

Kristina Bedijs (Hildesheim)

Karoline Henriette Heyder (Göttingen)

Sprache und Personen im Web 2.0

On the Internet, nobody knows you're a linguist.¹

Das Web 2.0 etabliert sich derzeit als Forschungsgegenstand verschiedenster Disziplinen. Die Gründe für das große Interesse der Wissenschaft sind vielfältig, und die Zahl möglicher Fragestellungen groß. Die Linguistik beschäftigt sich aktuell insbesondere mit den Veränderungen der Kommunikation, die aus diesem noch recht jungen Teil des Internets resultieren (vgl. z.B. die Beiträge in Siever/Schlobinski 2012). Die Behauptung des (für unseren Kontext abgewandelten) Eingangszitats, im Internet seien alle anonym und die Persönlichkeit der Kommunizierenden spiele keine Rolle, gilt in Zeiten sozialer Netzwerke nicht mehr. Die Konsequenzen, die die jüngeren Entwicklungen für online kommunizierende Personen und die von ihnen verwendete Sprache haben, sind bisher noch kaum untersucht.

Noch bis zu Beginn der 2000er Jahre war das World Wide Web vorrangig ein Massenmedium, das zwar jeder nutzen konnte, der über einen Internetanschluss verfügte, in dem aber das Senden eigener Kommunikationsinhalte denjenigen vorbehalten war, die über weit reichende Kenntnis in Programmiersprachen sowie über Server, auf denen die zu vermittelnden Inhalte bereitgestellt wer-

¹ Vgl. den berühmten Cartoon von Steiner im *New Yorker* von 1993: „On the internet, nobody knows you're a dog“.

den konnten, verfügten. Sieht man von Kommunikationsformen wie E-Mail und Chats ab, in denen vor allem persönliche, zielgerichtete und rückgekoppelte Kommunikation stattfand (und -findet), stellte sich das Internet dieser Zeit recht statisch dar. Für die Veränderung von Seiteninhalten war in der Regel der Betreiber zuständig, eine „Einmischung“ von außen war schon technisch nicht vorgesehen.

Mit der Einführung neuer technischer Standards für die Erstellung von Online-Inhalten änderte sich dieser Zustand radikal – das so genannte Web 2.0 entstand. Gemeint ist mit diesem Schlagwort die Wandlung von starren, einseitig bearbeiteten Inhalten hin zu partizipativen Formen der Kommunikation im Internet: Ohne dass ein umfangreiches EDV-Wissen oder besondere technische Infrastruktur notwendig wäre, kann heute jeder Internetnutzer zahlreiche Möglichkeiten nutzen, um eigenen Content zu generieren, diesen anderen Nutzern zugänglich zu machen und sich mit anderen Nutzern über Inhalte auszutauschen. Brechts Forderung von 1932, die neuen Möglichkeiten der Kommunikationsmedien zu kollektivieren, scheint eingetreten zu sein. Ersetzt man im folgenden Zitat „Rundfunk“ durch „Internet“, so könnte man meinen, er fordere das Web 2.0:

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 verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn auch in Beziehung zu setzen. (Brecht 2008 [1932]: 260)

Web 2.0-Technologie vollzieht genau diesen Schritt vom Distributionskanal zum kommunikativen Medium, in dem jeder Empfänger auch Sender sein kann. Zugleich perpetuiert sich der multimediale Charakter des Internets, der es erlaubt, nicht nur reine

Textdaten bereitzustellen, sondern auch Bild-, Audio-, Video- und gemischte Kommunikationsformen zu übermitteln und durch Hyperlinks zueinander in Beziehung zu stellen.

Aus medienlinguistischer Perspektive bedeutet dies eine Zäsur: Die Formenvielfalt der kommunikativen Möglichkeiten im Web 2.0 lenkt den Blick nicht nur auf neuartige Produkte, sondern auch auf die Frage nach den am Kommunikationsvorgang beteiligten Personen. Hatte man es bei der Untersuchung klassischer Massenmedien und Inhalte des statischen Web 1.0 noch zumeist mit Institutionen (Journalisten, Firmen, Nachrichtenagenturen etc.) auf der Senderseite und einem dispersen Publikum auf der Empfängerseite zu tun, so sind nun diese beiden Seiten klassischer Kommunikationsmodelle nicht mehr klar voneinander abgrenzbar. Auch die Sender sind im Web 2.0 mitunter als dispers zu bezeichnen, nicht mehr weitgehend in Institutionen eingebunden, und geben sich oft auch als Individuum nur ansatzweise zu erkennen.

Dieser soziale Aspekt der neuen medialen Möglichkeiten spiegelt sich in Bezeichnungen wie *Social Media* oder *Social Web*, mit denen die Vermischung von Sendern und Empfängern und die Möglichkeit der massenhaften, weltweiten Vernetzung der Kommunikationsteilnehmer und ihrer Inhalte betont werden. Sie sind neben der eher technisch orientierten Bezeichnung *Web 2.0*, die Knorr (2003) unter Bezugnahme auf Online-Dienste zum ersten Mal nennt, gebräuchlich. Schmidt (2008: 21 f.) spricht sich für die Verwendung von *Social Web* aus, da der von O'Reilly (2005) bevorzugte Begriff *Web 2.0* impliziere, es habe eine radikale Erneuerung des Internets an sich gegeben. Ob die Neuerungen auf technischer Seite einen signifikanten Wandel bedeutet haben, sei dahingestellt. Fest steht, dass die Zugänglichkeit und Verwendbarkeit der Technologie auch für Personen mit geringen EDV-Kenntnissen eine revolutionäre Beteiligung an Produktion und Distribution von Inhalten in Online-Medien mit sich gebracht hat. Die „digitale Revolution“, so

Jenkins (2009), ändere allerdings wenig an den Produktionsbedingungen der Inhalte, vielmehr handle es sich um eine „Konvergenzkultur“, die schon vor den sozialen Medien existiert habe, nur jetzt vermehrt Ausdrucksmöglichkeiten finde. Private Fotos und Videos werden schon lange gemacht, ihre Diffusion beschränkte sich bis vor wenigen Jahren aber auf Fotoalben und heimische Videoabende. Mit der Entwicklung von digitalen Foto- und Videokameras und der Verbreitungsmöglichkeit ihrer Produkte via E-Mail, in sozialen Netzwerken und Sharing-Sites wie Flickr und YouTube ist das potenzielle Publikum der privaten Medien-erzeugnisse nunmehr nur noch durch vom Bereitsteller selbst vorgenommene Sichtbarkeitseinschränkungen begrenzt. Konnten Menschen früher im Nähebereich nur mit Personen kommunizieren, deren Kontaktdaten ihnen bekannt waren, so ist heute auch hier eine Barriere gefallen: Wer ein Blog betreibt, einen Twitter-Account hat oder ein Profil in einem Sozialen Netzwerk pflegt, kann sich damit grundsätzlich an ein unbegrenztes Publikum wenden und von völlig fremden Personen Reaktionen auf die eigenen Inhalte erhalten. Während bei visuellen Medien die gesamte Internetnutzerschaft zum Publikum werden kann, bilden die unterschiedlichen Sprachen und Varietäten bei auditiven und schriftsprachlichen Produkten jedoch Grenzen.

Sprache in Online-Medien zu untersuchen ist bereits eine etablierte Forschungsrichtung, die auf Theorien, Modelle und Methoden insbesondere der Textlinguistik, der Varietätenlinguistik und der Gesprächsforschung zurückgreifen und diese weiterentwickeln kann. Bei der Untersuchung der Sprachverwendung in Social Media – und in gewissem Maße gilt dies auch bereits für den statischen Bereich des Internet – stellt sich jedoch die Frage, ob man es mit einem so andersartigen Untersuchungsgegenstand zu tun hat, dass neue theoretische und methodische Grundlagen geschaffen werden müssen. So wird diskutiert, ob sich Sprache im Internet in

die bekannten Modelle der Mündlichkeits- und Schriftlichkeitsforschung einordnen lässt, beispielsweise ins Schema *code parlé/code écrit* und *code phonique/code graphique* von Söll (1985 [1974]) oder ins Nähe-Distanz-Modell der Kommunikation von Koch und Oesterreicher (u.a. 1985, 2011). Verschiedene Versuche, Internetsprache als eigenen Code in eines dieser Schemata zu integrieren oder neue Modelle zu entwickeln, waren zu Beginn der privaten Internetnutzung zweifellos berechtigt. Inzwischen scheint sich durch die Verbreitung der Internetanschlüsse und die sich ständig erweiternden Möglichkeiten, online zu kommunizieren, die Frage nach einem eigenen Internetcode zu erübrigen, da nunmehr jede aus der „Offline-Welt“ bekannte Kommunikationsform eine Entsprechung im Internet gefunden hat. Man kann daher keine Aussagen über das Nähe-Distanz-Verhältnis oder den Grad der Schriftlichkeit bzw. Mündlichkeit treffen, die für Online-Kommunikation allgemein gültig wären. Im Bereich der Textlinguistik, die sich zunächst bemühte, Eigenschaften von „Internettextsorten“ zu bestimmen, zeigt sich inzwischen, dass jede offline denkbare Textsorte auch im Online-Kontext gesendet werden kann und das Besondere an der Internetkommunikation weniger die Erfindung bestimmter Textsorten ist, sondern die Möglichkeit der beliebigen Kombination der bekannten Textsorten und deren Eigenschaften sowie die permanente und sehr transparente Präsenz von Intertextualität, indem Texte durch Links miteinander vernetzt werden. Das häufig getroffene Postulat von der Internetsprache als eigener Varietät – bei Crystal (2001: 17) als „Netspeak“ bezeichnet – ist aus dieser Perspektive nicht haltbar, da jede Textsorte typische Merkmale aufweist, die nicht für die Online-Kommunikation in ihrer vielfältigen Gesamtheit gelten (vgl. Dürscheid 2003: 5).

Die hieraus resultierende Notwendigkeit, jedes Kommunikat für sich zu betrachten und dessen Eigenschaften zu beschreiben, lenkt den Fokus nicht zuletzt auf die an der Kommunikation beteiligten

Personen. Die Eigenschaften von Sender und Empfänger bestimmen die Verfasstheit der Botschaft mit: Eine Produktbewertung auf den Seiten einer Test-Community ist nicht dasselbe wie ein Test für dasselbe Produkt auf der Seite der Stiftung Warentest. Die Beschreibung eines Hotels wird unterschiedlich ausfallen, je nachdem, ob sie vom Hotelier selbst oder von einem (un-)zufriedenen Kunden stammt. Bei Pinnwandeinträgen unter Freunden auf einem privaten Facebook-Profil stellt sich die Sender- und Empfängerpragmatik ganz anders dar als bei Pinnwandeinträgen von „Social Media Managern“ und „Fans“ auf kommerziellen Facebook-Seiten. Der Stil eines Wikipedia-Artikels weicht unter Umständen deutlich vom Stil der dazugehörigen Diskussionsseite ab. Wichtige Aspekte sind nicht nur die Funktion, die der Sender mit der Botschaft erzielen will, und die Interpretation durch den Rezipienten, sondern auch der Bekanntheitsgrad der Kommunizierenden untereinander sowie die Selbstdarstellung als Personen. Das Internet verbindet im Vergleich zu anderen Medien, etwa Zeitungen, nicht nur wesentlich mehr Personen, die sich nie persönlich begegnet sind. Es schafft auch die Möglichkeit, dass die Kommunizierenden in besonderem Ausmaß selbst entscheiden, was sie über sich preisgeben wollen. Von der absoluten Anonymität, die über den bloßen Inhalt einer Botschaft hinaus nichts über ihren Verfasser erahnen lässt, über die weit verbreitete Pseudonymität, die Nutzern erlaubt, unter Nennung eines anderen Namens zu kommunizieren, bis hin zur umfangreichen Präsentation einer Persönlichkeit gibt es alle Abstufungen. Auch die Strategie, sich in verschiedenen Kommunikationskontexten unterschiedlich offen oder realitätsgetreu zu präsentieren, findet sich im Internet häufig. Die Frage, was diese Vielfalt für die Kommunikation bedeutet, ist nicht nur für Soziologen und Kommunikationswissenschaftler interessant, sondern auch für Linguisten. Insbesondere die Ebene der Pragmatik wird deshalb verstärkt in den Blick genommen:

Welche sprachlichen Mittel verwenden Nutzer des Web 2.0 abhängig von Inhalt, Funktion und Adressat ihrer Botschaft? Wie stellen Nutzer sich selbst als Kommunikationsteilnehmer dar, wie inszenieren sie sich sprachlich? Warum kommt es in sozialen Medien häufig zum Streit, und wie gehen die Teilnehmer damit um? Wie wird die Beziehungsebene in Kommunikation ausgehandelt, bei der die Teilnehmer nicht physisch kopräsent sind, sich häufig nicht persönlich kennen, oft nicht einmal wissen können, ob und wann ihre Botschaft überhaupt rezipiert wird? Wie ist es trotz räumlicher Trennung und Anonymität dennoch möglich, dass in vielen Angeboten des Web 2.0 Freundschaften und Liebesbeziehungen entstehen? Welche sprachlichen Strategien helfen dabei, bestehende Freundschaften aus der „Offline-Welt“ zu pflegen und weiterzuentwickeln?

Derartige Fragestellungen werden nicht nur aus verschiedenen, der Linguistik eng verbundenen wissenschaftlichen Disziplinen wie Soziologie, Psychologie, Kommunikationswissenschaft, Politologie und auch Theologie betrachtet. In einer Zeit, in der die große Mehrheit der Internetnutzer Erfahrung mit sozialen Netzwerken hat, stellen sie sich auch jedem Einzelnen ganz konkret: Laut Branchenverband Bitkom (Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.) sind allein in Deutschland 74 Prozent der Internetnutzer „in mindestens einem sozialen Netzwerk angemeldet; 66 Prozent sind aktive Nutzer“ (Bitkom 2011: 4). Über 22% der Online-Zeit verbringen sie in sozialen Netzwerken; das Bereitstellen und Betrachten von Multimedia-Inhalten liegt mit knapp 9% auf Platz 2, weitere sozial-interaktive Nutzungsweisen wie Instant Messaging und Communities folgen auf den Plätzen 4 und 8 (vgl. Bitkom 2012). Schon die Titel weiterer aktueller, von Bitkom durchgeführter Studien zeigen, wie wichtig die wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Verhalten von Personen im Web 2.0 ist: „Jeder Dritte macht Falschangaben

im Web“, „Community-Mitglieder wählen ihre Online-Freunde bewusst aus“, „Online-Freundschaften werden wie reale behandelt“, „92 Prozent der Jüngeren in sozialen Netzwerken aktiv“, „Rasanter Zuwachs: Ältere entdecken soziale Netzwerke“. Welche Konsequenzen hat die Online-Selbstdarstellung für unsere Kommunikation? Gehen wir verantwortungsbewusst mit unseren persönlichen Daten um? Wie verhalten wir uns gegenüber anderen? Sprechen wir miteinander, als befänden wir uns in einem Raum? Oder sind wir ungehemmt aggressiv und unflätig, weil das Internet uns vor den Gefühlen und Reaktionen der anderen abschirmt?

Die Frage nach den Auswirkungen der im Eingangszitat angedeuteten Möglichkeit, im Internet völlig anonym, als Privatperson, in einer beruflichen Rolle, in einer erfundenen Identität oder in einer Mischung aus vielen Persönlichkeitsfacetten aufzutreten, ist in einigen Wissenschaftsdisziplinen bereits zum Forschungsgegenstand geworden – so analysieren Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Soziologie Selbstpräsentationen in sozialen Netzwerken und daraus resultierende Veränderungen auf die Privatsphäre (vgl. z.B. Livingstone 2008, Papacharissi (ed.) 2011, Pempek/Yermolayeva/Calvert 2009, Robards/Bennett 2011, Strano 2008, Utz 2010). Die Didaktik untersucht Anwendungsmöglichkeiten von Web 2.0 für den Unterricht (vgl. z.B. Albers/Magenheim/Meister (eds.) 2011, Mayrberger/Moser (eds.) 2011). In der Linguistik liegen erste Ergebnisse zu Crowd Translation vor, also der Übersetzung von Online-Angeboten durch die Nutzer selbst in zum Teil wenig verbreitete Sprachen (vgl. Lenihan 2011).

Die Fokussierung auf die am Kommunikationsprozess im Web 2.0 beteiligten Personen und die sprachlichen Veränderungen, die sich aus der Kommunikation im *Social Web* ergeben, waren Thema einer interdisziplinären Tagung an der Georg-August-Universität Göttingen, die im September 2011 von Nachwuchswissenschaftlerinnen der dortigen Theologischen und der Philosophischen

Fakultät ausgerichtet wurde. Der Band von Costanza/Ernst (eds.) 2012 versammelt die Ergebnisse der beiden theologischen Sektionen „Ethik und Personen im Web 2.0“ und „Kirche und Personen im Web 2.0“. Die im Rahmen der linguistischen Sektion diskutierten Beiträge sind Gegenstand des vorliegenden Bandes.

Daniel Gysin untersucht das Kommunikationsverhalten Jugendlicher in sozialen Netzwerken am Beispiel einer Jungengruppe, die im SchülerVZ einen gemeinsamen Ausflug in die Großstadt ankündigt und diesen hinterher multimedial und multimodal inszeniert. Es treten hier jugendtypische sprachliche Strategien in den Vordergrund, die die Gruppenzusammengehörigkeit stärken und andere auf das Erlebte neugierig machen.

Die Sprache im Chat ist Thema des Beitrags von **Daniel Kallweit**. Entgegen der gängigen Annahme, dass für bestimmte online vermittelte Kommunikationsformen völlig neue graphische Darstellungsformen entwickelt wurden, zeigt der Beitrag anhand von Beispielen aus der spanischen Chatsprache auf, dass Personen im Web 2.0 Möglichkeiten zur ökonomischen Darstellung der Schriftsprache nutzen, die mindestens teilweise seit Jahrhunderten auch in anderen Medien existieren.

Renate Lucke untersucht die Dynamiken einer gesellschaftlichen Kontroverse im Web 2.0 anhand der Sarrazin-Auseinandersetzung aus dem Jahr 2010. Der Schwerpunkt ihrer Analyse liegt auf den Remediatisierungen des Diskurses auf der Videoplattform YouTube, wo die Nutzer ihre Meinung anhand von Videoclips inszenieren und dafür Kommentare von anderen erhalten.

Um Streitkommunikation in Webforen geht es im Beitrag von **Christiane Maaß**, die Aspekte des Face Work unter Teilnehmern des Kochrezepte-Forums „chefkoch.de“ untersucht. Sie zeigt, dass in dieser Kommunikationsform Personen sehr schnell aufgrund ihrer Äußerungen einer bestimmten Meinungsfraktion zugeordnet werden und diese Kategorisierung häufig der Auslöser für Miss-

verständnisse und Streit ist. Von besonderem Interesse ist dabei das Sprechen über „Dritte“, die den Kommunikationsprozess verlassen, aber durchaus auch mitverfolgen und mitgestalten können.

Die Inszenierung der eigenen Persönlichkeit und die Kontaktaufnahme zu fremden Personen behandelt der Beitrag von **Konstanze Marx**, die anhand von Online-Partnerbörsen untersucht, wie sich Menschen im Web 2.0 gegenseitig positives Feedback geben und wie sie Verbindlichkeit herstellen, um ihrerseits kontaktiert zu werden.

Maria Stopfner geht der Frage nach, wie im Web 2.0 rechte bzw. extrem rechte politische Identitäten konstruiert werden. Hierfür untersucht sie LeserInnen-Postings, welche im Zusammenhang mit der Vorarlberger Landtagswahl 2009 auf krone.at veröffentlicht wurden. Stopfner arbeitet heraus, dass die BeiträgerInnen bestimmte Schemata nutzen, um ihre Identität zu präsentieren, sich jedoch selten explizit als politische Rechte darstellen.

Verena Thaler untersucht freundschaftliche Kommunikation zwischen einander fremden Menschen im Chat. Die physische Entfernung würde nach den bekannten Kommunikationsmodellen eher distanzsprachliche Mittel bedingen, bewegt die Teilnehmer aber dazu, Handlungen wie Trösten und Streicheln zu verschriftlichen, die sie nur mit sehr vertrauten Personen durchführen würden.

Kathrin Wenz stellt in ihrem Beitrag die textlinguistische Frage, ob private Weblogs eine neue Textsorte bilden und welche Elemente diese ausmachen könnten. Sie zeigt, dass männliche und weibliche Personen unterschiedliche Textfunktionen bevorzugt nutzen, um ihre Leser anzusprechen und ein Bild von sich selbst zu vermitteln.²

² In allen im Folgenden präsentierten Beiträgen wurden aus dem untersuchten Medium entnommene Belege (Chatbeispiele, Auszüge aus Weblogs oder Social-Media-Profilen, Kommentare etc.) grundsätzlich

Die Beiträge eröffnen verschiedenste linguistische Perspektiven zum Thema „Personen im Web 2.0“. Viele der hier angesprochenen Aspekte sind aufgrund der Aktualität der Thematik bisher wissenschaftlich kaum umfassend untersucht. Die aufgezeigten Fragestellungen gilt es in Zukunft auszuweiten und zu vertiefen.

Besonders interessant ist dabei aus Sicht der Herausgeberinnen zu beobachten, inwiefern sich die Kommunikation im Web 2.0 künftig ändern wird. Werden sich bestimmte Kommunikationsformen etablieren oder kommt es erneut zu einem Wandel? Verändern Personen ihren Umgang mit dem Social Web, beispielsweise indem sie die Präsentation ihrer Person weiter reflektieren und steuern? Wie werden User sich sprachlich verhalten, die gleichzeitig auf so verschiedenen Plattformen wie Facebook, Twitter und YouTube kommunizieren? In den kommenden Jahren gilt es, die wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Web 2.0 aus linguistischer Sicht zu intensivieren und somit einen Beitrag zum Verständnis gesellschaftlicher Wandlungsprozesse zu leisten, von denen nicht zuletzt auch die Sprache betroffen ist.

originalgetreu, d.h. ohne orthographische Korrekturen, übernommen. Zur Wahrung der Anonymität und der Persönlichkeitsrechte der Kommunikationsbeteiligten wurden sämtliche Namen und Pseudonyme sowie sonstige Hinweise auf die Identität der beteiligten Personen geändert. Auf eine gendersensitive Schreibweise (z.B. mit Binnen-I) wurde verzichtet, mit der Verwendung des generischen Maskulinums sind grundsätzlich Nutzer und Nutzerinnen, Sprecher und Sprecherinnen usw. gemeint. Wir halten dies im Bereich des Web 2.0 insbesondere für gerechtfertigt, da das Geschlecht der kommunizierenden Person häufig ohnehin nicht eindeutig erkennbar ist.

Literatur

- Albers, Carsten/Magenheim, Johannes/Meister, Dorothee M. (eds.) (2011): *Schule in der digitalen Welt. Medienpädagogische Ansätze und Schulforschungsperspektiven*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bitkom (2011): „Soziale Netzwerke. Zweite, erweiterte Studie. Eine repräsentative Untersuchung zur Nutzung sozialer Netzwerke im Internet.“ Online: <http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Publikation_Soziale_Netzwerke_zweite_Befragung.pdf> (4.5.2012).
- Bitkom (2012): „Internetnutzer verbringen die meiste Zeit in Sozialen Netzwerken.“ Online: <http://www.bitkom.org/de/markt_statistik/64018_71209.aspx> (4.5.2012).
- Brecht, Bertolt (2008 [1932]): „Der Rundfunk als Kommunikationsapparat.“ In: Pias, Claus, et al. (eds.): *Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard*. Stuttgart: DVA, 259-263.
- Costanza, Christina/Ernst, Christina (eds.) (2012): *Personen im Web 2.0. Kommunikationswissenschaftliche, ethische und anthropologische Zugänge zu einer Theologie der Social Media*. Göttingen: Edition Ruprecht.
- Crystal, David (2001): *Language and the internet*. Cambridge u.a.: Cambridge University Press.
- Dürscheid, Christa (2003): „Netzsprache – ein neuer Mythos.“ Online: <www.ds.uzh.ch/lehstuhlduerscheid/docs/netzsprache.pdf> (20.6.2012).
- Jenkins, Henry (2009): „What Happened Before YouTube?“ Online: <http://henryjenkins.org/2008/06/what_happened_before_youtube.html> (3.5.2012).
- Knorr, Eric (2003): „The Year of Web Services“, *CIO* 17 (6) Special Issue: Fast Forward 2010 – The Fate of IT, 90.
- Koch, Peter/Oesterreicher, Wulf (1985): „Sprache der Nähe – Sprache der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte.“ *Romanistisches Jahrbuch* 36, 15-43.

- Koch, Peter/Oesterreicher, Wulf (2011): *Gesprochene Sprache in der Romania. Französisch, Italienisch, Spanisch*. Berlin/New York: De Gruyter.
- Lenihan, Aoife (2011): „Join Our Community of Translators: Language Ideologies and/in Facebook.“ In: Thurlow, Crispin/Mroczek, Kristine (eds.): *Digital Discourse: Language in the New Media*. Oxford u.a.: Oxford University Press, 48-64.
- Livingstone, Sonia (2008): „Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression.“ *New Media & Society* 10 (3), 393-411.
- Mayrberger, Kerstin/Moser, Heinz (eds.) (2011): *Partizipationschancen im Kulturraum Internet nutzen und gestalten – Das Beispiel Web 2.0*. Themenheft *MedienPädagogik – Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung* 21.
- O'Reilly, Tim (2005): „What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.“ Online: <<http://www.oreilly.de/artikel/web20.html>> (10.4.2012).
- Papacharissi, Zizi (ed.) (2011): *A Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*. New York u.a.: Routledge.
- Pempek, Tiffany A./Yermolayeva, Yevdokiya A./Calvert, Sandra L. (2009): „College students' social networking experiences on Facebook.“ *Journal of Applied Developmental Psychology* 30 (3), 227-238.
- Robards, Brady/Bennett, Andy (2011): „MyTribe: Post-subcultural Manifestations of Belonging on Social Network Sites.“ *Sociology* 45, 303-317.
- Schmidt, Jan (2008): „Was ist neu am Social Web? Soziologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen.“ In: Ansgar Zerfaß/Martin Welker/Jan Schmidt (eds.): *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web*. Band 1. Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum. Köln: Halem, 18-40.
- Siever, Torsten/Schlobinski, Peter (eds.) (2012): *Entwicklungen im Web 2.0. Ergebnisse des III. Workshops zur linguistischen Internetforschung*. Frankfurt (Main) u.a.: Lang.
- Söll, Ludwig (³1985 [1974]): *Gesprochenes und geschriebenes Französisch*. Berlin: Schmidt.

- Steiner, Peter (1993): „On the Internet, Nobody Knows You’re a Dog.“ *The New Yorker* 69 (20), 5. Juli 1993. Online: <<http://www.unc.edu/depts/jomc/academics/dri/idog.html>> (20.6.2012).
- Strano, Michele M. (2008): „User Descriptions and Interpretations of Self-Presentation through Facebook Profile Images.“ *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* 2(2). Online: <<http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2008110402&article=1>> (6.9.2012).
- Utz, Sonja (2010): „Show me your friends and I will tell you what type of person you are: How one’s profile, number of friends, and type of friends influence impression formation on social network sites.“ *Journal of Computer-Mediated Communication* 15, 314-335.