

Paweł Rybszleger (Poznań)

## Diskursive Konstituierung von Wissen in onlinebasierten Social Media Plattformen

In dem Beitrag wird das Problem der Wissensgenerierung, -vermittlung und des Wissensmanagements in sozialmedialen Umgebungen im Web 2.0 aufgegriffen. Es wird dabei angenommen, dass das wichtigste Element der Netzwerkgesellschaft in Bezug auf Web 2.0, das eine durchaus reziproke Kommunikation zulässt, die Einbeziehung der sog. vernetzten/kollektiven Intelligenz der User (Engl. networked intelligence) ist. Eine so verstandene Intelligenz kommt in unterschiedlichen Feldern zum Ausdruck (z. B. Bildung, Medien oder Politik) und bildet sich als Summe aller Beiträge der ‚Bürger‘ der Netzwerkgesellschaft im Internet. Veränderungen in Lernprozessen, in Politik und Wirtschaft unterliegen dabei einem übergeordneten Prinzip des sog. kollaborativen Handelns. Auf solchem Wege entstehen relativ lose themen- oder interessenorientierte soziale Netzwerke, deren Mitglieder u. a. an kollaborativen Projekten arbeiten (z. B. an Wikis), gemeinsam diverse Probleme lösen (z. B. auf thematischen Foren oder Blogs) oder auf andere Weise (z. B. durch Erstellen von multimedialen Elementen, die dann veröffentlicht werden) zum Aufbauen von gemeinsamen digitalen Wissensressourcen beitragen. Das im Text vorgestellte Modell der diskursiven Konstituierung von Wissen umfasst sowohl die Konstruktion von Wissen und seine argumentative Aushandlung als auch die Distribution (Teilen) und eventuelle Speicherung in digitaler Form. Darüber hinaus wird in dem Beitrag gezeigt, welche Rolle textuelle und multimediale Elemente im Prozess der Wissenskonstituierung spielen.

**Schlüsselwörter:** Wissen, Wissensgenerierung, vernetzte Intelligenz, kollaboratives Handeln, social media, soziales Netzwerk, user-generated content, Teilen

### Discursive Knowledge Creation in Online Social Media Platforms

The main issue discussed in the article is the generation, transfer and management of knowledge in the social media environment (Web 2.0). The author assumes that the most important thing of the networked society in relation to Web 2.0, which allows unlimited reciprocal communication, is the inclusion of the so called networked intelligence. Intelligence defined in this way manifests itself in different fields (e.g. education, media or politics) and is formed as a total of all online contributions made by ‘citizens’ of the networked society. Any changes in learning processes, in politics or economy are subjected to the paramount principle of collaborative action. In this way, relatively loose specific subject- or interests-oriented social networks come into being, and their members

may, for instance, work on collaborative projects (e.g. wikis), try to solve specific problems together (e.g. on blogs or discussion forums), or contribute the creation of common digital knowledge resources in some other way. The presented model of discursive knowledge creation comprises both the construction of knowledge, its argumentative negotiation and its distribution (content sharing) plus possibly the storage of information in a digital form. In addition, the article presents the role of textual and multimedia elements in the process of knowledge creation.

**Key words:** knowledge, knowledge production, networked intelligence, collaborative activities, social media, social networking, user-generated content, sharing

## Dyskursywne konstituowanie wiedzy w środowisku mediów społecznych w Internecie

W artykule poruszono problem generowania, przekazywania i zarządzania wiedzą w środowisku mediów społecznych w Sieci 2.0. Autor zakłada przy tym, że najważniejszym elementem społeczeństwa Sieci w odniesieniu do Web 2.0, dopuszczającego nieograniczoną dwustronną komunikację, jest tzw. inteligencja kolektywna/zbiorowa użytkowników Sieci (ang. networked intelligence). W ten sposób definiowana inteligencja przejawia się na różnych polach (np. w kształceniu, mediach czy w polityce) i rozumiana jest jako suma wszystkich wpisów „obywateli” społeczeństwa sieciowego w Internecie. Wszelkie zmiany w procesach uczenia się, w polityce czy gospodarce podlegają przy tym naczelnej zasadzie tzw. wspólnego działania. Tym sposobem powstają względnie luźno powiązane ze sobą sieci społeczne (zazwyczaj skupione wokół jednego tematu), których członkowie m.in. pracują nad wspólnymi projektami (np. encyklopedie online, czyli tzw. wiki), wspólnie rozwiązują różne problemy (np. na forach tematycznych czy blogach), lub w inny sposób przyczyniają się do budowania wspólnych cyfrowych zasobów wiedzy (np. poprzez tworzenie elementów multimedialnych). Przedstawiony w artykule model dyskursywnego konstituowania wiedzy obejmuje zarówno jej konstruowanie, negocjowanie poprzez argumentację w grupie, jak i jej dystrybucję i ewentualne zapisywanie w formie cyfrowej. W artykule pokazano proces konstruowania wiedzy w środowisku social media, szczególnie w odniesieniu do elementów tekstualnych i multimedialnych. Poza tym przedstawiono rolę elementów tekstualnych i multimedialnych w procesie konstituowania się wiedzy.

**Słowa kluczowe:** wiedza, generowanie wiedzy, inteligencja kolektywna, wspólne działanie, social media, sieć społeczna, user-generated content, dzielenie się wiedzą

## 1. Diskursive Konstituierung von Wissen und soziale Netzwerke: Einführung

In der Ära des permanenten Wissenstransfers und -zustroms in heutigen Massenmedien (besonders in diversen Applikationen des Web 2.0 der letzten Jahre) hat der online aktive User immer mehr verlässliche Online-Wissensquellen, die schnell, meist kostenlos und zu jeder Zeit abgerufen werden können. Darüber hinaus scheint für Viele die Idee des ‚Ausdiskutierens‘ mancher Probleme ‚aus erster Hand‘ oder Fragestellungen bzw. der Teilhabe an zahlreichen online ablaufenden *Prozessen des Wissens* sowie seiner *Distribution* sehr attraktiv zu sein. Zweifelsohne kann man an dieser Stelle konstatieren, dass die Online-Umgebung

des Web 2.0 die diskursive Konstituierung von Wissen begünstigt. Dabei wird der Begriff *Wissen* folgendermaßen definiert:

komplex vermittelte Bewusstseinsinhalte, die als kognitive Repräsentationen von unmittelbaren und mittelbaren Erfahrungen abgeleitet sind. [Wissen ist zudem] ein sozial verhandeltes Gut der Vergesellschaftung, das Resultat von Vereinbarungen auf der Grundlage historischer, gegenseitiger Zusagen (Spitzmüller/ Warnke 2011: 41)

Im diskursiven Sinne ist das Wissen ebenso *machtgebunden*. So wie es Felder (2010: 544) in seinem Modell der *semantischen Kämpfe* präsentiert, sind gerade Diskussionen die treibende Kraft der Wissenskonstituierung, denn dadurch werden „bestimmte sprachliche Formen als Ausdruck spezifischer, interessengeleiteter und handlungsleitender Denkmuster“ durchgesetzt.

Ein so aufgefasster Wissensbegriff korrespondiert mit den heute sehr gängigen Konzepten der *Informationsgesellschaft* (vgl. Castells 2007) bzw. der *Wissensgesellschaft* (engl. *knowledgeable society*, vgl. u. a. Bell 2010) und der *sozialen Netzwerke*. Verschieden ausgebaute (sich teilweise deckende) soziale Netzwerke zu schaffen, ist heutzutage für viele Menschen einfach unabdingbar, damit sie zum einen nach wie vor in traditionellen zuverlässigeren sozialen Strukturen (wie Familie oder Freundeskreis) bleiben, zum anderen individuell (ihrer Arbeit, ihrer Interessen oder Ansichten gemäß) *alternative soziale Strukturen* und *Vernetzungen* bilden und beliebig gestalten können. Somit stimme ich mit Kardorff (2008: 24) überein, dass „Vernetzung zu einer wirkmächtigen gesellschaftlichen Praxis kultureller und sozialer Ordnung“ geworden ist. Neben der Institutionsbildung ermöglicht sie das Herausbilden von diversen Typen der bereits genannten *Vergesellschaftung*, die online zahlreiche Formen annehmen kann, z. B. Interessengemeinschaften (Foren, thematische Websites) oder soziale Aktionen in Social Media Plattformen (Unterschriftensammlungen, Online-Petitionen usw.). Weiterhin könnte konstatiert werden, dass neue Technologien der Vernetzung mit tiefen Umformungen und Neuschöpfungen diverser *symbolischer und kultureller Welten* verbunden sind. Solche Verwandlungen sind in bereits existierende mediale Kommunikationsräume, Beziehungsmuster sowie institutionelle Formungen eingebettet und dann können sie von den jeweiligen Mitgliedern einer Gesellschaft in sozialen Netzstrukturen angeeignet, entsprechend diskursiv interpretiert und mit bereits existierenden Deutungsmustern (also im individuellen Wissensvorrat abgelagerten Sinnschemata) verknüpft werden.

Somit haben wir es mit einer relativ starken *Dezentralisierung* der traditionellen Machtzentren, wie z. B. Nationalstaaten oder diversen politischen Systemen, zu tun. Die Dezentralisierung bedeutet zudem das Entstehen von alternativen Sozialformen und alternativen Öffentlichkeiten (unter anderem im Netz), z. B. zum

sog. *networked individualism*, d. h. zur Bildung seiner eigenen quasi ‚privaten‘ themenbezogenen Netzwerke (vgl. Fraas et al. 2012: 91), die zunehmend medialisieren und anschließend in den existierenden medialen *Wissenstransfer* inkludiert werden können, worauf in einem nächsten Schritt genauer eingegangen wird.

Wenn man sich schließlich auf die von Wellman (2000: 144ff.) präzisierten Beschreibungsmerkmale von sozialen Netzwerken bezieht, ist leicht zu bemerken, dass soziale Strukturen im Internet sich eher durch sog. *weak ties* (dt. *schwache Bindungen*) charakterisieren, d. h. lockere, unverbindliche uniplexe Beziehungen und sich leicht auflösende Vernetzungen, in denen der handelnde Mensch selbst entscheidet, welche Bereiche seines Lebens er mit anderen teilen möchte. Diesbezüglich könnte man Wellman (ebd.: 155) recht geben, dass sogar schwache Bindungen (z. B. unter Usern, die Pseudonyme benutzen) wertvoll sein können, weil sie besonders in der Online-Kommunikation „Brücken zu anderen sozialen Welten [darstellen] und (...) Zugang zu neuen Informationsquellen und anderen Ressourcen [bieten]“. Egal, ob es eine thematische Online-Gemeinschaft oder eine losere Online-Gruppe ist, ermöglichen diverse Social Media Plattformen praktisch unbegrenzten Wissenstransfer.

*Social Media* betrachte ich als konkrete Anwendungen (Applikationen, Programme) der technischen interaktiven und kollaborativen Plattform des Web 2.0.<sup>1</sup>, die die Internetnutzer in der gegenseitigen Online-Kommunikation sowie im interaktiven und multimedialen Informationsaustausch unterstützen. Durch aktive Gestaltung der Inhalte bestimmen die Nutzer den Aufbau von sozialen Netzwerken, vertiefen die Vernetzung untereinander und tragen schließlich zur Konstruktion und Distribution von Wissen bei. Eine solche Vernetzung beruht meistens auf dem Teilen von multimodal kodierten Informationen. Zu den charakteristischen Merkmalen von sozialmedialen Plattformen (*Social Media Sites*) gehören (laut boyd 2010: 6) das entsprechende *Profil* (es erlaubt den Mitgliedern einerseits sich selbst zu präsentieren und sich mit anderen auszutauschen, andererseits individuell zu entscheiden, wie groß die Reichweite des gegebenen Netzwerkes und somit ‚das Publikum‘ und die jeweilige Öffentlichkeit sind); die *Liste von Bekannten/Freunden* (die meistens nach bestimmten Schlüsseln erstellt wird, z. B. nach Interessen oder Vorlieben, politischen Ansichten usw.); *Werkzeuge des öffentlichen Kommentierens* (sie erlauben den Usern Texte zu generieren und sie mit unterschiedlichen medialen Objekten, wie Bild-, Audio- oder Videodateien zu vermischen – entweder auf ihren Profilen oder auf Profilen der befreundeten User; je nach den Einstellungen kann der Internetnutzer an mehreren unabhän-

---

<sup>1</sup> Der bis jetzt ausführlichste Beitrag zum Thema „Web 2.0“ stammt m.E. von O’Reilly (2005), einem der Begründer der Idee des Webs als Plattform, auf der praktisch jeder User an Kommunikationsprozessen sowie kollaborativem Erstellen von diversen Inhalten teilnehmen kann.

gig voneinander ablaufenden Konversationen teilnehmen, die mit unterschiedlich großen Online-Öffentlichkeiten verbunden sind) und schließlich sog. *stream-based updates*, d. h. durch die entsprechende Site generierte Meldungen über den Status und die kommunikativen Handlungen des jeweiligen Users sowie seiner Bekannten (z. B. „dem User xyz gefällt dein Photo“ usw.).

Alby (2007: 90ff.) teilt soziale Medien in zwei allgemeine Kategorien ein (von denen besonders die zweite im Mittelpunkt des wissenschaftlichen Interesses des vorliegenden Beitrags steht): 1. Social Software, bei der die Kommunikation im Vordergrund steht. In diese Kategorie fallen v.a. Programme des Instant Messaging, diverse Chats oder Computer-Rollenspiele bzw. sog. social games, in denen allerdings die Kommunikation und jegliche Konstruktion von Wissen in mehr oder weniger geschlossenen Gruppen verlaufen und in der Regel nicht aufgezeichnet werden (können). Solche kurzlebigen Encounter-Öffentlichkeiten (vgl. die Theorie von Gerhards/ Neidhardt 1994) können deshalb nur begrenzt medial aufgewertet bzw. inkludiert werden, was natürlich etwaige Wissenskonstituierung nicht ausschließt. 2. Social Software, in der neben der Kommunikation der *Community-Gedanke* die Hauptrolle spielt (vgl. u. a. Twitter, Facebook, Flickr, Instagram sowie diverse thematische Foren bzw. Internetauftritte mit einer Forum-Funktion), d. h. in solchen Social Media wird der Fokus auf den Inhalt gelegt, den die Nutzer selbst generieren, bearbeiten und miteinander austauschen können (sog. *user-generated content* bzw. *user-driven content*). Zu nutzergenerierten Inhalten gehören m.E. theoretisch alle textuellen und multimedialen Elemente, die im medialen Netzwerk kursieren und beträchtlich zur Konstruktion, Argumentation, Distribution und der eventuellen Speicherung von Wissen beitragen. Bevor ich zu ausgewählten Elementen des vorgeschlagenen Modells der diskursiven Konstituierung von Wissen in internetgestützten sozialen Medien übergehe, möchte ich mich noch kurz auf ihre massenmediale Umgebung konzentrieren.

## **2. Zunehmende Inklusion und Medialisierung von Online-Öffentlichkeiten. Erweiterung professionell hergestellter Öffentlichkeiten online**

In ihrem klassischen Drei-Ebenen-Modell der Öffentlichkeit unterscheiden Gerhards/ Neidhardt (1990) und Gerhards (1994) drei Ebenen der Öffentlichkeit: *Encounter-Öffentlichkeiten* (die sich durch flüchtige Interaktionen sowie keine festgelegten Rollen der Teilnehmer charakterisieren); *Themen- oder Versammlungsöffentlichkeiten* (die thematisch zentrierte und eher stabile orts- und zeitgebundene Interaktionssysteme mit klarer Strukturierung darstellen) sowie *Medienöffentlichkeiten*, die auf Massenkommunikation basieren und komplexe

Interaktionssysteme sind, in denen typische Massenmedien (wie Fernsehen, Rundfunk oder Zeitungen) als *Agendasetter* fungieren und die thematische Informationsstruktur bestimmen. Die neuesten Untersuchungen (vgl. u. a. die Studie von Neuberger et al. 2014) zeigen zwar, dass nach wie vor gerade die Mainstream Media in hohem Maße die Auswahl von den zu behandelnden Themen bestimmen; nichtsdestotrotz kommt es zur allmählichen *Inklusion verschiedener medialer Öffentlichkeitsebenen* und ihrer gleichzeitigen *Mediatisierung*. Das heißt mit anderen Worten, dass (besonders im Internet) eine Vielzahl von *Akteuren* tätig ist, die trotz ihrer häufigen Zugehörigkeit zu kleineren Encounter-Öffentlichkeiten oder thematischen Öffentlichkeiten, wie etwa besonders aktive Teilnehmer von Foren, Blogger oder andere Netzaktivisten (die ich weiterhin in Anlehnung an Lazarsfeld et al. [1944/1968] als *Meinungsführer*<sup>2</sup> bezeichne), imstande sind, durch öffentliches Verhandeln ihre Meinungen und Sichtweisen durchzusetzen und somit bestehende Machtstrukturen zu verändern bzw. neue herauszubilden und sie in vielen Fällen aufrechtzuerhalten<sup>3</sup>.

Das alles bedeutet, dass die heutigen Online-Öffentlichkeiten (im Gegensatz zu herkömmlichen Massenmedien) sich praktisch auf alle Relevanzstrukturen beziehen können (von Online-Chats über Blogs bis zu thematisch zentrierten Versammlungen, z. B. Diskussionsforen). Darüber hinaus können sogar die kleineren Öffentlichkeiten (durch unterschiedliche Mittel der partizipativen und technisch unterstützten Selektion, Aggregation und schließlich Publikation von Informationen) zu größeren *Kommunikationszusammenhängen* werden, was ihre potentielle Reichweite und ihren Einfluss vergrößert.

---

<sup>2</sup> In der klassischen Studie von Lazarsfeld et al. (1944/1968) wurde ein Zwei-Stufen-Modell der Kommunikation dargestellt. Im Rahmen der Untersuchung wurden entsprechende *opinion leaders* (dt. *Meinungsführer*) ermittelt, die sich dadurch charakterisieren sollen, dass sie nicht nur überdurchschnittlich kommunikativ sind und ihre Kontakte pflegen, sondern auch intensiv Medien konsumieren, was zugleich bedeutet, dass sie als (quasi) Experten in einem bestimmten Themenbereich gelten können. Es wurde angenommen, dass solche Meinungsführer dann (in einem zweiten Schritt) die weniger aktiven Rezipienten erreichen können und die Informationen aus den Medien an Personen aus ihrem sozialen Umfeld weitergeben.

<sup>3</sup> Die Kategorie der *opinion leaders* kann mit dem *Voice*-Konzept von Blommaert (2008) in Verbindung gebracht werden, also der Fähigkeit mancher medialen Akteure sich aufgrund ihrer kommunikativen Ressourcen „Gehör“ zu verschaffen, indem sie das selbst gesteckte kommunikative Ziel erreichen. Jeder Akteur hat unterschiedlich starke *voices*, die kontextabhängig sind.

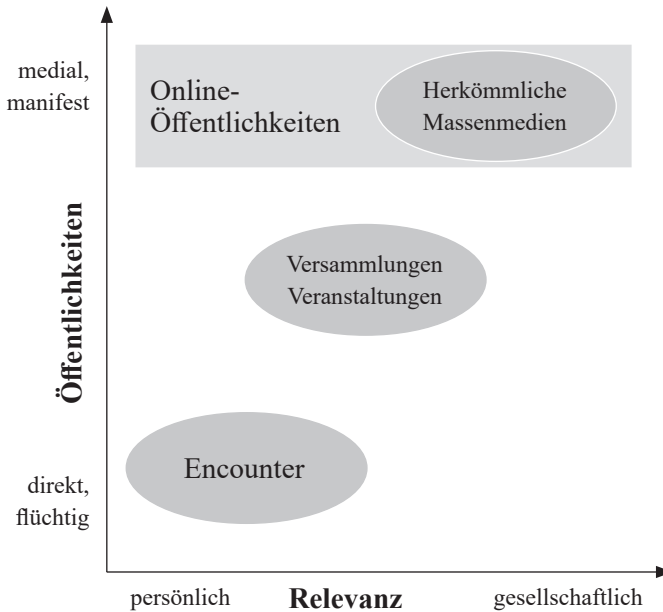


Abb. 1 Online-Öffentlichkeiten im Zusammenhang von Öffentlichkeit und Relevanz (eigene Darstellung)

### 3. Konstruktion, Argumentation und Distribution von Wissen in online Social Media (mit Beispielen)

In dem vorgeschlagenen Modell der diskursiven Konstituierung von Wissen in onlinebasierten sozialmedialen Plattformen gehe ich u. a. von dem von Warnke (2009) und Spitzmüller/ Warnke (2011) vorgeschlagenen Konzept der *Wissenskonstituierung im Diskurs* aus. Der Begriff *Konstituierung* wird dabei als „Anordnung durch Äußerungen“ (Spitzmüller/ Warnke 2011: 46) verstanden und umfasst (laut Warnke 2009: 121) drei folgende Typen der Wissenskonstituierung:

- Konstruktion von Wissen:* „Herstellung von Faktizität in regelgeleiteten Prozessen“, die durch Wahrheitsansprüche erfolgt;
- Argumentation von Wissensakteuren:* „Rechtfertigung von Faktizität durch Begründung oder Widerlegung von konstruiertem Wissen“;
- Distribution von Wissen:* „Streuung von Geltungsansprüchen auf Wahrheit“ durch Regulierung.

In Bezug auf Online-Diskurse (besonders in sozialen Online-Plattformen) ist darüber hinaus anzumerken, dass der Prozess der Wissenskonstituierung praktisch

endlos/fortlaufend ist. Dies bedeutet, dass theoretisch alle bereits konstruierten, argumentativ ausgehandelten, distribuierten und gespeicherten Wissensbestände (in unterschiedlicher Form, die allerdings digital bleibt) einer weiteren (Re-)Konstruktion unterliegen können. Im Folgenden möchte ich die in meinen Augen wichtigsten Elemente des Prozesses der Wissenskonstituierung im Web 2.0 nennen<sup>4</sup>. Vor allem bedeutet das gemeinsame Herstellen von Wissen, dass praktisch jeder Internetnutzer zu einem Produzenten des Content werden kann, was im Allgemeinen eine Neuverteilung von Kontrolle im Web bedeutet (vgl. 3.2). Ferner verweise ich exemplarisch auf das wohl wichtigste Verfahren im Web 2.0: das Teilen (vgl. 3.3). Das sog. *Sharing* verstehe ich in dieser Hinsicht als Distribution und Kommunikation. Schließlich wird an konkreten Beispielen gezeigt, wie wichtig die Einbeziehung der kollektiven Intelligenz ist, wenn eine gegebene Online-Community gewisse Wissensbestände konstruiert und distribuiert (vgl. 3.4). Zum Schluss werden die wichtigsten Elemente des vorgeschlagenen Modells der diskursiven Konstituierung von Wissen in onlinebasierten Social Media Plattformen dargelegt.

### 3.1 Einfache und intuitive Handhabung der Applikationen des Web 2.0

Das Internet mit seinen sog. Apps ist *mobiler* geworden (Tablets, Smartphones und die Entwicklung von Software für solche Geräte), was bedeutet, dass praktisch jeder User zu jeder Zeit das Wissen (mit)konstruieren bzw. durch seine argumentativen Schritte zum Umstrukturieren und/oder Distribuieren von Wissen beitragen kann.

### 3.2 Jeder User kann zu einem Produzter werden

Die Rolle des Internetnutzers (oder besser gesagt: des Mediennutzers) wandelt sich in den letzten Jahren vom typischen Informationskonsumenten zum Informationsproduzenten, so wie es Bowman/ Willis (2003) als *Neuverteilung von Kontrolle* (engl. *redistribution of control*) bezeichnen. Mit anderen Worten kann man sagen, dass sich seit Mitte der 90er Jahre des 20. Jahrhunderts ein paralleles Medienteilsystem entwickelt, das auf der globalen Infrastruktur des Internet gründet, dessen Nutzer „ein sich selbst organisierendes, lebensfähiges System“ bilden (Katzenbach 2008: 43). Der User kann jetzt selbst mitentscheiden, welche

---

<sup>4</sup> Vgl. zum Folgenden Marx/ Weidacher (2014: 69f.) sowie Runkehl (2012: 3ff.) zu dem medialen und sozialen Wandel vom Web 1.0 zum Web 2.0.



Inhalte ihm in welcher Form präsentiert werden; er kann auch Inhalte (den genannten „user-generated content“) selbst erstellen. Ich bediene mich dabei des von Bruns (2007) eingeführten Terminus *produsage* (dt. *Produztung*). Dementsprechend werden User eines solchen Prozesses *producers* (dt. *Produzter*) genannt. Diese Hybride bezieht sich auf unterschiedliche Aktivitäten der inhaltschaffenden Teilnehmer in Onlinenutzergemeinschaften. Produztung bedeutet daher kollaboratives Tun in der Online-Umgebung, z. B. das gemeinsame Erstellen von Social-News-Plattformen, Strukturieren von Inhaltssammlungen von YouTube-Nutzern, das soziale Filtern in Social-Bookmarking-Sites oder Mitwirken in Content Communities wie MySpace.com. Charakteristisch für den Prozess der Produztung ist auch das ständige Filtern des (nicht selten ausschließlich von Laien erstellten) Contents von unterschiedlichen Produztern/Akteuren, was erheblich zur Verbesserung seiner Qualität beiträgt.

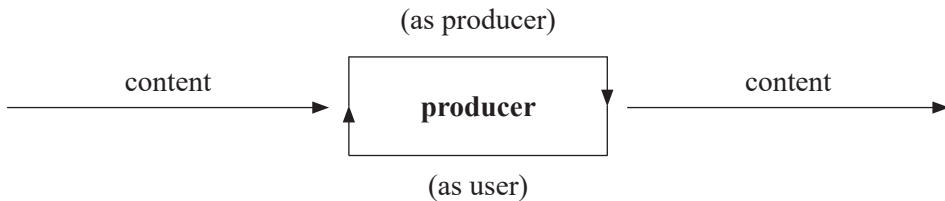


Abb.2 Prozess der Produztung (vgl. Bruns 2007)

### 3.3 Kommunikation in Social Media als Teilen (Sharing)<sup>5</sup> von Informationen von persönlicher Relevanz

Je nach persönlichen Vorlieben kann praktisch jeder Text, jedes Bild oder Video eines beliebigen Users geteilt werden. Ich schließe mich der Ansicht von John (2013: 175f.) an, dass Teilen (im Kontext der Social Media) *Distribution* und *Kommunikation* zugleich bedeutet: „here, sharing is telling. Part of what we are encouraged to share on SNSs [Social Networking Sites] is our feelings (...) However, letting people know your opinion of current events, your location or any of the minutiae of your everyday life is, in web 2.0, also called sharing“.

*Teilen als Distribution* ist im Web 2.0 technikbedingt. Dies bedeutet, dass eine meist weit ausgebaute Struktur der Bezugnahme zwischen einzelnen Sites

<sup>5</sup> Der Prozess des Teilens schließt nicht das Verfahren des beliebigen *Editierens* der multi-modalen Inhalte aus, das ebenso zu kommunikativen Prozessen gehört und je nach der gegebenen Applikation unterschiedlich funktioniert (bspw. kann man Teile des Fremdtexes in seinen eigenen Text einbauen oder seinen eigenen digitalen Beitrag selbst editieren usw.). Mehr dazu Lindemann/Ruoss/Weinzinger (2014).

(je nach der Plattform der Social Media) von sog. *semiotischen Operatoren* (vgl. Androutsopoulos/ Weidenhöffer 2015 sowie Dang-Anh et al. 2013) gebildet wird. Vor allem sind es bereits mehrmals in der Fachliteratur beschriebene *Hyperlinks* (also Querverweise zwischen Hypertext-Knoten)<sup>6</sup>, sog. Adressierungs-Operatoren <@>, durch die andere Akteure direkt in die gegebene Nachricht einbezogen werden können, sowie das themensetzende Doppelkreuz <#> (ein sogenannter *Hashtag*, auf Dt. *Schlagwort*). Während Hyperlinks bereits seit Jahren funktionieren, sind besonders Hashtags eine relativ neue Erscheinung in Bezug auf Social Media. Sie verhelfen eine Art *ad-hoc-Öffentlichkeiten* vom dispersen Publikum zu bilden und vernetzen unterschiedliche Akteure, die sich oft nicht persönlich kennen, sich aber durch das gemeinsame kommunikative Handeln diversen *Diskursgemeinschaften* anschließen können. So bilden Hashtags (besonders in Mikroblogging-Diensten wie Twitter, aber auch auf Facebook oder Instagram) u. a. eine Form der von Usern beliebig gestalteten, unabhängigen alternativen *Indexierung* von Inhalten, die innerhalb des gegebenen Fließtextes erfolgt<sup>7</sup>. Eine solche Indexierung führt dazu, dass diverse Inhalte eine sehr große Anzahl von potentiellen Empfängern erreichen können. In dem Beispiel unten (Abb.3) haben allein zwei ausgewählte Hashtags (auf der Social Media-Plattform Instagram) #architecture und #poznan die Reichweite von fast 250 Millionen von potentiellen Empfängern (das Stichwort #architecture erscheint in über 241 Millionen von Instagram-Posts<sup>8</sup>).

*Teilen als Kommunikation* bedeutet zugleich den Prozess der *Textualisierung*, d. h. eine solche Gestaltung des Textes, dass er aus sich selbst heraus Kontexte schafft, was darin resultiert, dass seine sprachliche Form Verbindlichkeit aufweist (vgl. Feilke 2002: 116f.). Textualisierung in Social Media bezieht sich allerdings nicht nur auf Informationen, die in Postings eines Users geäußert werden, sondern (was Androutsopoulos [2014: 5] hervorhebt) auf *semiotische Ressourcen* (bzw. Technologien) der gegebenen Plattform, wie „Likes“, Emoticons bzw. Editoren, die es ermöglichen, z. B. fremde oder selbstgemachte Fotos zu editieren und sie dann als Texte mit visuellen Elementen zu posten. Dies bedeutet, dass diverse soziale Aktivitäten der User nicht nur transkribiert werden (im Sinne der Transformation gesprochene Sprache – geschriebene Sprache mit ihren Zeichen),

<sup>6</sup> Vgl. dazu technische Gegebenheiten von Hyperlinks (genau erörtert u. a. von Liu 2011) oder die Grundlagen der Hypertextlinguistik (Fraas et al. 2012).

<sup>7</sup> In der Fachliteratur gibt es inzwischen immer mehr Publikationen, die sich auf die Pragmatik von Hashtags beziehen. So bemerkt Scott (2015: 9ff.), dass Hashtags nicht nur einfache „search tools“ sind, sondern sich u. a. auf die persönliche Relevanz des Users beziehen, entsprechende (für den Internetnutzer besonders wichtige) Textstellen hervorheben und in pragmatischer Hinsicht dem User ermöglichen, Propositionen sowie diverse implizite mitgeteilte Meinungen auszudrücken.

<sup>8</sup> Die Zahlen beziehen sich auf die erste Septemberhälfte 2015.

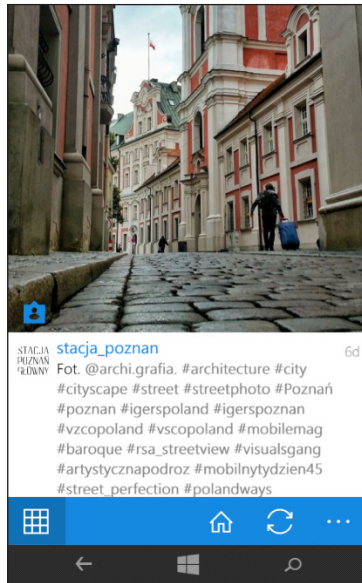


Abb. 3 Potentielle Reichweite von Hashtags auf Instagram

sondern mit jedem solchen Posting entstehen *semiotische Repräsentationen* von sozialen Aktivitäten des gegebenen Users, die er dank digitaler Technologien produzieren und ihrem meistens halböffentlichen Publikum präsentieren kann. Solche semiotischen Repräsentationen unterliegen dann, in einem nächsten Schritt, dem Prozess der *Rekontextualisierung* (d. h. Einbettung von Äußerungen in andere neue Kontexte, vgl. u. a. Androutsopoulos/ Weidenhöffer 2015: 27) und der anschließenden interaktiven und argumentativen Aushandlung mit dem jeweiligen Publikum. Dies bedeutet, dass Teilen und Textualisierung in sozialmedialer Umgebung auch einen *kollaborativen Charakter* haben und eine Art des Dispositivs der partizipativen Textualisierung darstellen (vgl. Androutsopoulos 2014: 5). Ein besonders gutes Beispiel einer solchen Rekontextualisierung stellte das Anfang September 2015 gemachte Bild eines toten syrischen Flüchtlingskinds am Strand des türkischen Badeortes Bodrum dar, das noch an demselben Tag für Schlagzeilen in der ganzen Welt sorgte (Abb.4). Das Bild selbst ist bereits in den nächsten Tagen nach der Tragödie u. a. zum Symbol der Machtlosigkeit der europäischen Regierungen im Krieg mit dem sog. Islamischen Staat (ISIS) geworden (es sind u. a. hunderte von sog. Internet-Memes entstanden). Die bewegende visuelle Botschaft wurde noch bspw. in vielen Tweets (siehe unten) durch zahlreiche Hashtags verstärkt; das wohl bekannteste war #HumanityWashedAshore (dt. „An Land gespülte Menschlichkeit“).



Abb. 4 Teilen als Kommunikation und Rekontextualisierung von bekannten Inhalten (am Beispiel von einem Twitter-Account)

### 3.4 Einbeziehung der vernetzten/kollektiven Intelligenz bei der Konstruktion und Distribution von Wissen in Social Media

Die sog. *kollektive Intelligenz* kommt in unterschiedlichen Feldern (z. B. Bildung, Medien oder Politik) zum Ausdruck und bildet die Summe aller Beiträge der ‚Bürger‘ der Netzwerkgesellschaft im Internet. Tapscott/ Williams (2010: 24) bemerken zu Recht: „mass collaboration provides an attractive alternative to the hierarchical, command-and-control management systems that are failing many of our key institutions“. Auf solchem Wege entstehen relativ lose themen- oder interessenorientierte soziale Netzwerke, die praktisch alle Formen sozialer Formationen herausbilden können. In Online-Gemeinschaften oder Online-Gruppen treffen sich zum Beispiel unterschiedliche User, die trotz der häufigen horizontalen sozialen Differenzierung u. a. an kollaborativen Projekten arbeiten (z. B. an Wikis), gemeinsam diverse Probleme lösen (z. B. auf thematischen Foren oder Blogs) oder auf andere Weise (bspw. durch Erstellen von multimedialen Elementen, die dann veröffentlicht werden) zum Aufbau von gemeinsamen digitalen Wissensressourcen beitragen. Das Bild unten zeigt ein Beispiel der Zusammenarbeit mehrerer User einer thematischen Seite (mit einem weit ausgebauten

Forum<sup>9</sup>): einer von vielen Einträgen einer Wiki (Online-Enzyklopädie). Jeder Beitrag kann in weiteren Schritten von jedem registrierten User bearbeitet und ergänzt werden, was bedeutet, dass die distribuierten Wissensbestände jedes Mal geändert werden können. Dies gilt sowohl für deklaratives als auch für prozedurales Wissen.

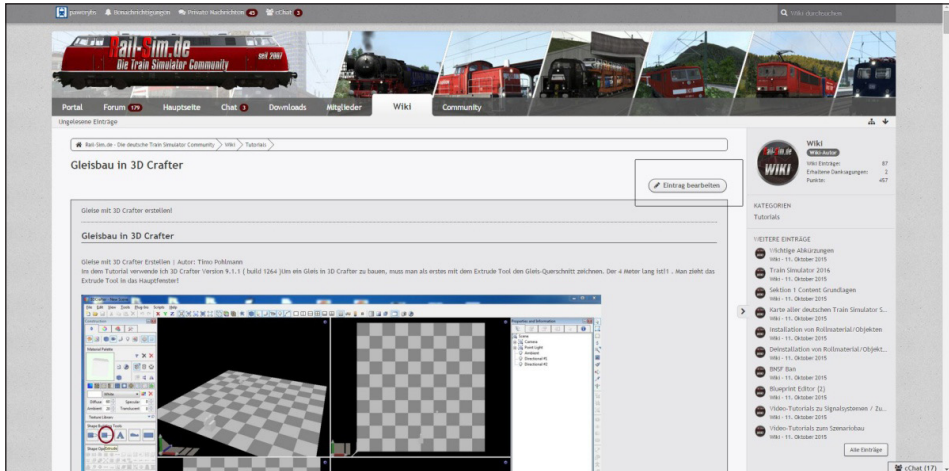


Abb. 5 Vernetzte/kollektive Intelligenz beim Erstellen von thematischen Wikis (am Beispiel einer Fan-Site von einem Zugsimulator)

#### 4. Diskursive Konstituierung von Wissen in onlinebasierten Social Media Plattformen. Die wichtigsten Elemente des Modells

Resümierend kann festgehalten werden, dass die diskursive Konstituierung von Wissen in internetgestützten sozialen Medien folgende Schritte umfasst (siehe Abb. 5)<sup>10</sup>:

- *Konstruktion von Wissen* – praktisch jeder User kann zu einem Produzter werden, wobei er allgemein zugängliche Wissensquellen (analoger und/oder

<sup>9</sup> Thematische Foren betrachte ich nicht nur als soziale Netzwerke, sondern auch als multimediale Communities Of Practice, in denen die „angehäuft“ Wissensbestände vieler User (implizites Wissen) ausdiskutiert, überprüft und schließlich reorganisiert werden, was in vielen Fällen u. a. zum Entstehen von Online-Enzyklopädien (Wikis) führt, die dann als praktische (allerdings stets editierbare) Wissensquelle für alle Forum-Nutzer fungieren können (vgl. Rybszleger 2014).

<sup>10</sup> In dem vorgeschlagenen Modell (von dem im Rahmen des Beitrags lediglich die wichtigsten Elemente dargestellt werden können) gehe ich, wie bereits zuvor erwähnt, von der Zusammenstellung der Typen der Wissenskonstituierung im Diskurs von Warke (2009: 121) aus.

digitaler Natur) benutzen kann. Es ist besonders in thematischen Online-Communities ersichtlich (bspw. in praxisbezogenen Gemeinschaften oder Interessengemeinschaften), dass es beim Prozess der Konstruktion von Wissen häufig zur Einbeziehung der kollektiven Intelligenz kommt. Je nach Typ und Größe der jeweiligen Online-Gemeinschaft kann das Wissen unterschiedlich konstruiert werden.

- jedes (online) konstruierte Wissen kann dann einer weiteren *argumentativen Aushandlung* unterliegen. Ein solcher Prozess ist allerdings praktisch nie endgültig. Es liegt vor allem daran, dass die handelnden Teilnehmer einer Online-Community sich zu jeder Zeit über weitere (inzwischen aktualisierte, ergänzte bzw. alternative) meist digitale Wissensquellen informieren können, die in weiteren kommunikativen Schritten eventuell in die jeweilige Argumentationsstruktur verwoben werden. Dies führt oft dazu, dass die jeweiligen Wissensbestände neu konstruiert werden müssen (was oft in vielen unterschiedlich großen Online-Gemeinschaften gleichzeitig passiert). In dem Prozess der argumentativen Aushandlung von Wissen (in jeder digital verfügbaren Form) können unter Web 2.0, wie bereits festgestellt, theoretisch alle medialen Akteure teilnehmen, sowohl professionelle (wie Journalisten) als auch professionell-partizipative (partizipative Journalisten, Blogger und/oder andere Netzaktivisten) und schließlich Laien (einfache User). Demnach wäre die argumentative Aushandlung von Wissen (sowie jeglicher Austausch von Informationen, Erfahrungen oder Ansichten) ohne entsprechende *interpersonale Anschlusskommunikation* nicht möglich. Die Folgekommunikation online erfüllt m.E. drei wichtige Aufgaben. Vor allem stellt sie (neben den technisch unterstützten Formen der Informationsfilterung wie Links, Hash-tags oder Trackbags in Foren) einen der wichtigsten Filter der individuellen sozialen Selektion und Aggregation von Informationen dar, was zur bereits erwähnten Verschiebung der Relevanz auf kleinere oder mittlere Öffentlichkeiten (und ihrer eventuellen besseren Distribution) führt: Die im Anschluss kommunizierenden Internetnutzer können Beiträge Anderer (z. B. Online-Artikel, interessante Bilder bzw. Videos oder einfach andere Foreneinträge) lesen, prüfen, verändern und/oder beliebig durch Links ergänzen. Begleitende Gespräche online verhelfen auch alternativen medialen Angeboten (z. B. Blogs oder diversen themenbezogenen Internetauftritten) zu ihrer *medialen Aufwertung*, was zugleich eine neue Perspektive und gemeinsame „Wirklichkeitsdeutung“ (Katzenbach 2008: 114) eröffnet. Schließlich gelten sie als *Kontrollinstanzen*, d. h. themenbezogene (z. B. politisch engagierte) Online-Beiträge von Bloggern, oder anderen Meinungsführern in Sozialen Medien, können bezüglich ihres Inhalts und ihrer Qualität überprüft werden, indem die entsprechende Kommentarfunktion eingeschaltet wird.

- die mehr oder weniger argumentativ ausgehandelten Wissensbestände werden schließlich online *distribuiert*. Dabei kommt es zur besagten Inklusion unterschiedlicher medialer Akteure (von Internetauftritten von großen medialen Anbietern, über ‚mittlere‘ Blogs oder Sites bis zu kleineren persönlichen Öffentlichkeiten), die nicht nur in der Phase der argumentativen Aushandlung, sondern auch durch einfaches Teilen ihre diversen Diskurspositionen verbreiten und präsentieren können (vgl. u. a. soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter). Die Distribution von Wissen im Internet ist darüber hinaus zeitlich und mengenmäßig unbegrenzt.
- auf jeder Etappe der diskursiven Konstituierung von Wissen online kommt es zur *Speicherung von Wissen*. Ich würde im Allgemeinen von zwei groben Typen der digitalen Wissensspeicherung sprechen. Der erste Typ wäre rein technisch, d. h. alle Texte (oft in Form von sich erweiternden Online-Diskussionen), Bilder oder Videos (mit ihren multimodalen Hybriden) werden im Netz, u. a. aus Sicherheitsgründen an mehreren Plätzen, gespeichert (je nach dem medialen Anbieter, der den entsprechenden digitalen Raum zur Verfügung stellt). Der zweite Typ wäre dagegen userabhängig, d. h. v.a. die gegebene Online-Gemeinschaft (seltener individuelle Internetbenutzer) entscheidet in welcher Form und in welchem Umfang bestimmte Inhalte gespeichert werden. Im Falle von geschlossenen Online-Gemeinschaften (sprich: mit registrierten Usern) sind es v.a. allgemein zugängliche Wikis (Online-Enzyklopädien), Tutorien bzw. diverse digitale Wissensrepositorien (Datenbanken).

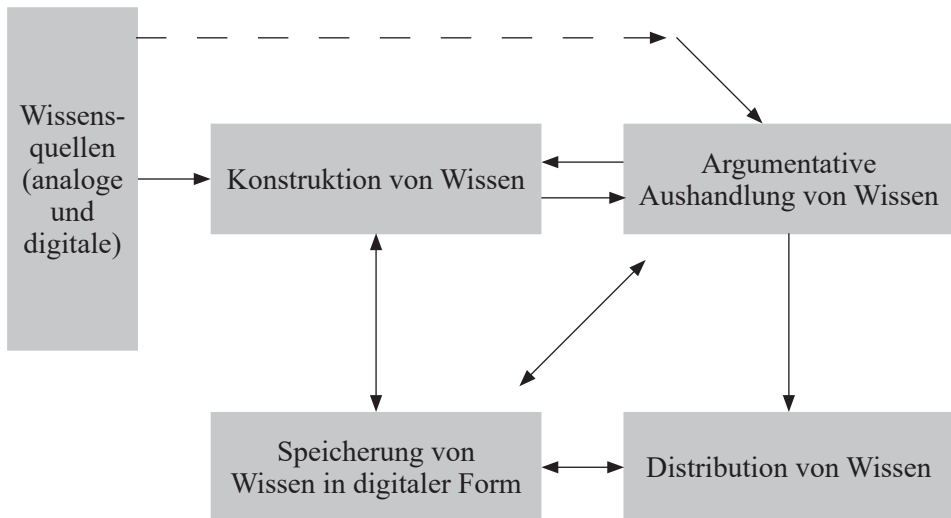


Abb.5 Diskursive Konstituierung von Wissen in onlinebasierten Social Media Plattformen (eigene Darstellung)

## 5. Diskursive Konstituierung von Wissen online – Schlussbemerkungen

In der Online-Umgebung des Web 1.0 konnte man zwar sogar zeitgleich kommunizieren (es existierten bereits Anfang der 1990er Jahre Formen der synchronen Online-Kommunikation wie IRC oder Online-Chats), es fehlte jedoch eine richtige Vernetzung von einzelnen Communities, was eine solche Kommunikation auf einfache flüchtige Encounter-Öffentlichkeiten reduzierte. Solche Öffentlichkeiten standen, zumindest theoretisch, allen Usern zur Verfügung, waren aber nicht auf echte „Synergie oder Akkumulationseffekte“ zurückzuführen, wie sie Gerhards/Neidhardt (1990: 21) in ihrer Theorie der Öffentlichkeitsebenen nannten. Erst die allmähliche Einführung von neuen ‚reziproken‘ Technologien des Web 2.0 begünstigte die „Vernetzung von einzelnen Episoden“ (Katzenbach 2008: 114) in Blogs, sozialmedialen Plattformen oder anderen interaktiven Internetauftritten. Es bedeutet, dass zum einen die bis jetzt flüchtigen Öffentlichkeiten permanenter und sichtbarer werden, und zum anderen, dass die Möglichkeit ihrer Inklusion miteinander sowie mit professionell hergestellten Öffentlichkeiten steigt.

Zum Schluss muss allerdings konstatiert werden, dass der permanente Wissenstransfer online ebenso seine Nachteile hat, denen (trotz mehrerer Versuche) nur sehr schwer entgegenzuwirken ist. Offensichtlich ist es vor allem eine Überfülle von oft überflüssigen (bzw. nur für kurze Zeit aktuellen) Wissensbeständen, die jeden Tag automatisch auf zahlreichen Servern in der ganzen Welt gespeichert werden. Dazu kommen jedoch viel ernsthaftere Gefahren, die sowohl aus den rein technischen Möglichkeiten des Mediums als auch aus den Tätigkeiten mancher Internetbenutzer resultieren. Vor allem lassen sich die bereits existierenden Wissensbestände editieren oder sogar löschen (wenn sie nicht entsprechend abgesichert werden) und der oben genannte Prozess der permanenten Rekontextualisierung führt (besonders online) zu zahlreichen Manipulationen in allen mediatisierten Öffentlichkeiten online, was die häufige Entstehung von eigenen „parallelen“ Wirklichkeiten (oder Wirklichkeitsdeutungen) nach sich ziehen kann (die Namen der geistigen Urheber oder Autoren verlieren dann oft an Bedeutung). Dazu kommen auch zahlreiche Hasskommentare, die besonders hinsichtlich größerer politischer Debatten oder heikler Themenbereiche für unnötige Antagonismen sorgen.

### Literatur

- Alby, Tom (2007): Web 2.0. Konzepte, Anwendungen, Technologien. München.  
Androutsopoulos, Jannis (2014): Moments of sharing: Entextualization and linguistic repertoires in social networking. In: Journal of Pragmatics 73, S. 4-18.



- Androutsopoulos, Jannis/ Weidenhöffer, Jessica (2015): Zuschauer-Engagement auf Twitter: Handlungskategorien der Rezeptionsbegleitenden Kommunikation am Beispiel von #tatort. In: Zeitschrift für angewandte Linguistik 62(1), S. 23-59.
- Bell, Daniel (2010): The coming of post-industrial society. A venture in social forecasting. New York.
- Blommaert, Jan (2008): Bernstein and poetics revisited: voice, globalization and education. In: Discourse & Society 19/4, S. 425-451.
- Bowman, Shayne/ Willis, Chris (2003): We Media – How Audiences Are Shaping the Future of News and Information: [http://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf) (18.10.2015).
- boyd, danah (2010): Social Network Sites as networked publics: affordances, dynamics, and implications. In: Papacharissi, Zizi (Hrsg.): Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites. New York, S. 39-58.
- Bruns, Axel (2007): Prodosage: A Working Definition: <http://produsage.org/prodosage;> (28.09.2015).
- Castells, Manuel (2007): Społeczeństwo sieci. Warszawa.
- Dang-Anh, Mark/ Einspänner, Jessica/Thimm, Caja (2013): Mediatisierung und Medialität in Social Media: Das Diskurssystem „Twitter“. In: Marx, Konstanze/ Schwarz-Friesel, Monika (Hrsg.): Sprache und Kommunikation im technischen Zeitalter. Wie viel Technik (v)erträgt unsere Gesellschaft? Berlin/Boston, S. 68-91.
- Felder, Ekkehard (2010): Semantische Kämpfe außerhalb und innerhalb des Rechts. Der Staat: Vol. 49, No. 4, S. 543-571.
- Fraas, Claudia/ Meier, Stefan/ Pentzold, Christian (2012): Online-Kommunikation: Grundlagen, Praxisfelder und Methoden. München.
- Feilke, Helmuth (2002): Schriftentdeckung – Über den Erwerb von Schrift und Schreibfähigkeit. In: Wende, Waltraud (Hrsg.): Über den Umgang mit der Schrift. Würzburg, S. 116-139.
- Gerhards, Jürgen (1994): Politische Öffentlichkeit. Ein system- und akteurstheoretischer Bestimmungsversuch. In: Neidhardt, Friedhelm (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Opladen, S. 77-105.
- Gerhards, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm (1990): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. Berlin.
- John, Nicholas A. (2013): Sharing and Web 2.0: the Emergence of a Keyword. In: New Media Soc. 15 (2), S. 167-182.
- Kardorff, Ernst von (2008): Virtuelle Netzwerke – neue Formen der Kommunikation und Vergesellschaftung? In: Herbert Willems (Hrsg.): Weltweite Welten. Internet-Figurationen aus wissenssoziologischer Perspektive. Wiesbaden, S. 23-55.
- Katzenbach, Christian (2008): Weblogs und ihre Öffentlichkeiten. Motive und Strukturen der Kommunikation im Web 2.0. München.
- Lazarsfeld, Paul F./ Berelson, Bernard/ Gaudet, Hazel (1944/1968): The People's Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign. New York/London.
- Lindemann, Katrin/ Ruoss, Emanuel/ Weinzinger, Caroline (2014): Dialogizität und sequenzielle Verdichtung in der Forenkommunikation: Editieren als kommunikatives Verfahren. In: Zeitschrift für Angewandte Linguistik 42, S. 223-252.
- Liu, Bing (2011): Web Data Mining. Exploring Hyperlinks, Contents and Usage Data (Second Edition). Heidelberg u. a.
- Marx, Konstanze/ Weidacher, Georg (2014): Internetlinguistik. Ein Lehr- und Arbeitsbuch. Tübingen.

- Neuberger, Christoph/ Langenohl, Susanne/ Nuernbergk, Christian (2014): Social Media und Journalismus. In: [http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Publikationen-Download/Zusammenfassung\\_Studie\\_Social\\_Media\\_und\\_Journalismus\\_final.pdf](http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Publikationen-Download/Zusammenfassung_Studie_Social_Media_und_Journalismus_final.pdf) (25.11.2015).
- O'Reilly, Tim (2005): What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1> (02.09.2015).
- Runkehl, Jens (2012): Vom Web 1.0 zum Web 2.0. In: *Der Deutschunterricht* 6, S. 2-9.
- Scott, Kate (2015): The pragmatics of hashtags: Inference and conversational style on Twitter. In: *Journal of Pragmatics* 81, S. 8-20.
- Rybszleger, Paweł (2014): Soziale Medien als multimodale Communities of Practice. In: Antos, Gerd/ Opiłowski, Roman/ Jarosz, Józef (Hrsg.): *Sprache und Bild im massenmedialen Text. Formen, Funktionen und Perspektiven im deutschen und polnischen Kommunikationsraum.* Wrocław-Dresden, S. 287-298.
- Spitzmüller, Jürgen/ Warnke, Ingo H. (2011): *Diskurslinguistik. Eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse.* Berlin/Boston.
- Tapscott, Don/ Williams, Anthony D. (2010): *Macrowikinomics. Rebooting Business and the World.* New York.
- Warnke, Ingo H. (2009): Die sprachliche Konstituierung von geteiltem Wissen in Diskursen. In: Felder, Ekkehard/ Müller, Marcus (Hrsg.): *Wissen durch Sprache. Theorie, Praxis und Erkenntnisinteresse des Forschungsnetzwerkes „Sprache und Wissen“.* Berlin/New York, S. 113-140.
- Wellman, Barry (2000): Die elektronische Gruppe als soziales Netzwerk. In: Thiedecke, Udo (Hrsg.): *Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen.* Wiesbaden, S. 134-167.

Dr. Paweł Rybszleger  
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza  
Instytut Lingwistyki Stosowanej  
ul. 28 Czerwca 1956 nr 198  
61-485 Poznań  
E-Mail: pawerybs@amu.edu.pl