zivilgesellschaft in organisierter oder nicht organisierter Form. Habermas erkennt diese Rolle in der globalen Öffentlichkeit ebenso, wenn er anmerkt, dass diese „institutionalisierte Beteiligung von Nicht-Regierungs-Organisationen an den Beratungen internationaler Verhandlungssystem in dem Maße die Legitimation des Verfahrens steigern, wie es auf diesem Wege gelingt, transnationale Entscheidungsprozesse der mittleren Ebene für nationale Öffentlichkeiten transparent zu machen und mit Entscheidungsprozessen dieser unteren Ebene rückzukoppeln.“ (Habermas 1998, 166f).

Aus einer empirischen Bewertung heraus, hält Imhof dagegen fest, dass die Öffentlichkeit dem Globalisierungsprozess nicht nachkommt weil die „demokratienotwendige Verschränkung von politischem Geltungsbereich und Öffentlichkeit [nicht statt] findet“ (Imhof 2012, S. 31).

Genau das bleibt aber zu überprüfen und aus theoretischer Sicht lässt sich festhalten, dass das Modell deliberativer Demokratie nicht nur auf globaler Ebene anwendbar ist, sondern für manche Autoren sogar das einzige Konzept darstellt, welche die vielfältigen Schwierigkeiten der postnationalen Konstellation, wie die Frage Solidarität und der Legitimität politischer Entscheidungen, zu beherrschen vermag. Gleichzeitig handelt es sich bei der Herausbildung einer globalen Öffentlichkeit jedoch um einen kontinuierlichen Prozess, der stetig auf seinen eigenen Errungenschaften aufzubauen hat und in dem zivilgesellschaftliche Organisationen eine tragende Rolle spielen.

All dies ist also zu beachten, wenn im Rahmen dieser Diplomarbeit wiederkehrend die Rede von einer globalen Öffentlichkeit sein wird, die sich, und das gilt es zu überprüfen, mit den Mitteln neuer Kommunikationstechnologien im Internet formiert.

### 2.2.2 Allgemeiner Zugang

Mit Bezug auf Kant, der einen wichtigen Grundstein für Habermas' Demokratiekonzeption gelegt hat, kann behauptet werden, dass die Bürger selbst die Autoren jener Gesetze zu sein haben, denen sie sich selbst unterwerfen (vgl. Imhof 2006, S. 1). Da nun für Habermas die Öffentlichkeit das zentrale Regulativ der Gesetzgebung darstellt, indem sie die Gesetzgebung legitimiert oder auch nicht, wird sie sogleich zum Souverän, zum *Demos*. Daraus erklärt sich warum die Frage nach der Zugehörigkeit zur Öffentlichen Sphäre so wesentlich ist.

Goodin stellt fest, dass die Diskussion darum, was er „constituting the *demos*“ nennt, in der politischen Philosophie weitestgehend vernachlässigt wurde. Zudem argumentiert er, dass die Entscheidung über die Zugehörigkeit zum *Demos* in erster Instanz, also zum allerersten mal, schon rein logisch kein demokratischer Akt sein kann. Schließlich ist kein *Demos* vorhanden, der über sich selbst entscheiden könnte (vgl. Goodin 2008, S. 127-130).

In gewisser Weise befreit es uns aus dieser scheinbar ausweglosen Lage, das Habermas zur Frage des Zugangs zur Öffentlichkeit sehr deutliche Worte findet:

„Die bürgerliche Öffentlichkeit steht und fällt mit dem Prinzip des allgemeinen Zugangs. Eine Öffentlichkeit, von der angebbare Gruppen *eo ipso* ausgeschlossen wären, ist nicht etwa nur unvollständig, sie ist vielmehr gar keine Öffentlichkeit. Jenes Publikum, das als Subjekt des bürgerlichen Rechtsstaates gelten darf, versteht denn auch seine Sphäre als eine öffentliche in diesem strengen Sinne; es antizipiert in seinen Erwägungen **die Zugehörigkeit prinzipiell aller Menschen**“ (Habermas 1990, S. 156)

Erneut muss hier darauf hingewiesen werden, dass es sich bei Habermas' Demokratiekonzeption um eine normative handelt. Schließlich weist er schon im folgenden Absatz darauf hin, dass die tatsächlichen Zulassungskriterien zur bürgerlichen Öffentlichkeit des 18. Jahrhunderts Bildung und Kapital sind.

## 2.2. NEUER STRUKTURWANDEL?

---

Ab jenem Zeitpunkt ab dem diese Kriterien identifiziert werden können, wird auch deutlich, dass angebbare Gruppen ausgeschlossen sind. Habermas führt deshalb weiter aus, dass der Kern der Aussage in der Chancengleichheit liege diese Requisiten zu erreichen (vgl. Habermas 1990, S. 157).

Nun, Marxisten würden der Aussage wohl nicht zustimmen, dass die Chancengleichheit Kapital und Bildung zu erlangen gegeben sei und auch Habermas kommt zum Schluss: „Das Klasseninteresse ist die Basis der öffentlichen Meinung“ (ebd., S. 157). Nichtsdestotrotz scheint sich Habermas sicher zu sein, dass es sich hier um Schwächen handelt, die grundsätzlich gelöst werden können. Damit haben wir einen wichtigen Unterschied identifiziert. Einerseits kann empirisch erhoben werden, welche Personengruppen Teil einer bestimmten Öffentlichkeit sind. Andererseits muss wiederum geklärt werden, auf welche Bedingungen diese Teilnehmerstruktur zurückgeht und inwiefern diese Bedingungen eine unüberwindbare Hürde für alle anderen darstellt. Ob es sich also um einen grundsätzlichen Ausschluss bestimmter Personengruppen handelt oder nicht. Anhand dieser Unterscheidung zwischen tatsächlichem bzw. grundsätzlich möglichem Zugang möchte ich einige Fakten und Gedanken anführen.

Für die vorliegende Arbeit muss nun konkret die Frage gestellt werden, inwiefern bzw. ob das Internet als potentieller neuer Raum einer Öffentlichkeit grundsätzlich leichter zugänglich ist, als das Bürgertum des 18. Jahrhunderts.

### **Tatsächlicher Zugang**

Es verwundert nicht, dass auch im Hinblick auf das Internet wiederum die fundamentalste Kritik aus den Reihen des Marxismus kommt. Verschiedenste marxistische Theoretiker argumentieren, dass es sich beim Internet um ein Instrument der herrschenden Klassen handelt. Es ist demnach davon auszugehen, dass das Internet in den Händen dieser weniger im Sinne einer Demokratisierung genützt wird, sondern vielmehr dazu ihren eigenen Machterhalt zu sichern (vgl. Best und Wade 2009, S. 257f).

Es steht nicht zur Diskussion, dass das Internet entgegen allen subjektiven Eindrücken, die das Leben in einem nördlichen Industrieland mit sich bringt, auch heute noch ein überaus elitäres Medium ist. Besonders im weltweiten Vergleich sprechen die Zahlen deutliche Worte: Nur ca. 30% der Weltbevölkerung hatte 2010 Zugang zum Internet. Dabei überrascht auch wenig,

dass die Zahlen regional stark schwanken. In der arabischen Welt<sup>3</sup> liegt die sogenannte *Internet Penetration Rate* bei knapp 27% und im subsaharischen Afrika bei sogar nur 11,25%, während diese Zahl im EU-Raum und Nordamerika bei über 70% liegt (vgl. OECD 2012). Man darf also davon ausgehen, dass das Zugangskriterium Kapital, ähnlich wie für die bürgerliche Öffentlichkeit vorerst, auch für das Medium Internet gültig ist.

Der *Digital Divide* ist jedoch weit vielschichtiger als dies bis hierher deutlich gemacht wurde. Castells<sup>4</sup> identifiziert neben dem hier schon angedeuteten globalen Gefälle<sup>5</sup> und der Einkommenskluft noch ganze 6 weitere innergesellschaftliche *Digital Divides*. So ist der Zugang zum Internet stark vom Bildungsniveau abhängig (besser ausgebildete Personen haben häufiger Zugang), zudem spielen Alter (ältere Personen haben seltener Zugang), Ethnie (Weiße haben öfter Zugang), Gender (Männer haben öfter Zugang), Haushalt (Familienhaushalte haben häufiger Zugang), Wohnort (Stadtbewohner haben häufiger Zugang) eine Rolle. In der Art der Bedienung des Internets liegt außerdem der Grund dafür, dass Menschen mit Behinderung seltener Zugang zum Internet haben (vgl. Castells 2008, S. 261-264).

### Grundsätzlich möglicher Zugang

Diese Fülle an empirischen Belegen soll jedoch nicht von jener Frage ablenken, die dieses Kapitel eigentlich antreibt, nämlich die nach dem „grundsätzlich“ möglichen Zugang. Dass beispielsweise Frauen weniger stark im Internet vertreten sind als Männer, muss schließlich nicht bedeuten, dass ihnen der Zugang verwehrt wird, auch wenn diese Ungleichheiten natürlich einiges über die Beschaffenheit einer potentiellen Öffentlichkeiten im Internet aussagt. Insgesamt scheinen sich Beschränkungen, die einen Zugang zum Internet effektiv verhindern können, auf jene zu reduzieren, die schon Habermas definiert hatte: Kapital<sup>6</sup> und Bildung. Bildung ist hier jedoch in einem stark einge-

---

<sup>3</sup>Regionen beziehen sich auf Gruppierungen der Weltbank Datenbank

<sup>4</sup>Es handelt sich dabei um empirische Ergebnisse aus den USA im Zeitraum zwischen 1995 und 2000

<sup>5</sup>Der *Global Divide* zwischen OECD-Ländern und anderen korreliert naturgemäß mit *Income Divide*. Die beiden lassen sich demnach nicht ursachengetreu trennen. Dies gilt auch für die anderen *Digital Gaps*

<sup>6</sup>Castells merkt sogar für jenen, in meiner Argumentation zugegebenermaßen stark vernachlässigten, *Divide*, der durch Behinderung verursacht wird, an, dass dieser mit steigendem Einkommen zurückgeht.

## 2.2. NEUER STRUKTURWANDEL?

---

schränkten Sinn gemeint, nämlich der rein technischen Fähigkeit sich dem Medium Internet zu bemächtigen. Dieses Problem, dass Personen mit den neuen Kommunikationsformen nicht zurecht kommen, weil sie mit der Logik, die hinter der Bedienung von Computern in welcher Form auch immer, nie vertraut gemacht worden sind, betrifft zumindest in Industriestaaten vor allem ältere Generationen. So geben laut einer in Österreich durchgeführten Studie über 50% der Befragten an sie wüssten nicht<sup>7</sup> wie das Internet funktioniert (mediaresearch 2008, S. 12).

Es verwundert wenig, dass dem Vorwurf des Elitarismus, gerne die Beobachtung entgegengestellt wird, dass gerade Graswurzelbewegungen dieses Medium für ihre Zwecke verwenden (vgl. Poster 1995, S. 3). Prominentestes Beispiel dieser Aneignung durch marginalisierte Gruppen sind die Zapatistischen Aufstände in Mexiko. Der *Zapatista Effect* steht für die erfolgreiche Nutzung des Mediums zur Schaffung einer virtuellen öffentlichen Sphäre, die auf eine *offline* Öffentlichkeit zurückwirkt (vgl. Lunat 2008, S. 7).

Es wäre deshalb vermessen die Zugänglichkeit der bürgerlichen Öffentlichkeit, die eine der besitzenden Klassen war, mit der Zugänglichkeit des Internets gleichzusetzen. Der fundamentale Unterschied ist, dass der *Digital Divide* im Begriff ist sich zu reduzieren. Auch wenn Scheule in einem sehr resignierten Fazit anmerkt, dass sich das globale digitale Gefälle in diesen Jahren noch verschärfen wird, weil die Internet Penetrationsraten besonders in den wohlhabenden Ländern gerade rapide steigen (vgl. Scheule 2005, S. 26), so ist zu erwarten, dass sich auch diese Ungleichheiten langsam aber doch reduzieren.

Was soll nun aus diesem theoretischen Teil der Arbeit an den zweiten empirischen Teil weitergegeben werden? Die Unterscheidung zwischen tatsächlichem und grundsätzlichem Zugang ist ein entscheidendes Analyse Kriterium, dem Michel Castells mit seinen vielfältigen Digital Gaps wichtige Beobachtungsvorschläge beisteuert. Die Aufgabe, die im zweiten Teil dieser Arbeit zu lösen ist lässt sich demnach als folgende Frage formulieren:

Welche Nutzermerkmale lassen sich für Twitter allgemein und im speziellen im Diskurs rund um die Rio+20 Konferenz erheben?  
Welche Rückschlüsse auf grundsätzliche Zugangsbarrieren lassen sich daraus ziehen?

---

<sup>7</sup>Für 37,2% trifft dies „voll und ganz“ zu, für 14,1% „eher“

### 2.2.3 Parität

Hierarchiefreiheit<sup>8</sup> spielt in Habermas Konzeption einer politischen Öffentlichkeit eine zentrale Rolle. Es geht dabei vor allem darum eine, zum Raisonement perfekt geeignete, Gesprächssituation herzustellen.

„Die Parität, auf deren Basis allein die Autorität des Arguments gegen die der sozialen Hierarchie sich behaupten und am Ende auch durchsetzen kann, meint im Selbstverständnis der Zeit die Parität des »bloß Menschlichen«. Les hommes, private gentleman, die Privatleute bilden das Publikum nicht nur in dem Sinne, daß Macht und Ansehen der öffentlichen Ämter außer Kraft gesetzt sind; auch wirtschaftliche Abhängigkeiten dürfen im Prinzip nicht wirksam sein; Gesetze des Marktes sind ebenso suspendiert, wie die des Staates.“ (vgl. Habermas 1990, S. 97)

Habermas stellt auch in diesem Zusammenhang wieder klar, dass Parität im Kaffeehaus des 18. Jahrhunderts nicht tatsächlich Realität war, sondern es sich hier um einen institutionalisierten Anspruch handelt (ebd.).

### Exogene Hierarchien

Seit dem Aufkommen des Internets werden Stimmen laut, die dem Medium aufgrund seiner stark anonymisierten Form nachsagen, es wäre in der Lage die Ungleichheiten zwischen den Teilnehmenden zu vermindern. Howard Rheingold hat schon 1994 ein Buch geschrieben, das mittlerweile als Klassiker der Internetliteratur gilt und sich in weiten Teilen wie eine einzige Lobhymne auf das Netz liest. In dem Buch mit dem vielsagenden Namen „Virtuelle Gemeinschaft“ schreibt er folgendes:

„Weil wir einander im Cyberspace nicht sehen können, sind Geschlecht, Alter, Nationalität und das Aussehen nicht bekannt, es sei denn, eine Person will solche Charakteristika bekanntmachen. Menschen deren Behinderungen es ihnen erschweren, neue Freundschaften zu schließen, können feststellen, daß virtuelle Gemeinschaft [sic!] sie so behandeln, wie sie sich das immer gewünscht

---

<sup>8</sup>Hierarchiefreiheit, Parität und Gleichheit bzw. Hierarchie, Disparität und Ungleichheit verwende ich im Folgenden als Synonyme

## 2.2. NEUER STRUKTURWANDEL?

---

haben: als Denker, als Übermittler von Ideen, als Wesen mit Gefühlen, nicht als bloße Körper mit einem bestimmten Aussehen und einer bestimmten Art zu gehen und zu sprechen - oder nicht zu gehen oder zu sprechen“ (Rheingold 1994, S. 41)

Was hier für Menschen mit Behinderung angedeutet wird, kann für jede Gruppe, die in irgendeiner Art und Weise marginalisiert ist, ähnlich argumentiert werden. Die Tatsache, dass bestimmte Merkmale einer Person im anonymen digitalen Schriftverkehr ausgeklammert werden, scheint dazu zu führen, dass diese Merkmale irrelevant werden und sich Diskriminierung gleichzeitig erübrigt. Diese Argumentation kann in ihren Grundzügen auch heute noch geführt werden. Auch wenn die technischen Möglichkeiten längst die nötigen Kapazitäten aufweisen, um uns sichtbar zu machen oder aber in Videokonferenzen miteinander in Bild und Ton zu kommunizieren, so wird auch heute noch der größte Teil der Internetnutzung in schriftlicher Form abgewickelt.

Die hier angeführte Argumentation ist jedoch alles andere als unumstritten. Mark Poster hält entgegen, dass die Ausklammerung bestimmter Merkmale nicht dazu führen muss, Handlungsmuster und Machtbeziehungen, die in der Face-to-Face Kommunikation ihren Ursprung haben, nachhaltig zu ändern. Er merkt ausserdem an, dass auch die schriftliche Kommunikation nicht frei ist, von Mustern die auf das soziale Geschlecht der Autoren verweisen, auch wenn diese Merkmale der Schrift auch gezielt zur Täuschung eingesetzt werden können. Schließlich hält jedoch auch er fest, dass diese Form der Kommunikation eine komplett neue Art von Beziehung zum Körper herstellt, die bei früheren Kommunikationsmedien nicht gegeben waren (vgl. Poster 1995, S. 9).

Ich denke, dass es hier sinnvoll ist Bourdieus Ausführungen zu den verschiedenen Kapitalformen in die Diskussion einzuführen, um analytische Klarheit zu schaffen. Bourdieu unterscheidet bekanntlich zwischen *ökonomischem*, *kulturellem* und *sozialem Kapital*. Obwohl er diesen Ansatz wählt, um den Unzulänglichkeiten des wirtschaftswissenschaftlichen Kapitalbegriffes zu entkommen, der „die Gesamtheit [der] gesellschaftlichen Austauschverhältnisse auf den bloßen Warentausch [reduziert]“ (Bourdieu 1983, S. S. 184), so ist dennoch das ökonomische das zentralste aller Kapitalien, spielt es doch eine gewisse Vermittlerrolle. Es ist „unmittelbar und direkt in Geld konvertierbar“ (vgl. ebd., S. 185).

Soziales Kapital definiert Bourdieu wie folgt:

## 2.2. NEUER STRUKTURWANDEL?

---

Das Sozialkapital ist die Gesamtheit der aktuellen und potentiellen Ressourcen, die mit dem Besitz eines dauerhaften Netzes von mehr oder weniger institutionalisierten *Beziehungen* gegenseitigen Kennens oder Anerkennens verbunden sind; oder, anders ausgedrückt, es handelt sich dabei um Ressourcen, die auf der *Zugehörigkeit zu einer Gruppe* beruhen. (vgl. Bourdieu 1983, S. 190f)

Anders als die Bezeichnung vorerst vermuten lässt, geht es beim *sozialen Kapital* also nicht darum, auf welche direkten Beziehungen sich eine Person verlassen kann, sondern vielmehr um die *Reputation*, die die Zugehörigkeit zu einer Gruppe mit sich bringt. Bourdieu spricht hier auch von *Kreditwürdigkeit*. Im größten Teil seines berühmten Aufsatzes widmet er sich aber dem kulturellen Kapital. Er unterscheidet dieses wiederum in drei Formen: *Inkorporiertes kulturelles Kapital* ist jenes, das sich eine Person in einem Bildungsprozess angeeignet hat und verinnerlicht hat. Es meint also in gewisser Weise Inhalt von *Bildung* und *Ausbildung* in ihrem deutschen Gebrauch. Die Besonderheit dieser Kapitalform ist, dass sie dem Inhaber Zeit abverlangt. Es ist also nicht möglich diesen Aneignungsprozess von jemandem anderen durchführen zu lassen. *Inkorporiertes kulturelles Kapital* ist demnach körpergebunden. Bourdieu beschreibt diesen Prozess der Aneignung auch als Übergang vom „Haben“ zum „Sein“ (vgl. ebd., S. 186f).

Die zweite Form *kulturellen Kapitals* nennt Bourdieu *objektiviertes Kulturkapital*. Dieses lässt sich am besten als Kulturgut beschreiben. Anders als inkorporiertes Kapital lässt es sich direkt erwerben oder veräußern. Es muss hier jedoch unterschieden werden zwischen der materiellen bzw. juristischen Aneignung und der, wenn man so will, geistigen. Dass eine Person ein Kulturgut, wie beispielsweise ein Gemälde, besitzt, muss also nicht bedeuten, dass sie auch über das nötige inkorporierte Kulturkapital besitzt, dieses Gemälde in intellektueller Weise Wert zu schätzen. Die *materielle* Aneignung eines Kulturgutes setzt also ökonomisches Kapital voraus, während die *symbolische* Aneignung *inkorporiertes* Kulturkapital nötig macht (vgl. ebd., S. 187). Schließlich führt Bourdieu noch das sogenannte institutionalisierte Kulturkapital ein. Es handelt sich dabei um „[d]ie Objektivierung von inkorporiertem Kulturkapital in Form von *Titeln*“ (ebd., S. 189). Er merkt an, dass diese Institutionalisierung den Autodidakten von jenen Personen trennt, die ihre Bildung in anerkannten Institutionen erwerben und somit von offizieller Seite garantiertes Kulturkapital besitzen (vgl. ebd., S. 189f).

## 2.2. NEUER STRUKTURWANDEL?

---

Ich möchte nun versuchen den Bogen zurück zu meiner Fragestellung zu spannen. Wie bereits argumentiert führt Habermas den Anspruch der Hierarchiefreiheit ein, um die perfekte Gesprächssituation zum öffentlichen Raisonement zu garantieren. Öffentlichkeit im Sinne Habermas soll also ein freier Raum des Wettstreits von Argumenten sein (vgl. Aigner 2010, S. 3). Wir erinnern uns, dass Habermas „Macht und Ansehen öffentlicher Ämter“ sowie „wirtschaftliche Abhängigkeiten“ in dieser Gesprächssituation außer Kraft gesetzt sehen will (vgl. wörtliches Zitat oben). In den Worten Bourdieus würde man von einem Diskurs sprechen, in dem *ökonomisches*, *soziales* und sogar ein großer Bereich des *kulturellen Kapitals* keine Rolle spielen dürfen. In der Tat müsste man von einem Diskurs ausgehen, der einzig und alleine mit den Mitteln des *inkorporierten Kulturkapitals* bestritten wird.

Der eigentliche Mehrwert, den Bourdieus Ansatz der vorliegenden Diskussion beibringt, liegt darin, dass er sich auch mit der Umwandlung der verschiedenen Kapitalformen ineinander beschäftigt hat. Wie bereits dargelegt, kann inkorporiertes Kulturkapital nach Bourdieu nicht unmittelbar, sondern nur mit zusätzlichem und persönlichem Zeitaufwand in *inkorporiertes Kulturkapital* umgewandelt werden. Diese Voraussetzung muss bestehen, damit die öffentliche Diskussion im Sinne Habermas garantiert bleiben kann. Ab dem Moment, ab dem *inkorporiertes Kulturkapital* in direkter Form erworben werden könnte, wäre dem Kapital ein Einfallstor in den Diskurs geboten.

Tatsächlich lässt sich beobachten, dass die Internetkommunikation, die zumindest in Teilen in anonymisierter Form geführt wird, ein solches Einfallstor darstellen kann. Das Internet bietet die Möglichkeit Personen, die über *inkorporiertes Kulturkapital* verfügen, gegen Bezahlung in Online-Foren und sozialen Netzwerken am Diskurs teilzunehmen und diesen zu beeinflussen. Es mag nun argumentiert werden, dass dies auch im offline Diskurs möglich sei und mit Sicherheit auch so geschieht. Der grobe Unterschied, den aber die Internetkommunikation bietet ist, dass diese bezahlten Diskursteilnehmer nicht mit ihrem eigenen Namen für fremde Interessen eintreten müssen, sondern dies mit einer oder sogar einer Vielzahl von erfundenen Identitäten sogenannten *Fake-Accounts* tun können. Ein populäres Beispiel einer solchen Marionetten-Kampagne ist der Medienskandal um den Österreichischen Bundeskanzler Werner Faymann, dessen PR-Team 2011 scheinbar versucht hat, seinem Facebook-Auftritt ein positiveres Image zu verschaffen, in dem es verschiedenste falsche Facebook-Accounts anlegte, die daraufhin den Statements des Kanzlers überschwenglich beipflichteten (vgl. Datum 2011). Vorfälle dieser Art beschränken sich jedoch keineswegs nur auf Politiker. Fraas und Pent-

zolt berichten in einer Beispiel-Studie einer online Diskursanalyse der Enzyklopädie Wikipedia zum Artikel des Siemens Manager Klaus Kleinfeld, dass Mitarbeiter der Firma wiederholt versuchten die Informationen zur Person zu schönen und diese Maßnahmen auch auf der Diskussionsseite des jeweiligen Artikels zu argumentieren versuchten (vgl. Fraas und Pentzolt 2008, S. 304).

### **Endogene Hierarchien**

Bis hierher habe ich mich nun damit beschäftigt, inwiefern Ungleichheiten und Hierarchien oder in Habermas' Worten „Disparitäten“ von außerhalb in den Cyberspace übertragen werden können. Eine ganz andere und ebenso wichtige Fragestellung könnte sich damit beschäftigen, wie Hierarchien innerhalb dieses neuen Mediums entstehen können. Konieczny widmet sich diesem Thema am Beispiel Wikipedia. Er untersucht, ob Robert Michels „Iron Law of Oligarchy“ auf die freie online Enzyklopädie anwendbar ist. Dieses „eherne Gesetz der Oligarchie“ besagt, dass eine bürokratische Oligarchie, die einzige Möglichkeit für Institutionen darstellt, ihre internen Organisationsprobleme in den Griff zu bekommen (zitiert nach Konieczny 2009, S. 168). Konieczny kommt jedoch zum Schluss, dass die Plattform Wikipedia diesem Schicksal einer Organisation auf der Basis einer oligarchischen Organisationsstruktur noch weitestgehend trotzt und führt dies hauptsächlich auf den Idealismus der Involvierten zurück. Diese Argumentation muss sich jedoch mit der Kritik auseinandersetzen, dass der pure Idealismus einem schnellen Wachstum solcher Plattformen möglicherweise nicht standhalten kann. Der Autor ist jedoch zuversichtlich, dass antioligarchische Kräfte das vermeintlich eherne Gesetz der Oligarchie ernsthaft in Frage stellen und möglicherweise sogar eine demokratische Renaissance einleiten könnten (vgl. ebd., S. 189).

Aus der vorliegenden Diskussion lassen sich nun zumindest zwei Schlüsse ziehen.

1. wurde deutlich, dass Anonymität eine zentrale Rolle in der Frage um die Hierarchiefreiheit einer Online-Öffentlichkeit spielt. Einerseits ermöglicht sie diese Hierarchiefreiheit, indem sie bestimmte Merkmale der Diskursteilnehmer verhüllt oder diesen zumindest die Option offen lässt dies zu tun. Andererseits öffnet sie dem bezahlten Politmarketing die Türen zum Diskurs und macht diesen in gewisser Weise korrumpierbar. Bei der Debatte um die Anonymität dürfen jedoch wiederum zwei Dinge nicht vergessen werden: Ers-

## 2.2. NEUER STRUKTURWANDEL?

---

tens hat diese in den letzten Jahren stark eingebüßt hat. Der Trend scheint vielmehr in die Richtung der Deanonymisierung zu gehen. Vorallem Soziale Netzwerke zeichnen sich für diese Entwicklung verantwortlich, ist es doch gerade ihr Geschäftsmodell die Benutzer ihrer Plattformen zu „entblößen“ und ihre Daten zu sammeln. Jedoch sind es nicht nur die privaten Nutzer, die ihre Offline-Identitäten mehr und mehr preisgeben, sondern auch der professionelle Politikbetrieb. Spätestens seit der Vorzeige-Online-Kampagne Barack Obamas, muss den meisten Politikern klar geworden sein, dass der Online Präsenz viel Beachtung geschenkt werden muss. Zweitens sollte hier auch nicht unerwähnt bleiben, dass die Anonymität im Internet genauso gut antidemokratischen bis menschenfeindlichen Tendenzen einen gewissen Schutz bieten können (Schiffer 2011, S. 30).

2. zeigt uns das Beispiel Wikipedia wiederum, dass die Nutzer selbst, zumindest bis zu einem gewissen Grad, die Verantwortung darüber tragen, ob sich Hierarchien entwickeln können.

An die empirische Untersuchung des Twitterdiskurses zu Rio+20 soll nun folgende Fragestellung übergeben werden:

Welche Formen hierarchischer Kommunikationsstrukturen zeichnen sich auf der Microbloggingplattform Twitter ab? Inwiefern lässt sich gegebenenfalls Elitenbildung aus exogenen Faktoren (also außerhalb des Mediums Twitter) erklären.

### 2.2.4 Dialog

Habermas' bürgerliche Öffentlichkeit zerfällt mit dem Aufkommen der modernen Massenkommunikation. Zentral dabei ist, dass sich die Kommunikationsform des Einzelnen in diesem Prozess dramatisch verändert.

„Funk, Film und Fernsehen bringen den Abstand, den der Leser zum gedruckten Buchstaben einhalten muß, gradweife zum Verschwinden - eine Distanz, die die Privatheit der Aneignung ebenso verlangen, wie sie die Öffentlichkeit eines rasonierenden Austausches über das Gelesene erst ermöglichte. Mit den neuen Medien ändert sich die Kommunikationsform als solche; sie wirken darum, in des Wortes strikter Bedeutung, penetranter als die Presse je es vermochte. Das Verhalten des Publikums nimmt unter dem Zwang des »Don't talk back« eine andere Gestalt an.

## 2.2. NEUER STRUKTURWANDEL?

---

Die Sendungen, die die neuen Medien ausstrahlen, beschneiden, im Vergleich zu gedruckten Mitteilungen, eigentümlich die Reaktion des Empfängers. Sie ziehen das Publikum als Hörende und Sehende in ihren Bann, nehmen ihm aber zugleich die Distanz der »Mündigkeit«, die Chance nämlich, sprechen und widersprechen zu können.“ (vgl. Habermas 1990, S. 260f)

Im Angesicht dieser Textstelle erübrigt sich die Frage, woher Internetenthusiasten ihr Euphorie nehmen, das Internet könnte eine neue politische Öffentlichkeit möglich machen. Der Cyberspace scheint dem Publikum zumindest auf den ersten Blick die verlorene Mündigkeit und damit auch die Fähigkeit zum Widerspruch zurückzugeben und zudem die Distanz zum Buchstaben zu erneuern. Ähnlich wie im vorangegangenen Kapitel muss hier aber zwischen Empirie und rein technischer Möglichkeit unterschieden werden.

Eine Reihe von Schriftstellern behauptet, dass das Internet Menschen keinesfalls automatisch zu politischen Subjekten macht, die sich an einer möglichen öffentlichen Diskussion beteiligen (vgl. Best und Wade 2009, S. 258). Vielmehr steht das Internet sogar im Verdacht, das von Habermas beschriebene Szenario noch zu verschärfen, nachdem das Publikum erst recht zum passiven Konsumenten einer schier unendlichen Fülle an Unterhaltungsangeboten verkommt.

Sogar in Ländern, in denen repressive Regime an der Macht sind und dem Internet deshalb noch ein viel höheres politisches Potential zugeschrieben wird, kann bezweifelt werden, dass dem Medium diese politische Funktion tatsächlich gegeben wird. Evgeny Morozov hält beispielsweise fest, dass es sich bei 70% aller Inhalte, die saudiarabische Teenager per Bluetooth übermittelten um pornographisches Material handelt (vgl. Morozov 18th November 2009). Jens Damm argumentiert hingegen, dass das Fallbeispiel China von westlichen Wissenschaftlern benützt wird, um sich der Fragestellung der Zensur politischen Materials zuzuwenden. Dabei werde, so der Autor, jedoch übersehen, dass die chinesische Mittelschicht und damit der größte Teil der chinesischen Internetnutzer, dieses Medium hauptsächlich zu *Lifestyle*-, *Socializing*- und *Konsumzwecken* nütze und viel weniger an politischen Frage interessiert sei, als dies der westliche Beobachter erwartet (vgl. Damm 2007, S. 273,290). Die analytische Schwäche dieser Behauptung ist schnell erkannt. Natürlich kann in einem so streng zensierten Netzwerk viel weniger politischer Dissens gefunden werden, als die für die chinesische Wirtschaft

## 2.2. NEUER STRUKTURWANDEL?

---

so essentielle Konsumkultur. Nichtsdestotrotz bleibt der Zweifel bestehen, ob nicht im Internet größtenteils jene Unterhaltungsformate weitergeführt werden, die die klassischen Massenmedien einst geprägt haben und ob der politisch Dialog nicht nur ein Nischenphänomen des Cyberspace darstellt. Dieser Vermutung kann schließlich und endlich wenig entgegengestellt werden. Da das Internet einen immer größeren Teil unserer Lebenswelt absorbiert, nimmt auch jener Teil, der dem Raisonement gewidmet ist, einen relativ immer kleineren Bereich des Mediums ein. Genauso wie das Kaffeehaus nicht die gesamte Lebenswelt des Bürgerlichen im 18. Jahrhunderts einnahm, tut die Diskussion dies nicht in Bezug auf das Internet. Fragestellungen zur potentiellen neuen Öffentlichkeit im Netz müssen sich also jene Orte als Untersuchungsfeld herauspicken, in denen die Diskussion im Vordergrund steht. Abgesehen von der Frage, inwiefern das Internet vom politischen Dialog ablenkt, soll hier nun noch diskutiert werden, wie ein solcher Dialog in dem Rahmen in dem er überhaupt stattfindet, aussieht.

Es sollte an diesem Punkt daran erinnert werden, dass das Internet keineswegs das erste Kommunikationsmedium ist, dem ein großes demokratisches Potential zugeschrieben wurde. In den 70 Jahren des vergangenen Jahrhunderts kamen die Konzepte der sogenannten „Teledemocracy“ auf, die eine Antwort auf die sinkende politische Partizipation der Bevölkerung bieten wollte. Diese Konzepte gingen jedoch, wie der Name schon vermuten lässt, davon aus, dass Medien wie Radio und Fernsehen es sein würden, die der Demokratie frischen Wind einhauchen könnten. Die aktuelle Diskussion entgegnet diesen Ansätzen jedoch, dass der absolute Schwachpunkt dieser Medien, in ihrer Einwegkommunikation lag. Das Internet hingegen erlaubt es seinen Nutzern zu interagieren und in weiterer Folge direkt zu partizipieren (vgl. Gimmler 2001, S. 32)<sup>9</sup>.

In diese Kerbe hat Bertold Brecht schon in den 30er Jahren des vergangenen Jahrhunderts geschlagen, als er mit der Idee aufwartete, den Rundfunk in ein interaktives Medium zu verwandeln:

„Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln. Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, das heißt, er wäre es, wenn er es

---

<sup>9</sup>Gimmler dient mir an dieser Stelle einerseits als Quelle für die die Anmerkung zur „Teledemocracy“. Andererseits ist sein Aufsatz selbst ein Beispiel für die hier beschriebene Argumentation

## 2.2. NEUER STRUKTURWANDEL?

---

verstünde, nicht nur auszusenden sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen. Der Rundfunk müßte demnach aus dem Lieferantentum herausgehen und den Hörer als Lieferanten organisieren“ (Brecht 2002, S. 260)

60 Jahre nachdem Brecht sein Hirngespinnst formuliert hat, scheint es in Form des Internets Realität geworden zu sein. So argumentieren zumindest die Enthusiasten dieses Mediums. Die Argumentation kann, wie oben schon angedeutet, als direkte Antwort auf Habermas' Kritik der Massenmedien verstanden werden, die das Publikum zum »Don't talk back« verdammen. Gleichzeitig verdeutlicht der Verweis auf die „Teledemocracy“ eine analytische Unterscheidung zwischen Information (Teledemocracy) und Diskussion, die jedoch beide für sich ihre Wichtigkeit für ein funktionierende Demokratie beanspruchen. Das Internet scheint jedoch meinem Verständnis nach diese beide Ebenen untrennbar zu verschmelzen.

Peter Dahlgren weist in gewisser Weise darauf hin, wenn er sagt, dass wir dazu tendieren entweder an die für die klassischen Massenmedien typischen „one to many“ Kommunikation denken, oder aber an eine „one to one“ Kommunikation, die paradigmatisch für den Dialog oder eben die Interaktion steht. Gruppenkommunikation, also im Sinne „many to many“, kann Merkmale der beiden klassischen Kommunikationsformen aufweisen (vgl. Dahlgren 2005, S. 149f). Wir sehen uns also, in Bezug auf die Quantität möglicher aktiver Teilnehmer, mit einer ganz neuen Art der Kommunikation konfrontiert.

Diese veränderte Form der Kommunikation führt jedoch auch unweigerlich zu einem steten Wettbewerb um Aufmerksamkeit<sup>10</sup>. Schließlich ist die Aufmerksamkeit anders als in den beiden anderen Kommunikationsformen nicht mehr automatisch gegeben. Im Vordergrund dieser Wettbewerbssituation muss nun bestimmt werden, ob der Dialog, im Sinne Bohmans also einer in dem Akteure ihre Meinung äußern und diese auch in einem permanenten Austausch erwidert wird, tatsächlich stattfindet. Verschiedene Indizien weisen darauf hin, dass diese Wettbewerbssituation dem Dialog alles andere als zuträglich ist. So finden beispielsweise Herwig et. al. heraus, dass im Rahmen der studentischen Protestbewegung „Unibrennt“ im Jahre 2009, nur 155 User (1,7%

---

<sup>10</sup>Imhof diagnostiziert diesen Wettbewerb in dem von ihm analysierten „neuen“ Strukturwandel der Öffentlichkeit, in dessen Mittelpunkt jedoch nicht das Internet steht (vgl. Imhof 2006, S. 10)

## 2.2. NEUER STRUKTURWANDEL?

---

des Samples) über 44% des Gesamten Materials zu dem Thema auf der Microbloggingplattform Twitter produziert haben (vgl. Herwig, Kossatz und Mark 2010, S. 8). Natürlich lässt sich anhand dieser Zahl nicht sagen, dass kein Dialog im Sinne eines permanenten Austausches von Inhalten, also Dialog im Sinne Bohmanns stattfindet. Sie legt jedoch nahe, dass ein beträchtlicher Teil der Nutzer diesen Dienst nur als Zuhörer benützt, ohne sich aber selbst in der Diskussion zu beteiligen.

Im empirischen Teil dieser Arbeit möchte ich deshalb folgende Leitfrage bearbeiten.

Auf welche Weise kann Dialog im Sinne eines steten Austausches von Argumenten auf der Microblogging Plattform Twitter geführt werden und welches Ausmaß nimmt dieser Teil der Kommunikation am gesamten Sample an.

### 2.2.5 Hergestellte Öffentlichkeit

In Habermas' normativer Vorstellung stellt die politische Öffentlichkeit eine Konstante dar. Sie besteht also permanent und muss sich nicht immer wieder neu konstituieren. Den Verfall dieser permanenten Öffentlichkeit beschreibt Habermas wie folgt:

„Wie sehr politische Öffentlichkeit, als eine Sphäre kontinuierlicher Teilnahme an dem auf die öffentliche Gewalt bezogenen Raisonement zerfallen ist, bemißt sich an dem Grad, in dem es zur genuinen publizistischen Aufgabe der Parteien wird, so etwas wie Öffentlichkeit periodisch überhaupt erst herzustellen. Wahlkämpfe ergeben sich nicht mehr, im Rahmen einer institutionell gesicherten Öffentlichkeit, aus einem ohnehin unterhaltenen Streit der Meinungen.“ (Habermas 1990, S. 313)

Die Anwendung dieser Problematik auf das Internet stellt uns vor zwei unterschiedliche Fragestellungen.

Einerseits muss danach gefragt werden, ob das Internet den adäquaten Raum darstellt, um eine institutionell gefestigte Öffentlichkeit zu garantieren. Die Verwendung des Begriffes Raum impliziert gewissermassen schon ein positive Antwort auf diese Frage. Farrall argumentiert, dass das Internet im Gegensatz zu Medien wie Radio oder Telefon als Raum verstanden werden muss,

## 2.2. NEUER STRUKTURWANDEL?

---

weil es dem Raumverständnis entsprechend, die Fähigkeit hat Dinge zu halten bzw. zu speichern (vgl. Farrall 2004, S. 2). Ich denke, dass diese Fähigkeit, die gleichzeitig wie ein Erinnerungsvermögen des Diskurses wirkt, die nötige Voraussetzung für eine institutionalisierte Debatte bietet.

Zweitens muss man der Frage nachgehen, inwiefern sich die Netzgemeinde -ähnlich wie das Publikum der klassischen Massenmedien- jenen, durch Parteipolitik und Massenmedien hergestellten Öffentlichkeiten unterwirft. Vereinfacht gesagt, dass sich die Netzgemeinde ihre Themen von Massenmedien und politischen Parteien aufoktroyieren lässt. Falls dem aber nicht so ist, würde dies bedeuten die Netzgemeinde hätte sich eine gewisse Autonomie in der Themenfindung erkämpft, die ihr möglicherweise sogar eine bestimmte Rolle im Agenda-setting einräumt. Bohman argumentiert „the public must challenge the credibility of expert communicators, especially in their capacities to set agendas and frames for discussing issues [...] as in the case of cooperating with experts the public must challenge the reception of their own public communication by the media themselves“ (Bohman 2004, S. 142). Es geht also um einen Prozess der Ermächtigung von Seiten der Öffentlichkeit gegenüber den Massenmedien, die allerdings nur im Zusammenspiel mit diesen passieren kann. Eine von den Massenmedien und Parteien oder politischen Amtsträgern vollkommen entkoppelte Öffentlichkeit im virtuellen Raum wäre schließlich auch nicht wünschenswert im Sinne Habermas.

Empirische Untersuchungen zum Agendasetting in unserer modernen Medienlandschaft sind schwer zu finden. Die Schwierigkeit solcher Analysen besteht darin, dass kaum mit Sicherheit behauptet werden kann, wo ein Thema tatsächlich seinen Ursprung hat.

Versuche gibt es dennoch. Jang beschäftigt sich mit dem *Intermedia Agenda Setting* zwischen Internet Foren und klassischen Massenmedien während den Präsidentschaftswahlen in Korea und den USA. Er kommt dabei zum Schluss, dass Internetuser sowohl in Korea, als auch in den USA in Ihrer Themenwahl stark von Zeitungen und Fernsehen beeinflusst werden. Gleichzeitig nützen diese Medien jedoch das Internet als Quelle der öffentlichen Meinung (vgl. Jang 2010, S. 143, 145, 147). Anders als in Korea stehen jedoch US-amerikanische Medien dem Internet als geeignete Quelle für ihre eigene journalistische Tätigkeit weitestgehend kritisch gegenüber (vgl. ebd., S. 150). Im Bezug auf Bohmans Argumentation, die auf die Eigenermächtigung der Online Öffentlichkeit abzielt, bedeutet dies jedoch, dass die traditionellen Medien weiterhin die Zügel fest im Griff haben.

Zu ganz anderen Ergebnissen kommt ein neue Studie zur Österreichischen

Twittersphäre, in der zumindest Themen festgemacht werden konnten, die in ihrer Priorität zwischen diesem Medium und Österreichischen Printmedien stark divergieren. Ein Beispiel dafür waren die Occupy Austria Demonstrationen im Oktober vergangenen Jahres. Diesen Demonstrationen wurde von Seiten der Printmedien kaum Beachtung geschenkt, auf der Plattform Twitter waren sie jedoch ein zentrales Thema (vgl. Ausserhofer, Kittenberger und Maireder 2012, S. 50).

Zudem gibt es verschiedenste rezente Beispiele von Themen die, zumindest dem subjektiven Eindruck nach, in Internetforen verschiedenster Art aufgenommen und erst später von klassischen Massenmedien in den Fokus genommen wurden. Genannt seien hier die Plagiatsaffäre um die Doktorarbeit des zurückgetretenen deutschen Verteidigungsministers Karl-Theodor zu Guttenberg oder die Diskussion um das geplante *Anti-Counterfeiting Trade Agreement*, kurz ACTA. Es lässt sich also zusammenfassend sagen, dass eine funktionierende Öffentlichkeit eine gewisse Unabhängigkeit von politischen Repräsentanten und Massenmedien in ihrer Themenfindung wahren muss. Für die empirische Untersuchung kann dieses Kriterium wie folgt in eine Frage umformuliert werden.

Auf welche Weise können klassische Massenmedien und politische Repräsentanten Einfluss auf den Diskurs auf Twitter nehmen und in welchen Anteilen am Gesamtdiskurs drückt sich diese Einflussnahme aus?

### 2.2.6 Zersplitterung

An recht später Stelle möchte ich mich nun in diesem Kapitel Habermas' eigener Sicht auf das Internet widmen. Nachdem sein Verständnis einer funktionierenden Öffentlichkeit in der Debatte um das Demokratiepotehtial des Internets immer wieder aufgetaucht ist, entgegnet er dieser Anwendung seiner Theorie 2006 mit vernichtenden Worten:

„Das World Wide Web scheint freilich mit der Internetkommunikation die Schwächen des anonymen und asymmetrischen Charakters der Massenkommunikation auszugleichen, indem es den Wiedereinzug interaktiver und deliberativer Elemente in einen unreglementierten Austausch zwischen Partnern zulässt, die virtuell, aber auf gleicher Augenhöhe miteinander kommunizieren.

## 2.2. NEUER STRUKTURWANDEL?

---

Tatsächlich hat ja das Internet nicht nur neugierige Surfer hervorgebracht, sondern auch die historisch versunkene Gestalt eines egalitären Publikums von schreibenden und lesenden Konversationsteilnehmern und Briefpartnern wiederbelebt. Andererseits kann die computergestützte Kommunikation unzweideutige demokratische Verdienste nur für einen speziellen Kontext beanspruchen: Sie unterminiert die Zensur autoritärer Regime, die versuchen, spontane öffentliche Meinungen zu kontrollieren und zu unterdrücken. Im Kontext liberaler Regime überwiegt jedoch eine andere Tendenz.

Hier fördert die Entstehung von Millionen von weltweit zerstreuten chat rooms und weltweit vernetzten issue publics eher die Fragmentierung jenes großen, in politischen Öffentlichkeiten jedoch gleichzeitig auf gleiche Fragestellungen zentrierten Massenpublikums. Dieses Publikum zerfällt im virtuellen Raum in eine riesige Anzahl von zersplitterten, durch Spezialinteressen zusammengehaltenen Zufallsgruppen. Auf diese Weise scheinen die bestehenden nationalen Öffentlichkeiten eher unterminiert zu werden. Das Web liefert die Hardware für die Enträumlichung einer verdichteten und beschleunigten Kommunikation, aber von sich aus kann es der zentrifugalen Tendenz nichts nichts entgegensetzen. Vorerst fehlen im virtuellen Raum die funktionalen Äquivalente für die Öffentlichkeitsstrukturen, die die dezentralisierten Botschaften wieder auffangen, selektieren und in redigierter Form synthetisieren. (S. 161f)“

In diesem kurzen Abschnitt spricht Habermas gleich mehrere von jenen Punkten an, auf die hier bereits hingewiesen wurde. Erstens erkennt auch er im Internet das Wiederaufleben jener Interaktivität, die durch die klassischen Massenmedien zerstört worden waren. Zweitens scheint er im Internet eine gewisse Egalität<sup>11</sup> unter den Teilnehmern zu verorten. Zu guter Letzt merkt auch er zumindest in einem Nebensatz die Existenz der „neugierigen Surfer“ an, mit denen ich mich im Abschnitt 2.2.4 mitunter beschäftigt habe.

Zusätzlich führt Habermas noch eine Unterscheidung ein, die mir überaus fruchtbar erscheint: Nämlich die Trennung zwischen der Rolle des Internets in repressiven Regimen und demgegenüber in liberalen Demokratien. Die

---

<sup>11</sup>deren Quelle allerdings nicht die Anonymität zu sein scheint. Schließlich spricht er diese als eine der Schwächen der Massenkommunikation an

## 2.2. NEUER STRUKTURWANDEL?

---

Sinnhaftigkeit einer solchen Unterscheidung hat sich im vergangenen Jahr mit dem Arabischen Frühling bekräftigt. Demnach wären jene Situationen, in denen das Internet vor allem als praktisches Organisationstool des Protests fungiert von jenen zu unterscheiden, in denen es tatsächlich als politisches Forum innerhalb einer, zumindest formal, funktionierenden Demokratie dienen sollte. Die Schwachstelle dieser Trennung liegt jedoch darin, dass sie nur nationalstaatliche Konstellationen zu fassen vermag und damit jene Globalität, die das ebenso benannte *World Wide Web*<sup>12</sup> so einzigartig macht, vernachlässigt. Ansätze, wie jene von James Bohman, der das Internet als globale öffentliche Sphäre zu konzeptionieren versucht, bleiben dabei unbeantwortet.

Trotz alledem liegt das Gewicht Habermas' Kommentar zum Internet in seiner Aussage, das Internet würde den Diskurs zersplittern. Er wittert also die Gefahr, dass irrelevante Unterthemen von bestimmten Spezialgruppen behandelt werden, die schließlich die Verbindung zum Rest verlieren. Es verwundert wenig, dass kurz nach dieser Äußerung: die Wogen innerhalb der Internet Community hochgegangen sind. Der hier bereits in einem anderen Kontext erwähnte Internetenthusiast Howard Rheingold warf Habermas' vor, jenes Phänomen, das er hier beschreibt ganz einfach nicht zu verstehen und wünschte sich er hätte es doch bei einem "I leave that work to younger scholars, who can build contemporary theories on the foundations of my earlier work about the role of the public sphere in an infosphere dominated by mass media." belassen (vgl. Rheingold 2007, vorletzter Absatz). Ein anderes Beispiel einer solchen Echauffierung ist Jarchow 2008.

Stuart Geiger fasst diese Debatte anschaulich zusammen, warnt aber davor Habermas' Argument zu unreflektiert zurückzuweisen. Er geht jedoch einen eigenen Weg in dem er sagt, das Problem sei nicht die Fragmentierung des Diskurses, sondern vielmehr die Integration des Onlinediskurses durch rein technische Mittel. Während Habermas erste Widersacher also argumentieren die Angst vor einer Informationsflut, die nicht zu bändigen sei, die noch die 90er Jahre dominierte, sei Mithilfe von Suchmaschinen und diversen anderen Selektionstools längst überwunden, sieht Geiger genau hier das Problem. Es ist nämlich nicht der Diskurs selbst, der die öffentliche Meinung bündelt, sondern die Algorithmen verschiedenster Suchmaschinen. Zur Veranschaulichung dieses Sachverhaltes stellte er dem, von Foucault eingebrachten Pan-

---

<sup>12</sup>Die Unterscheidung zwischen Internet und WWW bleibt hier zugunsten der Verdeutlichung meines Arguments unberücksichtigt

## 2.2. NEUER STRUKTURWANDEL?

---

optikon, das Latour'sche Oligoptikon entgegen. Während ersteres dadurch gekennzeichnet ist, dass eine Person alles beobachten kann, so zeichnet sich das Oligoptikon in dieser Anwendung dadurch aus, dass es dem User ein Gesamtbild des Internets zu bieten scheint, in dem allerdings nur die sogenannten „trending topics“ zusammenfasst werden (vgl. Geiger 2009, S. 3, 9). Demgegenüber steht ein Ansatz, der mit ähnlich technischem Fokus, zu einem gänzlich anderen Schluss kommt. Er argumentiert, dass die Personalisierung des Internetzugangs durch Suchmaschinen wie Google, deren Service und Suchresultate perfekt an den User angepasst sind, dazu führen, dass sich dieser gewissermaßen im Netz einsperrt und nur mehr auf jene Dinge stößt, die ihm ohnehin schon zusagen (Pariser 2012). Legt man dies auf politischen Diskurs um, würde dies bedeuten, dass Personen nur mit anderen Personen in Kontakt kommen, deren politische Einstellung sie zumindest bis zu einem gewissen Grad teilen. Freilich ist eine solche Aussage aber vor allem quantitativ schwer zu überprüfen. Amthor stellt bei seiner Untersuchung der Online Mediennutzung der birmanischen Diaspora beispielsweise fest, dass diese ihre Netzwerke „nach bestimmten Kriterien, zu denen an erster Stelle sicherlich ethnische Zugehörigkeit und damit verwendete Sprache gehört“ bilden (vgl. Amthor 2011, S. 40). Gerade dieses Beispiel macht jedoch deutlich, dass es sich hier um klassische soziale Muster handelt, die in der Online-Kommunikation reproduziert werden und durch technische Strukturen noch verstärkt werden. Schließlich handelt es sich um keine soziologische Neuigkeit, dass Menschen dazu tendieren sich mit ihnen ähnlichen Personen zu umgeben.

Einen Versuch dieser Thematik empirisch nachzugehen stellt eine Studie von Sarita Yardi und Danah Boyd dar, die versucht haben die Polarisierung der User am Kurznachrichtendienst Twitter zu verfolgen. Sie kommen dabei jedoch zu überraschend positiven Ergebnissen, wenn sie abschließend feststellen, dass die User durchaus mit den verschiedensten konkurrierenden Sichtweisen konfrontiert werden (vgl. Yardi und Boyd 2010, S. 325).

Die Fragmentierung der Kommunikationsstrukturen ist aus quantitativer Perspektive eine klassische Fragestellung der sozialen Netzwerkanalyse. Da diese Methode auch bei der Beantwortung der Fragen zu Hierarchie und Dialog zur Anwendung kommen soll, macht es aus praktischer Sicht Sinn die Frage der Zersplitterung im Rahmen dieser Kapitel zu behandeln. Konkret soll beantwortet werden:

Lassen sich konkrete Fragmentierungen in den Kommunikations-

strukturen feststellen? Auf welchen Gruppenzugehörigkeiten basieren diese Fragmente?

## 2.3 Zwischenbilanz

Bis hierher stellt diese Arbeit einen Versuch dar Fragestellungen zu definieren, die zu beachten sind, wenn Habermas Vorstellung einer politischen Öffentlichkeit auf das Medium Internet angewendet werden sollen. Ich habe versucht theoretische und empirische Forschungsergebnisse in diese Fragestellungen einzuarbeiten. Ob das Internet nun als solch eine politische Öffentlichkeit verstanden werden kann, lässt sich jedoch anhand der bisherigen Ausführungen freilich nicht beantworten. Vielmehr bietet sie einen Einblick in jene Aspekte, die bei der Entwicklung eines Forschungsrahmens beachtet werden müssen.

Um zu bestimmen, inwiefern die neuen Medien des Web 2.0 Habermas Anspruch an einer deliberativen Öffentlichkeit genügen oder dem auch nur entgegenkommen, müssen die hier angesprochenen Fragestellungen behandelt werden. Allgemeiner Zugang, Egalität, Dialog, Integrität des Diskurses und eine gewisse Autonomie in Bezug auf die Themensetzung müssen bis zu einem bestimmten Grad gegeben sein, damit von einer Öffentlichkeit im Sinne Habermas gesprochen werden kann.

Die Diskussion dieser Voraussetzungen hat jedoch deutlich gemacht, dass sie stark zueinander in Bezug stehen. Wir haben gesehen, dass die Zugangskriterien zu diesem Medium vielschichtig sein können und dementsprechend komplex stellt sich die Zusammensetzung der potentiellen Cyberöffentlichkeit dar. Wer nun aber in welcher Form in diesem Medium präsent ist, hat direkte Auswirkung auf das Kriterium der Egalität unter den Usern. Die Entstehung hierarchischer Strukturen würde wiederum den Wettbewerb um Aufmerksamkeit verzerren und damit die Dialogfähigkeit dieser Öffentlichkeit zerstören. Auf diese Weise ließen sich noch unzählige Querverbindungen zwischen den definierten Fragestellungen identifizieren.

Dies bedeutet, dass eine empirische Forschung nötig ist, die gleichzeitig alle Ebenen an einem gemeinsamen Forschungsgegenstand überprüft. Dieser Forschungsgegenstand kann freilich nicht das Internet an sich sein, sondern muss auf ein Themengebiet eingeschränkt sein und sich auf ein konkretes Submedium konzentrieren. Dabei soll hervorgehoben sein, dass nicht der konkrete Diskursinhalt, sondern vielmehr der Diskursablauf im Mittelpunkt der Un-

### 2.3. ZWISCHENBILANZ

---

tersuchung steht.

„Deliberation als Kennzeichen demokratischer Ordnung stabilisiert Gesellschaften nicht durch die Überprüfung der Inhalte argumentativer Auseinandersetzung, sondern durch die Beobachtung der Verfahrensbedingungen, unter denen Meinungs- und Willensprozesse stattfinden und auf das System einwirken. Nicht die Rationalität eines einzelnen Diskurses, sondern die Rationalität des diskursiven Designs wird zum Untersuchungsgegenstand.“ (vgl. Palazzo 2002, S. 147)

Dieses diskursive Design kann jedoch auch letztlich nur empirisch untersucht werden, indem man erhebt inwieweit das rein technische Potential, dass dieses Medium Internet bietet auch tatsächlich im Sinne einer politischen Deliberation eingesetzt wird. Der folgende zweite Teil dieser Arbeit widmet sich dieser empirischen Abhandlung und untersucht die formulierten Fragestellungen am Microbloggingdienst Twitter und der Diskussion zu Rio+20.

# Kapitel 3

## Analyse

### 3.1 Twitter zur Einführung

Bei Twitter handelt es sich um eine sogenannte Microbloggingplattform, die im Jahr 2006 gegründet wurde. Der Name Microblogging deutet einerseits darauf hin, dass dieser Dienst dem Bloggen, also dem erstellen eines sogenannten Weblogs, näher steht als sozialen Netzwerken wie Facebook, außerdem steht Mikro wiederum für eine extrem eingeschränkte Form des Weblogs. Ein Tweet ist auf genau 140 Zeichen beschränkt (Twitter Hilfe-Center 2012b). Herwig merkt jedoch an, dass Twitter aufgrund des Vernetzungssystem, bei dem es darum geht anderen Usern zu „folgen“ und damit ihre Statusmeldungen zu lesen, eher als eine Mischung aus Blog und soziales Netzwerk zu charakterisieren ist (vgl. Herwig 2010, S. 2).

Der Dienst wurde von Jack Dorsey, Biz Stone und Evan Williams im Rahmen der Firma Odeo gegründet, die ursprünglich an einem Programm zur Veröffentlichung von Podcasts arbeiteten. Als Apple einen ähnlichen Dienst in das Musikprogramm ihres Betriebssystems integrierten, sahen die Entwickler ihr Produkt zu starker Konkurrenz ausgesetzt und ließen von der Weiterentwicklung ab. Twitter wurde zum Ersatzprojekt. Da diese Entwicklung von Seiten der Odeo Investoren wenig Begeisterung erntete, schaffte es Evan Williams die Anteile dieser zurückzukaufen und wurde somit zum Eigentümer von Odeo und damit Twitter. 5 Jahre nach diesem Kauf war das Unternehmen jedoch das tausendfache wert. 2011 schätzte man das Unternehmen also auf einen Marktwert von 5 Milliarden US-Dollar (vgl. Carlson 13.04.2011, S. 1f).

### 3.1. TWITTER ZUR EINFÜHRUNG

---

Heute zählt die Plattform nach eigenen Angaben 100 Millionen Nutzer, die sich mindestens einmal pro Monat einloggen und rund 400 Millionen Seitenaufrufe im Monat tätigen (vgl. NZZ 2012). Die Messung anhand der Zugriffe ist deshalb nötig, weil sich dem Anschein nach ein großer Teil der Nutzer für den Dienst registriert, ihn aber nur sehr kurz benutzt. Demuth und Schulz merken außerdem an, dass Twitter ein übertriebener Hype anhängt, wenn man sich die realen Zahlen vor Augen führt. So berechnen sie beispielsweise für das Jahr 2009, dass nicht einmal 0,1% der deutschen Internetnutzer Twitter als Kommunikationsmittel nutzen (vgl. Demuth und Schulz 2010, S. 9f). Dieser Hype hat sicherlich damit zu tun, dass Twitter in den letzten Jahren wiederholt eine wichtige Rolle in verschiedensten politischen Umbrüchen, vor allem in arabischen Ländern, zugeschrieben wurde. Genannt seien hier nur die Unruhen im Iran 2009 sowie natürlich der sogenannte „Arabische Frühling“ des Jahres 2011. Wortkreationen wie „Twitter-Revolution“ scheinen hier eine Technik-Euphorie hervorgerufen haben, die einen Sicherheitsbeamten der Bush Regierung sogar dazu bewogen haben, Twitter für den Friedensnobelpreis vorzuschlagen (vgl. Kolokythas 13.07.2009). Schlussendlich hat dieser Hype aber nicht nur Medien und Technikdeterministen angesteckt, sondern auch die Wissenschaft und natürlich liegt auch dem Erkenntnisinteresse der vorliegenden Arbeit etwas davon zu Grunde.

Bei Literatursuche zu Twitter wird schnell deutlich, dass zu diesem Thema in zwei verschiedenen Sparten publiziert wird. Einerseits finden sich zahlreiche Bücher aus dem Bereich des Marketings, die dem Leser Twitter und andere soziale Netzwerke vor allem als effizientes Werbeinstrument näher bringen wollen (vgl. exemplarisch Weinberg 2010). Auf der anderen Seite steht eine überaus breite Forschung aus dem Bereich der Sozialwissenschaften, die sich dem Service zum Großen Teil auf quantitative aber auch auf qualitative Weise annimmt. Die Faszination, die der Analyse solch großer Mengen an Daten inne liegt, hat Krishna Gummadi vom Max Plack Institut für eine Ausgabe der Radio-Sendung „Dimension - Die Welt der Wissenschaft“ des österreichischen Senders Ö1 treffend wie folgt formuliert:

„Soziale Netzwerke im Internet haben 100 Millionen Nutzer, die miteinander kommunizieren und interagieren. Weil all diese Interaktionen online stattfinden, können sie sehr leicht beobachtet und ausgewertet werden. Wir erhalten eine Flut von Daten die wir analysieren können. Diese Daten, sind eine Goldgrube, denn sie erlauben es etablierte soziologische Theorien im großen Stil zu

überprüfen.“ (vgl. Krauter 24.07.2012, Min. 3:27)

Ob diesem hohe Anspruch tatsächlich nachgekommen werden kann, bleibt vorerst zu hinterfragen, schließlich wurden die hier angesprochenen „etablierten soziologischen Theorien“ nicht für soziale Netzwerke im Internet entwickelt. Gummadis Aussage liegt jedoch die Prämisse zu Grunde, dass sich Individuen offline wie online gleich verhalten. Nichtsdestotrotz erklärt sein Statement den derzeitigen Boom der Analyse sozialer Netzwerke wie Twitter. Es entsteht jedoch der zumindest subjektive Eindruck, dass sich mehr Studien mit Twitter als mit dem direkten *Social Media* Konkurrenten Facebook beschäftigen, obwohl die weitaus persönlicheren Informationen, die auf letzterem platziert werden, für sozialwissenschaftliche Untersuchungen mit Sicherheit von Interesse sind. Diese Entwicklung mag wohl damit zusammenhängen, dass Twitter viel offener gestaltet ist und zudem eine Entwicklerschnittstelle zur Verfügung stellt, die einen direkten Zugriff auf den Datenfluss erlaubt. Auf diese Schnittstelle werde ich später noch zurückkommen.

#### 3.1.1 Benutzer

Wie weiter oben schon angedeutet, wird Twitter ein großes Marketingpotential zugestanden. Dieses Potential schlägt sich auch in der Nutzerstruktur des Netzwerkes nieder. Längstens nicht nur Privatpersonen nutzen Twitter, um sich mit ihren Bekanntschaften auszutauschen, sondern auch Unternehmen. Demuth und Schulz entwickeln eine ganz grundlegende Charakterisierung der verschiedenen Profile.

- **Der private Nutzer**

Die Autorinnen charakterisieren den privaten Nutzer als jenen, der seinen Kontakten über Statusmeldungen mitteilt, was er gerade macht. Diese Vorstellung scheint stark von der ursprünglichen Idee hinter Twitter inspiriert zu sein. Tatsächlich benutzen aber natürlich auch private Nutzer dieses Medium um Nachrichten, interessante Links etc. zu teilen. Zentrales Charakteristikum dieser Benutzer ist es meiner Einschätzung nach vor allem, dass diese keinem größeren Publikum aufgrund ihrer Aktivität in klassischen Medien bekannt sind.

- **Der nicht-private Nutzer**

Als nicht-private Benutzer treten in den letzten Jahren vor allem unterschiedliche Medien, wie Tageszeitungen, Magazine und Fernsehsender,

### 3.1. TWITTER ZUR EINFÜHRUNG

---

verschiedenste Unternehmen wie Banken und Internetunternehmen in den Vordergrund, die versuchen ihre Produkte zu vermarkten oder auch einen direkteren Kundenkontakt über dieses Medium zu etablieren. Für die vorliegende Arbeit ist es besonders interessant, dass in die Gruppe der nicht-privaten User auch Non-Governmental Organisations (kurz NGO's) fallen, die Twitter nutzen, um auf ihre Anliegen aufmerksam zu machen.

Auch Politiker nutzen das Medium vermehrt für ihren Wahlkampf um eine gewisse „Volksnähe“ zu signalisieren. Barack Obama gilt hier als Vorbild dem zunehmend auch europäische Politiker folgen.

- **Der weder-noch Nutzer**

Weder-noch Nutzer stehen in der Charakterisierung der Autorinnen selbstverständlich zwischen privaten und nicht-privaten Nutzern. Als Beispiel ziehen sie Blogger heran, die Twitter zwar privat benutzen jedoch mitunter auf ihre Artikel auf einem Blog hinweisen wollen, ohne dass es sich dabei um kommerziell betriebene Blogs handelt.

(vgl. Demuth und Schulz 2010, S. 8ff)

Damit sind die Grundkomponenten der verschiedenen Usergruppen festgelegt natürlich handelt es sich dabei aber um eine grobe Vereinfachung, die gegebenenfalls in Richtung der eigenen Fragestellung spezifiziert werden muss. So wurde beispielsweise für ein Analyse der politischen Twittersphäre in Österreich eine Unterscheidung zwischen Bürgern, Politikern, Journalisten und Experten gewählt (vgl. Ausserhofer, Kittenberger und Maireder 2012, S. 16), die sich jedoch schlussendlich wieder auf die hier vorgestellten Grundkomponenten reduzieren ließe. BürgerInnen wären dabei als private Nutzer zu verstehen. Experten als weder-noch und Politiker sowie Journalisten als nicht-private Nutzer.

Eine eigene Spezifikation der Nutzergruppen auf Basis meines Erkenntnisinteresses werde ich im Kapitel 2.2.2 vornehmen.

#### 3.1.2 Funktionen

Das Kommunikationssystem auf Twitter basiert auf einigen wenigen Basisfunktionen, die mit bestimmten Textkonventionen vervollständigt werden. Diese sollen im Folgenden kurz erklärt werden, damit es dem Leser im Anschluss möglich ist die Analyse problemlos zu verstehen. Grundsätzlich muss

hier noch einmal darauf hingewiesen werden, dass Twitter ein Microblogging-Dienst ist, in dessen Mittelpunkt der sogenannte Tweet steht, eine Nachricht auch genannt Statusmeldung mit maximal 140 Zeichen, die Benutzer verfassen und die von anderen wiederum gelesen wird.

- **Das Followerprinzip**

Das Followerprinzip ist der zentrale Funktionsmechanismus auf Twitter. Jedem Benutzer steht es frei anderen zu folgen, wobei dies bedeutet, dass der Folgende alle Tweets bzw. Statusmeldungen des Gefolgteten angezeigt bekommt. Die Besonderheit dabei ist, dass dieser Folgemechanismus nicht auf Gegenseitigkeit beruht. Dass A B folgt bedeutet also nicht automatisch, dass B auch A folgt, wenngleich dies natürlich möglich ist. Dadurch unterscheidet sich Twitter fundamental von klassischeren sozialen Netzwerken, wie beispielsweise Facebook oder dem deutschen StudiVZ. In letzteren beruht eine „Freundschaft“ immer auf Gegenseitigkeit. Ein Benutzer stellt also eine Freundschaftsanfrage, die dann von dem anderen Benutzer akzeptiert werden muss, erst dann wird diese Verbindung tatsächlich etabliert. Auf Twitter kann grundsätzlich jeder jedem folgen ohne dafür eine Bestätigung einholen zu müssen<sup>1</sup>.(vgl. Herwig u. a. 2009, S. 3)

- **Listen**

Die Funktion der sogenannten Listen ähnelt dem Followerprinzip. Sie erlaubt es Benutzern, die zu bestimmten Themengebieten schreiben, in einer Liste mit maximal 500 Microbloggern zusammenzufassen. Eine solche Liste kann, muss aber nicht öffentlich zugänglich sein. Falls sie öffentlich ist, können auch anderer Benutzer dieser Liste folgen. (vgl. Twitter Hilfe-Center 2012f)

Während die bis hierher beschriebenen Funktionen in die Grundstruktur des Netzwerkes eingebaut sind, handelt es sich bei den folgenden, eher um bestimmte Konventionen zum Verfassen von Statusmeldungen, die jeweils einen bestimmten Zweck erfüllen. Thimm, Einspänner und Dang-Anh beschreiben einige dieser Funktionen innerhalb eines sogenannten Operatorenmodells, demnach sich Tweets in ihrer Funktion je nach verwendetem Operator (meist in Form einer speziellen Syntax) grundlegend von einander unterscheiden können (vgl. S. 292).

---

<sup>1</sup>Es sei denn es handelt sich um geschützte Profile

- **Retweet**

Bei einem sogenannten *Retweet* wird eine Statusmeldung eines anderen Benutzers kopiert und mit Verweis auf den ursprünglichen Autor unter dem eigenen Namen erneut veröffentlicht. In gewisser Weise handelt es sich beim Retweet um das Pendant zum Weiterleiten eines emails. Ein Retweet liest sich wie folgt:

@UserA: „Ich esse gerade einen Apfel.“

@UserB: „RT @UserA Ich esse gerade einen Apfel.“

Durch den Verweis und die wortwörtliche Wiedergabe des originalen Textes ähnelt diese Praktik in gewisser Weise dem wissenschaftlichen Zitieren (vgl. Herwig u. a. 2009, S. 5). Die Funktionen des Retweets können als Diffusion, Referenz und eben Zitation zusammengefasst werden (vgl. Thimm, Einspänner und Dang-Anh 2012, S. 293). Mittlerweile wird der Retweet auch technisch von Twitter unterstützt. Das bedeutet, dass eine Statusmeldung per Knopfdruck *retweeted* werden kann, ohne den schriftlichen Verweis *RT @ursprünglicherAutor* oder sogar ohne dem ursprünglichen Text (vgl. Twitter Hilfe-Center 2012c). Die Integration dieser neuen Funktion führt also zu dem Problem, dass der ursprüngliche Zweck des *Retweets* entfremdet werden kann, in dem die komplette eigentliche Statusmeldung ersetzt wird.

Auf die Frage wozu die Funktion überhaupt gut ist, also welche Intention hinter einem *Retweet* steckt finden Danah Boyd et. al 10 verschiedene „Antworten“ (vgl. Boyd, Golder und Lotan 2010, S. 6). Zusammenfassend lässt sich aber sagen, dass es sich zu allermeist um bestimmte Formen der Zustimmung handelt.

- **@Antworten bzw. Direktnachrichten**

Twitter erlaubt es Statusmeldungen direkt an andere Nutzer zu adressieren. Dies funktioniert in dem einer Nachricht der Name eines Nutzers vorangestellt wird. Der adressierte Nutzer findet diesen Tweet dann in einer eigenen Sparte Antworten. Dafür ist es nicht notwendig, dass sich Sender und Empfänger gegenseitig folgen. Die Statusmeldung ist zudem öffentlich, alle Follower des Senders können sie sehen. Als Funktionen gelten hier Adressierung, Interaktion, Kohärenz und Kontaktaufnahme (vgl. Thimm, Einspänner und Dang-Anh 2012, S. 293)

- **@Erwähnungen**

Die Möglichkeit der Erwähnung ist quasi ident mit jener der @Antwort. Einziger Unterschied ist, dass User hier nicht direkt adressiert werden, sondern ihr Username nur im Text der Statusmeldung vorkommt. Jeder Benutzer kann in der Sparte Erwähnungen nachsehen, in welchen Tweets sein Name genannt wurde. (vgl. Twitter Hilfe-Center 2012d)

- **#Hashtag**

Manche Benutzer verwenden das Nummernzeichen # um einer Statusmeldung einen Kategorie zuzuweisen. Auf diese Weise kann ein Text in einen bestimmten Kontext gestellt werden. Ein Tweet mit Hashtag könnte beispielsweise wie folgt aussehen.

User: „Die Ergebnisse sind enttäuschend. #Rio+20“

Diese Syntax wurde von Benutzern eingeführt und später von Twitter auch technisch implementiert. Man kann nun auf sogenannte Hash-tags klicken und wird dann automatisch auf eine Sammlung von allen Tweets die dieses Hashtag beinhalten weitergeleitet (vgl. Twitter Hilfe-Center 2012e). Funktionen des Hashtags sind also Themenspezifikation, Diskursorganisation oder Kontextualisierung (vgl. Thimm, Einspänner und Dang-Anh 2012, S. 293)

- **Hyperlinks**

Hyperlinks sind eine zentrale Einheit des WWW und machen dieses aus Sicht des Benutzers gerade erst zum Netz. Natürlich kann auch innerhalb von Tweets auf andere Webinhalte verwiesen werden. Weil nur 140 Zeichen zur Verfügung stehen und Webadressen mitunter sehr lang werden können, werden diese automatisch auf sogenannte *shortlinks* gekürzt. Die Funktion dient in erster Linie der Diffusion bestimmter Inhalte, sie kann aber auch dazu verwendet werden, dem eigenen Argument im Sinne einer Quellenangabe zusätzliches Gewicht zu verleihen (vgl. ebd., S. 293)

Die hier vorgestellte Liste an Funktionen stellt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Vielmehr geht es mir darum jene Möglichkeiten des Dienstes vorzustellen, die für die spätere Untersuchung von Relevanz sind.

#### 3.1.3 Einfluss der Benutzer

Die Entwickler der Microbloggingplattform Twitter zeichnen sich besonders dadurch aus, dass Konventionen, die ursprünglich von Benutzern eingeführt wurden, kontinuierlich in die Systemarchitektur eingearbeitet werden. All jene Funktionen, die ich im letzten Abschnitt als Konventionen beschrieben habe, sind von den Benutzern der Plattform als Syntax etabliert worden und stellen heute einen fixen Bestandteil des Systems dar. So haben sich Erwähnungen und Antworten beispielsweise zwischen 2006 und 2007 langsam entwickelt und wurden schließlich offiziell übernommen (vgl. Anonym 2012). Jana Herwig merkt ausserdem an, dass jener Grautext der das Eingabefeld für Statusmeldungen, in den ersten drei Jahren nach der Einführung „*What are you doing?*“ lautete, später aber auf ein allgemeineres „*What’s happening?*“ abgeändert wurde (vgl. Herwig u. a. 2009, S. 13). Auch diese Modifikation scheint ein Resultat der Erkenntnis gewesen sein, dass Benutzer auf Twitter mehr als nur Alltagsbanalitäten von sich geben.

Für die Forschung bedeutet dies, dass neuen Trends und Konventionen besondere Aufmerksamkeit gewidmet werden muss, um Statusmeldungen auch richtig zu interpretieren.

#### 3.1.4 API - Entwicklerschnittstelle

Twitter stellt eine API *Application Programming Interface*, zu Deutsch Programmier- oder Entwicklerschnittstelle, zur Verfügung. Dabei handelt es sich um eine Infrastruktur, die von Softwareentwicklern verwendet werden kann, um externe Programme auf Twitterdaten zugreifen zu lassen oder aber im Namen eines Benutzers Statusmeldungen zu verfassen. Eine klassische Anwendung dieser API ist die Entwicklung von Software, die es den Nutzern erlaubt Twitter zu benutzen, ohne sich per Webbrowser in das Service einzuloggen. In den letzten Jahren hat aber auch die Wissenschaft diese Möglichkeit für sich entdeckt, um in großem Maße Daten zu sammeln und diese zu analysieren. Wie bereits erwähnt scheint die offene Infrastruktur durch die Entwicklerschnittstelle ein Grund dafür zu sein, dass Forschungen zu Twitter besonders zahlreich vorhanden sind. Mit genügend technischen Ressourcen können beinahe alle Tweets und Benutzer erhoben werden. Kwak et. al. haben 2009 beispielsweise 41.7 Millionen Benutzerprofile und für einen gewissen Zeitraum, die dazugehörigen Statusmeldungen erhoben (vgl. Kwak u. a. 2010, S. 2). Auch die vorliegende Arbeit nutzt die Programmierschnittstelle

um Statusmeldungen zum Fallbeispiel Rio+20 zu erheben. In Abschnitt 3.3 wird die Vorgangsweise genauer erläutert.

## 3.2 Rio+20 ein Überblick

Als Fallbeispiel stellt die „Konferenz der Vereinten Nationen über nachhaltige Entwicklung“ 2012 in Rio ein überaus interessantes und facettenreiches Fallbeispiel dar. Auch wenn sich die vorliegende Arbeit nicht direkt mit den Inhalten von Rio+20 auseinandersetzt, sollen die folgenden Seiten dem Leser einen kurzen Einblick in die Thematik vermitteln, um der anschließenden Analyse ein inhaltliches Fundament zu bieten.

### 3.2.1 Geschichte

Die Geschichte der hier Rio+20 genannten UN-Konferenz beginnt nicht vor 20 Jahren und genauso wenig in Rio. Vielmehr fand die erste Konferenz dieser Art 1972 in Stockholm statt und steht für den Beginn internationaler Klimapolitik. Das Umweltprogramm der Vereinten Nationen UNEP (*United Nations Environmental Programme*) wurde in eben diesem Jahre gegründet. Nicht weniger bedeutend erscheint die Veröffentlichung eines Berichtes des *Club of Rome* mit dem Titel „Grenzen des Wachstums“ da dieser dem Paradigma des steten Wachstums und der nachholenden Entwicklung zumindest einen bedeutenden Hieb versetzen konnte (vgl. Martens 2012, S. 10).

Gut zehn Jahre später setzte die UN-Generalversammlung einen weiteren wichtigen Schritt in ihren Bemühungen um globale Umweltpolitik. 1983 wurde eine „Weltkommission für Umwelt und Entwicklung“ eingesetzt, die unter dem damaligen Ministerpräsident Norwegens Gro Harlem Brundtland eine „globale Agenda für den Wandel“ ausarbeiten sollte. Vier Jahre später veröffentlichte diese Kommission einen Bericht mit dem Namen „Unsere gemeinsame Zukunft“, der als Brundtland-Bericht weltbekannt wurde und schließlich bis heute das Denken über Umwelt und Entwicklung prägt. Die zentrale Innovation des Berichtes ist die Idee der Nachhaltigkeit. Dieses komplexe Konzept stellt eine untrennbare Verbindung zwischen Entwicklungsbestrebungen und Umweltfragen her (vgl. Radermacher 2006, S. 46) und vereinigte auf diese Weise auch die Bemühung um beide Bereiche auf den Konferenzen der Vereinten Nationen 1992, 2002 und 2012. Die beiden letzteren liefen bekanntlich auch unter dem Namen „Konferenz der Vereinten Nationen

### 3.2. RIO+20 EIN ÜBERBLICK

---

über nachhaltige Entwicklung“. 1992 fand schließlich der prestigeträchtigste UN Umweltgipfel in Rio statt und es ist davon auszugehen, dass nicht zuletzt deshalb der Titel der diesjährigen Konferenz so prominent daran erinnert. Die zentralsten und bekanntesten Ergebnisse dieser Konferenz waren einerseits die Klimarahmenkonvention („United Nations Framework Convention on Climate Change“ kurz UNFCCC) sowie die sogenannte Agenda 21.

Die Klimarahmenkonvention setzt sich zum Ziel die Treibhausgaskonzentration in der Atmosphäre stabil zu halten, um die menschliche Zerstörung des Klimasystems zu verhindern. Dafür sollten alle Teilnehmenden über ihre klimatechnischen Bemühungen berichten. Die Klimarahmenkonvention ist nicht zuletzt deshalb so wichtig, weil bei der dritten Vertragskonferenz 1997 in Japan das bekannte Kyoto-Protokoll verabschiedet wurde, welches eine gemeinsame Verpflichtung zur Reduktion der Treibhausgas-Emissionen vorsah<sup>2</sup> (vgl. Schwarze 2000, 93ff). Bei der Agenda 21 handelt es sich um ein Aktionsprogramm für nachhaltige Entwicklung, das so etwas wie eine Richtlinie für die zukünftigen Bemühungen darstellen soll. Ein besonderer Fokus wurde dabei auf die Rolle der sogenannten *major groups* gelegt. Darunter werden gesellschaftlich relevante und gleichzeitig durchaus diverse Gruppen wie Frauen, Bauern, indigene Völker, Kommunen, Gewerkschaften etc. verstanden. Zusätzlich wurde hier die Idee der positiven Rolle der Wirtschaft für Entwicklung unterstrichen (vgl. Martens 2012, S. 13).

Wiederum 10 Jahre nach Rio fand in Johannesburg ein UN-Gipfel statt, der den Charakter eines Implementierungsgipfels hatte. Ziel war es also die in Rio getroffenen, Vereinbarungen zu überprüfen und schließlich bessere Wege der Umsetzung zu identifizieren. Die Konferenz von Johannesburg gilt jedoch weitgehend als missglückt, da kein Konsens über bindende Instrumente gefunden werden konnte. Vor allem die US-Regierung unter George W. Bush stand in heftiger Opposition zu jeglicher Art der Verpflichtung und bestand auf dem Prinzip der Freiwilligkeit (vgl. ebd.).

Die bescheidenen Erfolge seit der Rio Konferenz des Jahres 92 bzw. des Kyoto-Protokolls sind mit Sicherheit ein Grund dafür, dass von vielen -wenn auch längst nicht allen- Beobachtern überaus hohe Erwartungen in Rio+20 gesteckt wurden.

---

<sup>2</sup>Die Verpflichtung galt jedoch nur für Annex-B Länder des Protokolls, welche sich als OECD- und osteuropäische Transitionsländer zusammenfassen lassen

### 3.2.2 Teilnehmer

Nachdem die Rio Konferenz 1992 die bis dahin größte internationale Konferenz der Menschheitsgeschichte war, wurde auch Rio+20 zu einer (rein an Teilnehmern gemessen) beachtlich großen Konferenz. Über 100 Regierungen nahmen an der Konferenz teil, 57 davon waren mit den jeweiligen Staatsoberhäuptern und 31 mit Regierungschefs vertreten, dazu kamen noch 487 Minister. Der direkte Vergleich zeigt jedoch, dass das Interesse von Seiten der Staaten vor 20 Jahren weit größer gewesen scheint, schließlich fanden sich 1992 in Rio noch über 100 Staatsoberhäupter und Regierungschefs ein und insgesamt waren 172 Regierungen vertreten. (vgl. Martens 2012; uncsd2012.org 23 Juni 2012)

Schon im Vorfeld der Konferenz zeichnete sich ab, dass die Anwesenheit hoher politischer Vertreter ausschlaggebend sein würde, für die Aufmerksamkeit, die diesem Gipfel zukäme. Die Absage Angela Merkels sorgte bei vielen Beobachtern für Empörung, so warf ihr beispielsweise die deutsche Grünen-Fraktionschefin Renate Künast vor, die Chancen der Konferenz durch ihre Abwesenheit abzuwerten (vgl. Spiegel-Online 2012). Auch Barack Obama und David Cameron haben mit ihren Absagen ihre Prioritäten im Rahmen internationaler Politik offengelegt. Auch wenn die USA und Großbritannien freilich trotzdem am Gipfel vertreten waren<sup>3</sup>, so wurden diese Entscheidungen weitgehend als symbolischer Schlag gegen die Bemühungen in Rio interpretiert. Die Entscheidung an der Konferenz teilzunehmen oder eben nicht, scheint auch stark von innenpolitischen Überlegungen abhängig zu sein.

Obwohl hochrangige Politiker die mächtigsten und medial beachtetsten Besucher der Konferenz waren, so stellen sie tatsächlich nur eine verschwindend kleine Minderheit der Teilnehmer insgesamt dar. Organisiert in neun sogenannte *Major Groups*, wurde der Zivilgesellschaft Raum gegeben, um sich in die Diskussion einzubringen. Diesen Raum hat die Zivilgesellschaft großzügig genützt. Wie bereits erwähnt wurde die zentrale Rolle dieser Gruppen bereits 1992 in Rio anerkannt. In der Agenda 21 ist zu lesen:

„in the more specific context of environment and development, the need for new forms of participation has emerged. This includes the need of individuals, groups and organizations to participate in environmental impact assessment procedures and to know about

---

<sup>3</sup>Für die USA nahm Außenministerin Hillary Clinton teil, und Großbritannien war mit dem Stellvertretenden Premierminister Nick Clegg vertreten

### 3.2. RIO+20 EIN ÜBERBLICK

---

and participate in decisions, particularly those which potentially affect the communities in which they live and work.“ (vgl. United Nations Conference on Environment & Development 3 to 14 June 1992, par. 23.2)

Im gleichen Dokument wurden neun Gruppen (Major Groups) definiert, denen Partizipationsmöglichkeiten zugestanden werden sollen. Es handelt sich dabei um *women, children and youth, indigenous people, NGO's, local authorities, workers and trade unions, business and industry, scientific and technological community*. Es verwundert nicht, dass gerade diese Gruppen besonders aktiv versucht haben die Konferenz mitzugestalten. Von fast 500 Nebenveranstaltungen innerhalb des Kongresszentrums und weiteren tausenden auf der ganzen Welt wurde die Konferenz begleitet. Die meisten dieser Veranstaltungen wurden von eben diesen sozialen Gruppen initiiert.

#### 3.2.3 Agenda

Rio+20 setzte sich allen voran mit zwei Themen auseinander: Einerseits sollte es darum gehen „[to] renew our commitment to sustainable development and express our determination to pursue the green economy in the context of sustainable development and poverty eradication“, andererseits war es ein Ziel „[to] further affirm our resolve to strengthen the institutional framework for sustainable development“ (uncsd2012.org, I.5). Grüne Wirtschaft und die Stärkung des institutionellen Rahmens für nachhaltige Entwicklung stellten also die Kernthemen der Konferenz dar, denen ich mich im Folgenden kurz widmen möchte.

#### Green economy

„In its simplest expression, a green economy is low-carbon, resource efficient, and socially inclusive. In a green economy, growth in income and employment are driven by public and private investments that reduce carbon emissions and pollution, enhance energy and resource efficiency, and prevent the loss of biodiversity and ecosystem services.“ (UNEP 2011, S. 15)

Der Ausdruck grüne Ökonomie ist seit spätestens 2008 in aller Munde. Wie aus dem vorangegangenen Zitat hervorgeht, besteht die Idee darin umweltschonende Wirtschafts- und Produktionsformen zu fördern, ohne, dass da-

### 3.2. RIO+20 EIN ÜBERBLICK

---

durch ökonomisches Wachstum beeinträchtigt wird oder, wie Martens es ausdrückt, die „Entkoppelung von Wachstums und Ressourcenverbrauch“. Natürlich steht dieser Idee die Kritik entgegen, dass die Umwelt damit nicht aus den Fängen der kapitalistischen Verwertungslogik befreit wird, sondern ihr nur eine Effizienzmarke aufgedrückt wird, die einen etwas sorgsameren Umgang verspricht (vgl. Martens 2012, 17f). Wachstum als nötige Konstante modernen Wirtschaftens wird damit nicht in Frage gestellt.

An eben diesem Punkt setzt auch eine etwas technischere Kritik an, die das Phänomen des sogenannten „Rebound Effects“ formuliert und untersucht. 2007 wurde der Effekt wie folgt beschrieben

„Many energy efficiency improvements do not reduce energy consumption by the amount predicted by simple engineering models. Such improvements make energy services cheaper, so consumption of those services increases.“ (vgl. Sorrell 2007, S. V)

Solange Green Economy also nicht mit einer Veränderung des Konsumverhaltens, allen voran in den Industrieländern einhergeht, muss ressourceneffiziente Produktion also nicht unbedingt zu einer Senkung des Energieverbrauchs führen.

Natürlich bleiben auch Konsumstrukturen im *Zero Draft*<sup>4</sup> für die Abschlusserklärung von Rio+20 nicht unerwähnt (vgl. uncsd2012.org 10 Jan 2012, III.A.26), wie sehr die Folgen des *Rebound Effects* allerdings wirklich in ein neues Wirtschaftskonzept eingearbeitet werden, bleibt entscheidend für die Ganzheitlichkeit einer solchen Vision.

#### **Institutional Framework**

Das Deutsche Institut für Entwicklungspolitik stellte einen Monat vor der Konferenz fest, dass der Stärkung des institutionellen Rahmens für nachhaltige Entwicklung vergleichsweise wenig Beachtung zuzukommen scheint und unterstreicht deshalb in einer Stellungnahme noch einmal die Wichtigkeit dieses zweiten Agendapunktes: „Die Weiterentwicklung der institutionellen Nachhaltigkeitsarchitektur der UN darf demgegenüber [Green economy] keine nachgeordnete Frage bleiben. Sie ist vielmehr Voraussetzung dafür, die visionären *Green Economy*-Ideen für das Alltagsgeschäft der multilateralen

---

<sup>4</sup>Bei diesem Dokument handelt es sich um einen Entwurf für das Abschlussdokument der im Jänner 2012 präsentiert wurde und als Diskussionsgrundlage dienen sollte

### 3.2. RIO+20 EIN ÜBERBLICK

---

Entwicklungszusammenarbeit greifbar zu machen und etwaige SDGs umsetzen zu können“ (Bauer und Weinlich 2012, S. 1). Die Problemstellung identifizieren die Autoren hauptsächlich in der komplexen Architektur vieler autonomer Organe im System der Vereinten Nationen (vgl. ebd., S. 2). Martens fasst die Diskussion um die institutionelle Reform des UN-System im Bezug auf nachhaltige Entwicklung in zwei Punkten zusammen: Eine erste Ansatzmöglichkeit wäre die Aufwertung des UNEP (*United Nations Environmental Program*) zu einer UN-Sonderorganisation. In dieser Frage stehen einander die europäischen Befürworter dieser Idee und die USA gegenüber, die diesen Vorstoß ablehnen und eher auf existierende Institutionen bauen wollen. NGO's und Länder des Südens wiederum zeigen sich zu diesem Vorschlag gespalten. Als zweiten möglichen Ansatz führt Martens die Reform der CSD (Commission for sustainable Development) an, die beispielsweise zu einem Rat für Nachhaltige Entwicklung umgewandelt werden könnte. Wiederum stellten sich die USA schon im Vorfeld gegen diese Idee, aber auch die Europäische Union findet im Bezug auf diese Frage keine eindeutige Position. Als Argument dafür kann jedoch jedenfalls angeführt werden, dass eine Reform dieser Art relativ leicht umzusetzen wäre. Als Beispiel dafür gilt der 2006 ins Leben gerufene Menschenrechtsrat (vgl. Martens 2012, S. 26–29). Genau diese beiden Varianten finden sich auch im *Zero Draft* der Konferenz wieder, allerdings nur als Alternativparagraphen zum eher zurückhaltenden und gleichzeitig unkonkreten Versprechen der Stärkung existierender Institutionen (vgl. [uncsd2012.org](http://uncsd2012.org), IV.B.49,51 bzw. IV.B.49 alt.,51 alt.).

#### 3.2.4 Ergebnisse

„Let me be clear. Rio+20 was a success.“ (Ki-moon 28 Jun 2012)

Dass Ban Ki-moon in seiner Rede knapp eine Woche nach Rio+20 so deutliche Worte finden musste, spricht wohl weniger für den Gehalt seiner Aussage, als vielmehr dafür, dass der allgemeine Eindruck dem Gegenteil entspricht, nämlich, dass die Konferenz gescheitert ist. Die *Womens's Major Group* drückte dies in ihrem Abschlussstatement am unmissverständlichsten aus:

„The Women's Major Group (WMG), representing 200 civil society women's organizations from all around the world, is greatly disappointed in the results of the Rio+20 conference. We believe

### 3.2. RIO+20 EIN ÜBERBLICK

---

that the governments of the world have failed both women and future generations. [...] Two years of negotiations have culminated in a Rio+20 outcome that makes almost no progress for women's rights and rights of future generations in sustainable development.“ (Women's Major Group 28 Jun 2012)

Diese Einschätzung deckt sich mit derer, vieler anderer Beobachter und teilnehmender Organisationen. Barbara Stockings Generaldirektorin von Oxfam Großbritannien bezeichnete die Konferenz als „Hoax“ bei dem die Verantwortlichen versagt hätten, konkrete Handlungen zu setzen. Sogar die ferngebliebene Angela Merkel zeigte sich enttäuscht über die Ergebnisse. Besonders bedauerte sie die Nicht-Aufwertung des UN-Umweltprogramms UNEP. Jens Martens hat im Februar 2012 einen Bericht zu Hintergründen und Perspektiven der Konferenz verfasst, auf dem weite Teile meiner Ausführungen beruhen. Der Bericht schließt mit einer „Checkliste für den Erfolg von Rio+20“, in der der Autor 10 Punkte zusammenfasst, die aus Perspektive der Zivilgesellschaft eine erfolgreiche Konferenz ausmachen würden (vgl. Martens 2012, 42ff). Diese Liste enthält Punkte wie die „Bekräftigung globaler Nachhaltigkeitsprinzipien“ (Punkt 1) bis hin zu „CSD zum globalen Nachhaltigkeitsrat aufwerten“ (Punkt 6). Aus heutiger Sicht lässt sich sagen, dass nur jene Punkte dieser Liste zumindest ansatzweise Eingang in das Abschlussdokument der Konferenz mit dem Namen „The Future we want“ fanden, bei denen es sich um keine verbindlichen Übereinkommen handelt. So zu Beispiel die Bekräftigung der Nachhaltigkeitsprinzipien (bekräftigt (U.N. General Assembly, 66th Session 24. Jul. 2012, II.A.15), die aber eben nicht mehr als eine Neuauflage bereits beschlossener Konzepte darstellt. Konkretere Kriterien wie der verbindlichen Verankerung der sogenannten *Corporate Social Responsibility* (Punkt 2), wurde in dieser Form nicht nachgekommen (ebd., II.C.46). Anstatt die CSD in einen Rat für Nachhaltige Entwicklung zu verwandeln, der direkt der Generalversammlung unterstellt ist, soll diese nun zu einem „universal intergovernmental high-level political forum“ werden (ebd., II.B.84). Am ehesten findet sich Punkt 9 des Berichts verwirklicht, in dem der Autor fordert die Teilnehmerstaaten sollten einen Konsultationsprozess zur Entwicklung sogenannter „sustainable Development Goals“ einleiten, die ab 2015 die Zielvorgaben der *Millennium Development Goals* ablösen. Mit Artikel 248 des Abschlussdokumentes wird dieser Prozess in die Wege geleitet, freilich ohne jede Garantie auf Erfolg.

Insgesamt lässt sich also sagen, dass die Resultate der Konferenz weit hin-

ter den Erwartungen oder zumindest Hoffnungen, die an sie gestellt wurden, zurück blieben.

## 3.3 Datenerhebung und Überblick

Jeder Forschende, der sich mit Twitter beschäftigt und dafür empirisch Daten sammelt, muss sich zu allererst überlegen, nach welchen Kriterien diese Information gefiltert werden sollen. Abhängig von der jeweiligen Fragestellung bieten sich grundsätzlich zwei verschiedene Zugänge an. Eine erste Variante baut auf einem Pool an Benutzern auf, die für die Untersuchung interessant sind und deren Statusmeldungen gesammelt und ausgewertet werden. Man könnte diesen Zugang als einen nutzerzentrierten bezeichnen. Demgegenüber stünde dann ein themenzentrierter Ansatz, bei dem nach vordefinierten Schlagwörtern gesucht wird und alle Statusmeldungen, die diese enthalten gesammelt werden, unabhängig davon, wer die Verfasser sind. Natürlich gibt es auch die Möglichkeit diese beiden Varianten zu kombinieren. Die Autoren einer Studie zur österreichischen Twittersphäre haben beispielsweise Twitter in einem ersten Schritt nach bestimmten Schlagwörtern durchforstet, die Themen Österreichischer Innenpolitik identifizieren und anschließend wurde auf Basis dieser Daten ein Pool an Benutzern zusammengestellt, die über einen bestimmten Zeitraum untersucht wurden (vgl. Ausserhofer, Kittenberger und Maireder 2012, S. 11).

Grundsätzlich haben beide Zugänge mit gewissen Schwierigkeiten zu kämpfen. Im Falle eines nutzerzentrierten Vorgehens liegen die größten Herausforderungen sicherlich in der sinnvollen Erstellung einer interessanten Nutzergruppe und später in der enormen Themenvielfalt der Tweets. Die Herausforderung themenzentrierter Forschungsdesigns ist die klugen Auswahl von Schlagwörtern und die besonders hohe Zahl an verschiedenen Nutzern. Da sich die vorliegende Arbeit jedoch mit einem Fallbeispiel auseinandersetzt besteht kein Zweifel, dass letztere Variante die angemessenere ist. Es wurden deshalb mehrere Schlagwörter definiert und im Juni 2012 alle Tweets, die eines dieser Worte enthielten mit der Software *yourTwrapperKeeper*<sup>5</sup> aufgezeichnet. Der Untersuchungszeitraum wurde im Nachhinein auf eine Woche vor und eine Woche nach der Rio-Konferenz eingeschränkt, also auf 13. bis 29.Juni.2012. Bei der Auswahl der Schlagwörter habe ich auf zwei Kriterien

---

<sup>5</sup>Es handelt sich dabei um Open Source Software, die auf einem Webserver installiert werden kann. Siehe <https://github.com/jobrieniii/yourTwrapperKeeper/>

### 3.3. DATENERHEBUNG UND ÜBERBLICK

---

Schlagwort	Anzahl tweets
RIO20	209675
RIO+20	468421
Rioplus20	180410
futurewewant	28592
Summe (ohne Doppelte)	717262

Tabelle 3.1: Schlagwörter und Anzahl der dazu publizierten Tweets

geachtet: Erstens sollten die Schlagwörter das Thema eindeutig identifizieren. Die Sicherheit, dass der Tweet das Thema nicht nur peripher behandelt ist meiner Ansicht nach durch das 140-Zeichen Limit gegeben. Zweitens sollten die Schlagwörter relativ sprachneutral sein, um einer Überrepräsentation der Nutzer aus bestimmten Weltregionen vorzubeugen. Natürlich kann Sprachneutralität nur in gewissem Maße gegeben sein. Selbst wenn das Schlagwort „Rio+20“ keine Sprache bevorzugt, wird diese Zeichenkombination nur in jenen Sprachen vorkommen, die diese Schriftzeichen verwendet. Tabelle 1 zeigt die Auswahl an Schlagwörtern, die zur Datenerhebung verwendet wurde. Dem aufmerksamen Leser wird auffallen, dass „futurewewant“ und auch „Rioplus20“ dem Prinzip der Sprachneutralität nicht nachkommen, da es sich dabei jedoch um den offiziellen Slogan bzw. die offizielle Bezeichnung handelt, gehe ich davon aus, dass auch nicht englischsprachige Benutzer diese Ausdrücke verwenden.

Gut 717 000 Tweets wurden also im Untersuchungszeitraum zu den hier aufgelisteten Schlagwörtern veröffentlicht. Fast 170 000<sup>6</sup> davon beinhalteten sogar mehrere dieser Schlagwörter. Wie sich unschwer erkennen lässt besteht der größte Teil des Datensatzes aus Tweets mit dem Schlagwort „RIO+20“ gefolgt von „RIO20“.

Die Tweets wurden von 239678 verschiedenen Benutzern verfasst, zu denen am 3.Juli.2012 noch weitere Informationen erhoben wurden<sup>7</sup>. Jeder dieser Benutzer hat also im Durchschnitt knapp 3 Tweets gesendet. Dass der Medi-

---

<sup>6</sup>Jene Tweets die mehrere dieser Schlagworte enthalten, tauchen dementsprechend in mehreren Datenbanken auf. Diese Doppelten sind in der Summe bereinigt.

<sup>7</sup>Mit einem Python-script konnten über eine Anfrage an die Twitter-Entwicklerschnittstelle für 234534 Benutzer also knapp 98% folgende Informationen eingeholt werden: Benutzeridentifikationsnummer, Anzahl der Follower, Anzahl der vom Benutzer gefolgt, Anzahl der veröffentlichten Tweets, Zeitpunkt der Erstellung des Profils, Zeitzone, Sprache und ob es sich um ein verifiziertes Benutzerkonto handelt.

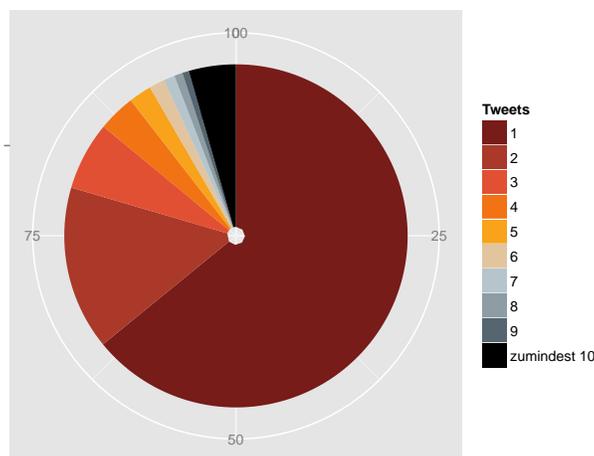


Abbildung 3.1: Tweets pro Benutzer

an der Tweets pro Benutzer aber bei 1 liegt deutet schon darauf hin, dass es ein kleiner Teil der Benutzer besonders oft zum Thema geschrieben hat. Abb. 3.1 zeigt, wie viele der Benutzer wie oft im Datensatz vorkommen. Es lässt sich unschwer erkennen, dass der überwiegende Teil der Benutzer (64,1%) nur ein einziges Mal einen Tweet mit den definierten Schlagwörtern veröffentlicht hat. Lediglich 19,4% haben mehr als 5 mal etwas veröffentlicht und nur 4,4% haben dies zumindest 10 mal getan. In gewisser Weise lassen diese Zahlen schon einen vorsichtigen Schluss auf die Frage des Dialoges zu. Wenn der größte Teil der Benutzer nur ein einziges Mal etwas veröffentlicht hat, muss man davon ausgehen, dass Dialog zumindest nur selten im klassischen Sinne eines steten Austausch von Argumenten stattfindet.

Wirft man einen Blick auf jene Nutzer, die am allermeisten zum Thema veröffentlicht haben, so wird ein Problem deutlich. Dadurch, dass es Twitter erlaubt mithilfe einer Entwicklerschnittstelle auf das Service zuzugreifen, ist es auch möglich ohne größeren Aufwand automatisierte Benutzerkonten zu betreiben, also solche die nicht, oder zumindest nicht nur von Personen betrieben werden, sondern hinter denen Programme stehen, die nach bestimmten Regeln automatisch tweeten. Solche Programme bzw. Benutzerkonten nennt man „Twitter bots“ (engl. kurz für *robot*). Tabelle 3.3 zeigt jene 20 Benutzerkonten, die am stärksten im Datensatz vertreten sind.

### 3.3. DATENERHEBUNG UND ÜBERBLICK

---

Der Benutzer „jarioaraujo“ hat mit 5247 Tweets am meisten Statusmeldungen verfasst. Wirft man jedoch einen Blick auf seine Tweets fällt schnell auf, dass es sich um automatisch generierte Meldungen handelt. Da bei der Datenerhebung auch die Quelle der Nachrichten protokolliert wurde, kann schnell festgestellt werden, dass es sich um einen Bot handelt. In diesem Fall wird ein Service namens „Simple Twitter Status Update“ verwendet, das als Plugin für die Bloggingplattform Wordpress installiert werden kann. Wenn auf dem ausgewählten Weblog ein Kommentar veröffentlicht oder editiert wird, wird auf Twitter automatisch eine Statusmeldung mit Link zum Blogartikel gepostet (vgl. bannerweb.ch). Der erste Eindruck, dass dieser Benutzer einen wichtigen Diskursteilnehmer darstelle, muss also revidiert werden. Auch, dass der Benutzer nur 236 Follower hat (Stand 03.07.2012) ist ein Indiz dafür, dass es sich hier nicht um einen der zentralsten Akteure handelt.

Wie die Tabelle zeigt, werden solche oder ähnliche Services in 6 weiteren Fällen der 20 aktivsten Nutzern des Datensatzes verwendet. Inwiefern diese Art von Statusmeldungen für eine Analyse ausgefiltert werden müssen, hängt von der spezifischen Fragestellung ab. Das Benutzerkonto „HumanityNews“ gehört beispielsweise zur Webseite [www.humanitariannews.org](http://www.humanitariannews.org) und stellt mit über 7000 Followern möglicherweise einen nicht unwichtigen Akteur im Diskurs um Rio+20 dar. Es aus der Analyse auszuschließen, bedarf also zumindest einer schlüssigen Argumentation.

### 3.3. DATENERHEBUNG UND ÜBERBLICK

---

Nr.	Name	Anzahl der Tweets	Bot
1.	jarioaraujo	5247	X
2.	HumanityNews	1714	X <sup>1</sup>
3.	NewsOnGreen	1327	X <sup>1</sup>
4.	rutevera	1143	
5.	CallingAllOwls	1126	
6.	borniirt	880	X
7.	ebcnarede	821	
8.	AidNews	739	X <sup>1</sup>
9.	dappya_seijin	683	
10.	VendettaStudies	621	
11.	ArenaRIO20	616	
12.	InformeRJO	587	X <sup>2</sup>
13.	kanzaki_sumire	548	
14.	infoambiental	509	
15.	Cultura_Rio20	501	
16.	Myla_Multimedia	493	
17.	TransitoNaPonte	429	X
18.	toon778	421	
19.	jornalfloripa	406	X
20.	LuciaMaRoP	389	

<sup>1</sup> Ein unbedeutend kleiner Teil der Tweets dieses Accounts wird händisch erstellt

<sup>2</sup> Die Tweets dieses Accounts werden automatisch und händisch zu ungefähr gleichen Teilen erstellt

Tabelle 3.2: 20 User mit den meisten Tweets

Abbildung 3.2 stellt dar wie sich die Anzahl der Tweets über den Untersuchungszeitraum verteilt.

### 3.4. ZUGANG ZUM TWITTERDISKURS

---

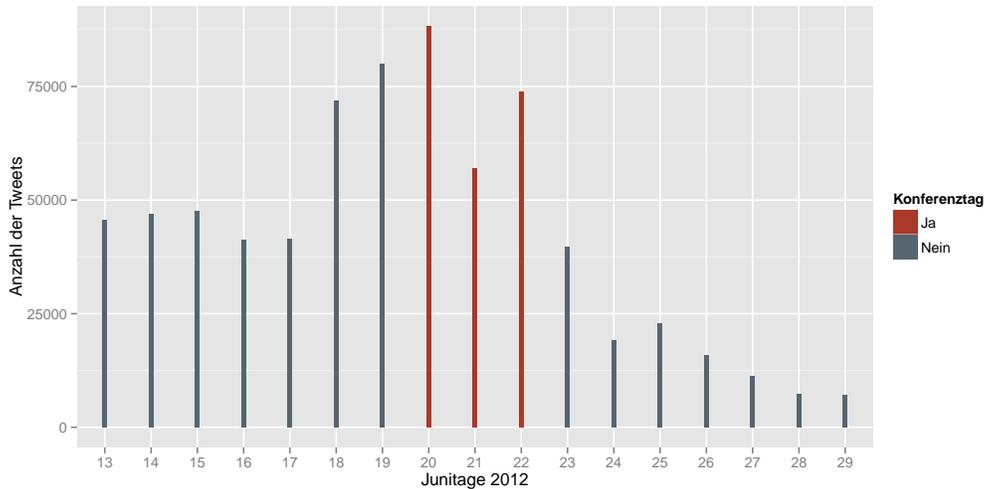


Abbildung 3.2: Tweets pro Tag (Konferenztage in rot dargestellt)

Die Abbildung zeigt ein durchaus nachvollziehbares Bild. Der Tag an dem am meisten Tweets gesendet wurden ist, mit über 80 000 Statusmeldungen, der erste Konferenztag. Nur der Einbruch am 2. Tag der Konferenz, dem 21. Juni, verwundert ein wenig. Der Grund für diesen abrupten Rückgang scheint eine technische Panne der Microbloggingplattform gewesen zu sein. Genau an diesem Tag war das Service für über 2 Stunden un erreichbar (vgl. Rawashdeh 21 Juni 2012). Die etwas höheren Werte zwischen 13. und 15. Juni mögen damit zusammenhängen, dass an diesen Tagen das sogenannte „3rd Preparatory Committee Meeting UN Conference on Sustainable Development“ getagt hat. Auffällig ist, dass die Anzahl der Tweets an den Tagen nach der Konferenz drastisch zurückgeht. Man hätte erwarten können, dass gerade kurz nach der Konferenz viel zu den bescheidenen Ergebnissen gepostet wird. In diesem Fall scheint jedoch die Vorfreude mehr zur Aktivität auf Twitter beigetragen haben, als die allgemeine Entrüstung über die Resultate nach dem Gipfel.

## 3.4 Zugang zum Twitterdiskurs

Welche Nutzermerkmale lassen sich für Twitter allgemein und im speziellen im Diskurs rund um die Rio+20 Konferenz erheben?

### 3.4. ZUGANG ZUM TWITTERDISKURS

---

Welche Rückschlüsse auf grundsätzliche Zugangsbarrieren lassen sich daraus ziehen?

So lautet die Frage, die ich aus dem theoretischen Teil übernehme und im Folgenden zu beantworten versuche. Die Formulierung gibt gewissermaßen auch bereits die Vorgangsweise vor. Um Aussagen darüber zu treffen, welche grundsätzlich unüberwindbaren Hürden den Zugang zum Diskurs verhindern, müssen zu allererst Daten über die am Diskurs Beteiligten eingeholt werden. Vom *tatsächlichen* Zugang schließen ich also auf den *grundsätzlichen*.

Welche und wie viele Informationen über die Benutzer eines bestimmten Social Media Service, in diesem Fall Twitter, vorhanden sind, bildet gleichzeitig eine Brücke zur Frage der Hierarchiefreiheit. Schließlich konnten wir feststellen, dass der Grad an Anonymität, der den Benutzern zugestanden wird, auch ausschlaggebend dafür ist, wie sich Hierarchien entwickeln können bzw. von außen in die jeweilige Öffentlichkeit getragen werden (vgl. 2.2.3). Dies sollte man beim Lesen dieses Kapitels stets im Hinterkopf behalten.

Ich möchte mich im nächsten Schritt zuerst damit beschäftigen, welche Daten sich zu Twitternutzern allgemein erheben lassen und welche Forschungsergebnisse es zur Benutzerstruktur des Dienstes gibt. In einem zweiten Schritt werde ich den Blick dann auf meine eigenen Daten lenken und jene wenigen Informationen analysieren, die sich zu den Diskursteilnehmern um Rio+20 in Erfahrung bringen ließen.

#### **Twitter allgemein**

Man darf hier gleich vorweg nehmen, dass dem Benutzer im Fall Twitter vergleichsweise wenige persönliche Informationen abverlangt werden. Um sich bei Twitter anzumelden sind vorerst nur ein Name, eine Email-adresse und ein Passwort nötig. In einem zweiten Schritt muss der neue Nutzer außerdem einen Nutzernamen wählen, der ihn oder sie eindeutig identifiziert. Abbildung 3.3 zeigt die Webmaske zur Registrierung eines neuen Twitter-Kontos im Vergleich zu einem Konto auf Facebook.

### 3.4. ZUGANG ZUM TWITTERDISKURS

---

The image shows two registration forms side-by-side. On the left is the Twitter registration form, titled 'Neu bei Twitter? Registriere Dich!'. It has three input fields: 'Vollständiger Name', 'E-Mail', and 'Passwort', followed by a yellow 'Registriere Dich bei Twitter!' button. Below it is a section 'Melde Dich noch heute bei Twitter an.' with four input fields: 'Vollständiger Name', 'E-Mail', 'Passwort', and 'Benutzername'. Each field has a red error message: 'Ein Name ist erforderlich!', 'Eine E-Mail Adresse wird benötigt!', 'Das Passwort muss mindestens 6 Zeichen lang sein.', and 'Ein Nutzername ist erforderlich! Du kannst das später ändern.' On the right is the Facebook registration form, titled 'Registrieren'. It has a sub-header 'Facebook ist und bleibt kostenlos.' and several input fields: 'Vorname:', 'Nachname:', 'Deine E-Mail-Adresse:', 'E-Mail nochmals eingeben:', and 'Neues Passwort:'. It also has a 'Geschlecht auswählen:' dropdown and a 'Geburtsdag:' section with 'Tag:', 'Monat:', and 'Jahr:' dropdowns. Below these is a green 'Registrieren' button. A small text block explains that clicking 'Registrieren' means accepting terms and conditions.

Abbildung 3.3: Anmeldemasken für Twitter und Facebook im Vergleich

Hier sieht man, dass das weltweit größte soziale Netzwerk Facebook dem Benutzer ausführlichere Angaben abverlangt. Zum einen vereinfacht die Trennung zwischen Vor- und Nachname die korrekte maschinelle Verarbeitung der Daten und andererseits müssen zusätzlich noch Geschlecht und Geburtsdatum angegeben werden. Natürlich darf bezweifelt werden, dass alle Nutzer tatsächlich echte Daten übermitteln, rein rechtlich wären sie allerdings dazu verpflichtet. Beim Klicken des „Registrieren“-Knopfs akzeptiert der User die Nutzungsbestimmungen, die ihn dazu verpflichten korrekte Informationen zur Person anzugeben (vgl. Facebook Ireland Limited 8. Juni 2012, 4.1). Mit der Information über Geschlecht und Alter kombiniert mit Standort-Informationen ließen sich für Facebook schon drei jener „Digital Gaps“, die Michel Castells formuliert hat, überprüfen.

Im Fall von Twitter stellt sich die Sache ungleich schwieriger dar. An persönlichen Daten muss, wie die Abbildung zeigt, nur ein Name angegeben werden. Eine Verpflichtung zur Angabe korrekter Daten existiert hier nicht. Hat man jedoch ein Profil erstellt, so werden zwei weitere Informationen automatisch hinzugefügt. Es handelt sich dabei um die Zeitzone inklusive Heimatstadt und Sprache.

#### **Gechlecht**

Es verwundert wenig, dass gerade der Frage des Geschlechts besonderes allgemeines Interesse zukommt. Inwiefern es sich bei Twitter um einen männerdominierten Raum handelt, wird immer wieder thematisiert. Wissenschaftlich fundierte Antworten auf diese Frage zu finden, ist allerdings schwieriger als man vorerst erwarten mag. Dies liegt wahrscheinlich eben daran, dass für eine solche Untersuchung Benutzerprofile einzeln nach Geschlecht kodiert werden müssten. Nach welchen Kriterien dies funktionieren könnte, bleibt jedoch fraglich. Ein Beispiel einer Studie, die sich mit der Frage des Gendergaps auf Twitter zumindest peripher beschäftigt, ist jene zur österreichischen Twittersphäre von Ausserhofer, Kittenberger und Maireder. Die Autoren kommen zum Schluss, dass es sich nur bei 18% der Benutzer ihres Samples um Frauen handelt (vgl. S. 34<sup>8</sup>). Da die Autoren jedoch bei der Zusammenstellung ihres Samples bestimmte Kriterien verwendeten, wie beispielsweise die Anzahl der Follower und die Konzentration auf politische Themen (vgl. S. 11) handelt es sich bei diesem Ergebnis eher um eines, dass in das Kapitel Parität bzw. Hierarchien einzuordnen wäre. In bestimmter Hinsicht haben die Autoren mit ihrer Vorgehensweise nämlich auch ein Sample geschaffen, dass die Elite der österreichischen „Twitteria“ darstellt.

Windt spricht genau diesen Punkt an, wenn sie behauptet, dass nicht nur auf Twitter, sondern in allen sozialen Medien Frauen rein quantitativ überwiegen, sie jedoch anderes mediales Verhalten an den Tag legen und nicht zuletzt aus diesem Grund in der öffentlichen Eindrücke weniger präsent sind (vgl. Windt 2011, S. 7). Eine nachvollziehbare Quelle für den ersten Teil ihrer Behauptung liefert sie leider nicht.

Die einzigen wenigen Quellen, die Zahlen über die schlichte Präsenz von Frauen auf Twitter liefert, sind in ihrer Methodik undurchsichtig und stammen nicht oder zumindest nicht direkt aus dem wissenschaftlichen Bereich.

Piskorski und Heil liefern die interessantesten Daten, jedoch stammen diese bereits aus dem Jahr 2009. Ihren Erhebungen zufolge handelt es sich bei 55% der persönlichen Twitterkonten um Frauen und dementsprechend bei 45% um Männer. Diese Ergebnisse stammen aus dem Abgleich der Benutzernamen mit einer Namensdatenbank mit 40000 eindeutig zuordenbaren Vornamen (vgl. Piskorski und Heil 2009).

Dass Informationen zum Geschlecht heiß begehrt sind, schlägt sich also in

---

<sup>8</sup>bzw. siehe <http://weblog.datenwerk.at/2012/04/02/twitterpolitik-netzwerkanalyse-und-gender-debatte/#more-1257>

### 3.4. ZUGANG ZUM TWITTERDISKURS

---

den verschiedensten Ansätzen nieder, dieses festzustellen. Ein besonders aufwendige Methode stellen Rao u. a. vor. Sie versuchen die Merkmale Gender, Herkunft und politische Orientierung anhand der maschinellen Textanalyse von Tweets festzustellen. Dies beruht auf der Annahme, dass Männer und Frauen Tweets in verschiedenen Stilen verfassen und sich dies beispielsweise in der Benutzung von sogenannten *Emoticons* (bspw. :) widerspiegelt (vgl. Rao u. a. 2010, S. 41). Inwiefern solche Methoden gewinnbringend sind bleibt zu bezweifeln. Es steht auch außer Frage, dass diese Art von Zugängen weder die soziale Konstruktion des Geschlechts thematisieren, noch die biologische Bipolarität kritisch analysieren. Zudem scheinen diese Methoden zu ignorieren, was ich bereits im Abschnitt 2.2.3 diskutiert habe, nämlich, dass es die Anonymität den Benutzern ermöglicht offline und online in verschiedene Rollen zu schlüpfen. Eine derartige Entkleidung der Benutzer in Form einer Deanonymisierung steht dieser Freiheit entgegen.

Für die vorliegende Studie bedeutet dies, dass die Frage des Geschlechtes nicht geklärt werden kann. Es soll hier nicht darum gehen, Benutzer nach Vorname oder gar Profilbild zu kategorisieren, vielmehr muss aus wissenschaftlicher Sicht akzeptiert werden, dass diese Informationen nicht zur Verfügung stehen bzw. von den Benutzern nicht zur Verfügung gestellt werden. Ähnliches gilt für die meisten anderen *Digital gaps*, die Castells definiert und die ich im Abschnitt 2.2.2 zusammengefasst habe. Ich konzentriere mich deshalb zunächst auf jene Merkmale, die technisch zu erfassen sind, weil sie vom Benutzer händisch oder automatisiert bekannt gegeben werden. Es handelt sich dabei um die Merkmale Sprache und Standort, die uns Rückschlüsse erlauben auf den *Digital Gap* zwischen Norden und Süden bzw. nach Castells zwischen OECD und nicht-OECD Ländern.

#### **Nord Süd Gefälle**

Für eine Arbeit aus dem Forschungsfeld der Internationalen Entwicklung spielen globale Ungleichheiten naturgemäß eine zentrale Rolle. Wenn sich herausstellt, dass die Länder des Südens kaum oder gar keinen Zugang zum Twitterdiskurs um Rio+20 haben, würde dies die Vorstellung von diesem Medium als globale Sphäre deliberativer Auseinandersetzung schwer erschüttern. Die Plattform wäre dann nicht mehr als ein Abbild der Entwicklungsindustrie des vergangenen Jahrhunderts, der gerne vorgeworfen wird Gedanken um Entwicklung und globale Herausforderungen voranzutreiben, ohne den größten

### 3.4. ZUGANG ZUM TWITTERDISKURS

---

Teil der Weltbevölkerung mit einzubeziehen. Der Norden hält dabei die Definitionsmacht darüber was Entwicklung ist, und wie diese zu erreichen sei, inne (vgl. Escobar 1995, S. 4). Die Resultate der UN Konferenz für Nachhaltige Entwicklung betreffen jedoch die Gesamtbevölkerung unseres Planeten. Eine potentielle Öffentlichkeit, die diese Konferenz antreibt sollte im besten Fall auch von Diskursteilnehmern aller Weltregionen besetzt sein.

Das Fallbeispiel Twitter bietet, wie bereits erwähnt, nur zwei Anhaltspunkte, die es uns erlauben die regionale Verteilung der Benutzer einzuschätzen. Einerseits handelt es sich dabei um Sprache. Jeder Tweet wird mit einem Kürzel versehen, das angibt in welcher Sprache dieser verfasst ist. Zudem findet sich auch in den Benutzereinstellungen jedes Profils ein Feld, das angibt in welcher Sprache der Benutzer für gewöhnlich tweetet. Wir können also für knapp 720000 Tweets, die von wiederum knapp 240000 Benutzern verfasst wurden, abschätzen welche Sprachen dominieren.

Abbildung 3.4 fasst diese Informationen zusammen. Es ist unschwer zu erkennen, dass Englisch bzw. Portugiesisch stark dominieren. Während diese beiden Sprachen gut 75% der Benutzer vereinen, machen sie sogar noch einen etwas größeren Teil der Tweets aus. Dass Englisch in diesem ursprünglich amerikanischen Medium so stark vertreten ist, mag den Leser nicht unbedingt verwundern, die extreme Dominanz der portugiesischen Sprache, stellt jedoch sehr wohl eine Überraschung dar. Bedenkt man zudem das an dritter Stelle Spanisch mit beinahe 15% der Nutzer und knapp 12% der Tweets folgt, lässt sich daraus schließen, dass es sich um einen, stark auf die Latein- bzw. Südamerika regionalisierten Diskurs handelt. Der Vergleich zwischen Benutzerzahlen und Tweets macht außerdem deutlich, dass auf die englischen Profile weit weniger Tweets entfallen als auf die portugiesischen. Wir sehen also, dass zwar viele Benutzer mit englischen Profilen vertreten sind (fast 50%), jene Benutzer, die auf portugiesisch tweeten aber weit aktiver sind. Es soll hier nicht unangemerkt bleiben, dass es sich bei den 6 präsentesten Sprachen um ursprünglich Westeuropäische handelt. Asien<sup>9</sup>, Osteuropa und viele andere Weltregionen scheinen damit ausgeschlossen. Insgesamt sind im Datensatz 27 (nach Benutzern) bzw. 41 (nach Tweets) verschiedene Sprachen vertreten. Diese Sprachenvielfalt teilt sich jedoch auf nur 5% der tweets und sogar nur knapp 3% der Benutzerprofile auf. Beispielsweise haben sich nur 76 Benutzer, deren Einstellungen eine chinesische Sprache aufweisen zu

---

<sup>9</sup>besonders für asiatische Länder mag das Ergebnis stark verfälscht sein, weil hier auch andere Schriftzeichen verwendet werden, die den Filterkriterien nicht entsprechen

### 3.4. ZUGANG ZUM TWITTERDISKURS

---

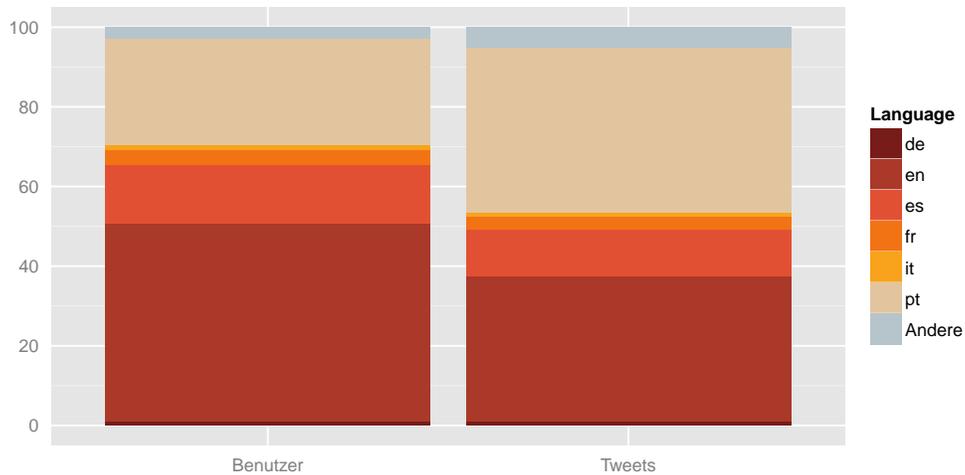


Abbildung 3.4: Wichtigste Sprachen nach Benutzern und Tweets

Wort gemeldet. Dass aber nur 15 Tweets in solchen Sprachen veröffentlicht wurden zeigt auch deutlich, dass viele Benutzer scheinbar in Sprachen publizieren, die von ihren allgemeinen Benutzerinstellungen divergieren. Warum das so ist, bleibt vorerst ungeklärt. Eine Erklärungsvariante wäre allerdings, dass sich die Teilnehmer der hier vorgestellten Daten bewusst sind. Das bedeutet, dass die Benutzer wissen in welchen Sprachen der Diskurs zu einem bestimmten Thema, in diesem Fall Rio+20, geführt wird und sich dieser dominanten Sprache anpassen. Freilich ist dies nur dann möglich, wenn der Benutzer über solch vielfältige Sprachkenntnisse verfügt. Für die Frage der Zugänglichkeit zum Diskurs bedeutet dies allerdings eine Barriere, die mit aller Wahrscheinlichkeit mit Bildung und damit auch Kapital korreliert.

Eine weiteres Kriterium auf das man empirische Untersuchungen stützen kann, sind die Informationen zur Zeitzone, in der die Benutzer residieren. Glücklicherweise wird diese Information meist nicht nur anhand der Zeitdifferenz zum Nullmeridian in Greenwich angegeben, sondern außerdem in Form von englischen Städtenamen. Mit Hilfe einer Städtedatenbank<sup>10</sup> konnte die Profilinformation Zeitzone, für 145720 Benutzer (60,7%) einem konkreten Staat zugeordnet werden. Der größte Teil der verbleibenden Profile (46307)

<sup>10</sup>siehe <http://www.geobytes.com/FreeServices.htm>

### 3.4. ZUGANG ZUM TWITTERDISKURS

---

beinhaltet keine Angabe im Feld Zeitzone, was bedeutet, dass dieses Feld vom Benutzer händisch gelöscht wurde. Ein weiterer nicht unbedeutender Teil der Benutzer (14158) hat Grönland angegeben. Da dies fast 25% der Bevölkerung Grönlands wären, kann diese Zahl kaum korrekt sein und diese Profile wurden deshalb unberücksichtigt gelassen. Zudem verwenden gut 25000 Benutzer Zeitzoneangaben, die, nicht eindeutig zwischen USA und Canada unterscheiden lassen<sup>11</sup>.

Abbildung 3.5 zeigt, wie sich jene Benutzer, die zu Rio+20 auf Twitter publiziert haben, über den Erdball verteilen. Brasilien liegt mit 57767 Nutzern und damit fast 40% des Samples, mit einer gewaltigen Distanz zu allen anderen Staaten auf Platz Nummer eins. Da die logarithmische Skala, die hier verwendet wird, um auch die Unterschiede zwischen den übrigen Ländern zu zeigen, dies nicht besonders stark zum Ausdruck bringt, habe ich die Benutzerzahlen nach Regionen in Tabelle 3.4 zusammengefasst.<sup>12</sup>

In der Zusammenschau von Tabelle und Weltkarte lassen sich nun einige Schlüsse ziehen. Rio+20 auf Twitter scheint ein beinahe regionales Phänomen zu sein. Die Diskussion wird von Südamerika dominiert, wobei dafür vor allem Brasilien selbst verantwortlich ist. Der überwiegende Teil der Benutzer kommt aus dieser Region, gefolgt von Nordamerika und Europa mit fast gleichen Anteilen. Damit bleiben für den Rest der Welt nur gut 6% übrig, wobei die fehlende Partizipation Afrikas ganz besonders ins Auge sticht. Nur aus 5 afrikanischen Ländern melden sich laut den vorhandenen Daten Benutzer zu Rio+20 zu Wort, zwei davon, nämlich Südafrika und Marokko, gehören zu den reicheren Ländern des Kontinents.

---

<sup>11</sup>Eastern Time (US & Canada), Central Time (US & Canada), Pacific Time (US & Canada), Mountain Time (US & Canada). Diese Angaben sind in Abbildung 3.5 nicht mit inbegriffen. Man muss sich diese Zahl also bei der Interpretation der Weltkarte in Erinnerung rufen

<sup>12</sup>ein Tabelle der 10 wichtigsten Einzelstaaten findet sich im Annex 3.4

### 3.4. ZUGANG ZUM TWITTERDISKURS

---

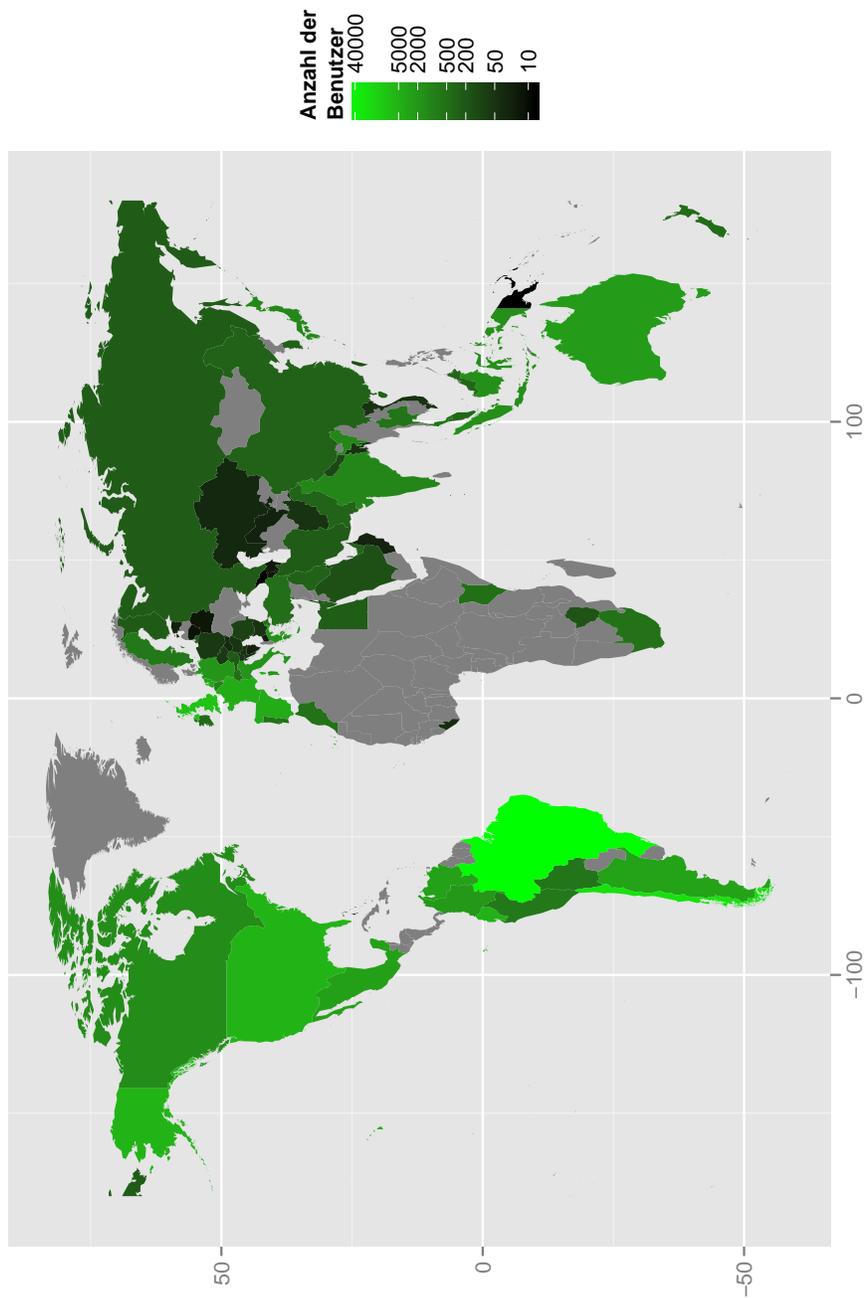


Abbildung 3.5: Geographische Verteilung der Nutzer

### 3.4. ZUGANG ZUM TWITTERDISKURS

---

Nr.	Region <sup>1</sup>	Benutzer	%
1	Latin America & Caribbean	97228	56.96
2	North America	31634 <sup>2</sup>	18.53
3	Europe & Central Asia	29265	17.14
4	East Asia & Pacific	7721	4.52
5	Middle East & North Africa	2027	1.18
6	South Asia	1593	0.93
7	Sub-Saharan Africa	1217	0.71

<sup>1</sup> Regionen nach Einteilung der Weltbank

<sup>2</sup> Hier sind auch jene Accounts beinhaltet, die für die Karte nicht zugeordnet werden konnten (siehe Fußnote 11).

Tabelle 3.3: Twitteraccounts nach Regionen

Wir stehen hier nun vor der Frage, inwiefern sich diese Unterschiede als grundsätzlichen Ausschluss vom Diskurs verstehen lassen. Die Weltkarte erweckt den ersten Eindruck, dass die Beteiligung stark mit der Internetpenetration an sich korreliert. Nur Lateinamerika scheint diesem Zusammenhang aufgrund außergewöhnlich starkem Interesses zu entkommen. Abbildung 3.6 stellt diesen vermeintlichen Zusammenhang dar, wobei die Länder Lateinamerikas aufgrund ihrer besonders hohen Beteiligung und jene Länder, die keinen einzigen Account stellen, aus dem Sample entfernt wurden. Auch wenn sich die Beteiligung am Twitterdiskurs auch für dieses beschränkte Sample nicht perfekt durch die Internetpenetration erklären lässt und hier natürlich auch nicht unangemerkt bleiben darf, dass wir uns bei der Twitterbeteiligung mit dem Nachkomma-Promillebereich beschäftigen, so scheint die allgemeine Internetpenetration besonders ab ungefähr 50% der Bevölkerung, mitauschlaggebend für die Nutzung von Twitter zu sein. Dies lässt natürlich die Vermutung aufkommen, dass die eigentliche Zugangsbarriere zu dieser Plattform schon einen Schritt früher ansetzt, nämlich beim Zugang zum Medium Internet an sich. Wenn dies der Fall ist lässt sich durchaus argumentieren, dass es sich in diesem Fall um einen grundsätzlichen Ausschluss vom Diskurs handelt, natürlich nur unter der gewagten Annahme, dass die Internetpenetration eines Landes dann automatisch steigt, wenn die Bevölkerung die finanziellen Mittel dafür aufbringen kann. Dann wäre es nämlich schließlich wieder einer jener grundsätzlichen Ausschlussgründe, die wir im Kapitel 2.2.2 festgelegt haben: Kapital.

### 3.4. ZUGANG ZUM TWITTERDISKURS

---

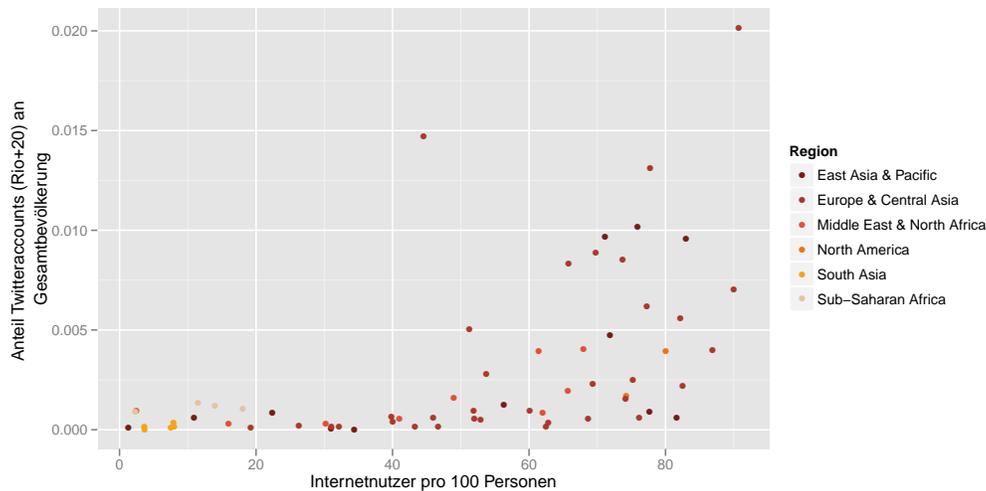


Abbildung 3.6: Streudiagramm Internetpenetration Twitteraccounts Rio+20

#### Art der Benutzerkonten

Welche Art von Benutzerkonten sich zu Rio+20 auf Twitter geäußert haben, ist hier deshalb wichtig, weil es eine weitere Schlüsselkomponente der Frage ist, wer auf Twitter eigentlich schreibt. Ob es Institutionen oder private Konten sind, kann schließlich bedeutend für die Frage sein, wie kommuniziert wird und wie stark diese Kommunikation den allgemeinen Diskurs beeinflusst. Ob eine hohe Beteiligung von institutioneller Seite jeglicher Art positiv oder eher negativ zu bewerten wäre, bleibt aus theoretischer Sicht vorerst schwer zu beantworten. Einerseits unterstreicht selbst Habermas, wie bereits erwähnt (vgl. Kapitel 2.2.1), die positive Rolle von Organisationen in internationalen Verhandlungssystemen, sofern es sich dabei um NGO's handelt, weil diese es schaffen können, die Verhandlungsprozess auf einem nationales Niveau publik und damit diskursfähig zu machen (Habermas 1998, 166f). Rio+20 ist dafür ein besonders anschauliches Szenario, indem Nicht-Regierungsorganisationen dieser Auftrag auch aktiv übergeben wurde (vgl. 3.2). Gleichzeitig besteht hier jedoch, abhängig von der jeweiligen Institution, die Gefahr, dass diese Organisationen ihre Schlüsselposition missbrauchen, indem sie ausschließlich ihre eigenen Interessensgebiete abdecken und Öffentlichkeit gezielt einseitig

herstellen (vgl. 2.2.5).

Weil Twitter die verschiedenen Arten von Benutzerkonten nicht auf technischer Basis unterscheidet, mussten Daten dazu händisch erhoben werden. Nach dem Simple Random Sampling Verfahren habe ich eine Stichprobe aus allen Benutzern meiner Datenbank gezogen. Die Stichprobe hat einen Umfang von 268 Benutzern bei einer Schwankungsbreite von 0.1 (z-Wert=1.64). Die Profile dieser Stichprobe habe ich schließlich online aufgerufen und auf Basis der Information, die die User auf Twitter Preis geben<sup>13</sup>, kategorisiert. Die Kategorisierung lief dabei in zwei Stufen ab, wobei ich mich bei einem ersten Schritt weitgehend von der Argumentation und Einteilung der Autoren Demuth und Schulz orientiere (vgl. 2010, 8ff, bzw. Kap. 3.1.1). Was bei den Autoren jedoch als privater Nutzer verstanden wird, nämlich solche, die über strikt Privates tweeten, habe ich mit der Idee des Weder-Noch-Benutzers vermischt bzw. sogar dadurch ersetzt. Die Trennung habe ich zum einen deshalb auf, weil ich der subjektiven Meinung bin, dass Statusmeldungen über tatsächliche Belanglosigkeiten des privaten Lebens nur einen minimalen Anteil der Statusmeldungen ausmachen und selbst wenn es ein größerer Teil wäre, würden diese Tweets aufgrund der Filterkriterien nicht im Datensatz zu Rio+20 auftauchen. Zweitens scheint mir die Kategorie des Bloggers nicht weit genug von der Privatperson entfernt zu sein, um dafür eine eigene Kategorie zu bilden. Schließlich drückt der Blogger nur aufgrund der Tatsache, dass er zusätzlich zu seiner Twitteraktivität auch einen Blog betreibt, nicht weniger nur seinen eigenen Meinung aus. Vielmehr stellt genau die Kommunikation im Namen eines institutionellen Größeren die theoretische Trennlinie zwischen Privaten und Nicht-Privaten Nutzern dar. Meine Kategorisierung ersten Grades besteht deshalb nur aus diesem Gegensatzpaar.

In einem weiteren Schritt habe ich für Private und Nicht-Private Benutzer, Untergruppen entworfen, jedoch ohne dafür vorgefertigte Kategorien zu verwenden. Diese Einteilung ist also Resultat eines *en-vivo* Kodierens und dementsprechend erst während dieser Arbeit entstanden. Die Kriterien, die den Kategorien zugrunde liegen finden sich in Appendix 4 aufgelistet.

Abbildung 3.7 zeigt, wie sich die Stichprobe auf diese Kategorien aufteilt.

---

<sup>13</sup>In den allermeisten Fällen reichte dafür die Profilbeschreibung aus. In einigen wenigen Zweifelsfällen musste ich auch über den Benutzernamen Rückschlüsse ziehen

### 3.4. ZUGANG ZUM TWITTERDISKURS

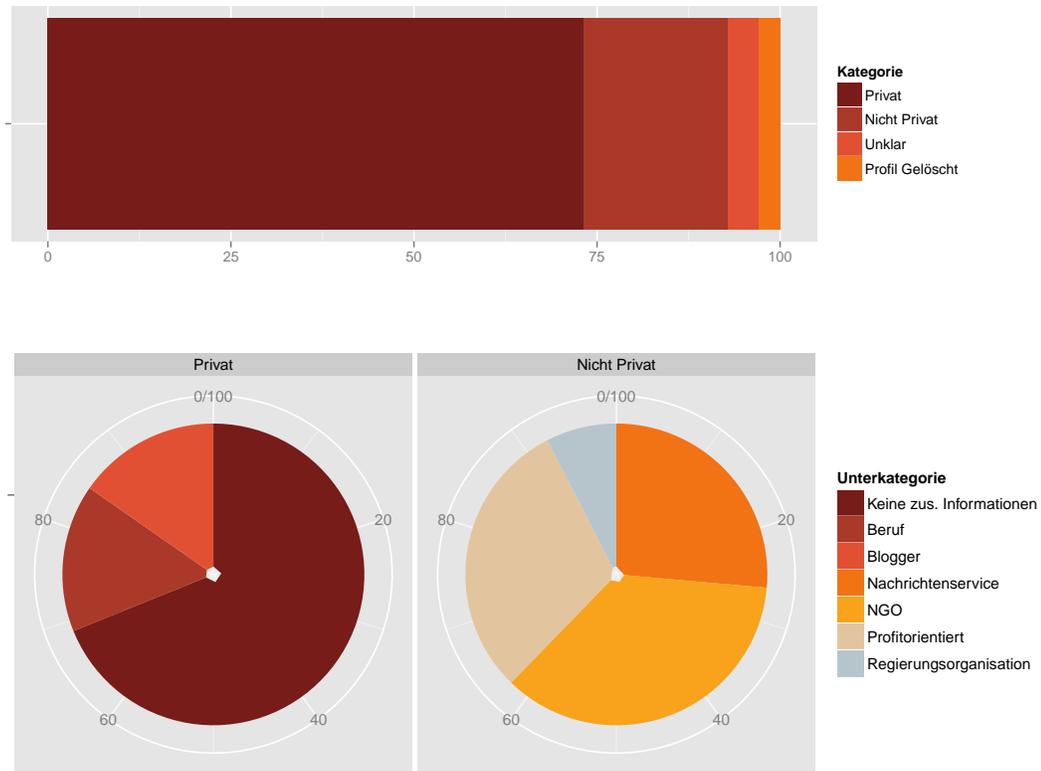


Abbildung 3.7: Userkategorien und Unterkategorien

Bei dem allergrößten Teil (gut 73%) der Benutzer handelt es sich also um Privatpersonen und bei knapp 20% um Nicht-Private Benutzer. Relativ groß ist mit gemeinsam über 7% auch jener Teil der Accounts, bei dem die Kategorisierung nicht vorgenommen werden konnte, weil zu wenig Profilinformationen vorhanden waren oder das Profil nicht mehr aufrufbar war. Bei den jeweiligen Unterkategorien fällt auf, dass im nicht-privaten Bereich besonders viele NGO's am Werk sind. Nicht viel weniger bedeutend sind jedoch Twitteraccounts, die verschiedensten externen Medien zugeordnet werden können und jene Accounts, die als Firmenauftritt klassifiziert werden konnten. Auf privater Seite lässt sich sagen, dass die allermeisten Benutzer nur persönliches in ihrer Profilbeschreibung angeben. Zu gleichen Teilen mit je 15% gibt es

### 3.4. ZUGANG ZUM TWITTERDISKURS

---

jedoch auch Konten, auf denen entweder auf einen Blog verwiesen wird oder der Beruf des jeweiligen Nutzers die Beschreibung dominiert.

Bis hier her ist diese Erhebung nicht viel mehr als eine Beschreibung, die es uns erlaubt, einen ersten Eindruck von den verschiedenen Benutzergruppen zu bekommen. Es handelt sich also um eine Feststellung der tatsächlichen Situation der Nutzerstruktur, die nun wiederum auf die Frage des grundsätzlichen Zugangs rückgeführt werden muss. Der erste Eindruck vermittelt, dass die Zugangshürden zu dem Medium Twitter für alle Nutzergruppen gleich niedrig sind, immerhin sind es die privaten Nutzer, die für gewöhnlich über die beschränktesten zeitlichen und finanziellen Mittel verfügen, jene die dominieren. Schließlich kann man in Anlehnung an diesen Gedanken auch fragen, ob Institutionen, obwohl seltener vertreten, öfter Beiträge zum Diskurs leisten. Abbildung 3.8 stellt dar welche Nutzergruppen mit wie vielen Tweets im Datenset vertreten sind.

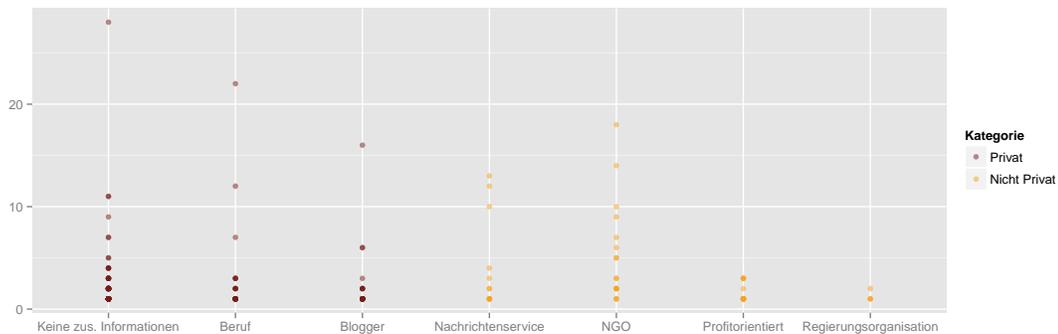


Abbildung 3.8: Anzahl der Tweets zu Rio+20 nach Usergruppen

Obwohl sich aus Abbildung 3.8 kein systematischer Unterschied zwischen den Unterkategorien ablesen lässt, kann festgehalten werden, dass Nicht-private Nutzer im Durchschnitt 3.4 Tweets zum Thema verfasst haben während Private durchschnittlich nur 2.1 Tweets publiziert haben. Der Vermutung, dass Organisationen und Institutionen stärker im Twitterdiskurs vertreten sind, weil sie über größere zeitliche und ökonomische Ressourcen verfügen, ist damit zumindest durch den empirischen Befund gedeckt, dass sie tatsächlich mehr zum Thema Rio+20 veröffentlicht haben.

#### **Schlussfolgerungen**

Im vorangegangenen Kapitel habe ich mich damit beschäftigt, inwiefern der Zugang zum Twitterdiskurs in irgendeiner Weise beschränkt wird. Ich bin daher der einzig denkbaren Vorgehensweise gefolgt, wie diese Frage beantwortet werden kann: Da auf empirischer Ebene nur festgestellt werden kann, wer tatsächlich an diesem Diskurs teilnimmt, war diese Erhebung ein erster Schritt, um in einem zweiten anhand theoretischer Überlegungen darauf zu schließen, welche Benutzer grundsätzlich ausgeschlossen sind.

Es konnte gezeigt werden, dass der Diskurs in einigen wenigen Sprachen geführt wird, wobei Portugiesisch, Englisch, und Spanisch dominieren. Andere User, deren eigentliche Sprache nicht zu diesen drei gehören, passen sich teilweise an diesen Trend an. Diese Anpassung erfordert jedoch Fremdsprachenkenntnisse und bedeutet für jene Benutzer, die über letztere nicht verfügen, eine grundsätzliche und kaum überwindbare Barriere.

Zudem ließ sich feststellen, dass weite Teile der Welt in der Twitterdiskussion kaum oder gar nicht präsent sind. Allen voran sei hier Afrika zu nennen. Nur 4 Länder dieses Kontinents, für den die Ergebnisse der Rio+20 Konferenz essentiell sind, waren im Datensatz zu identifizieren. Dies alleine ist Grund genug davon auszugehen, dass hier grundsätzliche Zugangsbeschränkungen wirken. Dass die Zahl der Useraccounts, die zu Rio+20 publiziert haben, bis zu einem gewissen Grad mit allgemeinen Internetpenetration der jeweiligen Länder in Zusammenhang steht, erhärtet den Verdacht, dass sich die Bevölkerung der unterrepräsentierten Länder mit grundsätzlichen Barrieren zu diesem Medium konfrontiert sieht.

Ein weniger eindeutiges Ergebnis nimmt auf die verschiedenen Arten von Useraccounts Bezug. Anhand einer Stichprobenziehung konnte erhoben werden, dass es sich bei der Mehrheit der Nutzer um Privatpersonen handelt, gleichzeitig haben wir jedoch gesehen, dass letztere durchschnittlich weniger zu Rio+20 getweetet haben, als institutionelle Accounts und Organisationen. Es lässt sich die vage Vermutung aufstellen, dass auch hier die zeitlichen und ökonomischen Ressourcen, die den jeweiligen Nutzergruppen zur Verfügung stehen, eine nicht unbedeutende Rolle spielen. Eindeutig nachweisen lässt sich dies bei dem relativ kleinen Unterschied jedoch freilich nicht.

## 3.5 Parität im Twitterdiskurs

Welche Formen hierarchischer Kommunikationsstrukturen zeichnen sich auf der Microbloggingplattform Twitter ab? Inwiefern lässt sich gegebenenfalls Elitenbildung aus exogenen Faktoren (also außerhalb des Mediums Twitter) erklären.

Die Formulierung dieser Frage legt den Forschungsablauf bereits fest. In einem ersten Schritt wird es darum gehen, Strukturen der Ungleichheit zu definieren und mit empirischen Methoden den Grad der Hierarchisierung festzuhalten. Zudem muss identifiziert werden, welche Benutzer zu Eliten aufsteigen. Danach wird es darum gehen, festzustellen ob die Positionen dieser Benutzer aus exogenen Faktoren resultieren. In anderen Worten, ob sich die zentrale Rolle der User aus ihrer Bekanntheit bzw. Position in anderen Medien erklären lässt. Falls dies so ist, kann festgehalten werden „daß Macht und Ansehen der öffentlichen Ämter [**nicht**] außer Kraft gesetzt sind“ (vgl. Habermas 1990, S. 97), so wie Habermas dies für eine funktionierende Öffentlichkeit idealisiert.

Fragen der Ungleichheit bergen die Gefahr in eine komplexen Gerechtigkeitsdiskussion auszuarten. Um dies zu vermeiden halte ich mich an Stegbauer, der mit Bezug auf soziale Medien zwischen Ungleichheit und einfacher Differenz unterscheidet.

„Um Differenzen handelt es sich, wenn jeder könnte, wenn er nur wollte. Anders ausgedrückt, Differenzen die auf Fleiß beruhen, werden normalerweise als legitime Ungleichheit angesehen. Setzt man dort den Schneidepunkt an, dann wäre das Maß für Ungleichheit, wenn vorhandene Positionen für andere nur schwer oder gar nicht erreichbar wären. Hinzu müsste kommen, dass mit der Position ungleicher Einfluss verbunden ist.“ (vgl. Stegbauer 2012, S. 319)

Um einen Ansatzpunkt zu finden, der diesem Prinzip entspricht, möchte ich das ewig wiederkehrende Bild des Kaffeehauses in Erinnerung rufen, welches Habermas benützt, um seine perfekte Gesprächssituation zu illustrieren. Der grundlegende Unterschied zwischen der Kommunikationsstruktur in einem Kaffeehaus und jener auf Twitter, liegt in der Verteilung der Reichweite der Nachrichten. Die Reichweite aller Wortmeldungen ist im Kaffeehaus, zumindest der Vorstellung nach gleichverteilt, da aufgrund der physischen Gegebenheiten jeder den Sprechenden hören kann bzw. muss. Im grundlegenden

Gegensatz dazu, ist die Ungleichverteilung der Reichweite auf Twitter mit dem Followerprinzip quasi institutionell verfestigt. Dadurch, dass *folgen* nicht automatisch Reziprozität impliziert, also dass der Gehörte nicht unbedingt auch hören muss, wird diese Entstehung der angesprochenen Ungleichverteilung zusehends gefördert. In einem *Friendship*-System wie es beispielsweise der Konkurrenzkonzern Facebook einsetzt, könnte man davon ausgehen, dass die Zahl der Freundschaften einem natürlichen Limit ausgesetzt ist, weil die Aufmerksamkeit ein knappes Gut ist. Die Trennung zwischen hören und gehört werden macht dieses Limit obsolet, denn Reichweite alleine kennt praktisch keine Grenze<sup>14</sup>. Diese Problematik resultiert schließlich aus der Tatsache, dass die Zahl der Diskursteilnehmer im globalen Netz nicht mehr mit der Anzahl der Kaffeehausbesucher zu vergleichen ist. Das Followerprinzip ist ein Ansatz die beschränkte Aufmerksamkeit mit der jeder Internetnutzer konfrontiert ist, zu organisieren. Im Folgenden möchte ich mich damit beschäftigen, wie sehr dieser Lösungsansatz negative Auswirkungen auf das Prinzip der Gleichheit hat. Im Zentrum der Analyse wird also die Reichweite stehen.

#### **Zur Ungleichverteilung der Followerzahlen**

Reichweite auf Twitter kann auf verschiedenste Weisen operationalisiert werden. Der grundlegendste Indikator dafür, wie viele Nutzer einen Tweet potentiell lesen, ist die Anzahl der Follower des Verfassers.

Ein klassisches Instrument der Statistik zur Messung von Ungleichverteilung ist der sogenannte Gini-Koeffizient. In der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts vom italienischen Statistiker Corrado Gini erfunden, misst dieser Koeffizient die Ungleichheit einer Verteilung auf einer Skala von 0 bis 1, wobei Werte, die gegen 1 gehen auf eine grobe Ungleichheit hindeuten und Werte gegen 0 Gleichverteilung bedeuten. Der Gini-Koeffizient lässt sich anhand der Lorenzkurve graphisch definieren. Die Lorenzkurve zeigt auf der X-Achse die Gesamtheit der Erhebungen und auf der y-Achse die kumulierte Verteilung des untersuchten Gutes. Klassischerweise wird hier das Gesamteinkommen der Bevölkerung den Einzelpersonen oder Haushalten gegenübergestellt. Würde die Kurve auf der gezeichneten 45 Grad-Geraden verlaufen, könnte man von absoluter Gleichverteilung sprechen. 10% der Bevölkerung würden dann über 10% des Einkommens verfügen, 20% über 20% usw. Tatsächlich verläuft die

---

<sup>14</sup>Einziges Limit wäre selbstverständlich die Anzahl aller Teilnehmer

### 3.5. PARITÄT IM TWITTERDISKURS

---

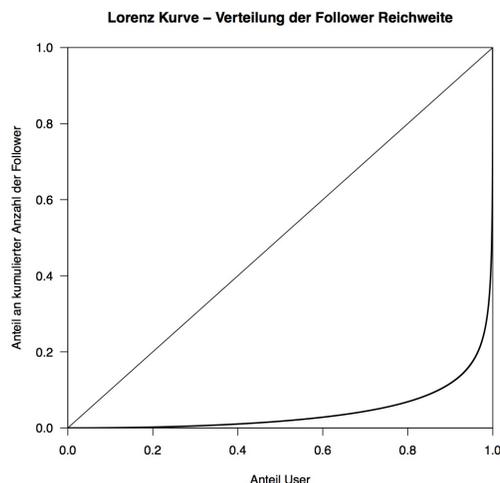


Abbildung 3.9: Lorenzkurve der kumulierten Follower-Reichweite

Kurve in einem Bogen unter der Geraden. Der Gini-Koeffizient gibt dabei das Verhältnis der Fläche, die von der Geraden und der Kurve aufgespannt wird und jener Fläche zwischen Gerade und den Achsen, an. Umso weiter die Lorenzkurve also von dieser Geraden der Gleichverteilung entfernt ist, umso höher die Ungleichverteilung und der Gini Koeffizient (vgl. Cowell 2009, 22,26f).

Die folgende Abbildung stellt die Lorenzkurve für die Followeranzahl jener gut 235000 User dar, für die diese Information erhoben werden konnte. Wie sich schnell erkennen lässt, handelt es sich hier um eine beachtliche Ungleichverteilung. Der Gini-Koeffizient dieser Verteilung beträgt 0.913. Schon die große Differenz zwischen Median (189 Follower) und Durchschnitt (2167 Follower) lässt darauf schließen, dass einige Ausreißer im Spiel sind. Um eine Vorstellung davon zu bekommen, was dies bedeutet, sei hier angemerkt, dass die UNO die Verteilung des Reichtums weltweit auf einen Gini-Koeffizienten von 0,892 schätzt (vgl. Davies u. a. 2008, S. 10). Die Reichweite der untersuchten Twitteruser ist also etwas ungleicher verteilt, als der Wohlstand auf unserem Planeten. 90% der Twitteruser verfügen über weniger als 20% der kumulierten Reichweite.

Inwieweit dieser Vergleich zulässig ist, bleibt natürlich zu hinterfragen. Man mag argumentieren, dass sich die Ökonomie mit knappen Ressourcen beschäftigt und ihre statistischen Instrumente auf der Prämisse aufbaut, dass

### 3.5. PARITÄT IM TWITTERDISKURS

---

kein Dollar gleichzeitig von zwei verschiedenen Personen besessen werden kann. Auf Twitter hingegen ist jeder neue Nutzer rein theoretisch mit einem unbeschränkten Investitionspotential an Aufmerksamkeit ausgestattet. Jeder kann grundsätzlich so vielen Accounts folgen, wie es ihm beliebt. Ich möchte hier jedoch noch einmal darauf hinweisen, dass Aufmerksamkeit ein ebenso endliches Gut ist. Ich würde schätzen, dass kaum jemand mehr als 300 anderen Benutzern, die dieses Medium ernsthaft nutzen, Beachtung schenken kann.

An dieser Stelle lässt sich also festhalten, dass die Reichweite, gemessen an der Zahl der Follower, grob ungleich verteilt ist. Nichtsdestotrotz ist es keine leichte Übung dieses Ergebnis auch sinnvoll zu bewerten. Legt man dieses Resultat an das strenge Idealmaß der Gleichheit an, so scheint es keinen Zweifel daran zu geben, dass dieses auf Twitter schwer verletzt wird. Ruft man sich jedoch ins Gedächtnis, dass Habermas den Verfall der Öffentlichkeit am Aufkommen der Massenmedien festmacht und würde demnach die Verteilung der Reichweite diesem Vergleich aussetzen, so erscheinen die Zahlen in einem gänzlich anderen Licht. Ohne Frage würde eine Berechnung des Ginkoeffizienten der medialen Reichweiteverteilung in Zeiten vor dem Internet knapp 1 ergeben. Zudem könnte man auch argumentieren, dass der Median von 189 Followern andeutet, dass viele Personen ihre Informationen und Gedanken mit einer durchaus großen Zahl an Personen teilen. Eine abschließende Beurteilung dieser Resultate muss jedoch bis zum Ende dieses Kapitels warten.

#### **Followernetzwerk der Heavy Users**

Die vorangegangene Analyse liefert durchaus aussagekräftige Resultate, gleichzeitig müssen jedoch zumindest 2 grundlegende Schwächen dieser Herangehensweise eingestanden werden:

Erstens können bei der Messung der Followerzahl Bots oder sogenannte Spammaccounts nicht ausgeschlossen werden. Letztere zeichnen sich meist dadurch aus, dass sie nichts oder kaum twittern aber einer überdurchschnittlich großen Anzahl an Personen folgen. Diese Art von Benutzerkonten können die Aussagekraft der Reichweiteverteilung freilich dämpfen, da Bots Tweets tatsächlich nicht lesen.

Zweitens ist in Frage zu stellen, ob es sich bei den Personen, die Tweets zu Rio+20 in ihrer Timeline lesen um jene handelt, die sich für dieses Thema auch wirklich interessieren. Natürlich ist dies kein Ausschlusskriterium und

### 3.5. PARITÄT IM TWITTERDISKURS

---

tatsächlich kann es gerade sinnvoll sein Informationen zu verbreiten, die den jeweiligen Followern noch nicht bekannt sind. Trotzdem ist anzunehmen, dass es besonders wichtig ist, mit jenen Personen in Kontakt zu stehen, die sich dem Thema in gewisser Weise verschrieben haben.

Im Folgenden möchte ich nun versuchen diese beiden Schwachpunkte auszuklammern, um so einen differenzierten Blick auf die Daten zu gewinnen. Dazu werde ich auf eine sozialwissenschaftliche Methode zurückgreifen, die mir für dieses Vorhaben besonders geeignet erscheint: die soziale Netzwerkanalyse. Diese unterscheidet sich von anderen quantitativen Methoden der empirischen Sozialforschung in einem zentralen Punkt: Während man für gewöhnlich mit Merkmalen arbeitet, die den untersuchten Personen oder Gruppen anhängen, sei es nun Alter, Geschlecht, Beruf, etc. beschäftigt sich die soziale Netzwerkanalyse mit jenen Untersuchungsgegenständen, die erst dann entstehen, wenn mehrere Personen zusammentreffen und in irgendeiner Weise Beziehungen aufbauen (vgl. Scott 2000, 2f). Anders gesagt, während normalerweise die Attribute der Untersuchungsobjekte im Mittelpunkt stehen, geht es hier darum, was zwischen diesen passiert. Kommunikation ist ein klassischer Anwendungsfall der Netzwerkanalyse, da sie nur im Zusammenspiel mehrerer Teilnehmer entstehen kann.

In diesem Abschnitt möchte ich nun das Netzwerk der Followerbeziehungen zwischen jenen Benutzern untersuchen, die sich auf Twitter besonders stark dem Thema Rio+20 gewidmet haben. Konkret soll es um die Benutzer gehen, die zumindest 50 mal in der Datenbank aufscheinen, also zumindest 50 mal Tweets geteilt haben, die eines meiner Schlagwörter (siehe Tabelle 3.3) beinhalteten. Ich nenne diese Gruppe im folgenden *Heavy User*. Das Filterkriterium soll dazu dienen, eine Auswahl an Benutzern festzulegen, die sich sehr für das Thema interessieren bzw. engagieren. Wie stark dieses Kernnetzwerk hierarchisiert ist und welche Benutzer sich hier als Eliten hervortun, ist deshalb besonders wichtig für meine allgemeine Fragestellung der Parität. Gleichzeitig soll das Filterkriterium auch dabei helfen Twitter-bots so gut wie möglich auszugrenzen. Die Zahl der mindestens 50 Tweets hat jedoch keine theoretische Fundierung, sondern ist vielmehr Resultat meiner eingeschränkten technischen Ressourcen. 1213 Benutzer haben mindestens so oft getweetet und diese Zahl liegt innerhalb der technischen Möglichkeiten zu Visualisierung bzw. zur Berechnung der notwendigen netzwerktheoretischen statistischen Maßzahlen.

Vor jeder Netzwerkanalyse müssen jedoch einige grundlegende Dinge geklärt werden. Knoten und Kanten sind die zentralen Bestandteile jedes Netzwer-

### 3.5. PARITÄT IM TWITTERDISKURS

---

kes, wobei die ersteren als Netzwerkteilnehmer (in unserem Fall Benutzer mit mindestens 50 Tweets zu Rio+20) zu verstehen sind, die über Kanten (in diesem Fall Followerbeziehungen) mit einander verbunden sind. Zudem muss geklärt werden, ob es sich bei Kanten um gewichtete bzw. ungewichtete und gerichtete bzw. ungerichtete handelt (vgl. Serdült 2002, S. 128). Um gewichtete Kanten handelt es sich immer dann, wenn eine Beziehung verschiedene Intensitäten annehmen kann und diese Daten auch verfügbar sind. Würde man das Netzwerk zwischen Twitterusern beispielsweise darauf aufbauen, wie die verschiedenen User miteinander anhand von *Direct Messages* kommunizieren, so würden gewichtete Kanten vorliegen, denn es macht schließlich einen Unterschied ob jemand einen, zwei, zehn oder hundert Tweets an eine andere Person adressiert. Da die Kanten in diesem Fall aber als Followerbeziehung definiert sind, liegt keine Gewichtung vor, weil man einer anderen Person nur einmal oder eben nicht folgen kann. Ungerichtete Beziehungen sind solche, bei denen keine Richtung vorgegeben ist. Ein Beispiel aus dem Bereich der neuen Medien wäre das Freundschaftsprinzip auf Facebook, in dem Verbindungen automatisch reziprok sind, da sie noch bevor sie Zustande kommen gemeinsam ausgehandelt wurden. Eine Person A kann also nicht Freund von B sein, ohne dass sich das Gleiche umgekehrt behaupten ließe. Wie schon mehrmals betont funktioniert Followerbeziehungen nicht auf diese Weise. A kann B durchaus folgen ohne, dass B A folgt. Wir haben es hier also mit einem sogenannten gerichteten Netzwerk zu tun und dies ist gleichzeitig die Voraussetzung dafür, dass sich Hierarchien konkret bestimmen lassen. Während für ungerichtete Netzwerke Maßzahlen der Zentralität verwendet werden, berechnet man für gerichtete Netzwerke Indikatoren des Prestige:

„es geht um die Differenzierung, um Ungleichheiten zwischen den Akteuren, die sich aus Wertschätzung anderer ergibt. Ein hohes Prestige kann eine Akteur nur dann haben, wenn es im Netzwerk eine minimale Übereinstimmung darüber gibt, was und wer hoch zu bewerten ist. Prestige hat daher immer etwas mit Werten, mit Hierarchien und ihrer Legitimität zu tun. Es mißt Herrschaft im Sinne von Weber und nicht bloße Macht. (vgl. Jansen 1999, S. 121)“

In ihrem Lehrbuch identifiziert Jansen drei verschiedenen Prestigemaße, die jeweils auf das ganze Netzwerk oder auf einzelne Benutzer anwendbar sind und

### 3.5. PARITÄT IM TWITTERDISKURS

---

von diesen ich nun zwei<sup>15</sup> auf das Followernetzwerk der Heavy-User anwenden möchte. Da der Gehalt von Netzwerken und dementsprechend die statistischen Maßzahlen, die daraus resultieren, sehr unterschiedlich sein können, weil Beziehungen (Kanten) vom Forschenden eigens und frei definiert werden, muss auch jede Maßzahl ganz individuell interpretiert werden. Was ein bestimmter Wert also bedeutet, ist ganz stark davon abhängig wer bzw. was Knoten und Kanten überhaupt sind.

Ich möchte nun die Aussagekraft dieser Prestigeindikatoren für das vorliegende Followernetzwerk diskutieren und dementsprechend interpretieren. Aus den genannten 1213 Usern ergibt sich ein Netzwerk von 1081 Knoten. Dies hat einerseits damit zu tun, dass für manche der Benutzer die Follower nicht erhoben werden konnten, da diese Möglichkeit von den jeweiligen Benutzern aktiv unterbunden wurde. Andere User sind im Netzwerk nicht vorhanden weil sie Isolate sind, also Knoten, die keine einzige Verbindung zu einem der anderen Netzwerkteilnehmer haben. Es spricht im übrigen für die angewandten Filterkriterien, dass beispielsweise jener User, der die meisten Tweets gesendet hat, aber schon in Kapitel 2 als Twitter-Bot identifiziert wurde, nicht im Netzwerk vorhanden ist. Gleichzeitig ist es bemerkenswert, dass so viele User überhaupt in irgendeiner Weise in dieses Netzwerk eingebunden sind. Dies ist ein Zeichen dafür, dass es einen stark integrierten Kern der engagierten Benutzer gibt.

#### **Indegree basiertes Prestige**

Das Indegree basierte Prestigemaß  $P_D$  ist das einfachste Maß seiner Art. Jeder Knoten in einem gerichteten Netzwerk verfügt über eine bestimmte Anzahl an Verbindungen, die auf ihn zeigen bzw. ihn wählen. Diese Anzahl nennt man Indegree. Gleichzeitig gibt es dementsprechend auch einen Outdegree und einen Degree, der sich wiederum aus der Summe von In- und Outdegree zusammensetzt.

In unserem Netzwerk zeigt das Indegree basierte Prestige also an, wie viele Benutzerkonten der Heavy User dem jeweiligen Knoten folgen. Die Berechnung dieses Prestigemaßes gibt uns also Auskunft darüber, welche Nutzer

---

<sup>15</sup>Ein drittes Maß nähert sich der Frage der Hierarchie über das Konzept der Pfadlängen an. Grob geht es dabei darum die kürzesten Pfade zwischen allen Knotenpaaren zu bestimmen, um dann die strategisch wichtigen Positionen zu identifizieren (vgl. Jansen 1999, 139f). Weil die Anzahl der Knoten in diesem Netzwerk jedoch anhand eines Filterkriteriums minimiert wurde, werden nicht alle Pfade sichtbar und damit die Berechnung dieses Maßes unkonkret.

### 3.5. PARITÄT IM TWITTERDISKURS

---

die größte direkte Reichweite in diesem Kernnetzwerk haben.

Rang	Benutzername	Indegree	Follower insgesamt
1	UN_Rioplus20	411	23026
2	UN	381	914753
3	UNEP	367	53757
4	guardianeco	346	92086
5	UNDP	293	98152

Tabelle 3.4: Benutzer mit dem höchsten Indegree

Die UNO selbst bestimmt das Bild der prestigereichsten Accounts. Vier der fünf ersten Stellen werden von offiziellen Benutzerkonten der Vereinten Nationen belegt und wenig überraschend liegt jener Account, der für die Konferenz selbst zuständig ist, auf dem ersten Platz. Nur der Twitterrauftritt der Ökologiesektion der Londoner Tageszeitung *The Guardian* schafft es noch unter die ersten 5 Plätze. Dies ist ein deutliches Indiz dafür, dass viele der Heavy User, Twitter besonders als Informationskanal benutzen, schließlich werden alle dieser Accounts hauptsächlich dafür benutzt Infos zu Rio+20 weiter zu verbreiten.

Als Maß der Hierarchisierung, kann der Indegree auch als Referenz für das gesamte Netzwerk dienen. Dafür wird der Knoten mit dem höchsten Indegree ( $n^*$ ) ermittelt und für jeden einzelnen Knoten die Differenz dazu ermittelt. Anschließend werden diese Werte durch die größtmögliche Indegree Differenzsumme dividiert.

$$P_D = \frac{\sum_{i=1}^n [P_D(n^*) - P_D(n)]}{\max \sum_{i=1}^n [P_D(n^*) - P_D(n)]}$$

Eine Sternform, bei der alle Knoten auf einen einzigen zeigen und dieser auf keinen anderen ist die absolute Hierarchievorstellung dieser Berechnungsart. Diese Idealform würde ein Indegree basiertes Prestige von eins ergeben und ein Netzwerk in dem alle Knoten einen gleichgroßen In- und Outdegree haben würde 0 ergeben (vgl. Jansen 1999, 136f). Für das vorliegende Netzwerk habe ich nach diesem Modell ein Prestigemaß 0.36 errechnet. Wenn dies auch

### 3.5. PARITÄT IM TWITTERDISKURS

---

darauf hindeutet, dass Reichweite innerhalb des Netzwerkes alles andere als gleichverteilt ist, so wird dennoch deutlich, dass dieses Kernnetzwerk weit egalitärer ist, als es die Berechnung des Gini Koeffizienten im vorangegangenen Abschnitt vermuten ließ.

#### **Rangprestige**

Während sich das Indegree basierte Prestige angewandt auf unser Fallbeispiel also auf die direkte Beziehungen bezieht, misst das Rangprestige auch indirekte Beziehungen. Der Unterschied zum Indegree basierten Prestige liegt darin, dass die Knoten gewertet werden. Jeder Akteur steigert den Prestige eines anderen, den er wählt, in dem Maße, in dem er selbst von anderen gewählt wird (vgl. Jansen 1999, 141ff).

Ein klassisches Beispiel zur Erläuterung dieser Maßzahl kommt aus dem Bereich der wissenschaftlichen Publikationen. Versteht man einen bestimmten Teilbereich der Wissenschaften als ein Netzwerk, in dem Publikationen Knoten darstellen, die durch die Zitationen miteinander verbunden sind, wird schnell deutlich worauf das Rangprestige hinaus will. Dass beispielsweise Jürgen Habermas und seine Bücher von dieser und wahrscheinlich hunderter anderer Diplomarbeiten zitiert wird, bringt dem Wissenschaftler kaum zusätzliches Prestige in der wissenschaftlichen Community ein. Würde Habermas jedoch mit nur einer einzigen seiner Publikationen Bezug auf die Arbeit eines jungen Wissenschaftlers nehmen, wäre dies für diesen ein unglaublicher Mehrwert und würde ihn in der Wissenschaft erst sichtbar machen. Dass also Knoten einen bestimmten Wert in einem Netzwerk haben und diesen weitergeben, in dem sie andere Knoten wählen, ist eine Erkenntnis, die das Rangprestige zu operationalisieren versucht.

Was bedeutet diese Zahl jedoch für das vorliegende Netzwerk? Während das Indegree basierte Prestige nur die direkten Follower zählt und damit die direkte Reichweite, geht das Rangprestige weiter und misst anhand der indirekten Beziehungen auch die potentielle Reichweite bzw. Einfluss. Vergleicht man also einen Knoten A und einen Knoten B, die jeweils nur einen Follower haben und dieser Follower im Fall von A weitere 100 Follower hat, der Follower von B aber gar keinen, wird dieser Unterschied deutlich. A hat potentiell eine weit größere Reichweite, weil der Follower seine Informationen gefiltert oder aber exakt in Form von Retweets weitergeben kann, während B immer nur eine einzige Person erreichen wird.

Diese Art der Prestigebestimmung sieht sich jedoch mit einem mathematischen Problem konfrontiert. Um nämlich den Prestige eines ersten Knotens

### 3.5. PARITÄT IM TWITTERDISKURS

---

zu berechnen, müsste man das Prestige aller Knoten, die auf ihn verweisen schon kennen und verfällt damit in einen infiniten Regress. Jansen stellt für dieses Problem einen mathematisch Lösungsweg vor (vgl. Jansen 1999, 141f), da diese Berechnungsmethode jedoch in den von mir verwendeten Softwarepaketen nicht enthalten ist<sup>16</sup>, möchte ich auf eine Methode zurückgreifen, die nach dem gleichen Prinzip funktioniert. Der PageRank, benannt nach dem Google-Gründer Larry Page, wurde dafür entwickelt Suchmaschinen zu optimieren, indem das WWW als Netzwerk von Webseiten (Knoten) und Links (Kanten) konzipiert wird und jedem Knoten basierend auf den direkten und indirekten Links, die auf ihn verwiesen ein bestimmter Rang zugeschrieben wird (vgl. Brin und Page 1998, S. 4). Tabelle 3.5 zeigt die 5 Knoten mit dem höchsten Pagerank im Netzwerk.

Rang	Benutzername	Pagerank	Follower insgesamt
1	UN_Rioplus20	0.017	23026
2	UNEP	0.017	53757
3	UN	0.015	914753
4	guardianeco	0.014	92086
5	UNDP	0.012	98152

Tabelle 3.5: Benutzer mit dem höchsten Pagerank

Die Tabelle zeigt, dass sich auf den obersten Rängen kaum etwas verändert (nur UN und UNEP tauschen die Plätze), wenn man statt direkter auch indirekte Reichweite mit berücksichtigt. Natürlich ist dies nicht weiter verwunderlich, da das Idegree basierte Prestige ja in abgeschwächter Form in die Berechnung des Pageranks mit einfließt. Zudem kann anhand der Top 5 kein Rückschluss auf das gesamte Sample gezogen werden. Abbildung 3.10 stellt deshalb dar, wie stark der Indegree mit dem Pagerank korreliert.

---

<sup>16</sup>siehe (R Development Core Team 2011; Csardi und Nepusz 2006; Bastian, Heymann und Jacomy 2009)

### 3.5. PARITÄT IM TWITTERDISKURS

---

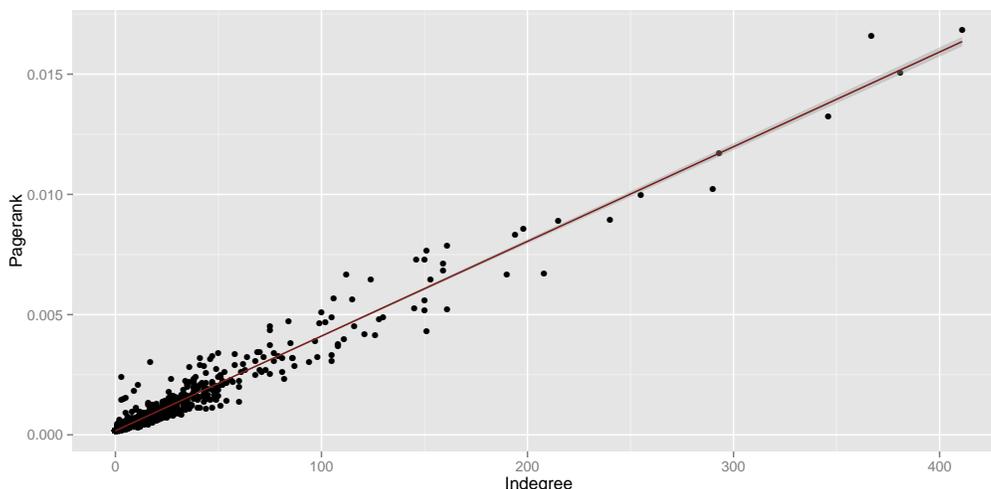


Abbildung 3.10: Streudiagramm Indegree und Pagerank der 1081 Knoten

Aus dem Streudiagramm lässt sich ablesen, dass sich der Pagerank der Knoten beinahe perfekt durch den Indegree erklären lässt. Für dieses Netzwerk bedeutet dies wiederum, dass jene Knoten, die wenige Follower haben, auch kaum einflussreiche bzw. prestigereiche Leser haben. Das heißt für sie, dass wenig oder kaum Potential besteht, dass sich ihre Beiträge indirekt über Retweets weiter im Netzwerk verbreiten oder zumindest würde dies nur langsam und schrittweise vor sich gehen. Gleichzeitig lässt sich sehen, dass sich der allergrößte Teil der Benutzer im unteren Bereich der Indegree- und der Pagerankskala wieder findet und einige wenige weit abgelegen sind. Dieser Umstand deutet wiederum auf eine starke Hierarchisierung des Netzwerkes hin.

#### **Netzwerkvisualisierung**

Die Visualisierung von Netzwerken ist eine Methode der Netzwerkforschung, die versucht Strukturen in großen Netzwerken sichtbar zu machen, die den Forschenden mit den bloßen Mitteln der Statistik möglicherweise entfallen könnten. Schon bei relativ kleinen Netzwerken können Visualisierungen und ein explorativer Zugang zusätzlichen Erkenntnisgewinn bringen. Freilich ist dies jedoch davon abhängig, wie die Visualisierung gestaltet ist und welche Aspekte diese in das wortwörtliche Zentrum der Aufmerksamkeit rückt (vgl.

Stegbauer und Häussling 2010, S. 525).

Abbildung 3.11<sup>17</sup> ist eine Visualisierung des bis hierher beschriebenen Netzwerkes. Knoten (Benutzeraccounts) werden durch farbige Kreise dargestellt und Kanten (Followerbeziehungen) durch Verbindungslinien zwischen diesen Kreisen. Die Größe der Kreise gibt darüber Auskunft, wie viele eingehende Verbindungen (Indegree bzw. Prestige) ein Knoten hat. Die Farbe zeigt an, welche Sprache für das jeweilige Konto eingestellt ist.

Die Anordnung der Knoten ist zentral für die Interpretation jeder Netzwerkvisualisierung. Moderne Netzwerkanalyse Software<sup>18</sup> bietet eine Auswahl an verschiedenen Algorithmen, die Knoten nach bestimmten Kriterien positionieren. Für die Visualisierung in Abbildung 3.11 wurde ein sogenannter Force-based Algorithmus mit dem Namen Force-Atlas2 angewandt. Die Funktionsweise lässt sich bildlich erklären. Jedem Knoten wird eine festgelegte Abstoßungskraft beigemessen, die dazu führt, dass nicht verbundene Knoten von einander abtreiben. Diesem Effekt wirkt wiederum eine Anziehungskraft entgegen, die immer dann entsteht, wenn Knoten über Kanten miteinander verbunden sind. Lässt man diesen Algorithmus solange arbeiten, bis sich ein Gleichgewicht etabliert hat, entsteht ein Bild in dem sich jene Knoten, die stark miteinander vernetzt sind, gruppieren und Knoten mit besonders vielen Verbindungen in die Mitte wandern. Die Richtung der Kanten wird dabei nicht berücksichtigt (vgl. ebd., S. 544, bzw. Jacomy u. a. 2011, S. 3). Für das vorliegende Beispiel bedeutet dies, dass jene Benutzer zwischen denen enge Followerbeziehungen herrschen nahe aneinander liegen. Auch wenn eine Visualisierung von über 1000 Knoten auf so engem Raum freilich keine Analyse von Einzelbeziehungen möglich macht, so wird ein Aspekt, der für die Fragestellung der Zersplitterung des Diskurses von zentraler Bedeutung ist sichtbar: Die Gruppierung nach Sprachen. Im Folgenden möchte ich darauf kurz eingehen.

#### **Exkurs: Zersplitterung**

„Lassen sich konkrete Fragmentierungen in den Kommunikationsstrukturen feststellen? Auf welchen Gruppenzugehörigkeiten ba-

---

<sup>17</sup>Jenen Lesern, die diese Arbeit in ausgedruckter Form vor sich haben, wird eine genauere Betrachtung naturgemäß schwer fallen. Die Abbildung kann deshalb unter [homepage.univie.ac.at/stephan.schlögl/rio20](http://homepage.univie.ac.at/stephan.schlögl/rio20) genauer betrachtet werden

<sup>18</sup>Für diese Visualisierung wurde die Open-Source-Software Gephi verwendet (siehe Bastian, Heymann und Jacomy 2009)

### 3.5. PARITÄT IM TWITTERDISKURS

---

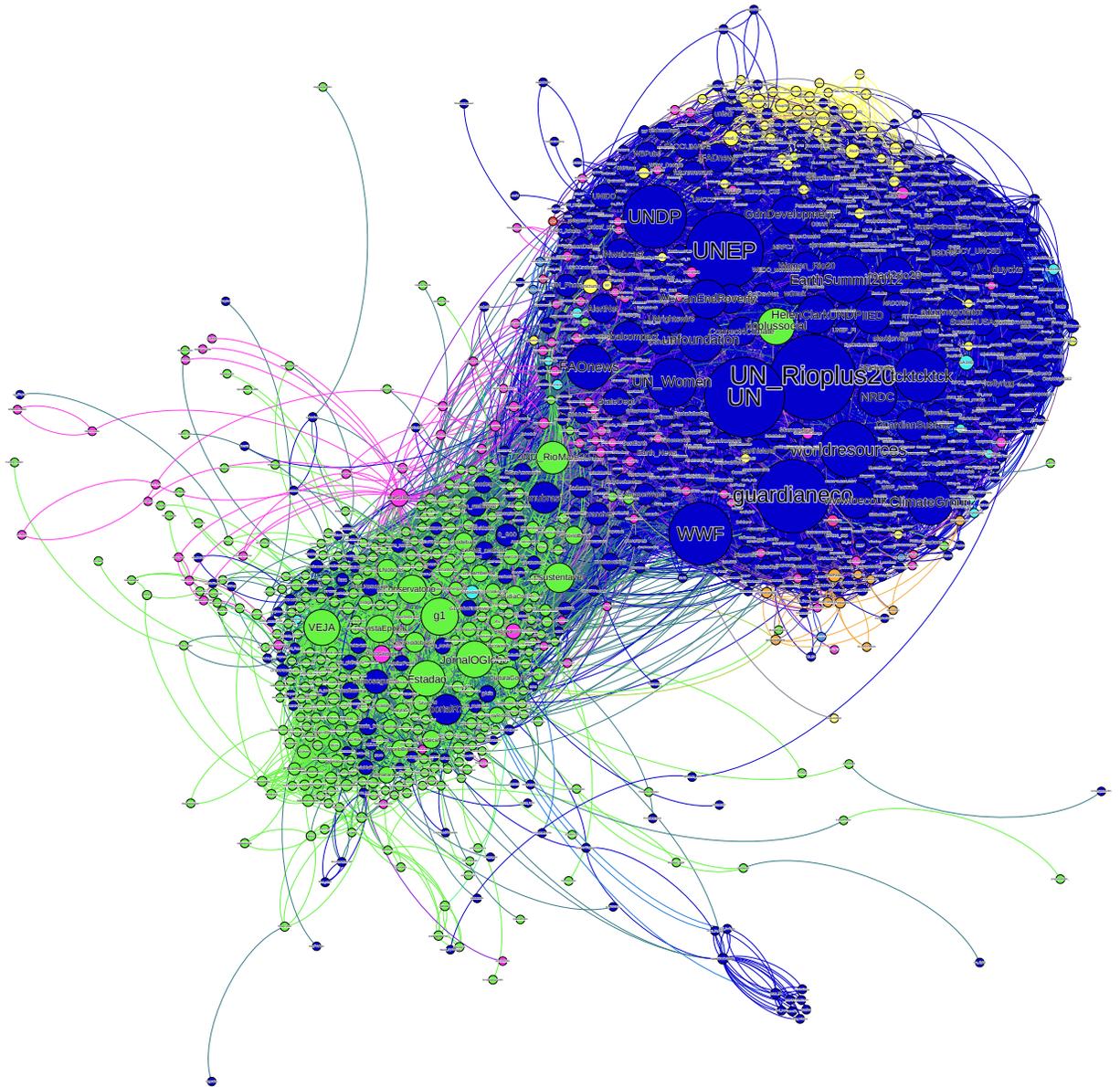


Abbildung 3.11: Netzwerk der Followerbeziehungen zwischen Heavy Usern

### 3.5. PARITÄT IM TWITTERDISKURS

---

sieren diese Fragmente?“

Ob sich Fragmente des Netzwerkes bilden, lässt sich direkt aus der Visualisierung ablesen. Das Ergebnis ist eindeutig. Es entstehen zwei Cluster, die vergleichsweise schwach miteinander verbunden sind und deren Trennung sich anhand der Spracheinstellungen erklären lässt. Es dominieren englisch (blau) und portugiesisch (grün) wobei sich die Benutzer mit portugiesischen Einstellungen im unteren Teil der Visualisierung gruppieren und jene mit englischen im oberen Bereich. Während der portugiesische tatsächlich brasilianische Teil, jedoch von einigen englischen Knoten durchdrungen wird, finden sich umgekehrt keine grünen Punkte in der blauen Wolke. Abgesehen von diesen beiden Sprachen lässt sich außerdem ein zusammenhängender Teil an französischsprachigen Knoten identifizieren, der sich im oberen Teil des englischen Clusters gruppiert (gelb). Die spanischsprachigen Knoten, in rosarot dargestellt, scheinen sich relativ dezentral über das Netzwerk zu verteilen, wäre da nicht der Knoten des Nachrichtenportals *TeleSur* welches einige spanischsprachige Knoten an der linken Seite des brasilianischen Clusters bündelt. Zudem fällt auf, dass sich jene Knoten, die ich zuvor als die prestigereichsten identifiziert wurden, ausnahmslos im englischen Teil wiederfinden. Der englische Teil des Netzwerkes ist von einigen großen und damit prestigereichen Usern geprägt, um die sich eine Vielzahl kleiner, also unbedeutender, User versammelt. Demgegenüber wirkt der brasilianische Teil des Netzwerkes ausgeglichener. Viele mittelgroße Knoten finden sich hier.

Wie lässt sich die Frage der Zersplitterung nun anhand dieses Netzwerkes von Followerbeziehungen beantworten? Die eindeutige Clusterbildung zwischen dem portugiesisch-brasilianischem und dem englischen Teil des Netzwerkes soll nicht darüber hinwegtäuschen, dass das Netzwerk der Heavy User insgesamt überraschend integriert ist. Ich möchte an dieser Stelle noch einmal daran erinnern, dass nur knapp 10% der Benutzer, die mehr als 50 Tweets zu Rio+20 veröffentlicht haben, nicht in irgendeiner Weise in das Netzwerk integriert sind. Im Netzwerkjargon würde man hier von einer *Inclusiveness* von 90% sprechen. Die Dichte des Netzwerkes beträgt 0.017. Das bedeutet, dass 1.7% der rein mathematisch möglichen Verbindung tatsächlich vorhanden sind. Das Problem des Dichtemaßes ist jedoch, dass dies stark von der Größe eines Netzwerkes abhängig ist. Große Graphen haben meist automatisch eine geringere Dichte, weil Individuen an die Grenzen ihrer sozialen Kontaktmöglichkeiten stoßen (vgl. Scott 2000, S. 74). Ein womöglich besseres Maß ist deshalb der durchschnittliche Degree der Knoten, also der Summe

### 3.5. PARITÄT IM TWITTERDISKURS

---

aus Folgenden und Gefolgtten jedes Users. Dieser liegt bei gut 38 durchschnittlichen Beziehungen innerhalb des Netzwerkes und ist meiner Einschätzung nach sehr hoch, wenn man bedenkt, dass es sich um Knoten aus über 50 verschiedenen Ländern handelt, die nur ihr Interesse an einer Konferenz gemeinsam haben.

Die bisherigen Erkenntnisse zeigen also, dass der Befürchtung Habermas', das Internet würde den Diskurs in Kleingruppen fragmentieren nicht Recht gegeben werden kann. Obwohl gezeigt wurde, dass es sehr wohl einen mehr oder weniger abgegrenzten Netzwerkteil gibt, der hauptsächlich brasilianisch geprägt ist, so kann man dennoch nicht behaupten, dass dies ein Teilnetzwerk ist, das sich aus Spezialinteressen konstituiert, wie es Habermas formuliert (vgl. Kapitel 2.2.6). Die Erklärung ist viel banaler und geht ganz einfach auf den Sprachgebrauch zurück. Würde man den oberen Teil des Netzwerkes nach Herkunftsländern einfärben, so könnte man erkennen, dass sich dieser aus Benutzern einer Vielzahl verschiedener Herkunftsländer zusammensetzt, der untere Teil würde dennoch relativ einfarbig brasilianisch bleiben. Es darf also vermutet werden, dass sich Teilnetzwerke dann bilden, wenn eine kritische Masse an Benutzern existiert, die in einer bestimmten Sprache publiziert. Dies spiegelt ohne Frage die praktischen Schwierigkeiten des globalen Dialoges im Internet wider. Habermas Aussage wird damit jedoch nicht bestätigt. Vielmehr bestätigt es die Vermutung, die schon im vorangegangenen Kapitel formuliert wurde. Nämlich, dass sich jene Benutzer, deren eigentliche Sprache im Diskurs wenig bis gar nicht vertreten ist, der dominanten Sprache anpassen. Wer dies aufgrund fehlender Sprachkompetenzen nicht kann, sieht sich mit konkreten Zugangsbarrieren konfrontiert.

#### **Retweets als Möglichkeit zur Reichweitenerweiterung**

Mit dem Pagerank habe ich bereits einen Aspekt der potentiellen Reichweite in die Diskussion eingeführt. Potentielle Reichweite soll heißen, dass sich unter den Followern eines Users andere User befinden, die selbst über eine große Reichweite verfügen und demnach das Potential haben, den Nachrichten des ersteren zu weiter Verbreitung verhelfen können.

Die Funktion, die diese Weiterverbreitung am direktesten vollzieht, ist der Retweet und diese Option wird häufiger genutzt als man zunächst meinen möchte. Mehr als 254000<sup>19</sup> Tweets der insgesamt gut 717000 und damit mehr

---

<sup>19</sup>Diese Zahl beruht auf einem Suchergebnis nach der Zeichenkombination „RT @Buchstaben/Zahlen.“

### 3.5. PARITÄT IM TWITTERDISKURS

---

als ein Drittel sind Retweets. Das bedeutet auch, dass dieses Drittel der Tweets keine neue Informationen in den Diskurs einbringen, sondern Informationen nur weiter verteilen. Dieses System scheint also breiten Anklang zu finden. Eine quantitative Bewertung des Phänomens und seines Potentials auch unbekanntem Nutzern eine Sprachrohr zur Diffusion ihrer Inhalte zu bieten, wäre jedoch sehr aufwendig und würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Das Problem liegt vor allem darin, dass es kaum möglich ist die absolute Reichweite für jeden Tweet zu messen, denn dafür müsste wiederum jeder Retweet einem User zugewiesen und dessen Followerzahl ermittelt werden. Es ist mir also unmöglich jenen Tweet aus den Daten zu destillieren, der tatsächlich die meisten Personen erreicht hat. Anstatt dessen möchte bzw. muss ich mich der Frage etwas pragmatischer zuwenden, indem ich die Diffusion eines einzigen Tweets beispielhaft nachzeichne. Dafür werde ich genau den Tweet verwenden, der die meisten Retweets erhielt.

„Let’s green \$1 trillion with a plan to save the planet. Sign the petition & RT: <http://t.co/jnM6pCSu> #endfossilfuelsubsidies #G20 #RioPlus20“<sup>20</sup>

Diesen Tweet veröffentlichte der britische Autor und Schriftsteller Stephen Fry am 18. Juni kurz vor zwölf Uhr Mittags. Es geht dabei um eine Kampagne auf der Plattform Avaaz<sup>21</sup> in der gefordert wird, jegliche staatliche Subventionen für Erdöl und Kohlekonzerne zu stoppen<sup>22</sup>. Sucht man in der Datenbank nach Fragmenten dieses Tweets fällt auf, dass der Text ursprünglich von dem Account der Plattform Avaaz selbst formuliert wurde. Schon drei Tage vorher veröffentlichte dieser Account den gleichen Tweet. Abbildung 3.12 zeigt wie sich dieser Hinweis auf Twitter verbreitet hat. Auf der Y-Achse wird die Followeranzahl jener Accounts aufsummiert, die den Tweet mittels Retweets weiterleiten. Accounts, die den Retweet mehrmals von verschiedenen Quellen erhalten haben, zählen dementsprechend auch mehrmals. Der Benutzeraccount der Plattform Avaaz.org ist keineswegs als ein kleiner Player in diesem Spiel zu bezeichnen. Mit über 300000 Followern gehört dieser Account mit Sicherheit in die obere Klasse, wenn es um direkte Reichweite geht. Als Avaaz also am 15. Juni auf die Kampagne hinweist, scheint dieser Tweet in der Timeline von mehr 300000 Accounts auf und schafft es innerhalb weniger

---

<sup>20</sup>siehe <https://twitter.com/stephenfry/status/214656322052964353>

<sup>21</sup>Avaaz.org ist ein Plattform auf der Petitionen jeder Art formuliert und Unterstützer mobilisiert werden können

<sup>22</sup>siehe [https://secure.avaaz.org/en/g20\\_a\\_new\\_plan\\_to\\_save\\_the\\_planet\\_b/](https://secure.avaaz.org/en/g20_a_new_plan_to_save_the_planet_b/)

### 3.5. PARITÄT IM TWITTERDISKURS

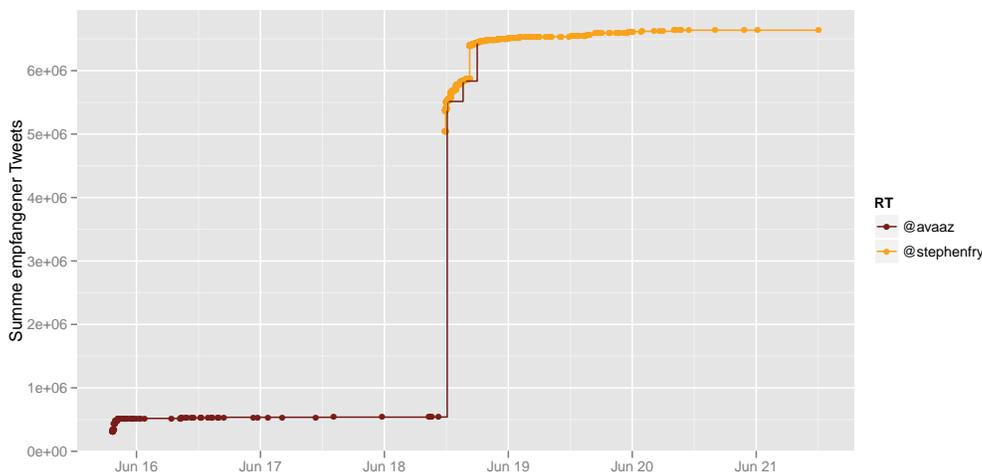


Abbildung 3.12: Beispiel Diffusion durch Retweets

Stunden auf mehr als eine halbe Million Accounts. In den folgenden Tagen verliert sich diese Dynamik jedoch wieder und schon am 17. Juni lassen sich nur mehr 5 Retweets in der Datenbank finden. Als die Information jedoch am 18. Juni von Stephen Fry weiterverbreitet wird, verschafft dieser der Reichweite einen gewaltigen Schub. Mit über 4 Millionen Followern erreicht er als Einzelperson vier mal so viele Nutzer wie Avaaz und alle bisherigen Retweets gemeinsam. Gleichzeitig reanimiert er die Diffusion dieser Kampagne und über 1000 Benutzer retweeteten das Statusupdate, wobei sich diese Retweets nun auf den Schauspieler beziehen<sup>23</sup> (hier in dunklem Gelb dargestellt). Die starke Steigung der Kurve unmittelbar nach Frys Tweet zeigt, dass sich die Diffusion in dieser Zeit viel schneller vollzieht als je zuvor. Erst ungefähr sechs Stunden später verflacht sie sich wiederum.

Dieses Beispiel zeigt, wie sehr der Diffusionsprozess von bestimmten Gatekeepern abhängig sein kann. Es ist ein glücklicher Zufall, dass sich in diesem Fall relativ gut nachvollziehen lässt, auf wen die Retweets zurückgehen. Insgesamt schaffte es Avaaz direkt und inklusive aller Retweets ihre Meldung fast 540000 mal in den Timelines der Twitteruser unterzubringen. Stephen

<sup>23</sup>Das bedeutet, dass vor dem Tweet nun *RT @stephenfry* und nicht mehr *RT @avaaz* zu lesen ist. Dadurch lässt sich relativ genau abschätzen durch welchen Account die Diffusion am stärksten vorangetrieben wurde

### 3.5. PARITÄT IM TWITTERDISKURS

---

Fry brachte es jedoch auf insgesamt 6000000, wobei mehr als zwei Drittel dieser User seine eigenen Follower sind.

Dieses Beispiel ist keineswegs repräsentativ für die Verbreitung von Tweets und soll auch nicht als solches missbraucht werden. Vielmehr zeigt es einen Aspekt auf, der im Zusammenhang mit Hierarchien nicht vergessen werden darf. Twittereliten können als Gatekeeper fungieren, die für die Verbreitung einer Nachricht ausschlaggebend sind. Hätte Stephen Fry diese Nachricht nicht weitergeleitet, so wäre ihre Reichweite auf nicht einmal einem Zehntel verblieben.

Es herrscht unter Netzenthusiasten die Vorstellung, die Wortmeldungen und Argumente auch vermeintlich unbedeutender Akteure, könnten im Netz großes Publikum erreichen. Ein Blick auf die Daten zeigt, dass diese Vorstellung mehr als nur ein utopisches Hirngespinnst ist. Beispielsweise stammt jener Tweet, der am zweitöftesten weitergeleitet wurde von eine jungen Dame aus Brasilien, deren Account selbst weniger als 300 Follower zählte. Mit fast 1000 Retweets innerhalb des Untersuchungszeitraums wurde die Reichweite dieses Tweets aber vertausendfacht<sup>24</sup>. Die Konzentration auf die Urheber bestimmter Tweets verschleiert jedoch die wichtige Rolle der Eliten dieses Mediums, die in vielen Fällen schlussendlich darüber entscheiden, wie weit ein Tweet tatsächlich diffundiert wird. Marc Bloch schreibt zum Erklärungspotenzial vom Ursprung bestimmter Phänomene folgendes:

„Es ist eine Frage des Menschlichen Klimas. Die Eiche entsteht aus der Eichel. Sie wächst aber nur dann zur Eiche heran, wenn die günstige Umweltbedingungen vorfindet, und die gehören nicht mehr zu Embryologie“ (vgl. Bloch 1974, S. 51)

Das Beispiel Avaaz hat gezeigt, dass die Umweltbedingungen im Ökosystem Twitter stark von elitären Usern bestimmt werden, die in vielen Fällen darüber entscheiden, ob Bäume wachsen oder eben nicht.

#### **Exogene Eliten**

Bis hier her konnte gezeigt werden, dass die Reichweite der Nachrichten strengen Hierarchien unterliegt und aus Kapitel 2.2.3 bringe ich die Vermutung mit, dass diese Hierarchien auf Faktoren beruhen, die bis zu einem gewissen

---

<sup>24</sup>Die Daten für diese Berechnung stammen von Ende September dieses Jahres und mögen deshalb leicht verzerrt sein. Insgesamt hat dieser Tweet 365686 verschiedene Useraccounts erreicht

### 3.5. PARITÄT IM TWITTERDISKURS

---

Grad außerhalb des Mediums Twitter zu suchen sind. Es ist davon auszugehen, dass die Diskursteilnehmer die Hüllen ihrer Reputation nicht ablegen, wenn sie den Diskursraum betreten, so wie es sich Habermas ausmalt. Vielmehr nehme ich an, dass Hierarchien in das Medium Twitter übertragen werden können. Stephen Fry hat also nicht nur deshalb 4 Millionen Follower, weil er besonders interessante Tweets verfasst, sondern auch weil er Autor, Fernsehmoderator und eben Person öffentlichen Interesses ist. Die Problematik dieser Aussage liegt auf der Hand. Es ist tatsächlich nicht exakt zu unterscheiden, ob ein User deshalb viele Follower hat, weil er außerhalb des Mediums über hohe Reputation verfügt oder weil er interessante Tweets veröffentlicht. Es ist anzunehmen, dass es in vielen Fällen eine Mischung aus beiden Faktoren ist, die sich schon alleine deshalb nicht aufschlüsseln lässt, weil sich vermutlich viele Follower selbst nicht auf einen einzigen Faktor festlegen können. Es steht also nicht in Frage, dass Stephen Fry eine überaus prominente Persönlichkeit ist, man kann jedoch davon ausgehen, dass er nicht über eine so hohe Anzahl an Followern verfügen würde, würde er dieses Medium nicht auch intensiv nutzen.

Auf der anderen Seite lassen sich unzählige Beispiele finden, die eindeutig belegen, dass exogene Reputation ausreicht, um zumindest eine gewisse Anzahl an Followern zu bekommen. Beispielsweise existiert ein Account mit dem Profilnamen „Jürgen Habermas“<sup>25</sup> der stolze 906<sup>26</sup> Follower zählt, aber nur 14 Tweets veröffentlicht hat<sup>27</sup>.

Ich habe anhand verschiedenster Herangehensweisen versucht Hierarchien zu messen und dementsprechende Eliten zu identifizieren. Anzahl der Follower insgesamt, Follower im Netzwerk der Heavy User zu Rio+20 bzw. Pagerank in diesem Netzwerk und schließlich die Anzahl der Retweets waren die Kriterien, die mich beschäftigt haben. In beinahe allen Punkten zeigt sich das gleiche Bild: Eliten sind stets Personen, die auch außerhalb des Mediums Twitter über hohe Reputation und dementsprechende Reichweite verfügen. Während die Auswertung nach Followern insgesamt vor allem Nachrichtenservices und Prominente aus Film, Fernsehen und Musik auf die ersten Ränge bringt, dominieren im Netzwerk der Heavy User hauptsächlich Benutzerkonten der UNO selbst, andere internationale Organisationen, Regierungsorganisationen, NGOs und wiederum Nachrichtenservices. Nur nach dem Kriterium

---

<sup>25</sup>siehe [https://twitter.com/J\\_Habermas](https://twitter.com/J_Habermas)

<sup>26</sup>Stand: 3.10.2012

<sup>27</sup>es kann natürlich davon ausgegangen werden, dass hinter dem Profil nicht jener Jürgen Habermas steckt, der dieser Arbeit mit einem theoretischen Fundament dient

### 3.5. PARITÄT IM TWITTERDISKURS

---

der Retweets schafft es auch zumindest eine Nutzerin mit einem einzelnen Tweet in die oberen Ränge, die keinen außergewöhnlichen Bekanntheitsgrad außerhalb des Mediums genießt. Eine Auflistung der ersten 10 Ränge nach den jeweiligen Kriterien findet sich in Appendix 4.

Eine systematische Kategorisierung eines größeren Teils des Samples scheitert jedoch an den Problemen, die ich bereits eingangs beschrieben habe. Ich möchte mich deshalb eines Services bedienen, das im Microbloggingdienst Twitter eigens integriert wurde und die Frage der exogenen Faktoren relativ gut widerspiegelt. Twitter verifiziert Accounts „um die Authentizität von Identitäten auf Twitter zu gewährleisten. Das Verifizierungsabzeichen hilft Nutzern, qualitativ hochwertige Informationsquellen zu entdecken, bei denen sie darauf vertrauen können, dass die Tweets von diesem Account von einer legitimen Quelle verfasst wurden“ (Twitter Hilfe-Center 2012a). Twitter konzentriert sich dabei besonders auf die Bereiche „Musik, Film, Mode, Regierung, Politik, Religion, Journalismus, Medien, Werbung, Business und aus anderen wichtigen Bereichen [und verifiziert] von Zeit zu Zeit Geschäftspartner und Einzelpersonen, die einem hohen Nachahmungsrisiko ausgesetzt sind.“ (ebd.). Verifizierte Accounts stellen damit genau jene Konten dar, die offensichtlich ausserhalb des Mediums eine bestimmte Reputation oder Rolle innehaben, die möglicherweise von nicht berechtigten Benutzern ausgenutzt werden könnte, und deshalb schützenswert ist. Die Verifizierung stellt damit den legitimierten Brückenschlag zwischen Twitter-externer und -interner Identität dar und löst diese Unterscheidung offiziell auf. Man kann nicht davon ausgehen, dass alle prominenten Persönlichkeiten oder Institutionen auf Twitter verifiziert werden, umgekehrt kann man aber davon ausgehen, dass alle verifizierten Accounts einen gewissen Grad an Prominenz außerhalb des Mediums genießen. Die verifizierten Accounts erscheinen mir deshalb eine angemessene Ausgangsbasis und Kontrollgruppe zu sein, um zu bestimmen, wie stark Hierarchien in den Twitter Diskursraum hineingetragen werden. Es gilt nun also diese Accounts im Rahmen der identifizierten Hierarchiekriterien, den nicht verifizierten Accounts gegenüber zu stellen.

Im Datenset finden sich insgesamt 629 verifizierte Accounts. Betrachtet man den allerersten und einfachsten Indikator der Reichweite, nämlich die Anzahl der Follower, zeigt sich ein recht unmissverständliches Bild. Während nicht verifizierte Nutzer durchschnittlich 1559 Follower bei einem Median von 188 haben, erreichen die verifizierten Accounts Werte, die weit über dem hundertfachen der ersteren liegen. Die verifizierten User haben im im Durchschnitt 228414 Follower und der Median liegt bei 24775.

### 3.5. PARITÄT IM TWITTERDISKURS

---

Im stark reduzierten Netzwerk der Heavy User finden sich immer noch 23 verifizierte Accounts und damit verhältnismäßig weit mehr als insgesamt. Das Bild ist jedoch ähnlich. Die verifizierten User haben eine durchschnittlichen Indegree von 120, während die nicht verifizierten Accounts durchschnittlich nur 17 Follower in diesem Netzwerk haben. Reiht man die Knoten nach Indegree, finden sich unter den ersten 20 Knoten gleich acht der insgesamt 23 verifizierten Benutzer.

Ruft man sich die starke Korrelation zwischen Pagerank und Indegree in Erinnerung, verwundert es auch nicht weiter, dass die Unterschiede zwischen verifizierten und nicht verifizierten Usern hier ähnlich stark ausgeprägt sind. Bei verifizierten Nutzern liegt dieser bei 0.0051 und bei nichtverifizierten bei nur 0.00083.

Obwohl nach den bisherigen Beobachtungen zu erwarten wäre, dass sich der Unterschied zwischen verifizierten Accounts und den nicht verifizierten bei Retweets weniger stark ausprägt, sind auch hier die Ergebnisse mehr als eindeutig. Während im Schnitt nur jede 6. Statusmeldung herkömmlicher Nutzer als Retweet weitergeleitet wird, können die verifizierten Nutzer damit rechnen, dass dies mit jedem ihrer Tweets durchschnittlich fast neunmal passiert.

#### 3.5.1 Schlussfolgerungen

Kommunikation auf der Microblogging Plattform Twitter unterscheidet sich vom Idealbild Habermas' im zentralen Punkt der ungleichen Reichweite. In diesem Kapitel habe ich mich damit beschäftigt, wie stark sich diese Ungleichheit zwischen Usern ausprägt. Anhand verschiedener Zugänge konnte gezeigt werden, dass die Reichweite auf Twitter grob ungleich verteilt ist. Dies gilt ganz besonders dann, wenn man einen Blick auf die jeweilige Anzahl der Follower wirft. Betrachtet man das Netzwerk jener User, die besonders aktiv zu Rio+20 publizieren, fällt auf, dass sich die Ungleichheit reduziert, obgleich auch dieses Netzwerk noch starker Hierarchisierung ausgesetzt ist. Eine Chance auf Erweiterung der Reichweite bietet die Funktion des Retweets, die dazu dient Nachrichten anderer Benutzer zu zitieren und den eigenen Followern zugänglich zu machen. Obwohl eine exakte Berechnung der kumulierten Reichweite aller Retweets den Rahmen dieser Arbeit gesprengt hätte, konnte anhand eines ausgewählten Beispiels gezeigt werden, dass jene Eliten, die über viele Follower verfügen, Schlüsselpositionen in der Diffusion durch Retweets einnehmen können und damit zu zentralen Gatekeepern

werden.

Abschließend habe ich versucht den Effekt exogener Faktoren auf die Elitenbildung auf Twitter einzuschätzen. Konkret ging es dabei darum, wie stark Reputation außerhalb des Mediums in dieses transferiert werden kann. Wenig überraschend ließ sich feststellen, dass prominente Persönlichkeiten und Institutionen absolut elitäre Positionen auf Twitter einnehmen und es schaffen ihre Diskursmacht erfolgreich in das Medium Twitter hineinzutragen.

Im Bezug auf Habermas Vorstellung der perfekten Öffentlichkeitsstruktur lässt sich also folgendes sagen: Die Kommunikationsstruktur auf Twitter unterliegt schwerwiegenden Hierarchien, die sich mitunter dadurch erklären, dass „Macht und Ansehen der öffentlichen Ämter [**nicht**] außer Kraft gesetzt sind“ (vgl. Habermas 1990, S. 97).

## 3.6 Dialog im Twitterdiskurs

Auf welche Weise kann Dialog im Sinne eines steten Austausches von Argumenten auf der Microblogging Plattform Twitter geführt werden und welches Ausmaß nimmt dieser Teil der Kommunikation am gesamten Sample an.

In der theoretischen Vorarbeit zu diesem Kapitel habe ich mit Peter Dahlgren darauf hingewiesen, dass viele Beobachter dazu tendieren Online-Kommunikationsprozesse in die Kategorien klassischer Medien einzuordnen, in denen entweder one-to-one oder one-to-many Kommunikation existiert (vgl. Dahlgren 2005, 149f). Die Idee der many-to-many Kommunikation wird dabei gerne vergessen.

Twitter lässt sich alles in allem als ein many-to-many Kommunikationssystem verstehen, das jedoch auf einer komplexen Struktur von one-to-many (Follower-) Kommunikationen aufbaut. Es stellt sich hier die Frage, inwiefern Kommunikation auf Twitter generell als Dialog zu verstehen ist. In Bezug auf diese Frage spricht Bohman von der Öffentlichkeit als „a social space in which speakers may express their views to others who in return respond to them and raise their own opinions and concerns“ (vgl. Bohman 2004, 133f). Ein solcher Raum kann sich auf Basis von Followerbeziehungen aber nur dann etablieren, wenn diese reziprok sind. In anderen Worten, um Argumente auszutauschen, muss man sich gegenseitig hören können, dafür ist es auf Twitter nötig sich gegenseitig zu folgen. Im sehr dichten Netzwerk der Heavy-User waren nur

rund 25% aller Verbindungen reziprok, also Kommunikationskanäle in beide Richtungen.

Jene Situation, die der physischen Anwesenheit in dem Sinne am nächsten kommt, dass alle Teilnehmer einander gegenseitig hören, lässt sich netzwerktheoretisch anhand des Konzeptes der Clique operationalisieren. Eine Clique innerhalb eines Netzwerkes besteht aus Knoten, die alle untereinander direkte Verbindungen haben, also gemeinsam einen sogenannten maximalen Teilgraphen bilden (vgl. Täube 2010, S. 400). In der hier vorliegenden Anwendung auf ein gerichtetes Netzwerk bedeutet dies, dass jeder Knoten innerhalb der Clique reziproke Verbindungen zu jedem anderen haben muss, damit sich untereinander alle hören ohne sich direkt zu adressieren. Im Netzwerk der Heavy User lassen sich nur 8 Cliquen mit zumindest 9 Mitgliedern bilden. Das bedeutet jedoch nicht mehr, als dass in dieses Cliquendialog Austausch von Argumenten stattfinden könnte ohne, dass die Benutzer besondere Operatoren anwenden. Freilich bedeutet es nicht, dass der Austausch von Argumenten tatsächlich stattfindet und letzteres ließe sich schließlich auch nur qualitativ überprüfen.

Zudem darf man davon ausgehen, dass die Dichte, Reziprozität und Cliquenbildung der Folgebeziehungen unter jenen Benutzern, die weniger oft zum Thema publiziert haben, weit geringer ist.

Ich möchte mich deshalb der Fragestellung des Dialoges anhand der sogenannten Direktnachrichten (siehe 3.1.2) annähern. Wie bereits erwähnt, handelt es sich dabei um Nachrichten, die eindeutig an einen bestimmten Empfänger adressiert werden und demnach die sogenannte one-to-one Kommunikation am genauesten abbilden. Es handelt sich bei Direktnachrichten außerdem um die einzige Kommunikationsform, die aufgrund ihrer eindeutigen Syntax, auch mit quantitativen Mitteln gut bearbeitbar ist, obwohl sich dieser Zugang Dahlgrens Kritik ausgesetzt sieht many-to-many Kommunikation auszublenden.

#### **Problem der Datenlage**

An dieser Stelle muss erneut auf ein Problem der Datenlage hingewiesen werden. Wie bereits in Kapitel 3.3 beschrieben, haben themen- bzw. benutzerzentrierte Forschungsdesigns gewisse Vor- und Nachteile. Während die Vorteile, des hier angewandten themenzentrierten Zugangs größtenteils überwiegen, werden in diesem Abschnitt die Schwächen deutlich. Das Problem liegt darin, dass abhängig von den gewählten Filterkriterien Dialogfragmente verlo-

### 3.6. DIALOG IM TWITTERDISKURS

---

Twittername	Zeit	Tweet
occi00	28.02.2011 11:10	Das grüne Team für Sachsen-Anhalts Landtag heute in der #Volksstimme: <a href="http://bit.ly/eb719o">http://bit.ly/eb719o</a> #fb #ltwlsa #zweitstimmegrüen
cyberfux	28.02.2011 11:10	@occi00 dieses Jahr kann man echt niemanden wählen ;- ) #ltwlsa
occi00	28.02.2011 12:14	@cyberfux Das sehe ich naturgemäß anders ;-)
cyberfux	28.02.2011 12:14	@occi00 logischerweise ;- ) aber ich bin ja durchaus einsichtig: überzeug mir ;-)
occi00	28.02.2011 13:06	@cyberfux hier gibts Gute Gründe für Grün: <a href="http://tinyurl.com/4gedbpy">http://tinyurl.com/4gedbpy</a>

Abbildung 3.13: Beispieldialog Direktnachrichten (vgl. Thimm, Einspänner und Dang-Anh 2012)

ren gehen. Ich möchte dies am Beispiel eines Dialoges veranschaulichen, den Thimm, Einspänner und Dang-Anh im Rahmen ihrer Forschung, die Elemente von nutzer- und themenzentrierter Forschung zusammenführt, zeigen. Das Datenset setzt sich zusammen aus Tweets von und an politische Akteure und Tweets, die einem Filterkriterium aus themenspezifischen Hashtags entsprechen.

Exemplarisch beschäftigen sich die Autoren mit der Twitterkommunikation zu den Landtagswahlen 2011 in Sachsen-Anhalt, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz. Abbildung 3.13 übernehme ich aus dem Artikel der drei Autoren, die zeigt wie sich Dialoge auf Twitter entwickeln können. Im Datenset ist diese Unterhaltung vermutlich deshalb gelandet, weil der Benutzer mit dem Namen „occi00“ als relevanter Politiker identifiziert wurde und demnach alle seine ein- und ausgehenden Direktnachrichten protokolliert wurden. Diese Art der Datenaggregation scheint vor allem dann legitim, wenn sich die Analyse darauf beschränkt, Dialoge beispielhaft zu interpretieren. Aussagen über die Gesamtheit eines Themengebietes auf Twitter lassen sich anhand dieser Datenbasis allerdings kaum treffen. Genau das ist jedoch der Anspruch, den die vorliegende Arbeit verfolgt. Würde man die Landtagswahlen in den drei deutschen Bundesländern mit Schlagwörtern verfolgen, wären diese vielleicht #ltw, #ltw11, #ltwlsa, #ltwlsa #ltwbawü, #ltwrlp. Betrachtet man

### 3.6. DIALOG IM TWITTERDISKURS

---

den Dialog genauer, fällt auf, dass sich mit diesen Schlagwörtern nur die ersten beiden Tweets filtern ließen. Drei Fünftel des hier dargestellten Dialoges würden im Datensatz nicht aufscheinen.

Mit dem selben Problem sieht sich auch die vorliegende Arbeit konfrontiert. Auch wenn hier nicht nach Hashtags gefiltert wurde, ist davon auszugehen, dass ein nicht zu vernachlässigender Teil an Tweets im Datensatz fehlt. Alle der folgenden Berechnungen zu Direktnachrichten müssen also vor diesem Hintergrund interpretiert werden.

Gleichzeitig spiegelt diese Herangehensweise jedoch auch die Möglichkeiten wider, die die Benutzer des Microbloggingdienstes haben, um bestimmten Themengebieten zu folgen. Auch sie können nur nach Schlagwörtern filtern, um auch Nachrichten jener Personen zu erhalten, denen sie nicht selbst folgen. Das Ergebnis dieses Filters stellt für den Suchenden schließlich den öffentlichen Dialog dar.

#### **Direktnachrichten als Dialogform auf Twitter**

Um abzuschätzen wie groß der Anteil potentieller Dialoge tatsächlich ist, reicht es vorerst aus darzustellen, wie sich oft die Benutzer überhaupt zu Wort melden. Abbildung 3.14<sup>28</sup> stellt diesen Sachverhalt in einfacher Form dar.

---

<sup>28</sup>Diese Daten wurden bereits in Abbildung 3.1 in anderer Form und zu einem anderen Zweck visualisiert

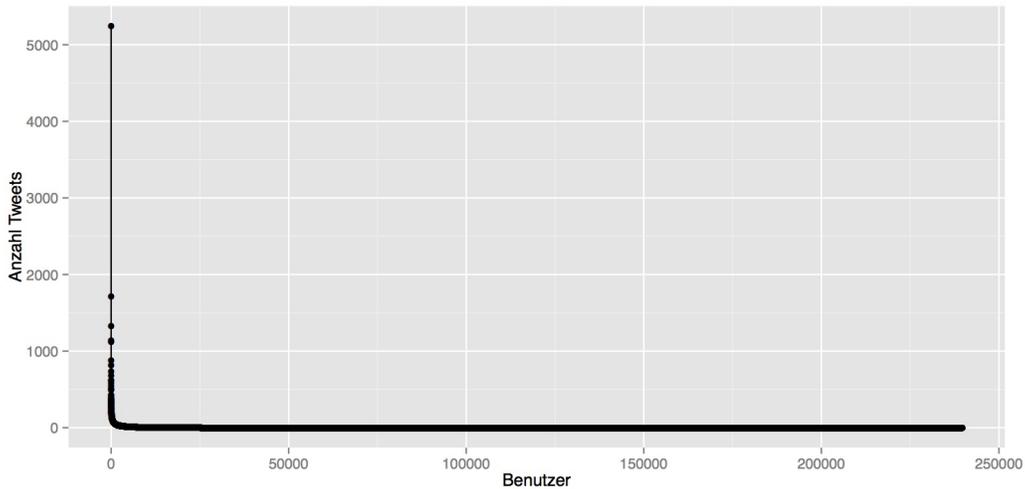


Abbildung 3.14: Anzahl der Tweets pro Benutzer als Kurve

Ohne noch mit der Analyse und von Direktnachrichten begonnen zu haben, zeigt die Abbildung 3.14, dass Dialog im Sinne eines kontinuierlichen Austausches von Argumenten nur einen minimalen Ausschnitt des gesamten Samples darstellen kann. Von rund 240000 Benutzern haben mehr als 150000 Benutzern und damit mehr als 60% nur einen einzigen Tweet abgesetzt. Das muss nicht bedeuten, dass diese Benutzer nicht in einen Diskussionsprozess von Direktnachrichten eingebunden sind, schließlich kann dieser Tweet eine Direktnachricht im Kontext einer Diskussion sein. Es bedeutet aber, dass sie Argumente nicht rege austauschen sondern eben, wenn, dann nur einen einzigen Beitrag leisten. Als Teilnehmer einer Diskussion im Sinne Habermas bzw. Bohman kann man diese Nutzer also nicht charakterisieren.

Werfen wir nun also einen Blick auf die Direktnachrichten im Sample. Von insgesamt gut 717000 Tweets handelt es sich bei 33366, also 4.6%, um Direktnachrichten, die von knapp 18500 Benutzern verfasst wurden. Alle diese Nutzer finden sich naturgemäß im Sample wieder, gleiches trifft aber nicht auch die adressierten Nutzer zu. Es kann durchaus sein, dass sie nur als Empfänger einer Direktnachricht in Erscheinung treten, ohne dass sie jedoch selbst etwas zu Rio+20<sup>29</sup> verfasst hätten. Nähert man sich den Direktnachrichten im Sinne der Netzwerkanalyse an, so werden adressierende und adressierte Benutzer

<sup>29</sup>zumindest nach den definierten Suchkriterien

### 3.6. DIALOG IM TWITTERDISKURS

---

zu Knoten und die jeweiligen Nachrichten, die sie sich gegenseitig zukommen lassen, zu gerichteten Kanten, also Verbindungen. Das daraus resultierende Netzwerk besteht aus knapp 33000 Knoten, also gut 1.7 mal so viele Kanten wie Knoten, sind in diesem Netzwerk vorhanden. Das bedeutet, dass es sich hier um ein äußerst loses Netzwerk handelt, in dem der absolut überwiegende Teil nur über eine einzige Verbindung verfügt.

Im Jargon der sozialen Netzwerkanalyse meint der sogenannte Indegree für dieses Netzwerk nun die Anzahl der eingehenden Direktnachrichten und der Outdegree die Anzahl jener Nachrichten, die ein bestimmter Benutzer gesendet hat.

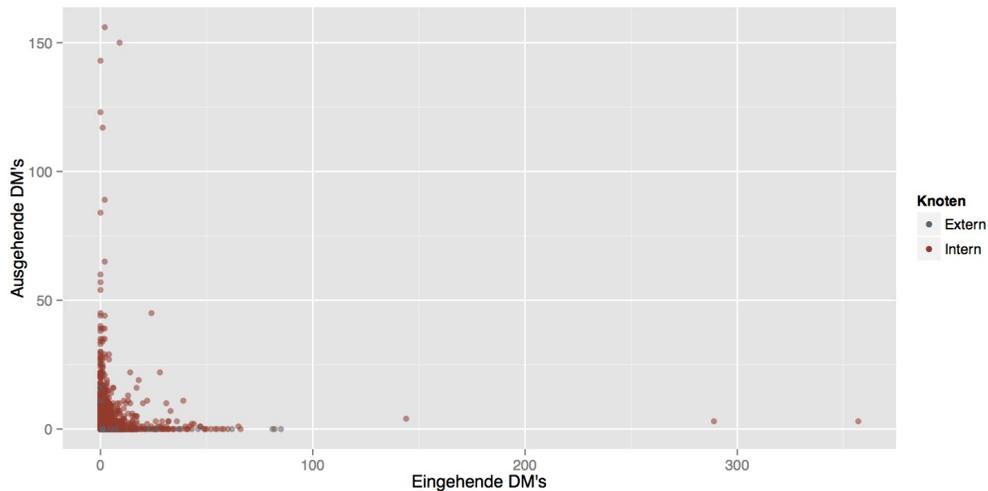


Abbildung 3.15: Verhältnis von In- und Outdegree im Netzwerk der Direktnachrichten

Abbildung 3.15 zeigt, wie sich das Verhältnis von In- und Outdegree für die Benutzer darstellt. Die Färbung der Knoten, die hier als Punkte dargestellt werden, zeigt an ob sich Nachrichten dieser Benutzer auch im Datensatz befinden. Extern (grau) meint also, dass diese Nutzer im Netzwerk nur deshalb auftauchen, weil sie von anderen adressiert wurden, sie selbst haben aber keine Tweets veröffentlicht. Intern (rot) bedeutet demnach, dass die Benutzer in den gesammelten Daten als Autoren auffindbar sind.

Dialog sieht anders aus. Geht man davon aus, dass Dialog Austausch zu zu-

### 3.6. DIALOG IM TWITTERDISKURS

---

mindest ungefähr gleichen Teilen bedeutet, müssten sich Benutzer, die diesem Ideal nachkommen in dieser Grafik mittig positionieren. Genau das Gegenteil ist jedoch der Fall, der Großteil der Knoten schmiegt sich an eine der beiden Achsen, was für die Fragestellung wiederum bedeutet, dass einige Nutzer oft adressiert werden und selten antworten, während andere gegenteilig oft adressieren und selten Antworten bekommen. Nur relativ wenige Nutzer dürfen sich über eine ausgeglichene Bilanz an Direktnachrichten freuen, zumindest, wenn es um eine größere Anzahl an Tweets geht.

Selbst wenn diese Bilanzen ausgeglichen wären, bleibt zweifelhaft, ob dieses Resultat Dialog nachweisen könnte. Eine ausgeglichene Bilanz der Direktnachrichten bedeutet schließend nicht mehr, als dass ungefähr gleich viele Nachrichten geschrieben und empfangen werden. Dies sagt jedoch nichts darüber aus, wer hier tatsächlich mit wem kommuniziert. Von Dialog würde man klassischerweise nur dann sprechen, wenn zwei bestimmte Personen Informationen oder eben Argumente austauschen, nicht aber nicht wenn eine einzige Person mit vielen anderen über einzelne Nachrichten in Verbindung steht. Es lohnt sich hier also wieder auf das Maß der Reziprozität zurückzugreifen, welches angibt, welcher Prozentsatz der vorhandenen Verbindungen auch erwidert wird. Im vorliegenden Netzwerk liegt dieser Wert bei nur 6.5%. Nur dieser Anteil aller Direktnachrichten wird also auch beantwortet. Selbstverständlich lässt sich aber auch diese Aussage nicht mit absoluter Sicherheit festhalten, denn es bleibt unsicher, ob es sicher bei reziproken Verbindungen tatsächlich auch um ein Frage-Antwortspiel oder um Diskussionen handelt. Tatsächlich sagt dieser Wert nicht viel mehr aus als, dass Autoren von Direktnachrichten nur in 6.5% der Fälle von den Adressierten innerhalb des Untersuchungszeitraumes ebenfalls Direktnachrichten erhalten haben.

Wie stark die Verbindungen zwischen reziproken Paaren, also jenen Benutzern, die sich gegenseitig Nachrichten zukommen lassen, gibt deshalb noch präzisere Auskunft darüber, ob sich tatsächlich Dialoge im Datensatz aufspüren lassen. Es sind 970 reziproke Verbindungen, die sich im Netzwerk der Direktnachrichten finden, wobei einzelne Benutzer hier natürlich mehrere Male vertreten sein können. Abbildung 3.16 stellt dar, wie stark sich zwischen diesen, jeweils 2 Benutzern ein hin und her an Tweets ausprägt. In dieser Darstellung sind Punkte nun nicht mehr einzelne Benutzer, sondern jeweils ein oder mehrere reziproke Paare. Jedes Paar besteht naturgemäß aus zwei Benutzern und auf den Achsen lässt sich ablesen, wie viele Direktnachrichten diese Benutzer dem jeweils anderen zukommen ließen. Die Größe der Punkte zeigt an, für welche Anzahl an Paaren die jeweilige Bilanz zutrifft.

### 3.6. DIALOG IM TWITTERDISKURS

---

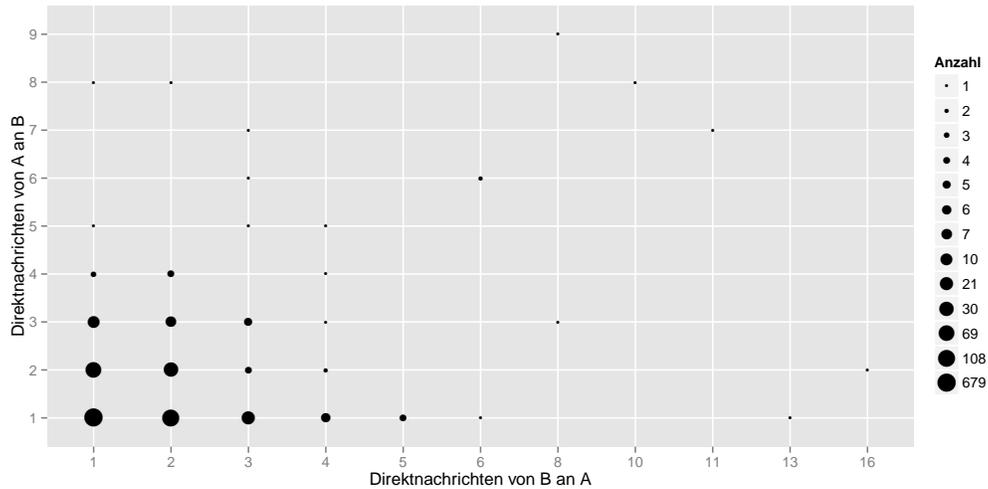


Abbildung 3.16: Bilanz der Direktnachrichten aller reziproken Paare

Wer diese, etwas abstrakte, Visualisierung nachvollziehen kann, wird schnell erkennen, dass beim allergrößten Anteil aller reziproker Verbindungen genau jeweils eine Nachricht an den „Gesprächspartner“ gesendet wurde. In 679 Fällen bzw. 70% kann also kein steter Schriftverkehr nachgewiesen werden. Die Fälle, in denen insgesamt 17 Nachrichten ausgetauscht wurden, stellen eine fast einzigartige Ausnahme dar. Es sind nur drei Konversationen, auf die dies zutrifft. Die höchste Summe erreicht ein Benutzerpaar mit insgesamt 18 Nachrichten, allerdings muss dieses Verhältnis als äußerst unausgeglichenes verstanden werden, bei dem auf 16 Direktnachrichten nur 2 Antworten<sup>30</sup> entfallen.

<sup>30</sup>Streng genommen muss es sich auch hier nicht unbedingt um Antworten handeln

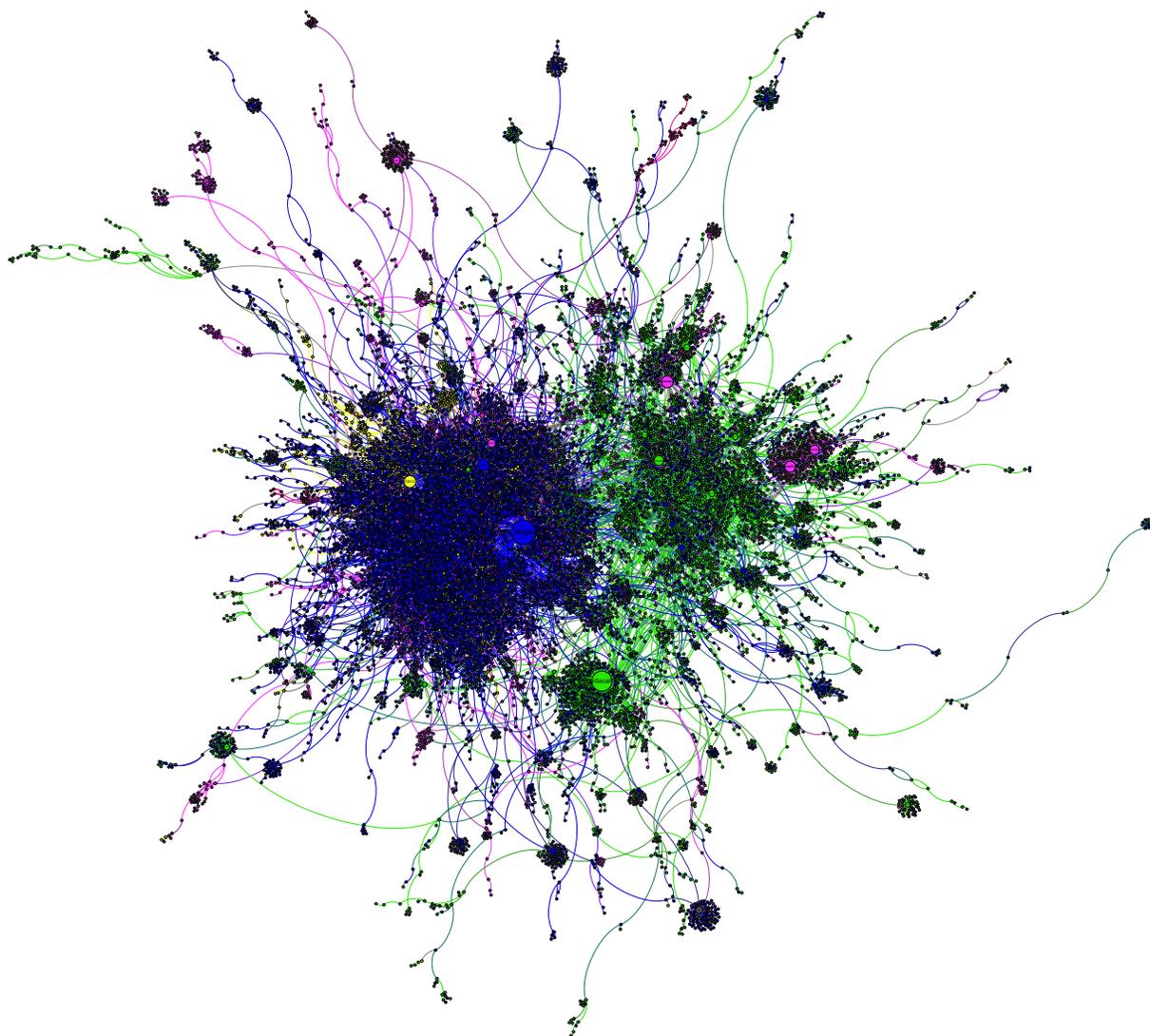


Abbildung 3.17: Größte zusammenhängende Komponente des Netzwerks der Direktnachrichten

Abbildung 3.17<sup>31</sup> stellt nun den größten zusammenhängenden Teil des

---

<sup>31</sup>Jenen Lesern, die diese Arbeit in ausgedruckter Form vor sich haben, wird ei-

### 3.6. DIALOG IM TWITTERDISKURS

---

Netzwerkes von Direktnachrichten dar. Auf diese Darstellung eines reduzierten Netzwerkwerkes greife ich nur deshalb zurück, weil dies einen Graphen dieses Ausmaßes auf so beschränktem Platz erst abbildbar macht. Die Darstellung wurde mit dem gleichen Algorithmus erstellt, den ich schon für Abbildung 3.11 verwendet und beschrieben habe und auch Größe und Farbe der Knoten basieren auf den gleichen Parametern<sup>32</sup>. Diese Komponente des Netzwerkes vereint 12423 Knoten und ist damit mehr als 10 mal so groß wie das Netzwerk der Followerbeziehungen. Dies ist aber nicht der einzige Grund dafür, dass dieses Netzwerk gleich auf den ersten Eindruck stark vom letzteren unterscheidet. Obwohl sich die selben Sprachstrukturen abzeichnen und wiederum darauf hindeuten, dass Kommunikation nur innerhalb der Sprachfamilien passiert, wird dieses Netzwerk von Knoten mit nur einer einzigen Verbindung geprägt. Dies lässt sich leicht daran erkennen, dass die meisten Knoten die exakt gleiche Größe haben. Nur einige Nutzer, wie beispielsweise der bereits bekannte offizielle Account „UN\_Rioplus20“ schaffen es auf beachtliche Größen<sup>33</sup>.

Auffällig ist außerdem, dass sich traubenförmige Strukturen bilden. Dies spiegelt jene Erkenntnis wider, die wir schon anhand der Abbildung 3.15 festgestellt haben, nämlich, dass es einige Benutzer gibt, die sehr oft adressiert werden, ohne jedoch oft selbst zu schreiben und wiederum andere, die viele verschiedene Personen mit Direktnachrichten kontaktieren, ohne jedoch selbst viele zu empfangen.

Eine ausschlaggebende Größe, die ich bisher noch nicht allgemein unter die Lupe genommen habe, ist die Gewichtung der Kanten. Wie bereits im Kapitel 3.5 dargestellt, können den Verbindungen zwischen Knoten auch Wertungen zugeteilt werden. Nicht in jeder Anwendung ist dies jedoch auch sinnvoll, deshalb hatten wir es im Netzwerk der Followerbeziehungen mit einem ungewichteten Netzwerk zu tun. In der vorliegenden Anwendung macht die Gewichtung jedoch sehr wohl Sinn, weil Knoten in ganz unterschiedlichen Graden Verbindungen zueinander aufbauen können. Im Netzwerk der Direktnachrichten kann dieser Grad als Anzahl der Nachrichten operationalisiert werden, die sich Benutzer gegenseitig zukommen lassen. Im Sinne meiner Fragestellung würden hohe Gewichtungen der Kanten dafür sprechen, dass

---

ne genauere Betrachtung naturgemäß schwer fallen. Die Abbildung kann deshalb unter [www.unet.univie.ac.at/a0406222/dmNet.pdf](http://www.unet.univie.ac.at/a0406222/dmNet.pdf) heruntergeladen werden

<sup>32</sup>Nur jene Knoten die nicht selbst im Datenset aufscheinen weil sie nichts publiziert haben sondern nur adressiert wurden, erscheinen in Grau

<sup>33</sup>Im diesem Fall beruht die Größe hauptsächlich auf eingehenden Nachrichten

tatsächlich reger Austausch von Argumenten stattfindet. In der Abbildung schlägt sich diese Gewichtung in der Dicke der Verbindungslinien nieder, auch wenn dies in dieser Visualisierung natürlich kaum mehr sichtbar ist. Der Mittelwert dieser Gewichtung liegt bei knapp 1.2 und Median sowie die dritte Quartile liegen bei 1. Es lässt sich also festhalten, dass engere Verbindungen in Form von intensivem Verkehr von Direktnachrichten die Ausnahme darstellen. Tatsächlich sind es 90 Prozent aller Verbindungen, die sich nur aus einer einzigen Direktnachricht ergeben.

#### **Exkurs: Zersplitterung**

Da ich in Abbildung 3.17 nur den größten zusammenhängenden Teil des Netzwerkes an Direktnachrichten dargestellt habe, bleibt dem Leser verschleiert, wie sehr dieses Netzwerk in seine Einzelteile zerfällt. In einer Darstellung des Gesamtnetzwerkes würden sich rundum die dargestellte Netzwerkkomponente eine Vielzahl an Netzwerksplittern anordnen, die hauptsächlich aus zwei oder wenig mehr Knoten bestehen. In der Netzwerkforschung spricht man von *verbundenen Graphen* dann, wenn jeder Knoten über eine beliebige Pfadlänge<sup>34</sup> mit jedem anderen verbunden ist. Wenn das nicht so ist, nennt man die Einzelteile, in die sich der *unverbundene* Graph zerlegen lässt, Komponenten (vgl. Täube 2010, S. 404, bzw. (vgl. Brandes 2010, S. 353)). Das vorliegende Netzwerk ist hochgradig unverbunden und besteht aus insgesamt 8596 Komponenten, die sich demnach durchschnittlich nur aus knapp 4 Knoten zusammensetzen.

Anhand dieser Resultate könnte man nun getrost Jürgen Habermas' Vermutung Recht geben, der Diskurs zersplittere in viele Einzelteile. Dies wäre aber zu vorschnell. Kritisch betrachtet lässt sich auf Basis der vorliegenden Daten kaum etwas Konkretes zu dieser Befürchtung sagen und dies liegt hauptsächlich an der unpräzisen Datenlage, die auch dem Kapitel 3.6 zu schaffen macht. Da sich Dialog und bzw. Diskussion im Sinne einer one-to-one Kommunikation faktisch fast nicht ausmachen ließ, ist es auch obsolet zu behaupten man hätte es mit einer Zersplitterung der Diskussion zu tun. Das Resultat dieser Analyse des Netzwerkes von Direktnachrichten kann für die Fragestellung der Zersplitterung also nicht mehr als ein Verweis auf jene Ergebnisse aus der Analyse des Followernetzwerkes sein.

---

<sup>34</sup>Die Pfadlänge misst die minimale Anzahl der Kanten die genutzt werden müssen, um zu einem anderen Knoten zu gelangen

#### Schlussfolgerungen

Ich habe mich in diesem Kapitel damit beschäftigt, welche Dialogformen auf Twitter denkbar und welche empirisch nachvollziehbar sind. Obwohl es rein theoretisch möglich wäre ganze Subgraphen des Followernetzwerkes als bescheidene Dialogräume zu verstehen, wäre es quantitativ ein Ding der Unmöglichkeit zu bestimmen, inwiefern hier tatsächlich kontinuierlich Argumente ausgetauscht werden. Es erschien mir deshalb sinnvoll jene Kommunikationsform auf Twitter auszuloten, die dem Dialog, also dem Gespräch zwischen zwei Personen, am nächsten kommt. Direktnachrichten lassen sich aufgrund ihrer eindeutigen Adressierungssyntax einfach für diese Fragestellung operationalisieren.

Trotzdem habe ich die Datengrundlage für eine solche Untersuchung kritisch hinterfragt und die erheblichen Schwachstellen der letzteren anschaulich dargestellt. Es soll daher nicht darüber hinweggetäuscht werden, dass die Resultate einer begrenzten Aussagekraft unterliegen, auch wenn sie genau jenen Einblick widerspiegeln, den Benutzer bekommen, die am Thema interessiert sind und ähnlich wie ich nach bestimmten Schlagworten suchen, die das Themengebiet identifizieren. Wenn der Dialog also für die Allgemeinheit nicht sichtbar ist<sup>35</sup>, kann er auch nicht als direkter Teil der öffentlichen Diskussion deklariert werden.

Die Resultate sprechen jedenfalls eine überaus deutliche Sprache und es konnte gezeigt werden, wie klein der Anteil von Direktnachrichten und reziproken Verbindungen am gesamten Datensatz ausmacht. Dies lässt den Verdacht erhärten, dass die Diskussion mithilfe von Direktnachrichten nur einen überaus geringen Teil an den Veröffentlichungen zum Thema einnimmt und dementsprechend Dialog im Sinne Bohmans zum Thema Rio+20 auf Twitter nur in vergleichsweise spärlichem Ausmaß geführt wurde. Es ist anzunehmen, dass dies mit den 140-Zeichen Limit auf Twitter zu tun hat, welches eine Diskussion im klassischen Sinne kaum zulässt.

---

<sup>35</sup>Hier muss einschränkend angemerkt werden, dass Dialoge, die sich den Schlagworten im Laufe des Schriftverkehrs entledigen für den einzelnen Benutzer sehr wohl sichtbar werden, wenn dieser den Tweet nachverfolgt oder eben alle Tweets der jeweiligen Nutzer durchsucht.

### 3.7 Hergestellte Öffentlichkeit im Twitterdiskurs

Auf welche Weise können klassische Massenmedien und politische Repräsentanten Einfluss auf den Diskurs auf Twitter nehmen und in welchen Anteilen am gesamten Diskurs drückt sich diese Einflussnahme aus?

Abbildung 3.18 verdeutlicht welcher Teil eines komplexen und interdependenten Einflussystems für die vorliegende Fragestellung relevant ist. Wenn Habermas von hergestellter Öffentlichkeit spricht, würde man in einem etwas moderneren Jargon wohl Agendasetting sagen.

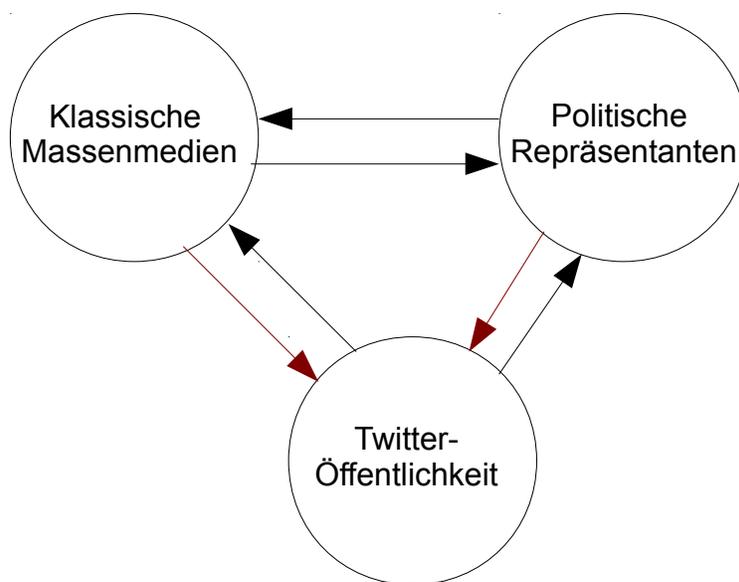


Abbildung 3.18: Interdependentes Agendasetting

Zwischen allen drei der hier abgebildeten Räume ist letzteres grundsätzlich vorstellbar. Politik gibt die Themen vor, die klassische Medien aufnehmen und weiterverbreiten, gleichzeitig können Journalisten brisante Informationen publik machen und die politischen Autoritäten auf diese Weise dazu zwingen, sich mit Fragen auseinanderzusetzen, die diese selbst nicht in den Mittelpunkt gerückt hätten. Auch soziale Medien wie Twitter, scheinen

### 3.7. HERGESTELLTE ÖFFENTLICHKEIT IM TWITTERDISKURS

---

in letzter Zeit Einfluss zu erlangen und Politiker reagieren auf die Diskussionen in diesen Räumen, während gleichzeitig auch klassische Medien vermehrt Bezug darauf nehmen, was bzw. worüber auf Twitter, Facebook etc. gerade diskutiert wird. Übrig bleiben jene Einflusslinien, die in der Abbildung rot gezeichnet sind und das eigentliche Interesse der vorliegenden Fragestellung darstellen: Wie stark sind Themen der politischen Repräsentanten und jene, die ursprünglich von klassischen Medien aufgenommen wurden, in der vermeintlichen Öffentlichkeit auf Twitter vertreten.

Um diese Frage systematisch behandeln zu können, muss einiges an definitorischer Vorarbeit geleistet werden. Wer politische Repräsentanten in einer internationalen Konferenz eigentlich sind und was unter klassischen Medien in einem veränderten Mediensystem zu verstehen ist, muss geklärt werden. Habermas Bezugspunkt der politischen Repräsentation sind stets Parteien und Parlamente (vgl. bspw. Habermas 1990, S. 313), auch wenn es letztere auf internationaler Ebene nicht gibt und Rio+20 keine Parlamentssitzung ist, so kommen, die auf dieser Konferenz abgehaltenen Roundtables der Funktion und dem Ziel parlamentarischer Sitzungen am nächsten. Im Idealfall handelt es sich bei diesen Versammlungen um eine Versammlung, bei der sich die Teilnehmer „die sich in öffentlicher Diskussion durch Argumente zu überzeugen such[t]en, in der Annahme, daß die dann von der Mehrheit getroffene Entscheidung das Wahre und das Richtige für da Volkswohl sei“ (vgl. E. Friesenhahn zitiert nach ebd., S. 306). Versteht man die Roundtables bei Rio+20 als Pardon zu Parlamenten und ihre Teilnehmer dementsprechend als Parlamentarier so lässt sich diese Frage leicht operationalisieren. Die Teilnehmer sind in den Dokumenten zur Konferenz gelistet.

Als Jürgen Habermas seine Habilitationsschrift vorlegte, war es weit einfacher Massenmedien als solche zu kategorisieren. Dies liegt daran, dass die technischen Einstiegshürden „eine Erweiterung der Kapitalbasis, eine Erhöhung des gesellschaftlichen Risikos und zwangsläufig die Unterordnung der Unternehmenspolitik unter Gesichtspunkte der Betriebsökonomie“ (vgl. ebd., S. 279) voraussetzten und dies schliesslich mitunter zum Verfall der Öffentlichkeit beitrug. TV, Radio und Printmedien mussten diese Barriere bereits überwunden haben, um überhaupt als solche in Erscheinung zu treten. Heute stellt sich die Situation ungleich komplizierter dar. An jenen Medien, die man vor zwanzig Jahren als klassische Massenmedien bezeichnet hätte, ist die Entstehung des Web freilich nicht spurlos vorübergegangen. Ganz im Gegenteil, kaum eine Zeitung glänzt nicht mit einem eigenem Webauftritt. Genau über diese Komponente des Geschäftsmodells üben Massenmedien

auch heute noch Einfluss auf die sozialen Medien des Internet aus. Natürlich arbeiten diese Medien aber nicht nach dem klassischen Funktionsprinzip, in dem ein bezahlter Stab an Redakteuren zumindest dem Anspruch nach qualitative und vielfältige Inhalte produziert um Gewinne zu generieren, ohne dass diese Inhalte ebenso in gedruckter Form oder in Rundfunkformaten veröffentlicht werden. Diese Art von Nachrichtenportalen müssen in der Analyse jedoch nichtsdestotrotz als traditionelle Medien charakterisiert werden, schliesslich ist es ihnen gemein, dass das Medium „den Charakter einer Unternehmung annimmt, welcher Anzeigenraum als Ware produziert, die durch einen redaktionellen Teil absetzbar wird“ (vgl. Groth zitiert nach Habermas 1990, S. 278).

#### **Politische Repräsentanten**

Der erste Teil meiner Ausgangsfrage, nämlich wie politische Repräsentanten Einfluss auf den Twitterdiskurs nehmen können, lässt sich einfach beantworten: Sie können es direkt und mit ihrem eigenen Namen tun und schliesslich ist dies auch die einzige Form des Engagements, die in einer Untersuchung wie dieser messbar gemacht werden kann. Es ist mittlerweile durchaus normal das politische Repräsentanten Konten in sozialen Medien eröffnen und diese selbst betreiben oder aber von Mitarbeitern betreuen lassen.

Ich habe bereits dargelegt, dass die Politiker, die für die vorliegende Untersuchung von Interesse sind, jene sind, die an den Verhandlungen teilgenommen haben. Die Vereinten Nationen haben auf der Homepage der Konferenz eine Liste von all diesen Teilnehmern veröffentlicht (siehe [uncsd2012.org](http://uncsd2012.org) 2012). Auf dieser Liste finden sich insgesamt 124 Vertreter der UN-Mitgliedsstaaten, die an vier verschiedenen Roundtables teilgenommen haben. Es ließen sich jedoch nicht mehr als 24 Twitteraccounts ausmachen, die einen der dort angegebenen Namen tragen. Man sieht also, dass dem Medium von Seiten dieser Politiker nicht unbedingt großes Interesse geschenkt wird. Der Verdacht erhärtet sich bei einem Blick auf das Datenset, von den genannten 24 Benutzern hat nicht einmal die Hälfte etwas zu Rio+20 veröffentlicht. Weil Einfluss hier nur als Anteil an allen Veröffentlichungen operationalisiert werden kann, dieser aber nicht nur an der bloßen Anzahl an Tweets gemessen werden kann, sondern auch alle Retweets einschließen muß stellt Abb. 3.19 diese beiden Zahlen als Summe dar. Eine Aufschlüsselung der Twitterbenutzernamen in Echtnamen und der jeweiligen politischen Position findet sich im Anhang 4.

### 3.7. HERGESTELLTE ÖFFENTLICHKEIT IM TWITTERDISKURS

---

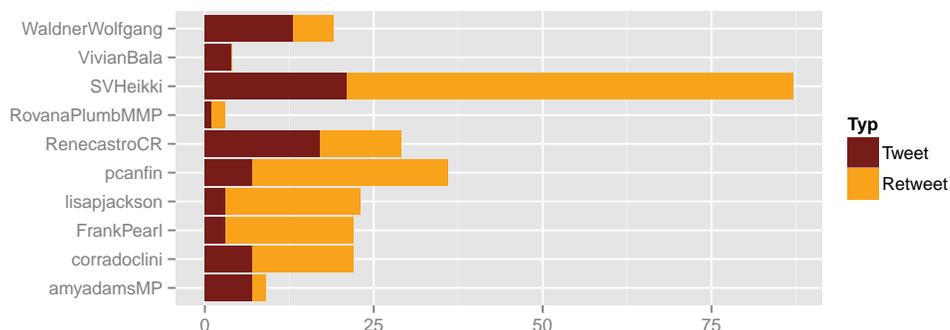


Abbildung 3.19: Anzahl der Tweets von Staatenvertretern bei Roundtables

An dieser Abbildung lässt sich ablesen, was ich schon im Kapitel 2.2.3 feststellen konnte, nämlich dass die Tweets bekannter Persönlichkeiten oft mehrmals über Retweets verbreitet werden und die Nachrichten auf diese Weise äußerst effizient diffundieren. Nichtsdestotrotz soll diese Tatsache nicht darüber hinwegtäuschen, dass der Anteil am Gesamtdiskurs, der von diesen politischen Vertretern stammt, verschwindend gering ist. Insgesamt haben sie 83 Nachrichten zum Thema verfasst und selbst wenn man zu diesen noch alle Retweets summiert kommt man nicht auf mehr als 254 Tweets. Es kann also festgehalten werden, dass nicht einmal ein halbes Promille aller Inhalte, die auf Twitter geteilt wurden von tatsächlich involvierten Politikern stammt. Natürlich ist dies aber nicht jenen Benutzern anzulasten, die in Abbildung 3.19 aufgelistet sind, denn diese scheinen das Medium auch in Bezug auf die Konferenz ausreichend in Anspruch genommen zu haben. Vielmehr verwundert, dass alle anderen 110 teilnehmenden Repräsentanten das Medium gar nicht bzw. nicht aktiv nutzen.

#### Traditionelle Medien

Es existiert keine Liste traditioneller Medien. Eine Auswertung zum Einfluss traditioneller Medien muss also anders funktionieren, als die vorangegangene Auswertung des Einflusses politischer Repräsentanten. Mit Hyperlinks oder http://-Operatoren, wie Thimm, Einspanner und Dang-Anh es nennen, ist es möglich auf Inhalte außerhalb des Mediums zu verweisen und die Autoren verstehen die Funktion dieses Operators darin, Information zu verteilen oder

### 3.7. HERGESTELLTE ÖFFENTLICHKEIT IM TWITTERDISKURS

---

die eigene Argumentation im Sinne einer Quellenangabe zu stützen (vgl. S. 293). Genau dieser Operator ist es auch, der eine Einschätzung erlaubt, wie stark traditionelle Medien im Online-Diskurs auf Twitter interferieren.

Die Möglichkeit auf andere Webseiten zu verlinken wird äußerst intensiv genutzt. Insgesamt 501941 Tweets und damit fast 70% des gesamten Samples beinhalten einen solchen Link. Die methodologische Schwierigkeit der Auswertung dieser Links besteht darin, dass Twitter Linkadressen, auch genannt URL (Uniform Resource Locator), verkürzt. Dies muss deshalb geschehen, weil solche Adressen weit länger als 140 Zeichen sein können und deshalb das Zeichenlimit des Microbloggingdienstes überschreiten würden. Das Problem dieser sogenannten „shortlinks“ liegt nun darin, dass das Ziel nicht eindeutig identifiziert werden kann. Der Benutzer weiß also im Vorhinein nicht, auf welcher Webpage er landen wird. Erst der Webbrowser löst den gekürzten Link in eine vollständige URL auf. Weil eine Auflösung aller gut 500000 im Datenset vorhandenen Links auch mit Hilfe eines automatisierten Verfahrens die zeitlichen und technischen Ressourcen dieser Untersuchung übersteigen würde, habe ich mich dazu entschieden aus der Gesamtheit der Links eine Stichprobe zu ziehen und diese im Anschluss händisch zu kategorisieren. Nach dem *Simple Random Sampling* Verfahren ergibt sich bei einer Schwankungsbreite von 5% ( $z$ -Wert=1.96) ein Stichprobenumfang von 1532 Fällen. Auf einer Stichprobe dieser Größe basiert die Abbildung 3.20, welche darstellt wie die referenzierten Webpages zu kategorisieren sind.

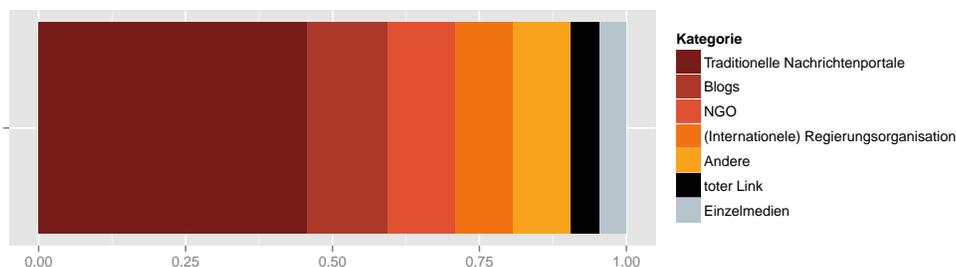


Abbildung 3.20: Kategorisierung der Links

Das eigentliche Erkenntnisinteresse dieser Erhebung liegt im Anteil jener Links, die auf traditionelle Medien verweisen, die genauere Differenzierung soll dem Leser also nur einen erweiterten und hoffentlich interessanten Ein-

### 3.7. HERGESTELLTE ÖFFENTLICHKEIT IM TWITTERDISKURS

---

blick geben. Traditionelle Medien, wie weiter oben definiert, nehmen mit über 45% denn allergrößten Teil der Verweise ein. Darauf folgen Blogs, die sich eben dadurch unterscheiden, dass sie nicht auf einem redaktionellen System aufbauen, nicht gewinnorientiert arbeiten und meist nur von einer oder wenigen Personen geführt werden mit knapp 14%. Was hier als NGO deklariert wird und gut 11% ausmacht, meint Webpages, die sich als Onlineauftritt selbstdeklariertes Nichtregierungsorganisationen präsentieren oder solche von bestimmten politischen bzw. meist umweltpolitischen Kampagnen mit einem konkreten Ziel ohne augenscheinliche Gewinnorientierung. Internationale Regierungsorganisationen, wie die UNO selbst aber auch Organisationen wie die Weltbank oder IWF sind mit nationalen Regierungsorganisationen<sup>36</sup> zusammengefasst und machen fast 10% der Verweise aus. Übrig bleiben ewinnorientierte Unternehmen jeglicher Art, aber auch wissenschaftliche Einrichtungen, die als nicht eindeutig kategorisierbar unter andere eingeordnet wurden. Schliesslich gibt es noch knapp 5% der Fälle, die aus technischen Gründen nicht verarbeitet wurden und weiter fast 5%, die auf Einzelmedien verweisen, gemeint sind damit einzelne Videos und Bilder.

Zu den traditionellen Medien lässt sich also sagen, dass sie einen erheblichen und messbaren Einfluss auf den Diskurs auf Twitter haben. Wie bereits erwähnt verweisen 45% aller Links auf letztere und das bedeutet schließlich, dass über 30% aller Tweets auf ein traditionelles Medium bzw. auf dessen Webauftritt Bezug nehmen.

#### Schlussfolgerungen

Agenda Setting ist ein äußerst komplexes Feld der Forschung, dessen Schwierigkeit vor allem darin besteht Wirkungen zurückzuverfolgen. Obwohl ich vorangegangenen Kapitel immer wieder das Wort Einfluss verwendet habe, muss eingestanden werden, dass eine tatsächliche Untersuchung von Einflüssen nur in Kombination mit qualitativen und inhalts- bzw. diskursanalytischen Methoden zu eindeutigen Resultaten führen kann. Meine Arbeit hat sich darauf beschränkt den Anteil der, von politischen Repräsentanten bzw. traditionellen Medien produzierten Inhalten an der Gesamtheit der Tweets zu messen. Die Resultate sind jedoch so eindeutig, dass sich durchaus breitere Schlüsse ziehen lassen.

Politische Repräsentanten sind als solche, also persönlich, im Medium sehr

---

<sup>36</sup>jeweils mit einer klaren Deklaration der URL .gov bzw. .gob, .gouv etc.

### 3.7. HERGESTELLTE ÖFFENTLICHKEIT IM TWITTERDISKURS

---

schwach vertreten. Nicht einmal 20% der Staatenvertreter scheinen einen Twitteraccount zu besitzen und davon haben diesen weniger als die Hälfte benutzt, um Rio+20 zu kommentieren. Insgesamt schaffen es die anwesenden Politiker inklusive Retweets auf nur 254 Tweets und sind deshalb nur mit einem verschwindend kleinen Anteil an der Produktion von Inhalten beteiligt. Gänzlich anders sieht die Rolle traditioneller Medien aus, die in über 30% der Tweets den Inhalt gewissermaßen vorgeben. In Anbetracht dieser Zahl lässt sich getrost die Vermutung aufstellen, dass diese Medien beim Agendasetting eine Schlüsselrolle spielen und dass ihre Inhalt also auch ohne mithilfe eines Links darauf zu verweisen diskutiert werden. Die Autonomie des Twitter-Diskurses in Bezug auf die eigenständige Themenwahl scheint von dieser Seite also in Frage gestellt. Der Verweis auf traditionelle Medien soll hier jedoch nicht als etwas rein negatives dargestellt werden, schließlich kommt diesen Medien eine Schlüsselfunktion in der Informationsverbreitung zu, vielmehr ist es das überaus hohe Ausmaß des Anteils traditioneller Medien an den Inhalten, welches am am Habermasschen Ideal kratzt, dass grundsätzlich jedes Thema zur Diskussion gebracht werden kann.

# Kapitel 4

## Conclusio

Mit der vorliegenden Arbeit hatte ich es mir zur Aufgabe gesetzt Jürgen Habermas' Öffentlichkeitskonzept, wie er es in „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ dargelegt hat, auf die modernen Kommunikationsformen des Web 2.0 umzulegen. Ein zentrales Erkenntnisinteresse lag darin auszuloten, in wie fern das Internet als globales Kommunikationsnetz den öffentlichen Raum für die deliberative Aushandlung globaler Problemstellungen bieten kann. In einer unbestritten globalisierten Welt scheint die Frage offen zu bleiben, wie sich die nationalstaatlichen, demokratischen Errungenschaften auf ein internationales Level transferieren lassen. Deliberative Demokratietheorien scheinen sich zumindest in theoretischer Hinsicht global denken zu lassen. Ob die Ideale dieser Ansätze jedoch dabei zerfallen, habe ich in dieser Arbeit empirisch zu überprüfen versucht. Auf der Konferenz der „Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung“ wurden die sozialen- und umweltpolitischen Herausforderungen unserer Zeit diskutiert und es lässt sich deshalb kaum ein besseres Fallbeispiel finden, um meinem Erkenntnisinteresse nachzugehen. Dem Microbloggingdienst Twitter wird als zweitgrößtem sozialen Netzwerk nach Facebook gerne ein gewisses demokratisches Potential zugeschrieben, was sich wiederum darin äußert, dass vor allem unter Netzenthusiasten in Bezug auf den arabischen Frühling gerne von einer Twitterrevolution gesprochen wird. Es erschien mir deshalb angebracht, genau dieses Netzwerk unter die empirische Lupe zu nehmen.

Die Resultate zeichnen ein enttäuschendes Bild. Aus großen Teilen der Welt lässt sich keine Teilhabe an der vermeintlich globalen Öffentlichkeit feststellen. Während man für Asien argumentieren kann, dass dies auch mit der Art der Datenerhebung zu tun hat, die auf nicht-europäische Schriftzeichen keine

---

Rücksicht nimmt, scheinen die Gründe am afrikanischen Kontinent auch darin begraben zu liegen, dass die Bevölkerung zu weiten Teilen grundsätzlich vom Medium Internet ausgeschlossen ist. Obwohl die Entschlüsse bei Rio+20 gerade für Afrika enorme Konsequenzen haben können, bleiben Afrikaner zumindest aus dem hier untersuchten Diskursraum ausgeschlossen und dem Credo der globalen Vernetzung ist hier eine Schranke gesetzt.

Innerhalb der teilnehmenden Gruppe konnten wiederum stark ausgeprägte Hierarchien identifiziert werden, die sich in einer brutalen Ungleichverteilung der Reichweite äußern. Einige wenige können mit ihrem Zugang breite Massen erreichen, während große Teile selbst gemeinsam nur bei einer sehr beschränkten Anzahl an Benutzern Gehör finden. Die Eliten des Mediums schaffen es Reputation, deren Ursprung außerhalb des Mediums liegt, erfolgreich in diesen Raum zu übertragen. Existente Ungleichheit spiegelt sich in diesem Medium eindeutig wider.

Dialog im Sinne eines steten Austausch von Argumenten lässt sich zumindest oberflächlich kaum identifizieren. Das bedeutet, dass Dialog zwar vorkommen kann, er bleibt den meisten Benutzern, die dem Themengebiet Rio+20 in ähnlicher Weise folgen, wie es diese Untersuchung tat, nämlich anhand von Schlagwörtern, jedoch verborgen. Twitter tritt als effizientes Instrument zur Informationsbeschaffung in Erscheinung, das komplexe individualisierte Diffusionsprozesse zu organisieren vermag. Ein argumentatives Hin und Her bleibt dabei jedoch zweitrangig und das mag vor allem auch daran liegen, dass Diskussion im klassischen Sinne mit einer Einschränkung auf 140-Zeichen nicht vereinbar ist.

Habermas eigener Befürchtung, das Internet würde den Diskurs in eine Vielzahl an deckungsgleichen Subforen zersplittern, kann kein empirischer Rückhalt geboten werden. Vielmehr konnte gezeigt werden, wie stark jener Teil der Nutzer integriert ist, der sich auf Twitter intensiv mit dem Thema beschäftigt.

Während Politiker in persönlicher Form kaum bis gar nicht auf Twitter intervenieren, musste festgestellt werden, dass ein Drittel aller Tweets Inhalte diffundieren, die von traditionellen Medien generiert wurden. Thematischer Autonomie scheint damit schon eine rein quantitative Schranke geboten. Die Rolle solcher Medien ist ohne Frage zweischneidig, denn sie kommen ihrer legitimen Aufgabe nach Informationen zu verbreiten, gleichzeitig, bedeutet es für die Benutzer, dass nur zwei von drei Nachrichten aus der Feder eines ebenbürtigen Diskursteilnehmers stammt.

---

Normative Konzepte wie jenes, dass Habermas seiner Vorstellung funktionierender Öffentlichkeit zu Grunde legt, eignen sich in ausgezeichneter Weise dafür, Fragestellungen zu entwickeln, die in vielen Fällen auch einfach zu operationalisieren sind. Eine Bewertung der Resultate fehlt jedoch viel schwerer. Nach meinen bisherigen Ausführungen liegt die Versuchung nahe, Öffentlichkeit auf Twitter als gescheitertes Unterfangen ab zu tun. Es ist durchaus richtig, dass Twitter bei weitem keine öffentliche Sphäre nach Habermas Ideal darstellt. Gleichzeitig liegt dies in der Natur normativer Konzepte, sie werden sich niemals in all ihren Facetten verwirklicht sehen. Dreht man den Maßstab und legt ihn vielmehr an jener Medienlandschaft an, die dominierte, als Habermas seine Habilitationsschrift verfasste, offenbart sich uns ein gänzlich anderes Bild. Es hat sich gezeigt, dass die digitalen Einstiegshürden relevante Gruppen aus dem Diskurs ausschließen, gleichzeitig wird aber der Entmündigung durch die Einwegkommunikation traditioneller Massenmedien bis zu einem gewissen Grad Einhalt geboten. Auch wenn Reichweite auf Twitter stark begrenzt ist, kann davon ausgegangen werden, dass diese deutlich größer ist, als in einem System ausschließlich personeller Kommunikation und wir konnten sehen, dass die technischen Möglichkeiten neuer Medien durchaus genutzt werden und globaler Austausch -wenn auch in kleinem Rahmen- stattfindet. Eine voreilige Entmutigung des Netzenthusiasmus wäre also nicht sinnvoll, wenngleich die wissenschaftliche Beschäftigung mit Onlinekommunikation wichtige Problemfelder aufzeigen kann, denen in Zukunft Beachtung geschenkt werden muss.

Übrig bleibt die Frage, welche Schlüsse aus einer Fallstudie eines einzigen sozialen Mediums unter Einschränkung auf ein abgegrenztes Themengebiet für das Medium Internet gezogen werden kann. In bestimmten Belangen ist eine Untersuchung der Kommunikationsstruktur auf Twitter nicht geeignet allgemeinere Schlüsse zu ziehen. So stellt beispielsweise das 140-Zeichen-Limit eine Eigenheit dar, die sich nicht auf das Medium an sich projizieren lässt, während die Einsicht, dass eine Minderheit an Beteiligten den Großteil an Inhalt produziert ein Problem ist, mit dem sich durchaus das ganze Netz konfrontiert sehen könnte. Ebenso konnte gezeigt werden, dass der eingeschränkte Zugang zum Medium von Personen aus ganz bestimmten Erdteilen eine Tatsache ist, die vom größeren Medium auf das kleinere übertragen wird und dementsprechend eine universelle Herausforderung darstellt. Zudem ist das Followerprinzip, das Twitter zu Grunde liegt eines, welches sich in vielen Anwendungen des Internets wieder findet. Information ist das,

---

was im Internet im Überfluss vorhanden ist und dementsprechend ist es das Gegenüber, nämlich Aufmerksamkeit, welches zum knappen Gut wird. Es konnte gezeigt werden, dass auf Twitter das Followersystem anhand von Hierarchien maßgeblich daran beteiligt ist, dieses Gut zu verteilen. Gefolgt wird jenen Personen, die ohnehin schon über große Reichweiten verfügen und dabei handelt es sich in vielen Fällen um traditionelle Massenmedien und Personen öffentlichen Interesses.

Demgegenüber steht Habermas Befürchtung der Zersplitterung des Diskurses, die ebenfalls ein Ansatz sein kann Aufmerksamkeit zu verteilen. Aufmerksamkeit schenkt man in diesem System jenen Personen, die die eigenen Interessen und Einstellungen teilen.

Keines der beiden Systeme ist wünschenswert, auch wenn in letzterem Reichweite gleicher verteilt ist als in ersterem. Eine sinnvolle Balance muss hier gefunden und gewahrt werden.

In einer Zeit in der weitgehend zumindest formelle Einigkeit darüber herrscht, dass globale Herausforderungen nur mit gemeinschaftlich erarbeiteten Lösungsansätzen angegangen werden können und eine digital vernetzte globale Öffentlichkeit diesen Ansätzen Legitimität verleihen soll, müssen also genau jene Schwächen des Mediums beachtet werden, die ich in dieser Arbeit, mit hoffentlich ausreichend kritischem Auge, behandelt habe. Ein sinnvoller, und der politischen Öffentlichkeit zuträglicher Umgang mit neuen Medien kann nur dann garantiert sein, wenn sich die Nutzer der strukturellen Probleme der Onlinekommunikation bewusst sind. –

# Literatur

- Aigner, Paul (2010). *Die Umverteilung der Informationsmacht*. Unveröffentlicht.  
URL: [http://momentum-kongress.org/cms/uploads/documents/Beitrag\\_Aigner4\\_3\\_2011\\_5345.pdf](http://momentum-kongress.org/cms/uploads/documents/Beitrag_Aigner4_3_2011_5345.pdf).
- Amthor, Christoph (2011). "Virtuelle Heimat und reale Chancen: Online-Mediennutzung der birmanischen Disapora". In: *Journal für Entwicklungspolitik* 2011/IV.
- Anonym (2012). *Origin of the @reply – Digging through twitter's history*.  
URL: <http://anarchogeek.com/2012/07/09/origin-of-the-reply-digging-through-twitters-history/>.
- Ausserhofer, Julian, Axel Kittenberger und Axel Maireder (2012). *Twitterpolitik - Netzwerke und Themen der politischen Twittersphäre in Österreich*. Eigenpublikation der Autoren: URL: [http://twitterpolitik.net/studie/TwitterPolitik\\_Studie.pdf](http://twitterpolitik.net/studie/TwitterPolitik_Studie.pdf).
- bannerweb.ch. *Wordpress Plugin: Simple Twitter Status Updates*. URL: <http://www.bannerweb.ch/unsere-leistungen/wordpress-dev/simple-twitter-status-updates/>.
- Bastian, Mathieu, Sebastien Heymann und Mathieu Jacomy (2009). *Gephi: An Open Source Software for Exploring and Manipulating Networks*. URL: <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/09/paper/view/154>.
- Bastos, Marco Toledo (2011). "Niklas Luhmann A Social Systems Perspective on the Internet". In: *The altitude journal* Vol. 9.

## LITERATUR

---

- Bauer, Steffen und Silke Weinlich (2012). "Die Zukunft der UN-Nachhaltigkeits-Architektur – Erwartungen an den „Rio+20“-Gipfel". In: *Analysen und Stellungnahmen* 5/2012.
- Behrens, Maria (2005). "Global Governance - Eine Einführung". In: *Globalisierung als politische Herausforderung. Global Governance zwischen Utopie und Realität*. Hrsg. von Maria Behrens. Bd. 3. Governance. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 11–26.
- Best, Michael L. und Keegan W. Wade (2009). "The Internet and Democracy. Global Catalyst or Democratic Dud?" In: *Bulletin of Science, Technology & Society* 29.4, S. 255 –271.
- Bloch, Marc (1974). *Apologie der Geschichte oder der Beruf des Historikers*. Stuttgart: Ernst klett.
- Bohman, James (2004). "Expanding Dialogue: the Internet, the public sphere and prospects for transnational democracy". In: *After Habermas: New Perspectives on the Public Sphere*. Hrsg. von Nick Crossley und John Michael Roberts. Oxford, Blackwell Publishing/The Sociological Review, S. 131–155.
- Bourdieu, Pierre (1983). "Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital". In: *Soziale Ungleichheiten* 2, S. 183–198.
- Boyd, D., S. Golder und G. Lotan (2010). "Tweet, tweet, retweet: Conversational aspects of retweeting on twitter". In: *System Sciences (HICSS), 2010 43rd Hawaii International Conference on*, S. 1–10.
- Brandes, Ulrik (2010). "Graphentheorie". In: *Handbuch Netzwerkforschung*. Hrsg. von C. Stegbauer und R. Häußling. VS Verlag, S. 345–353.
- Brecht, Bertold (2002). "Der Rundfunk als Kommunikationsapparat Der Rundfunk als Kommunikationapparat - Rede über die Funktion des Rundfunk (1932)". In: *Kursbuch Medienkultur: die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard*. Hrsg. von Claus Pias. Stuttgart: DVA.

- Brin, S. und L. Page (1998). "The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Web Search Engine". In: *Seventh International World-Wide Web Conference (WWW 1998)*. URL: <http://ilpubs.stanford.edu:8090/361/>.
- Carlson, Nicholas (13.04.2011). "The History of Twitter". In: *Business Insider*. URL: <http://www.businessinsider.com/how-twitter-was-founded-2011-4?page=1>.
- Castells, Manuel (2008). *Die Internet-Galaxie: Internet, Wirtschaft und Gesellschaft*. 1. Auflage der deutschen Übersetzung von Reinhart Köbler. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Christensen, Christian (2011). "Discourses of Technology and Liberation: State Aid to Net Activists in an Era of "Twitter Revolutions"". In: *The Communication Review* 14.3, S. 233–253.
- Cowell, Frank A (2009). *Measuring Inequality*. Oxford University Press. URL: [http://darp.lse.ac.uk/papersDB/Cowell\\_measuringinequality3.pdf](http://darp.lse.ac.uk/papersDB/Cowell_measuringinequality3.pdf).
- Crouch, Collin (2008). *Postdemokratie*. 1. Auflage der deutschen Übersetzung. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Csardi, Gabor und Tamas Nepusz (2006). "The igraph software package for complex network research". In: *InterJournal Complex Systems*, S. 1695. URL: <http://igraph.sf.net>.
- Dahlgren, Peter (2005). "The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation". In: *Political Communication* 22.2, S. 147–162.
- Damm, Jens (2007). "The Internet and the fragmentation of Chinese society". In: *Critical Asian Studies* 39.2, S. 273–294.
- Datum (2011). "Faymanns falsche Freunde". In: *DATUM - Seiten der Zeit - Ausgabe vom 16.11.2011*. URL: <http://www.datum.at/artikel/faymanns-falsche-freunde/>.
- Davies, James B. u. a. (2008). "The World Distribution of Household Wealth". In: WIDER Discussion Paper.

- Demuth, Greta und Elena Katharina Schulz (2010). “Wie wird auf Twitter kommuniziert? Eine textlinguistische Untersuchung”. In: *Networx* 56.
- Dryzek, John (2000). *Deliberative Democracy and beyond. Liberals, Critics, Contestations*. Oxford: Oxford University Press.
- Escobar, Arturo (1995). *Encountering Development: The making and unmaking of the third world*. Princeton University Press.
- Facebook Ireland Limited (8. Juni 2012). *Erklärung der Rechte und Pflichten*. URL: <https://www.facebook.com/legal/terms>.
- Farrall, Kenneth N (2004). “Cyberspace, the Web Graph and Political Deliberation on the Internet”. In: *Symposium A Quarterly Journal In Modern Foreign Literatures*, S. 287–294 349.
- Fraas, Claudia und Christian Pentzolt (2008). “Online-Diskurse - Theoretische Prämissen, methodische Anforderungen und analytische Befunde”. In: *Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene*. Hrsg. von Ingo H. Warnke und Jürgen Spitzmüller. Gruyter, S. 291–326.
- Geiger, R Stuart (2009). “Does Habermas Understand the Internet? The Algorithmic Construction of the Blog/Public Sphere”. In: *Gnovis* 10.1, S. 1–29.
- Gimmler, Antje (2001). “Deliberative democracy, the public sphere and the internet”. In: *Philosophy & Social Criticism* 27.4, S. 21 –39.
- Goodin, Robert E. (2008). *Innovating Democracy. Democratic theory and practice after the deliberative turn*. New York: Oxford University Press.
- Groshek, Jacob (2009). “The Democratic Effects of the Internet, 1994-2003”. In: *International Communication Gazette* 71.3, S. 115 –136.
- Habermas, Jürgen (1990). *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Öffentlichkeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- (1998). *Die postnationale Konstellation*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- (2008). *Ach, Europa*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Hassanpour, Navid (2011). "Media Disruption Exacerbates Revolutionary Unrest: Evidence from Mubarak's Natural Experiment". In: *American Political Science Association (APSA) Annual Meeting Paper*.
- Herwig, Jana (2010). "Die 140-Zeichen-Frage: Microblogging, Twitter und die liminoide Verhandlung des Sozialen im Web 2.0". In: *Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web. Bilder-Handeln und Peergroup-Kommunikation auf Facebook und Co.* Hrsg. von Klaus Neumann-Braun und Ulla Autenrieth. Baden-Baden: Nomos.
- Herwig, Jana, Max Kossatz und Viola Mark (2010). "#unibrennt im Internet. Beobachtungen zu einer sich ändernden Protestqualität". In: *Uni Brennt*. Hrsg. von Stefan Heissenberger u. a. Wien-Berlin: Turia + Kant, S. 210–221.
- Herwig, Jana u. a. (2009). "Microblogging und die Wissenschaft. Das Beispiel Twitter". In: *Steckbrief IV im Rahmen de Projekts „Interactive Science“ ITA-Reports 54-4*.
- Imhof, Kurt (2006). *Politik im „neuen“ Strukturwandel der Öffentlichkeit*. fög discussion paper GL-2006-0010. Zürich: fög-Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft.
- (2012). "Ungleichheit und Öffentlichkeit". In: *Ungleichheit - Medien- und kommunikationssoziologische Perspektiven*. Hrsg. von Christian Stegbauer. Wiesbaden: Springer VS, S. 21–36.
- Jacomy, Mathieu u. a. (2011). *ForceAtlas2, A Graph Layout Algorithm for Handy Network Visualization*. URL: [http://webatlas.fr/tempshare/ForceAtlas2\\_Paper.pdf](http://webatlas.fr/tempshare/ForceAtlas2_Paper.pdf).
- Jang, Seckjun (2010). "Intermedia Agenda Setting Effects Between Internet Bulletin Boards and Traditional News Media U.S. and Korean Presidential Campaigns". Diss. Faculty of the Graduate School of The University of Texas.
- Jansen, D. (1999). *Einführung in die Netzwerkanalyse. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Opladen: Leske + Budrich.

- Jarchow, Klaus (2008). *Ach, Jürgen Habermas!* URL: <http://netzwertig.com/2008/06/10/ach-juergen-habermas/>.
- Ki-moon, Ban (28 Jun 2012). *Remarks to General Assembly on outcome of Rio+20 United Nations Conference on Sustainable Development*. URL: [http://www.un.org/apps/news/infocus/speeches/statments\\_full.asp?statID=1588](http://www.un.org/apps/news/infocus/speeches/statments_full.asp?statID=1588).
- Kolokythas, Panagiotis (13.07.2009). "Twitter für den Friedens-Nobelpreis vorgeschlagen". In: *PC-Welt.de*. URL: <http://www.pcwelt.de/news/Iran-Unruhen-Twitter-fuer-den-Friedens-Nobelpreis-vorgeschlagen-345990.html>.
- Konieczny, Piotr (2009). "Governance, Organisation and Democracy on the Internet: The Iron Law and the Evolution of Wikipedia". In: *Sociological Forum* 24.1, S. 162–192.
- Krauter, Ralf (24.07.2012). "Das Echo der tweets". In: *Dimensionen die Welt der Wissenschaft*.
- Kwak, H. u. a. (2010). "What is Twitter, a social network or a news media?" In: *Proceedings of the 19th international conference on World wide web*, S. 591–600.
- Lunat, Ziyaad (2008). "The Internet and the Public Sphere: Evidence from Civil Society in Developing Countries". In: *EJISDC* 35.3, S. 1–12.
- Martens, Jens (2012). *Rio+20 Die UN-Konferenz für nachhaltige Entwicklung. Hintergründe - Konflikte - Perspektiven*. Techn. Ber. Global Policy Forum Europe, terre des hommes.
- mediaresearch (2008). *Motive Fernseh- vs. Internet-Nutzung*. URL: [http://mediaresearch.orf.at/c\\_studien/Studie%20Nutzungsmotive%20TV%20Internet.pdf](http://mediaresearch.orf.at/c_studien/Studie%20Nutzungsmotive%20TV%20Internet.pdf).
- Morozov, Evgeny (18th November 2009). "How Dictators watch us on the web". In: *Prospect Magazine* Issue 165. URL: <http://www.prospectmagazine.co.uk/2009/11/how-dictators-watch-us-on-the-web/>.

## LITERATUR

---

- NZZ (März 2012). “Twitter wird sechs und wächst weiter: Microblogging-Dienst plant Dependance in Deutschland”. In: *Neue Zürcher Zeitung*. URL: <http://www.nzz.ch/nachrichten/digital/twitter-wachstum-merkel-dorsey-1.15999106>.
- OECD (2012). *Internet users (per 100 people)*. URL: [http://api.worldbank.org/datafiles/IT.NET.USER.P2\\_Indicator\\_MetaData\\_en\\_EXCEL.xls](http://api.worldbank.org/datafiles/IT.NET.USER.P2_Indicator_MetaData_en_EXCEL.xls).
- Palazzo, Guido (2002). *Die Mitte der Demokratie*. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Pariser, Eli (2012). *Filter Bubble: Wie wir im Internet entmündigt werden*. Carl Hanser Verlag GmbH & CO. KG.
- Piskorski, Mikolaj und Bill Heil (2009). *New Twitter Research: Men Follow Men and Nobody Tweets*. URL: [http://blogs.hbr.org/cs/2009/06/new\\_twitter\\_research\\_men\\_follo.html](http://blogs.hbr.org/cs/2009/06/new_twitter_research_men_follo.html).
- Poster, M. (1995). “Cyberdemocracy: Internet and the public sphere”. In: *Reading digital culture*, S. 259–271.
- R Development Core Team (2011). *R: A Language and Environment for Statistical Computing*. ISBN 3-900051-07-0. R Foundation for Statistical Computing. Vienna, Austria. URL: <http://www.R-project.org/>.
- Radermacher, Franz Josef (2006). “Leuchtturm in schwerer See. Der Brundtland-Bericht Unsere gemeinsame Zukunft”. In: *politische ökologie Re-Vision*. Nachdenken über ökologische Vordenker.100, S. 46–49.
- Rao, Delip u. a. (2010). “Classifying latent user attributes in twitter”. In: *Proceedings of the 2nd international workshop on Search and mining user-generated contents*. SMUC '10. New York, NY, USA: ACM, S. 37–44. ISBN: 978-1-4503-0386-6. DOI: 10.1145/1871985.1871993. URL: <http://doi.acm.org/10.1145/1871985.1871993>.
- Rawashdeh, Mazen (21 Juni 2012). *Today's turbulence explained*. URL: <http://blog.twitter.com/2012/06/todays-turbulence-explained.html>.

- Rheingold, Howard (1994). *Virtuelle Gemeinschaft*. 1. Auflage der deutschen Übersetzung. Addison-Wesley.
- (2007). *Habermas blows off question about the Internet and the Public Sphere*. URL: <http://www.smartmobs.com/2007/11/05/habermas-blow-s-off-question-about-the-internet-%20and-the-public-sphere/>.
- Salem, Fadi und Racha Mourtada (2011a). “Civil Movements: The Impact of Facebook and Twitter.” In: *Arab Social Media Report* 1.2.
- Salem, Fadi und Rachi Mourtada (2011b). “Facebook Usage: Factors and Analysis”. In: *Arab Social Media Report* 1.1.
- Scheule, R. M (2005). “Das “Digitale Gefälle” als Gerechtigkeitsproblem”. In: *Informatik-Spektrum* 28.6, S. 474–488.
- Schiffer, Sabine (2011). “Informationsmedien in der Postdemokratie”. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 1-2, S. 27–32.
- Schmalz-Bruns, Rainer (2005). “Demokratie im Prozess der Globalisierung: Zur Demokratieverträglichkeit von Global Governance”. In: *Globalisierung als politische Herausforderung. Global Governance zwischen Utopie und Realität*. Hrsg. von Behrens maria. Bd. 3. Governance. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 79–98.
- Schwarze, Reimund (2000). *Internationale Klimapolitik*. Ökologie und Wirtschaftsforschung 39. Marburg: Metropolis.
- Scott, John (2000). *Social Network Analysis: A Handbook*. Second Edition. London: Sage Publications.
- Serdült, Uwe (2002). “Soziale Netzwerkanalyse: eine Methode zur Untersuchung von Beziehungen zwischen sozialen Akteuren”. In: *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft* 31.2, S. 127–142.
- Sorrell, Steve (2007). *The Rebound Effect: an assessment of the evidence for economy-wide energy savings from improved energy efficiency*. UKERC - UK Energy Research Centre.
- Spiegel-Online (Juni 2012). “Künast kritisiert Merkels Absage”. In: *Spiegel Online*. URL: <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/umweltg>

- ipfel-in-rio-renate-kuenast-kritisiert-absage-von-angela-merkel-a-839975.html.
- Stegbauer, Christian (2012). “Strukturelle Ursachen der Entstehung von Ungleichheit in Beziehungsmedien”. In: *Ungleichheit - Medien- und kommunikationssoziologische Perspektiven*. Hrsg. von Christian Stegbauer. Wiesbaden: Springer VS, S. 301–322.
- Stegbauer, Christian und Roger Häussling (2010). *Handbuch Netzwerkforschung*. VS Verlag.
- Täube, Volker G. (2010). “Cliques und andere Teilgruppen sozialer Netzwerke”. In: *Handbuch Netzwerkforschung*. Hrsg. von Christian Stegbauer und Roger Häussling. VS Verlag, S. 397–407.
- Thimm, Caja, Jessica Einspänner und Mark Dang-Anh (2012). “Politische Deliberation online – Twitter als Element des politischen Diskurses Mediatisierte Welten”. In: *Mediatisierte Welten*. Hrsg. von Friedrich Krotz und Andreas Hepp. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Kap. 11, S. 283–305.
- Twitter Hilfe-Center (2012a). *Häufig gestellte Fragen zu verifizierten Accounts*. URL: <https://support.twitter.com/articles/313322-hauefig-gestellte-fragen-zu-verifizierten-accounts#>.
- (2012b). *Posten eines tweets*. URL: <https://support.twitter.com/groups/31-twitter-basics/topics/109-tweets-messages/articles/495853-posten-eines-tweets#>.
- (2012c). *Was ist ein Retweet*. URL: <https://support.twitter.com/groups/31-twitter-basics/topics/109-tweets-messages/articles/104996-was-ist-ein-retweet#>.
- (2012d). *Was sind Antworten und Erwähnung*. URL: <https://support.twitter.com/groups/31-twitter-basics/topics/109-tweets-messages/articles/85468-was-sind-antworten-und-erwahnungen#>.

## LITERATUR

---

- Twitter Hilfe-Center (2012e). *Was sind Hashtags (# Symbole)?* URL: <https://support.twitter.com/groups/31-twitter-basics/topics/109-tweets-messages/articles/314917-was-sind-hashtags-symbole#>.
- (2012f). *Wie nutze ich Twitter Listen*. URL: <https://support.twitter.com/groups/31-twitter-basics/topics/111-features/articles/317752-wie-nutze-ich-twitter-listen#>.
- U.N. General Assembly, 66th Session (24. Jul. 2012). *The future we want*. A/RES/66/L.56.
- uncsd2012.org (10 Jan 2012). *The Future We Want - Zero draft of the outcome document*. URL: [http://www.uncsd2012.org/content/documents/370The%20Future%20We%20Want%2010Jan%20clean%20\\_no%20brackets.pdf](http://www.uncsd2012.org/content/documents/370The%20Future%20We%20Want%2010Jan%20clean%20_no%20brackets.pdf).
- (2012). *List of participants in the round tables of the United Nations Conference on Sustainable Development*. URL: [www.uncsd2012.org/index.php?menu=176](http://www.uncsd2012.org/index.php?menu=176).
- (23 Juni 2012). *Rio+20 in Numbers*. URL: <http://www.uncsd2012.org/index.php?page=view&nr=1304&type=230&menu=38>.
- UNEP (2011). *Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development*. United Nations Environmental Programme. URL: [www.unep.org/greeneconomy/](http://www.unep.org/greeneconomy/).
- United Nations Conference on Environment & Development (3 to 14 June 1992). *Agenda 21*. Rio de Janeiro (Brazil).
- Weinberg, Tamar (2010). *Social Media Marketing: Strategien für Twitter, Facebook & Co*. Köln: O'Reilly Germany.
- Wimmer, A. und N. Glick Schiller (2002). "Methodological nationalism and beyond: nation-state building, migration and the social sciences". In: *Global networks* 2.4, S. 301–334.
- Windt, Karin (2011). "Social Media im Web2. 0: Professionelle Berufsnetzwerke für Frauen". In: *INFORMATIK 2011 - Informatik schafft Co-*

## LITERATUR

---

- munities. 41 Jahrestagung der Gesellschaft für Informatik.* URL: <http://www.user.tu-berlin.de/komm/CD/paper/040321.pdf>.
- Women's Major Group (28 Jun 2012). *Final statement on Rio+20 by Women's Major Group.* URL: <http://www.uncsd2012.org/index.php?page=view&nr=1307&type=230&menu=38>.
- Yardi, Sarita und Danah Boyd (2010). "Dynamic Debates: An Analysis of Group Polarization Over Time on Twitter". In: *Bulletin of Science, Technology & Society* 30.5, S. 316 –327.

# Abbildungsverzeichnis

1.1	Schematische Darstellung des Aufbaus . . . . .	3
3.1	Tweets pro Benutzer . . . . .	51
3.2	Tweets pro Tag (Konferenztage in rot dargestellt) . . . . .	54
3.3	Anmeldemasken für Twitter und Facebook im Vergleich . . . . .	56
3.4	Wichtigste Sprachen nach Benutzern und Tweets . . . . .	60
3.5	Geographische Verteilung der Nutzer . . . . .	62
3.6	Streudiagramm Internetpenetration Twitteraccounts Rio+20 . . . . .	64
3.7	Userkategorien und Unterkategorien . . . . .	66
3.8	Anzahl der Tweets zu Rio+20 nach Usergruppen . . . . .	67
3.9	Lorenzkurve der kumulierten Follower-Reichweite . . . . .	71
3.10	Streudiagramm Indegree und Pagerank der 1081 Knoten . . . . .	79
3.11	Netzwerk der Followerbeziehungen zwischen Heavy Usern . . . . .	81
3.12	Beispiel Diffusion durch Retweets . . . . .	85
3.13	Beispieldialog Direktnachrichten (vgl. Thimm, Einspänner und Dang-Anh 2012) . . . . .	92
3.14	Anzahl der Tweets pro Benutzer als Kurve . . . . .	94
3.15	Verhältnis von In- und Outdegree im Netzwerk der Direktnachrichten . . . . .	95
3.16	Bilanz der Direktnachrichten aller reziproken Paare . . . . .	97
3.17	Größe zusammenhängende Komponente des Netzwerks der Direktnachricht- ten . . . . .	98
3.18	Interdependentes Agendasetting . . . . .	102
3.19	Anzahl der Tweets von Staatenvertretern bei Roundtables . . . . .	105
3.20	Kategorisierung der Links . . . . .	106

# Anhang

## 10 Länder mit den meisten Benutzeraccounts

Nr.	Staat	Anzahl der Benutzerkonten	%
1	Brasilien	57767	39.6%
2	Chile	22951	15.7%
3	Vereinigtes Königreich	8176	5.6%
4	USA	5184	3.5%
5	Ecuador	4944	3.3%
6	Frankreich	4038	2.7%
7	Spanien	3832	2.6%
8	Niederlande	3345	2.2
9	Argentinien	2835	1.9%
10	Venezuela	2728	1.8%

Tabelle 4.1: Staaten mit den meisten Twitteraccounts

## Kodierungskriterien

<p><b>Privat</b>          Personenname ggfs. Foto</p>	<p><b>Beruf</b>          Profilbeschreibung bezieht sich auf Position in einem Unternehmen  <b>Blogger</b>          Profilbeschreibung enthält Link zu Blog  <b>Keine zus. Informationen</b>          ...</p>
<p><b>Nicht Privat</b>          Name einer Institution und dementsprechende Beschreibung inkl. Link</p>	<p><b>NGO</b>          Account einer NGO inkl. Link  <b>Nachrichtenservice</b>          Entweder der Account selbst fungiert als Nachrichtenkanal oder es handelt sich Account eines traditionellen Nachrichtenservices inkl. Link  <b>Profitorientiert</b>          Account eines Unternehmens inkl. Link  <b>Regierungsorganisation</b>          Account einer Regierungsorganisation inkl. Link</p>
<p><b>Profil Gelöscht</b>          nicht aufrufbar</p>	
<p><b>Unklar</b>          weder Name noch Beschreibung ist eindeutig</p>	

## Top Ten Accounts nach Hierarchiekriterium

Rang	Follower insgesamt	Indegree	Pagerank	Retweets insgesamt
1.	nytimes	UN_Rioplus20	UN_Rioplus20	UN
2.	LucianoHuck	UN	UNEP	UN_Rioplus20
3.	google	UNEP	UN	WHO
4.	marcosmion	guardianeco	guardianeco	WWF
5.	stephenfry	UNDP	UNDP	UN_Women
6.	Calle13Oficial	WWF	WWF	UNDP
7.	TIME	worldresouces	worldresources	JornalOGlobo
8.	BBCBreaking	tcktcktck	UN_Women	Estadao
9.	rede_globo	UN_Women	tcktcktck	guardianeco
10.	DaniloGentili	EarthSummit2012	FAOnews	PiadasNerds

## Benutzerkonten der UN-Staatenvertreter bei Roundtables

Vertreter	Twittername	Tweets	Retweets	Summe
H.E. <b>Heikki Holmås</b> , Minister of International Cooperation of Norway	SVHeikki	21	66	87
H.E. <b>René Castro</b> , Minister of Environment, Energy and Telecommunications of Costa Rica	RenecastroCR	17	12	29
H.E. <b>Wolfgang Waldner</b> , State Secretary for European and International Affairs of Austria	WaldnerWolfgang	13	6	19
Her Excellency <b>Amy Adams</b> , Minister for the Environment of New Zealand	amyadamsMP	7	2	9
H.E. <b>Pascal Canfin</b> , Minister of Development of France	pcanfin	7	29	36
H.E. <b>Corrado Clini</b> , Minister of the Environment of Italy	corradoclini	7	15	22
H.E. <b>Vivian Balakrishnan</b> , Minister for the Environment and Water Resources of Singapore	VivianBala	4	0	4
H.E. <b>Frank Pearl</b> , Minister of Environment and Sustainable Development of Colombia	FrankPearl	3	19	22
Her Excellency <b>Lisa Jackson</b> , Environmental Protection Administrator the United States of America	lisapjackson	3	20	23
Her Excellency <b>Rovana Plumb</b> , Minister of Environment and Forests of Romania	RovanaPlumbMMP	1	2	3

## Deutsche Zusammenfassung

Die vorliegende Arbeit stellt einen Versuch dar, das Konzept der bürgerlichen Öffentlichkeit, wie es Jürgen Habermas entworfen hat, auf die neuen technologischen aber auch sozio-ökologischen Gegebenheiten unserer Zeit zu übersetzen. Das Internet hat die Kommunikationsstrukturen innerhalb und außerhalb unserer Gesellschaft nachhaltig verändert und bietet uns grundsätzlich die technischen Möglichkeiten auf globaler Ebene zu kommunizieren. Gleichzeitig haben sich auch die sozialen, politischen, wirtschaftlichen und allen voran ökologischen Herausforderungen globalisiert. Um diese Situation zu bewältigen scheint eine politische Öffentlichkeit von Nöten, die als Forum die Arbeit der internationalen Entscheidungsträger legitimiert oder zurückweist. Aus diesem Grund stellt diese Diplomarbeit zu allererst die Frage, ob Öffentlichkeit aus theoretischer Perspektive überhaupt transnational gedacht werden kann und auf welchen Prämissen dieses Konzept aufbaut, um in einem zweiten Schritt empirisch zu untersuchen, ob die Kommunikation im Netz dem Öffentlichkeitsanspruch nachkommt. Dieser empirische Teil der Arbeit basiert auf einer Fallstudie zur Kommunikation auf der Microbloggingplattform Twitter rund um die „Konferenz der Vereinten Nationen über nachhaltige Entwicklung“ in Rio 2012 (kurz Rio+20). Als Datenbasis für die Untersuchung dienen ca. 700000 sogenannte „Tweets“, die in einem Zeitraum von einer Woche vor und einer Woche nach der Konferenz protokolliert wurden und Informationen zu den BenutzerInnen, die kurz danach erhoben wurden. Ziel der Forschung ist es, die Kommunikationsstrukturen offen zu legen und anhand von 5 Kriterien zu beurteilen, die im theoretischen Teil entwickelt werden. Die Ergebnisse zeigen, dass große Teile der Weltbevölkerung, allen voran aus den Ländern Afrikas, von diesem spezifischen Diskursraum Twitter ausgeschlossen bleiben, während die teilnehmenden BenutzerInnen einer enormen Ungleichverteilung der Reichweite ihrer Nachrichten ausgesetzt sind. Diese Ungleichverteilung stellt Hierarchien in der Kommunikationsstruktur dar, die sich durch die Reputation bestimmter Teilnehmer, die von außen in den Twittersraum übertragen werden, erklären lassen. Zudem kann gezeigt werden, dass Dialog im klassischen Sinne, eines Austausches von Argumenten, nur einen geringen Anteil an allen Kommunikationselementen darstellt. Habermas' Vermutung entgegen, zeigt sich jedoch, dass der aktivste Kern der Benutzer auch weit über die nationalen Grenzen hinweg stark vernetzt ist und den Diskurs zusammenhält. Schließlich konnte man jedoch auch sehen, dass Twitter hauptsächlich als Medium benutzt wird, um Nachrichten weiterzuverbreiten, die von redaktionellen Institutionen produziert wurden. Damit bleibt die Frage offen, ob dieser Raum als eigenständig und unabhängig verstanden werden kann. Jürgen Habermas hat mit seiner Arbeit ein normatives Öffentlichkeitskonzept geschaffen, welches es uns erlaubt empirische Ergebnisse an einen Idealmaßstab anzulegen. Die Ergebnisse dieser Studie können anhand dieses Ideals

bestenfalls etwas Licht auf die strukturellen Probleme aber auch Stärken deliberativer Onlinediskurse auf einem globalem Niveau werfen.

## English summary

The present research tries to apply Jürgen Habermas' conceptual framework of the public sphere to the new technological and socioecological circumstances of our times. The internet has fundamentally changed the structure of communication within, but as well outside of societies and offers the technical instruments to communicate globally. At the same time social, political, economic and particularly ecological challenges have globalized. This situation creates a need for a global public sphere, able to legitimate the work for international decision makers. For this reason I ask, if the theoretical concept of public sphere can be taken to a transnational level and on which premises it is built on. In a second step I examine empirically, if modern online communication can meet the requirements of this conceptual framework. The empirical part of my work is a case study of Twitter and this years „United Nations conference on sustainable development“ in Rio (Rio+20). I created a database which contains about 700000 so called tweets, published within one week before and after the conference and Userprofile-Information about the authors, which I retrieved shortly after this period. The aim is to understand the structures of online communication relating to 5 criteria of Habermas' conception of the public sphere. I find that a large share of world population especially in Africa is excluded from this discourse sphere, while the participants are confronted with extremely unequal distribution of range. This unequal distribution reproduces hierarchies from outside of Twitter. It is shown that dialogue in its classical form, as a direct exchange of ideas and arguments, represents just a very small percentage of all status updates. I find that Habermas' assumption, that communication on the internet is roughly fragmented, cannot be verified in this case and that the most engaged users are heavily connected across national borders. Finally it is shown that Twitter is mainly used as news media and for the diffusion of news material produced by traditional media houses. Therefore the question remains unanswered, if this space is able to maintain a certain level of independency, when it comes to agenda setting. Jürgen Habermas has developed a normative framework of the public sphere, which allows us to measure our empirical results by an ideal shape. The findings of this research may hopefully shed lights on the structural problems but also the power of deliberative online discourses on a global level.

# Stephan Schlögl

---

## persönliche Informationen

Geburtsort Steyr  
Geburtsdatum 16.10.1985  
Nationalität Österreich  
Email schloegl.stephan@gmail.com  
Blog politicipation.net  
Twitter <https://twitter.com/supersambo>



## Ausbildung

1992–1996 **Volksschule**, Ennsleite - Steyr.  
1997–2004 **Bundesrealgymnasium**, Steyr.  
seit 2004 **Studium**, *Internationale Entwicklung, Volkswirtschaftslehre (2007-2009)*, Universität Wien.  
2008–2009 **Auslandsstudienjahr**, *Universidad Central del Ecuador, Escuela de Sociología*, Quito Ecuador.  
thematische Studien-  
schwerpunkte **Neue Medien, Lateinamerika, Migration.**

## Arbeitserfahrung

2006–2007 **Zivildienst im Rahmen eines Auslandssozialdienstes in Ecuador**, Mitarbeit in der ecuadorianischen NGO FEPP (*Fondo Ecuatoriano Populorum Progreso*). Betreuung eines Projektes zur Landlegalisierung für Kleinbauern in der Umgebung der Kleinstadt Pedro Carbo, Ecuador.  
März–Juli 2008 **Strassenkinderprojekt**, Mitarbeit beim Strassenkinderprojekt „Chicos de la Calle“ in der ecuadorianischen Hauptstadt Quito. Nachhilfe für Strassenkinder.  
Februar–August 2009 **Praktikum bei CORAPE**, (*Coordinadora de Radios Populares del Ecuador*), Mitarbeit bei Konzeption und Produktion eines wöchentlichen Radioprogramms zum Thema Migration mit dem Namen *Callos y Guatitas*.  
Quito - Ecuador  
SoSe 2012 **Tutorium**, bei der Lehrveranstaltung: Einführung in die Entwicklungssoziologie. Lehrender: Dr. David Reichel, Verwaltung der e-learning Plattform Moodle, Betreuung und Korrektur der Hausübungen.

- Mai–Juli 2012 **Praktikum ICMPD**, *International Center for Migration Policy Development*, Mithilfe bei Aufbereitung statistischer Daten, Netzwerkanalyse von Migrationsbewegungen, Transkription, Kodierung und Analyse von Interviews.
- September–  
November  
2012 **Geringfügig Beschäftigung**, *Freier Journalist Markus Honsig*, Recherche, Exzerpte, Transkripte usw..
- seit Dezember  
2012 **Wissenschaftlicher Projektmitarbeiter**, *Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien*.

---

## Kurse

- Sommer 2010 **Freier-Radio-Grundkurs**, *Radio Orange 94.0*.