



Julian Ausserhofer
Axel Kittenberger
Axel Maireder

Twitterpolitik

Netzwerke und Themen der politischen Twittersphäre in Österreich

Ausgangspunkt & Zielsetzung

Österreichs **politische** Twittersphäre: Wer spricht mit wem? Und worüber?

Politik-Profis und BürgerInnen diskutieren auf Twitter

Immer mehr PolitikerInnen, JournalistInnen, AktivistInnen und Politik-expertInnen nutzen Twitter zur Diskussion innenpolitischer Themen – auch in Österreich. In Twitter reißen sie Neues an, diskutieren aktuelle Entwicklungen und verhandeln ihre Positionen. Die Politik-Profis kommunizieren dabei nicht nur untereinander sondern treten auch mit BürgerInnen - der Zivilgesellschaft - in Kontakt.

Offener, niederschwelliger Austausch bringt neue Netzwerke

In den letzten Jahren hat sich so auf Twitter ein spezifischer innenpolitischer Kommunikationsraum entwickelt, in dem ein relativ offener, niederschwelliger Austausch zwischen unterschiedlichen Gruppen und Akteuren stattfindet. Die aus diesen Verbindungen entstehenden Netzwerke sind in dieser Form neu und zeichnen sich durch hohe Kommunikationsdichte aus.

Echtzeit-One-To-Many-Medium

Hinzu kommt, dass diese Prozesse in einer Zeit passieren, in der das Web und insbesondere Twitter zu einem Echtzeit-One-To-Many-Medium avanciert ist: österreichische ParlamentarierInnen tickern aus dem Untersuchungsausschuss, lose Kollektive kampagnisieren erfolgreich und klassische Nachrichten werden im Social Web verbreitet, kommentiert und korrigiert.

Analyse von Interaktionen, Netzwerken und Themen

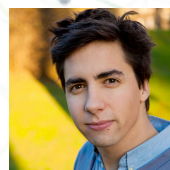
Wir haben die Konversationen der österreichischen politischen Twittersphäre ein halbes Jahr lang beobachtet. Basierend auf den gesammelten Tweets der 374 aktivsten Politik-Twitterer sowie allen Tweets, in denen diese NutzerInnen erwähnt werden, zeichnen wir die Interaktionen zwischen zentralen Akteuren und Gruppen nach und visualisieren deren Diskussionsnetzwerke. Wir zeigen, welche Themen in der politischen Twittersphäre diskutiert werden, welche NutzerInnen in diesen Diskussionen zentral sind, und in welchem Verhältnis die Themensetzung auf Twitter zu jener in den Massenmedien steht.

Transparenz und Zugangsoffenheit politischer Kommunikation?

Neben Einblicken in die konkrete österreichische innenpolitische Twittersphäre interessiert uns, ob Social Media politische Kommunikation transparenter und zugangsoffener machen. Damit schließen wir an die inzwischen fast 20 Jahre alte gesellschaftliche und akademische Frage nach den Einflüsse des Internets auf Demokratie und Gesellschaft an.

Autoren der Studie

Julian
Ausserhofer
(Universität Wien &
FH Joanneum)



Axel
Maireder
(Universität Wien)



Axel
Kittenberger
(Universität Wien)



Kooperationspartner

thegap

SUPER-FI

Social Media Ranking

Zentrale Ergebnisse

Dichtes Netzwerk, offen, hochaktiv, von aktuellen Themen geprägt

Viele Grün-PolitikerInnen, wenig Frauen, hohe Aktivität am Abend

Unter den 374 aktivsten Politik-Twitterern in Österreich, die computerunterstützt identifiziert wurden, sind wenige Frauen: Zwei Drittel der Accounts können Männern zugeordnet werden. Unter den 69 PolitikerInnen und ParteimitarbeiterInnen sind 31 den Grünen zuzurechnen, die auch am besten vernetzt sind. Insbesondere JournalistInnen von Massenmedien werden von vielen NutzerInnen adressiert.

Abends werden NutzerInnen auf Twitter besonders häufig über die Antwortfunktion direkt adressiert, d.h. in den Abend- und Nachtstunden wird Twitter vermehrt zum Dialog bzw. Chat genutzt. Häufig auch parallel zu politischen Fernsehsendungen. Nicht wer viele Follower hat, wird häufig erwähnt, sondern derjenige, der selbst häufig andere anschreibt.

Netzwerke der Twittersphäre: Offen, von Politik-Profis geprägt

Die politische Twittersphäre in Österreich enthält einen umfangreichen, dichten Netzwerk-Kern, der sowohl Politik-Profis als auch BürgerInnen einschließt. Eine klare Trennlinie zwischen dem Netzwerk der Politik-Profis und jenem der Zivilgesellschaft kann nicht ausgemacht werden. Es gibt eine Reihe von NutzerInnen, die diese beiden Netzwerkteile integrieren. Dies ist allen voran der TV-Moderator @arminwolf, aber auch der Blogger und IT-Unternehmer @Helge, der Biomediziner @fatmike182 sowie der Grün-Politiker @michelreimon. Jedoch bilden

professionelle KommunikatorInnen den Kern des Netzwerks: insbesondere JournalistInnen sowie einige PolitikerInnen und Politik-ExpertInnen.

Häufig adressierte NutzerInnen und damit zentrale Knoten im Netzwerk sind die TV-Journalisten @arminwolf, @martinthuer und @thomas_mohr, der Wochenzeitungs-Journalist @florianklenk und der Politikwissenschaftler @HubertSickinger.

Wichtige Themen WKR-Ball & Pelinka, Finanzkrise / Sparpaket ignoriert

Es gibt Themen mit Twitteraffinität und Themen der Innenpolitik, die auf Twitter so gut wie überhaupt keine Rolle spielen. So scheinen auf Twitter kurzlebige Themen und aktuelle, sensationelle Ereignisse stärker auf Widerhall zu stoßen. Politische Aktionen wie die Occupy-Austria-Demonstration oder die Aktionen gegen den Ball des Wiener Korporationsrings (WKR) im Jänner und aktuelle, sensationelle Ereignisse wie das Urteil zur Wiedereinsetzung des Generalstabschef der österreichischen Bundesheeres, Entacher, oder die Affäre rund um die geplante Bestellung von Niko Pelinka zum ORF Büroleiter wurden auf Twitter stark diskutiert.

Diese Themen waren zwar zum Teil auch in den Printmedien präsent, aber „nur“ als ein Thema von vielen. Auf Twitter dagegen haben in den jeweiligen Untersuchungswochen die Themen Niko Pelinka und WKR-Ball die Konversationen dominierend geprägt. Dagegen wurde beispielsweise das Thema „Finanzkrise in Österreich / Sparpaket“ auf Twitter kaum diskutiert.

Inhalt

Kontext & Fragestellungen	4
Forschungsdesign	8
Tweet & Nutzungsstruktur	14
Netzwerke der Twittersphäre	24
Politische Themen & Themennetzwerke	39
Themenvergleich Twitter & Tagespresse	49
Credits	56

Kontext & Fragestellungen

Kontext der Studie I

Twitter & Demokratie: Neue Möglichkeiten zur politischen Artikulation?

Die Potenziale und Herausforderungen des Internet für die Demokratie sind seit Jahren Gegenstand lebhafter akademischer Debatten [1]. Die Vereinfachung des Zugangs zu politischer Information und neue Partizipationsmöglichkeiten sind dabei zentrale Felder der Auseinandersetzung [2]. Dabei stellt sich mittlerweile weniger die Frage, ob das Internet neue Möglichkeiten schafft, sondern ob diese auch genutzt werden.

Wird Politik durch das Internet zugänglicher?

Die zahlreichen Beispiele der Nutzung des Internet durch politische AktivistInnen zur erfolgreichen Thematisierung ihrer Standpunkte in der Öffentlichkeit sowie der Organisation von politischen Aktionen (z.b. #unibrennt 2009 in Wien), werden angeführt, um den positiven Effekt des Netzes zur Belebung politischer Debatten zu argumentieren [3]. Für William H. Dutton ist das Internet neben den drei traditionellen staatlichen Mächten und den Massenmedien nunmehr die „5. Macht“ im Staat, in dem die Kontrolle der EntscheidungsträgerInnen durch die Aktivität von BürgerInnen eine neue Qualität erreicht hat [4]. Andere argumentieren, dass die neuen Artikulationsmöglichkeiten die Zentren der Politik zwar dichter, pluralistischer und zugänglicher gemacht haben, jedoch nur für ohnehin politisch aktive Menschen. Die Masse der weniger interessierten und engagierten BürgerInnen bliebe umso stärker außen vor [5].

Twitter ermöglicht Teilnahme an Diskursen

Politik ist ein offener, weitgehend unstrukturierter sozialer Prozess [6], in dem sich Akteure aus Politik, Journalismus und politischer PR in einer laufenden Diskussion innerhalb einer Arena politischer Kommunikation [7] mit gesellschaftlichen Problemen auseinandersetzen. Soziale Medien ermöglichen einen offenen, niederschweligen Austausch und intensivieren die Beziehung der politischen Akteure zu ihrer Umwelt, eine Veränderung, die für den Journalismus in der Vergangenheit mit Begriffen wie „network journalism“ [8] oder „Gatewatching“ [9] beschrieben wurde. Im Twitter-Kontext spricht Alfred Hermida nun von „ambient journalism“, von Journalismus, dessen vereinzelte Mitteilungen in den vielschichtigen Kommunikationsströmen als Teil von Konversationen wahrgenommen werden. Der Wert von Journalismus für die NutzerInnen entfaltet sich erst durch die Gespräche, die über journalistische Berichterstattung und mit Verweis auf JournalistInnen in Twitter geführt werden [10]. Auch twitternde PolitikerInnen [11] werden mit ihren Mitteilungen dann Teil des „Social Awareness Streams“ [12], wenn sie an den laufenden Konversationen teilnehmen.

Twitter als Verlautbarungsmedium?

Der Mehrheit der PolitikerInnen wird von WissenschaftlerInnen dahingehend jedoch ein schlechtes Zeugnis ausgestellt, zumindest in den Vereinigten Staaten. So konnten Stu-

dien zeigen, dass Tweets von US-Kongressabgeordneten und politischen Institutionen in erster Linie Links zu Nachrichten enthalten, die über die Abgeordneten selbst informieren oder über ihre tagtäglichen Aktivitäten. Twitter wird als verlängerter Arm der Presseabteilung fast ausschließlich als Verlautbarungs- und Selbstpromotionsmedium genutzt und kaum zur Zweiweg-Kommunikation mit BürgerInnen [13].

BürgerInnen beteiligen sich

Auch in Deutschland wird Twitter von ParlamentarierInnen genutzt. So hatten schon vor den letzten deutschen Bundestagswahlen (immerhin) 68 der 612 Abgeordneten einen eigenen Twitter Account, wobei die kleineren Parteien FDP und Grüne am stärksten auf diesen Kanal setzten [14]. Erkenntnisse zum Inhalt der Parlamentarier-Tweets liegen uns zwar nicht vor, aber deutsche Kollegen haben sich angesehen, wie viele deutsche Twitter-NutzerInnen sich vor der Wahl 2009 in irgendeiner Form zu politischen Themen geäußert haben: insgesamt 33048. In einer groben Analyse dieser Tweets zeigt sich, dass TwitternutzerInnen auf politische Ereignisse stark reagieren. Die Gesamtzahl der Tweets jedes Tags korreliert mit den massenmedial kommunizierten, besonderen politischen Ereignissen [15].

Die Beteiligung von Polit-Profis und BürgerInnen an den innenpolitischen Diskursen in Österreich ist eine der zentralen Fragestellungen der vorliegenden Studie.

Zu den Anmerkungen siehe Seite 57

Kontext der Studie II

Twitter-Sphären: Vernetzte Mitteilungen schaffen Öffentlichkeit

Twitter schafft dynamische Interaktionsräume innerhalb von vernetzten Öffentlichkeiten, „networked publics“, die Mimi Ito [16] als „complex networks that are bottom-up, top-down as well as side-to-side, that can be reactors, (re)makers and (re) distributors“, beschreibt. Vernetzte Öffentlichkeiten entstehen durch Kommunikation in Netzwerkmedien im Zusammenspiel von Menschen, Technologie und Praxis und werden von den NutzerInnen als „Gemeinschaften“ im weitesten Sinne erlebt [17]. Strukturell geprägt von miteinander in spezifischen Verbindungen stehenden Kommunikationselementen (z.B. Tweets und die Medienobjekte, auf die sie verweisen) können vernetzte Öffentlichkeiten auch als fluide Interaktionsnetzwerke verstanden werden, die sich im Zusammenspiel der Handlungen einzelner NutzerInnen entwickeln [18].

Unabgeschlossene Kommunikationsräume

Die Organisation dieser Kommunikationsräume ist in Twitter an Individuen gebunden, die dort oftmals persönliche Netzwerke pflegen [19]. Die Kontakte der NutzerInnen (Followees & Following) strukturieren zwar den Informationsfluss und ermöglichen/beschränken bestimmte Kommunikationsformen, die Räume selbst sind jedoch unabgeschlossen. Diese Unabgeschlossenheit prägt die Praxis der Beteiligung an öffentlichen Diskursen. NutzerInnen müssen beim Verfassen von Mitteilungen nicht nur das eigentlich intendierte, sondern auch ein viel größeres, unspezifischeres, potenzielles Publikum mitbedenken [20]. Da

Twitter Konversationen über ein Netzwerk von miteinander in Relationen stehenden Akteuren realisiert, und nicht in – wie auch immer – begrenzten Gruppen und Räumen, können viele Menschen gleichzeitig zu ein und demselben Thema sprechen und diese Gespräche verknüpfen. Dadurch finden sich Nutzer von Konversationen umgeben, an denen sie selbst oftmals gar nicht teilnehmen [21].

Verschwimmende Grenze zwischen Öffentlichkeit und Privatheit

Der Zugang der Nutzer zu diesen Diskursen realisiert sich über „Social Awareness Streams“ [22], individuell zusammengestellte, chronologisch strukturierte und in Echtzeit ablaufende Ströme aus Mitteilungen ihrer ‚Follower‘. Die Streams bestehen aus einer thematisch sehr heterogenen Mischung aus Nachrichten, Alltagsnotizen und Bemerkungen, Fragen und Antworten etc., die privater, semiöffentlicher oder klassisch öffentlicher Natur sein können. Dadurch wird „die Zuordnung von Öffentlichkeit und Relevanz, die wir sonst von medialen Kommunikationsformen kennen“, unterlaufen, wie Christian Katzenbach im Kontext von Blogs, aber hier ebenso passend, anmerkt [23].

Relationen als Bedeutungszuschreibungen

Vernetzte Öffentlichkeiten konstituieren sich also über die Handlungen einzelner Individuen, dem Bereitstellen von Kommunikationselementen (Tweets) und den Relationen, die

zwischen den Accounts und Elementen existieren (Follower/Followee-Netzwerke, Links, Erwähnungen, Hashtags). Diese Relationen lassen sich als Netzwerke abbilden, wie dies von einer Reihe von WissenschaftlerInnen getan wurde und wird. Insbesondere die gegenseitige Adressierung von NutzerInnen war und ist Grundlage für soziale Netzwerkanalysen [24]. Dabei wird davon ausgegangen, dass die Erwähnungen von anderen NutzerInnen in einem Tweet, sei es im Sinne einer direkten Adressierung, als inhaltlicher Verweis oder als Quellenangabe, einer bedeutsamen sozialen Interaktion entspricht. Durch die Analyse der Relationen zwischen NutzerInnen und der daraus entstehenden Netzwerke, lassen sich demnach die Bedeutungszuschreibungen zwischen NutzerInnen identifizieren.

Beitrag zum Verständnis von vernetzten Öffentlichkeiten

Noch steht die Sozialwissenschaft bei der Erklärung von Dynamiken durch die Verschränkung der individuellen Handlungen relativ am Anfang. Dynamiken, die sich im Zusammenhang zwischen der Mikroebene der individuellen Äußerung über Welt und Alltag und der Makro-Ebene der Herausbildung größerer Öffentlichkeiten ergeben [25]. Unsere Studie will einen Beitrag zum besseren Verständnis von vernetzten Öffentlichkeiten an einem konkreten Beispiel, der innenpolitischen Twittersphäre in Österreich, leisten.

Zu den Anmerkungen siehe Seite 57

Fragestellungen

Fragen nach Nutzungs- & Tweetstrukturen, Netzwerken, Themen und Themennetzwerken, und der Agenda auf Twitter vs. Presse/TV

Tweet- und Nutzungsstruktur

Welche NutzerInnen und -gruppen diskutieren zu innenpolitischen Themen auf Twitter?

Welche Interaktionsstrukturen weisen die Tweets auf, die sie absetzen?

Zu welchen Zeitpunkten sind die NutzerInnen in welcher Form aktiv?

Netzwerke der Twittersphäre

Wer sind die zentralen Akteure in den Diskussionen der österreichischen Twittersphäre?

Wodurch zeichnen sich diese zentralen Akteure aus?

Gibt es spezifische Teil-Netzwerke innerhalb der politischen Twittersphäre?

Wie interagieren JournalistInnen, PolitikerInnen und ExpertInnen untereinander?

Wie stark kommunizieren professionelle Akteure mit BürgerInnen?

Themen & Themennetzwerke

Wie stark wird in der Twittersphäre über Innenpolitik diskutiert?

Welche (innenpolitischen) Themen sind für die Diskussion der Twittersphäre relevant?

NutzerInnen welcher Kategorien beteiligen sich an bestimmten Themen?

Welche Akteure sind zentral für die Diskussionen rund um bestimmte Themen?

Können spezifische Themennetzwerke identifiziert werden und wie setzen sich diese zusammen?

Agenda auf Twitter vs. Themen in den Massenmedien

Welches Verhältnis gibt es zwischen den Themen, die auf Twitter diskutiert werden, und der Berichterstattung in der österreichischen Tagespresse?

Gibt es reine Twitter-Themen, gibt es Themen, die auf Twitter ignoriert werden?

Forschungsdesign

Forschungsdesign

Forschungsprozess

Datenerhebung

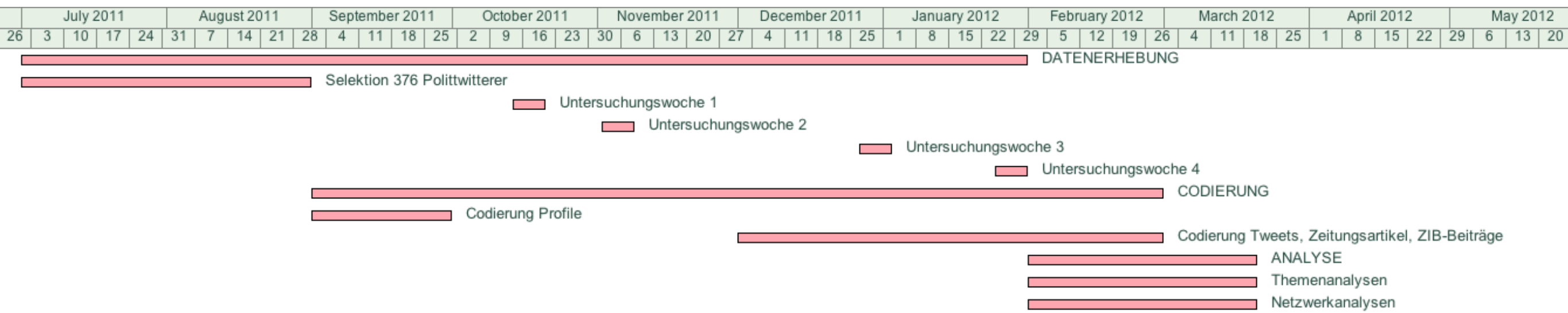
Die Datenerhebung erfolgte in mehreren Etappen: Zunächst stellten wir eine Liste von 374 österreichischen TwitternutzerInnen zusammen, die sich über einen Zeitraum von drei Monaten mehrfach zu innenpolitischen Themen geäußert hatten, über zumindest 100 Followers verfügten und von anderen TwitternutzerInnen gelistet wurden. Mit einem eigens für diesen Zweck geschriebenen Programm zeichneten wir über vier Monate hinweg alle Tweets auf, die die 374 NutzerInnen absendeten, sowie alle Tweets, in denen sie erwähnt wurden. Aus jedem der vier Monate zogen wir eine Stichprobe: Wir extrahierten die Tweets von je 7 aufeinander folgenden Tagen.

Kodierung

Über Twitters Programmier-Schnittstelle (API: Application Programming Interface“) wurden weiters die Profildaten der 374 NutzerInnen abgefragt. Auf Grundlage dieser Informationen teilten wir sie in vier Berufsgruppen (PolitikerInnen, JournalistInnen, ExpertInnen sowie BürgerInnen) ein und kodierten das (vermeintliche) Geschlecht. Auch wurde jeder der insgesamt 145.356 Tweets unserer Stichprobe manuell einem zuvor definierten innenpolitischen Themenkomplex zugeordnet: Jeder einzelne aufgezeichnete Tweet wurde entweder als „keine Innenpolitik“ klassifiziert oder einem von 12 Themen wie „Bildungspolitik“, „Korruptionsaffären“ oder „Faymanns Social Media Strategie“ zugewiesen. Nach dem gleichen Schema erfassten wir die in dieser Zeit erschienenen 1375 innenpolitischen Artikel der sechs grössten österreichischen Tageszeitungen.

Analyse

Das reichhaltige, nunmehr kodierte Datenmaterial bildete die Grundlage für unterschiedliche quantitative Analysen, deren Ergebnisse wir auf den folgenden Seiten präsentieren. Einerseits wurden zahlreiche Berechnungen zur Sphäre der österreichischen Polittwitterer durchgeführt und deren Struktur und Aktivitäten analysiert. Andererseits wurden auf Grundlage der Kommunikation detaillierte Netzwerke erstellt, die zeigen, welche NutzerInnen miteinander im Austausch stehen und zu welchen Themen sie sich unterhalten. Schließlich vergleichen wir die Berichterstattung in Fernsehen und Zeitung mit dem Themenaufkommen auf Twitter.



Forschungsdesign: Methodologie

Methoden der **Twitterforschung**, **Mapping** von Online-Öffentlichkeiten

Die vorliegende Arbeit war aus methodischer Perspektive eine Herausforderung. Schließlich können die analogen Methoden, die zur Erforschung interpersonalen oder Massenkommunikation entwickelt wurden, nicht einfach auf das Web und seine differenzierten Kommunikationspraktiken übertragen werden. Richard Rogers plädiert dafür, nicht mehr allein digitalisierte Methoden (wie zum Beispiel Online-Fragebögen) zur Erforschung des Netzes anzuwenden, sondern sich auf nativ digitale Methoden zu konzentrieren. Zeitgenössische Internetforschung müsse das Netz dazu verwenden, kulturellen Wandel und gesellschaftliche Gegebenheiten zu diagnostizieren [26].

Dieser angestoßene Paradigmenwechsel in der Internetforschung impliziert das Internet weniger als Objekt zu verstehen, sondern als Vielzahl von Akteuren. Rogers steht damit in der Tradition der Akteur-Netzwerk-Theorie und objektorientierten Soziologie [27]. Das Internet ist bevölkert von zahlreichen (digitalen) Akteuren wie Hyperlinks, Threads, Tags, PageRanks, Bots oder Kommentaren, die untereinander und mit Menschen interagieren. Twitter mit seinen zahlreichen Akteuren stellt hier keine Ausnahme dar. Nicht mit digitalisierten, sondern mit digitalen Methoden können diese (oft instabilen und ephemeren) Agenten beobachtet, aufgezeichnet und so auf ihre Relevanz hin studiert werden.

Die Struktur und Eigenschaften des Microbloggingdienstes (offenes API, simpel strukturiertes Social Network von nicht-

reziproken Verbindungen, beschränkte Größe der Kommunikationsinhalte, etc.) erleichtern den Zugang und die für generalisierbare Aussagen wichtige Schematisierung. Auch wenn sich Twitter als offener Dienst präsentiert, der grundsätzlich jedem Interessierten eine tiefergehende Auseinandersetzung ermöglicht, muss angemerkt werden, dass nicht völlig frei auf die Daten des Dienstes zugegriffen werden kann. Weite Teile der akademischen Forschung können nur auf Teildaten zurückgreifen, die sie über Umwege erheben. Eine zusätzliche Erschwernis ist durch den Umstand gegeben, dass Twitter in der Vergangenheit mehrmals die Nutzungsbedingungen oder den Zugang zum API verändert hat.

Ein zentrales Problem der Erforschung von Twitter ist das vollständige Fehlen einer standardisierten Methodologie, was mit dem jungen Alter des Dienstes zusammenhängt. Zwar bilden sich langsam Forschungstraditionen heraus, derzeit beinhaltet fast jedes Forschungsprojekt, das sich mit Twitter auseinandersetzt, zugleich eine explorative Methodenfindungsphase.

Eine Forschungstradition, in der sich auch die vorliegende Arbeit sieht, ist die Visualisierung von Online-Öffentlichkeiten, die u.a. von Axel Bruns und KollegInnen in Australien geprägt wurde. Die Forschungen rund um ihr Mapping Online Publics Projekt konzentrieren sich auf die Verortungen und Netzwerkanalyse diverser Öffentlichkeitssphären im Netz. Es handelt sich um eine nicht-reaktive Form der Datenerhebung, bei der

computerunterstützt Kommunikationsinhalte aufgezeichnet und Akteure identifiziert und ihre Beziehungen untereinander analysiert werden. Erst durch die Aufzeichnung von z.B. Tweets mithilfe einer Software werden sie zum Forschungsgegenstand.

Dass die beschriebenen computergestützten Erhebungen und Analysen nicht ohne Einschränkungen in der Datenqualität funktionieren, ist evident. Zwei Kritikpunkte sollen kurz angesprochen werden: Das Tracken von Hashtags oder Keywords etwa, das einer Vielzahl von wissenschaftlichen Studien [29] zugrunde liegt, schließt alle Tweets aus, die keinen Hashtag beinhalten. Zahlreiche anlassbezogene Tweets enthalten keinen Hashtag, da vielen Twitternutzern das Konzept dahinter gar nicht bekannt ist. Auch das Mappen mithilfe von Webcrawlern wirft einige methodische Probleme auf: Nicht alle Links, denen Crawler folgen sind gleichwertig. Die meisten Link Crawler machen nichts anderes als den Links zu folgen, man kann keine zeitlichen oder geografischen Restriktionen setzen. Deshalb kommt es schon nach wenigen Crawls zu einer beschränkten Qualität der Daten.

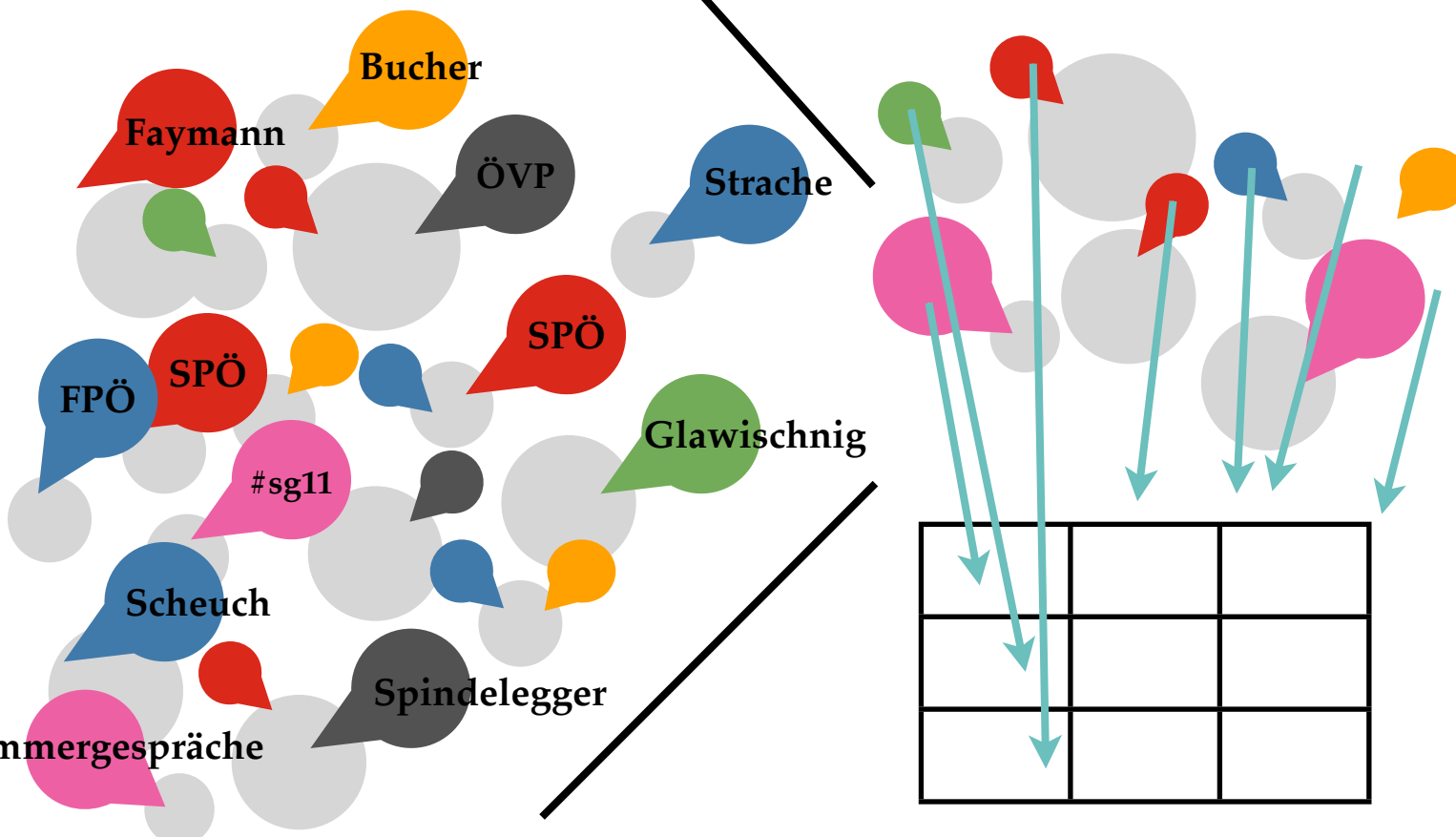
Der Mappingtradition von Onlineöffentlichkeiten und deren Einschränkungen bewusst, haben wir für die Analyse der österreichischen innenpolitischen Twittersphäre ein mehrphasiges Forschungsdesign gewählt, das im folgenden dargestellt wird.

Zu den Anmerkungen siehe Seite 57

Forschungsdesign: Phase 1

Datenerhebung: Zuerst zentrale User identifiziert, dann ihre Tweets aufgezeichnet

Auswahl der 374 Politik-Twitterer



Von 01.07.11 bis 31.08.2011 zeichnen wir mithilfe der Software yourTwapperKeeper alle Tweets auf, die Eigennamen und Hashtags zur österreichischen Innenpolitik erwähnten. Unter diesen Schlüsselwörtern waren beispielsweise: spoe, oevp, fpoe, bzoe, Faymann, Spindelegger, Glawischnig, Kickl, Häupl. Mithilfe der gesammelten Tweets bildeten wir eine Liste all jener 1657 NutzerInnen, die diese innenpolitischen Keywords erwähnt hatten. Von diesen fragten wir anschließend per Twitter-API öffentliche Metainformationen ab, mit dem Ziel diese Liste noch weiter zu filtern.

In die gefilterte Liste wurde aufgenommen, wer über mehr als 100 Followers verfügte, über unterschiedliche politische Themen oder Personen getwittert hatte (also viele Keywords getroffen hatte) sowie häufig von anderen NutzerInnen auf Twitter gelistet wurde. Offensichtliche Spam-Accounts und NutzerInnen, die angaben, im Ausland zu leben, wurden manuell aussortiert. Das Ergebnis dieses Auswahlprozesses: 374 österreichische Politik-Twitterer aus verschiedenen Berufsgruppen.

Wir entwickelten ein eigenes Programm, das über die API von Twitter über vier Monate hinweg alle Tweets aufzeichnete, die diese 374 NutzerInnen absendeten, weiters alle Tweets, in denen diese erwähnt wurden. Aus jedem der vier Monate zogen wir schließlich eine Stichprobe: Zu diesem Zweck extrahierten wir die Tweets von je sieben aufeinanderfolgenden Tagen:

Woche 1: 14.-20. Oktober 2011: 33.721 Tweets

Woche 2: 2.-8. November 2011: 35.810 Tweets

Woche 3: 27. Dezember 2011 - 2. Jänner 2012: 28.618 Tweets

Woche 4: 25.-31. Jänner 2012: 47.207 Tweets

Forschungsmethode: Phase 2

Datenkodierung: Zuordnung von 145.356 Tweets zu politischen Themen

Studentische MitarbeiterInnen ordneten 145.356 Tweets manuell zwölf verschiedenen Themenbereichen zu:

Nach dem gleichen Schema erfassten wir die in dieser Zeit erschienenen 1.375 innenpolitischen Artikel der sechs auflagenstärksten österreichischen Tageszeitungen (Kronen Zeitung, Heute, Österreich, Kleine Zeitung, Kurier, Der Standard; Quelle: Media-Analyse 2011)

Auch die Beiträge in ORF-Nachrichtensendungen wurden mithilfe des APA-OnlineManagers entsprechend registriert.

Bildungspolitik: Studiengebühren, Bildungsvolksbegehren u.a.

Protestbewegung Occupy, #Epizentrum: Demonstration am 15. Oktober 2011 und Hausbesetzung in der Lindengasse in Wien

Korruptionsaffären: Korruptionsfälle rund um die Regierung Schüssel, inkl. Untersuchungsausschuss

Medienskandale SPÖ: SPÖ-Inseratenaffäre & Bestellung von Niko Pelinka zum ORF Büroleiter

Faymann Social Media: Facebook & Twitter-Strategie des Bundeskanzlers; ohne #csifailmann

Finanzkrise & Sparpaket: Auswirkungen der Eurokrise auf Österreich und Diskussion rund ums Sparpaket

Innenpolitik andere: Alle innenpolitischen Themen, die nicht durch andere abgedeckt sind

Wochenspezifische Themen

Woche 1: Metaller-Lohnverhandlungen

Woche 2: Entacher Wiedereinsetzung

Woche 3: Neujahrsrede Bundespräsident

Woche 4/1: WKR Ball

Woche 4/2: ACTA

Die Profile der 374 Politik-Twitterer wurden per Twitter-API ausgelesen und die NutzerInnen in Kategorien eingeteilt:

ExpertInnen

Andere politische Akteure, die keine PolitikerInnen oder keine JournalistInnen sind, aber sich beruflich mit Politik beschäftigen, etwa: Politik-BeraterInnen, LobbyistInnen, NGOs, AktivistInnen, PolitologInnen

BürgerInnen

NutzerInnen, die sich zu politischen Themen äußern, aber nicht professionell im Feld Politik tätig sind. Auch: BloggerInnen, Nicht-Innenpolitik-JournalistInnen, Social-Media-BeraterInnen, etc.

Partei (bei PolitikerInnen)

SPÖ / ÖVP / FPÖ / Grüne / BZÖ / Sonstige

Geschlecht

Männlich / Weiblich / Institution / Unbekannt

Klarnamenverwendung

Nein, wenn kein voller Name (Vor- und Nachname) angegeben wurde oder es sich offensichtlich um ein Pseudonym handelt.

Analyse auf Basis des Profils und der Profilbeschreibung. Indikatoren: Name, Beschreibung, Bild, Ort, URL. Bei klarer Namensangabe und Fehlen einer aussagekräftigen Beschreibung wurde eine weitergehende Recherche durchgeführt.

Beruf / Rolle in der Politik

PolitikerInnen

Aktive oder ehemalige MandatarInnen einer Volksvertretung jeder Stufe / Personen, die sich zu einem Engagement in einer politischen Partei bekennen / MitarbeiterInnen von politischen Parteien oder MandatarInnen

JournalistInnen

Professionelle KommunikatorInnen, die für ein Medienunternehmen innenpolitische Informationen recherchieren und über Massenmedien verbreiten (also ausschließlich Innenpolitik-JournalistInnen)

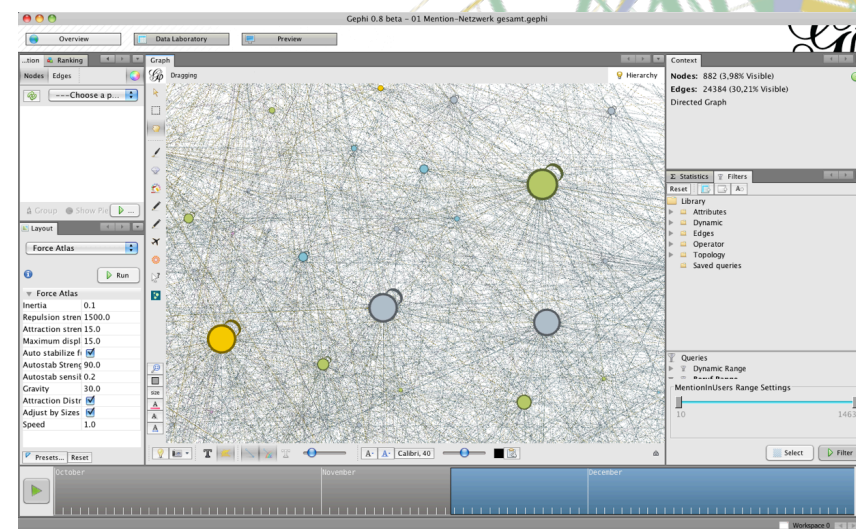
Forschungsmethode: Phase 3

Analyse: Auswertungen mit SPSS & Excel Netzwerkvisualisierungen mit Gephi

Datenerhebung und -kodierung, die zwischen Juli 2011 und Februar 2012 stattfanden, hatten eine große Menge an strukturierten Daten produziert, die es in der Folge auszuwerten galt.

Zur Datenaufbereitung verwendeten wir Javascript. Die quantitativen Analysen und Diagramme wurden mit Excel und SPSS durchgeführt. Für die Produktion der Netzwerke wurde die Software Gephi herangezogen. Gephi ist eine interaktive Visualisierungsplattform, mithilfe derer große strukturierte Datenmengen erforscht werden können. Das Programm ist als Open Source verfügbar. Als Visualisierungsalgorithmus für alle Grafiken verwendeten wir den Standard „Force Atlas“.

Die Diagramme und Statistiken ergänzen sich mit den Netzwerkvisualisierungen und sind als Ganzes zu lesen. Erst durch die Kombination dieser zwei Analysemethoden werden Zusammenhänge evident, die zuvor nicht offensichtlich waren.



Screenshot des Programms Gephi zur Analyse und Visualisierung von Netzwerken.

Tweet- und Nutzungsstruktur

Tweet- & Nutzungsstruktur: zentrale Ergebnisse

Starke **Interaktionsorientierung;** **Männer & Grüne** überrepräsentiert

Wenige PolitikerInnen, viele BürgerInnen

Von den 374 NutzerInnen, die sich in der Vorerhebungspause als die politisch aktivsten gezeigt haben und ausgewählt wurden, haben mehr als die Hälfte keinen erkennbaren politischen Hintergrund. In der österreichischen Twittersphäre spielen „BürgerInnen“ eine zentrale Rolle. PolitikerInnen sind insgesamt sehr schwach vertreten, nur sehr wenige österreichische PolitikerInnen haben überhaupt einen Twitter-Account.

Überrepräsentation von Männern & MitarbeiterInnen kleiner Parteien

Ein massiv ungleiches Geschlechterverhältnis bei den NutzerInnen in unserem Sample und eine die starke Überrepräsentation kleiner Parteien bei den PolitikerInnen sind die auffälligsten Ergebnisse der Kodierung unserer NutzerInnen-Stichprobe nach Berufskategorien und Geschlecht. Die Überproportionalität von Männern entspricht jedenfalls anderen einschlägigen Beobachtungen von Twitter [30] und mag je nach Perspektive mit Technologieaffinität, stärkerem politischem Interesse,

Sendungsbewusstsein oder den allgemeinen gesellschaftlichen Machtstrukturen zu erklären sein. Die starke Präsenz der Grünen ist wohl zum Teil auf die Technologieaffinität ihrer Zielgruppe und der handelnden Personen als auch der verhältnismäßig flachen Parteihierarchie zurückzuführen. Die ebenfalls auffällige Überrepräsentation des BZÖ ist möglicherweise der Notwendigkeit kleinerer Parteien geschuldet, zu versuchen, sich über unterschiedliche Kanäle Gehör zu verschaffen. Die Ergebnisse decken sich jedenfalls mit einer Erhebung aus Deutschland im Jahr 2009 [31], in der sich die kleineren Parteien Grüne und FDP im Verhältnis zu den Großen ebenso überrepräsentiert zeigten. In den Netzwerkanalysen (ab Seite 24) wird sich auch zeigen, dass die Grünen nicht nur die mit Abstand meisten PolitikerInnen in der politischen Twittersphäre stellen, sondern, mit Ausnahme von @stefan_petzner (BZÖ), auch die einzigen PolitikerInnen sind, die für die innenpolitischen Twitterdiskurse zentral sind.

Im Gespräch ist, wer sich einmischt

Die ausgewählten NutzerInnen verwenden Twitter nicht nur als Informationskanal, sondern tauschen sich intensiv mit anderen NutzerInnen aus. Dies zeigt unter anderem der

hohe Anteil an direkten Adressierungen an der Gesamtzahl der Tweets. Es finden auf Twitter tatsächlich vielfach Diskussionen statt, dies zeigt u.a. die starke positive Korrelation zwischen Adressierungen durch und Erwähnungen von einem/r NutzerIn. Viele dieser Diskussionen finden in den Abend- und Nachtstunden statt, wenn die Politik-Profis etwas mehr Zeit finden um einander zu antworten. Im Gegensatz dazu zeigt sich, dass die Anzahl der Followers einen geringen Einfluss auf die Anzahl der Erwähnungen eines/r Nutzers/in hat. Nicht die Followerszahl ist wichtig, um im Gespräch zu sein, sondern die Partizipation an den Konversationen selbst.

Das Verhältnis zwischen Adressierungen und Erwähnungen ist bei JournalistInnen am wenigsten ausgeglichen. Ein Umstand, der nicht verwundert, da von JournalistInnen getwitterte Nachrichten gerne weitergeleitet werden. Bei Politik-ExpertInnen und AktivistInnen, für die JournalistInnen und PolitikerInnen eine primäre Dialoggruppe ihrer Arbeit darstellen, ist das Verhältnis ausgeglichener: Diese schreiben andere NutzerInnen viel stärker an, um sich ins Gespräch zu bringen.

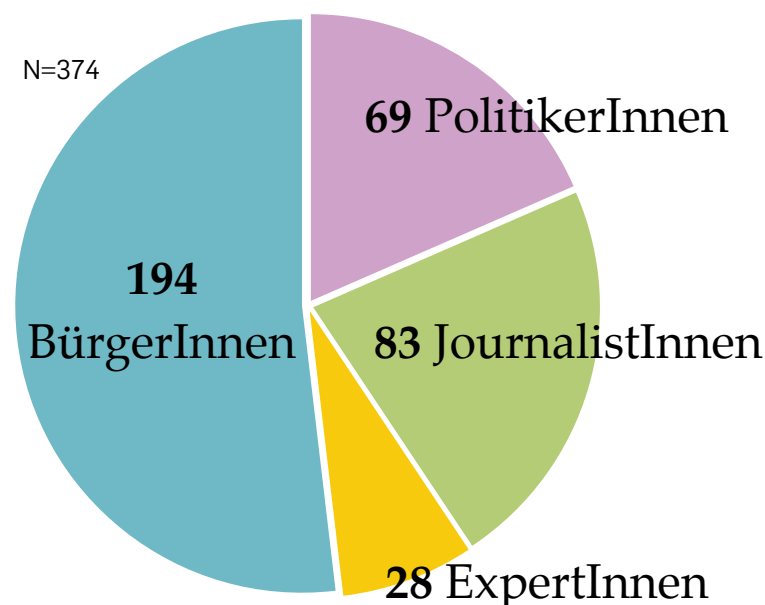
Von 374 NutzerInnen: **180 Polit-Profis**, 194 BürgerInnen zwei Drittel Männer, viele **Grüne**

Berufskategorien und Geschlecht
der 374 NutzerInnen in der Analyse sowie
Parteizugehörigkeit der twitternden
PolitikerInnen laut Nutzerprofilen

Zuordnung zu **professioneller Rolle** in politischen Kommunikationsprozessen

Analyse auf Basis des Profils und der
Profilbeschreibung. Indikatoren: Name,
Beschreibung, Bild, Ort, URL. Bei klarer
Namensangabe und Fehlen einer aussagekräftigen
Beschreibung wurde eine weitergehende
Recherche durchgeführt.

Stand: Oktober 2011



PolitikerInnen

Aktive oder ehemalige MandatarInnen einer
Volksvertretung jeder Stufe / Personen, die
sich zu einem Engagement in einer
politischen Partei bekennen /
MitarbeiterInnen von politischen Parteien
oder MandatarInnen

JournalistInnen

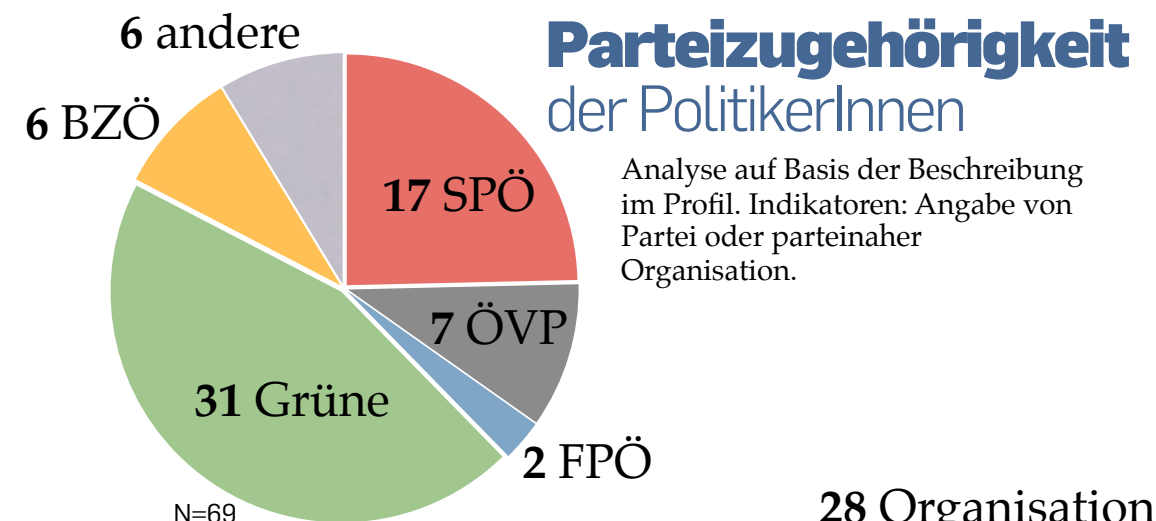
Professionelle KommunikatorInnen, die für
ein Medienunternehmen innenpolitische
Informationen recherchieren und über
Massenmedien verbreiten (also
ausschließlich Innenpolitik-JournalistInnen)

ExpertInnen

Andere politische Akteure, die keine
PolitikerInnen oder keine JournalistInnen
sind, aber sich beruflich mit Politik
beschäftigen, etwa: Politik-BeraterInnen,
LobbyistInnen, NGOs, AktivistInnen,
PolitologInnen

BürgerInnen

NutzerInnen, die sich zu politischen
Themen äußern, aber nicht professionell im
Feld Politik tätig sind. Auch: BloggerInnen,
Nicht-Innenpolitik-JournalistInnen, Social-
Media-BeraterInnen, etc.

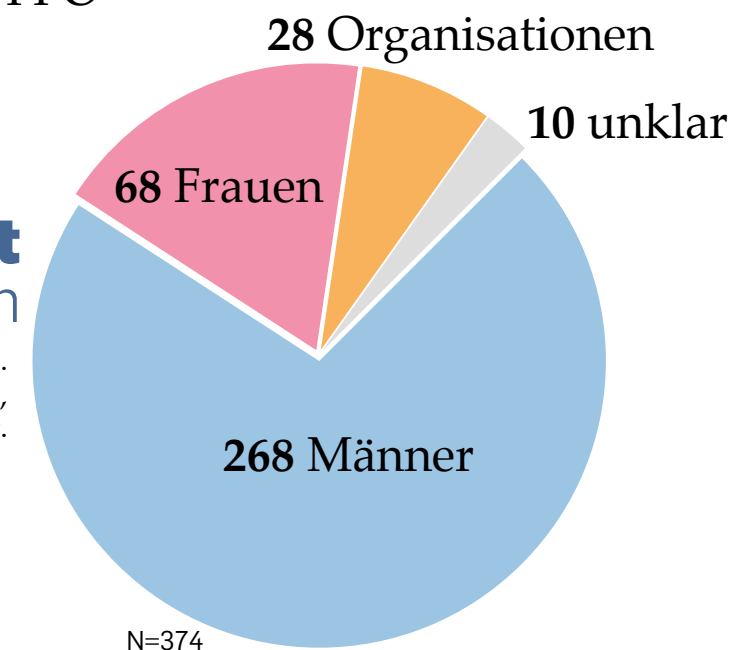


Parteizugehörigkeit der PolitikerInnen

Analyse auf Basis der Beschreibung
im Profil. Indikatoren: Angabe von
Partei oder parteinaher
Organisation.

Geschlecht der NutzerInnen

Analyse auf Basis des Profils.
Indikatoren: Vorname, Foto,
Beschreibung.

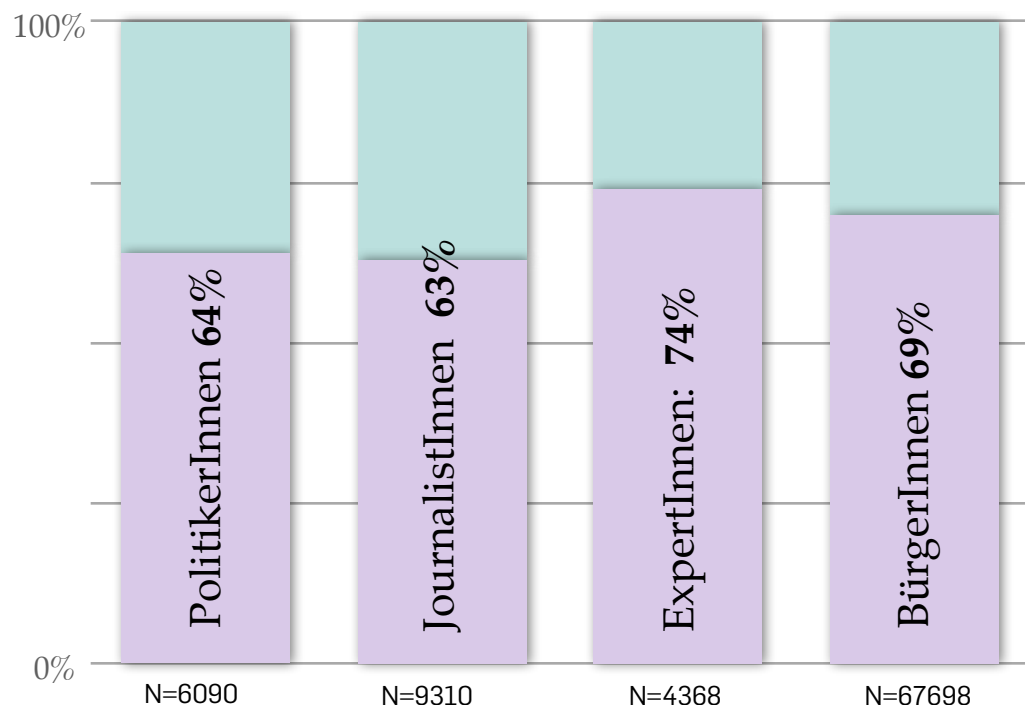


Tweetstruktur: Hoher Anteil an Adressierungen, **viele Interaktionen**

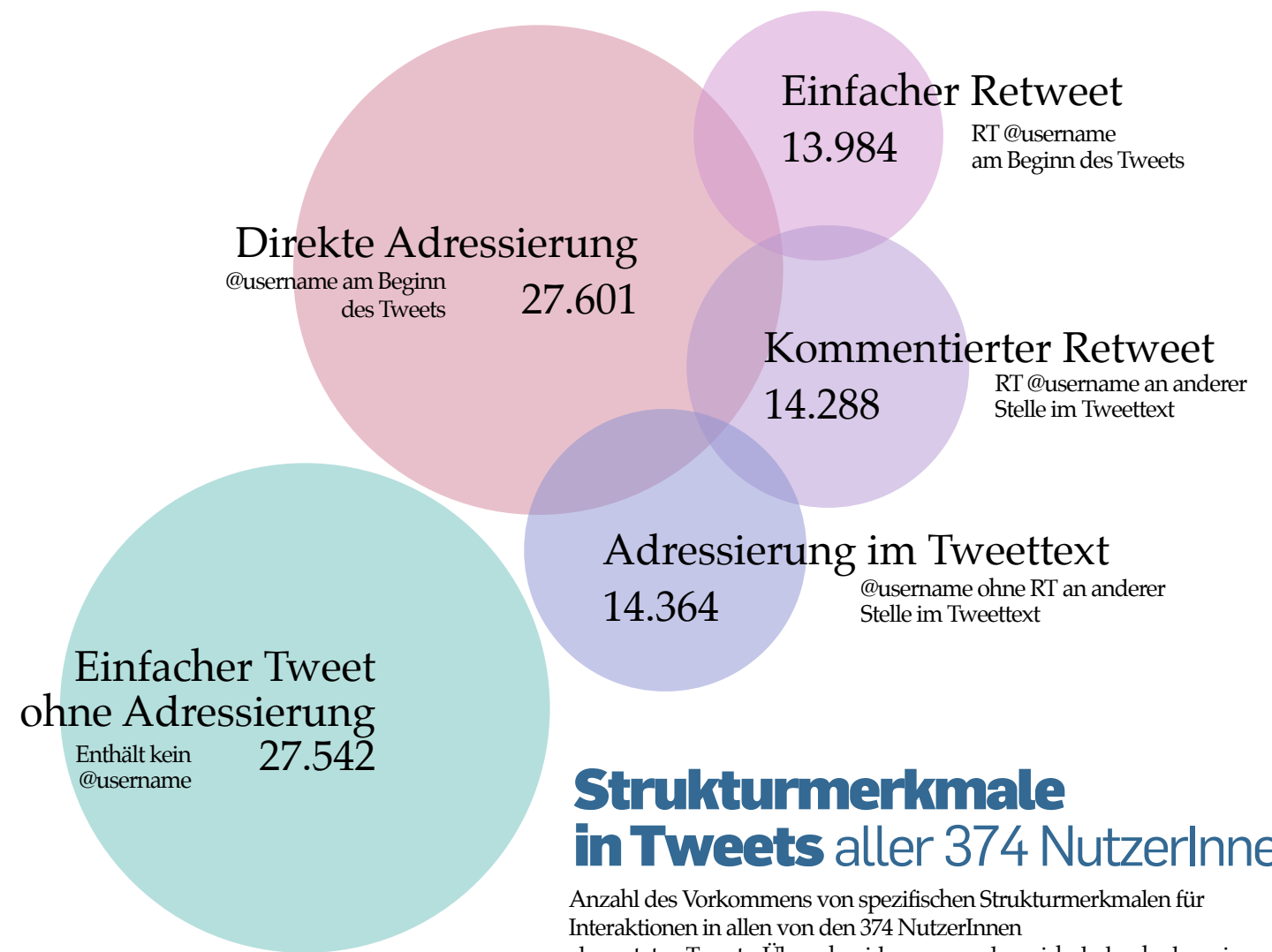
Ein großer Teil der Tweets, die von den 374 NutzerInnen in unserer Studie gesendet wurden, enthalten irgendeine Form von Adressierung. Dies ist ein guter Indikator für eine hohe Interaktionsorientierung der politischen Twittersphäre. Dies gilt für alle Nutzerkategorien, wobei Tweets von BürgerInnen und ExpertInnen noch häufiger Adressierungen enthalten als jene von JournalistInnen und PolitikerInnen.

Anteil Tweets mit Adressierung nach Nutzerkategorien

Anteil der Tweets mit Adressierung (Vorkommen von @username) an allen Tweets der NutzerInnen in den Kategorien



Struktur der 87.466 von den 374 NutzerInnen gesendeten Tweets



Strukturmerkmale in Tweets aller 374 NutzerInnen

Anzahl des Vorkommens von spezifischen Strukturmerkmalen für Interaktionen in allen von den 374 NutzerInnen abgesetzten Tweets. Überschneidungen ergeben sich dadurch, dass ein Tweet mehrere Strukturmerkmale aufweisen kann. Deswegen ist die Anzahl der Strukturmerkmale größer als die Anzahl der Tweets

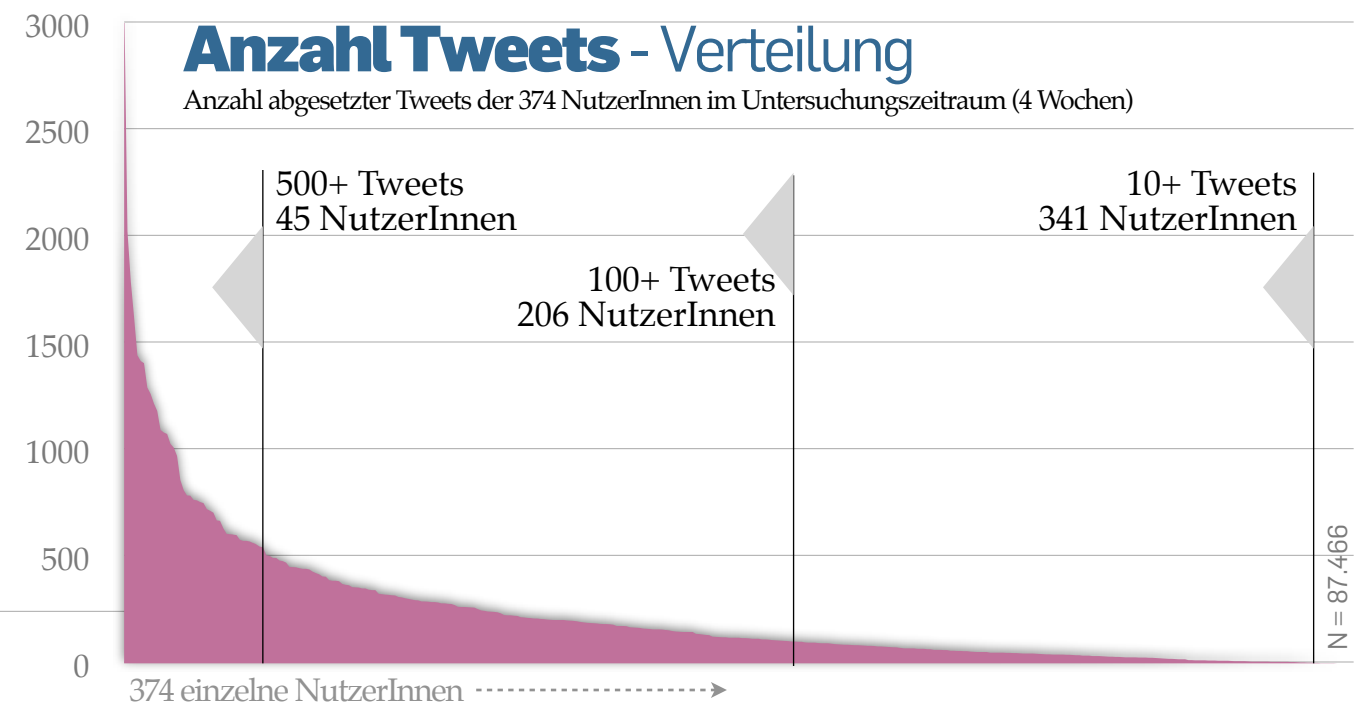
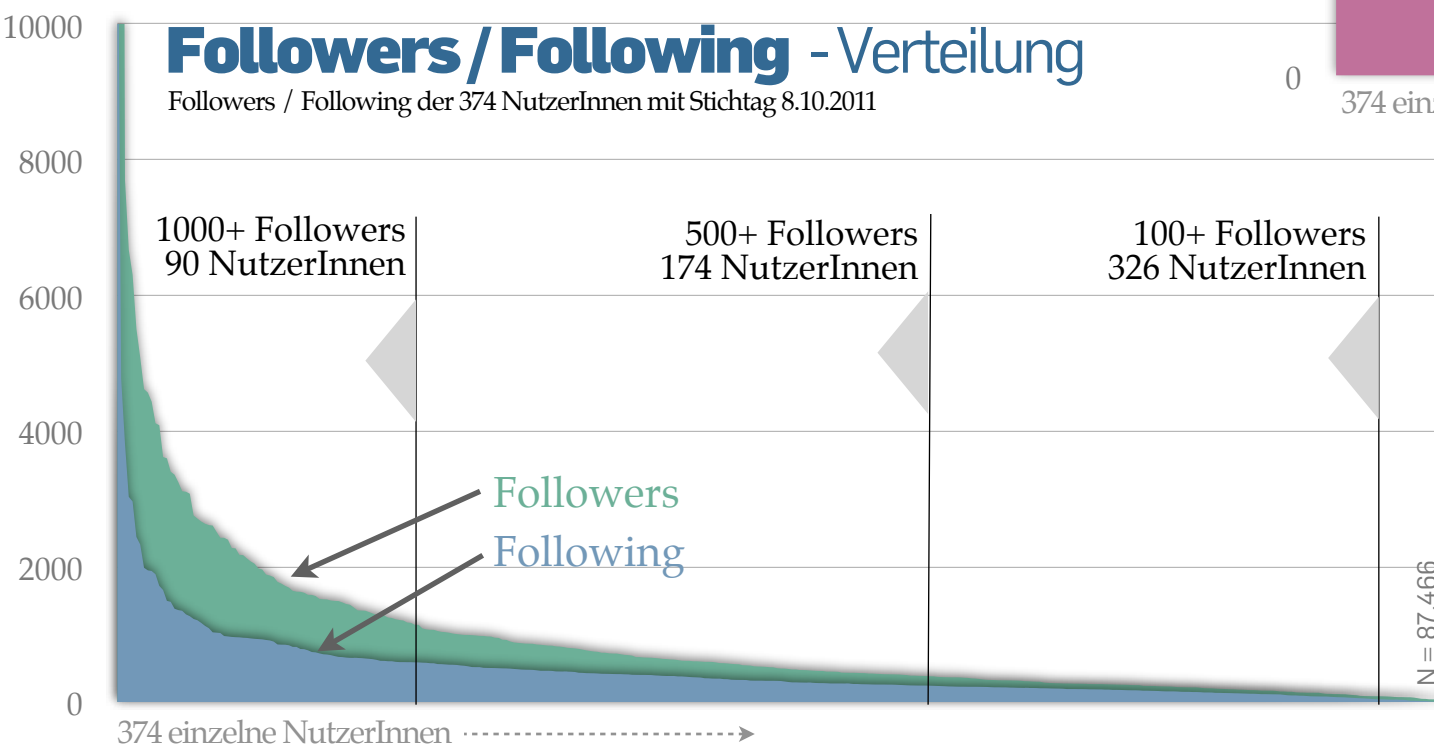
N Tweets = 87.466
N Merkmale = 97.779

Followers & Tweetanzahl:

Wenige mit vielen Followers, wenige mit vielen Tweets

Klassische „Power-Law“ Verteilung bei Followers, Following und Anzahl der Tweets der 374 NutzerInnen

Nur 90 NutzerInnen haben mehr als tausend Followers, aber fast alle mehr als hundert. Damit folgt die Verteilung der Followers wie auch jene der Following und der Anzahl der Tweets einer sogenannten „Power-Law“ Verteilung mit einem „langen Schwanz“ (Longtail) niedriger Werte und einer kurz vor Skalenende stark ansteigenden Kurve.



Top 5 NutzerInnen Followers & Tweets

mit Stichtag 8.10.2011

NutzerIn	Follower	Following
@metacowboy	26649	13110
@arminwolf	26510	187
@unibrennt	7712	257
@anonaustria	6674	17
@lenadoppel	6307	2960

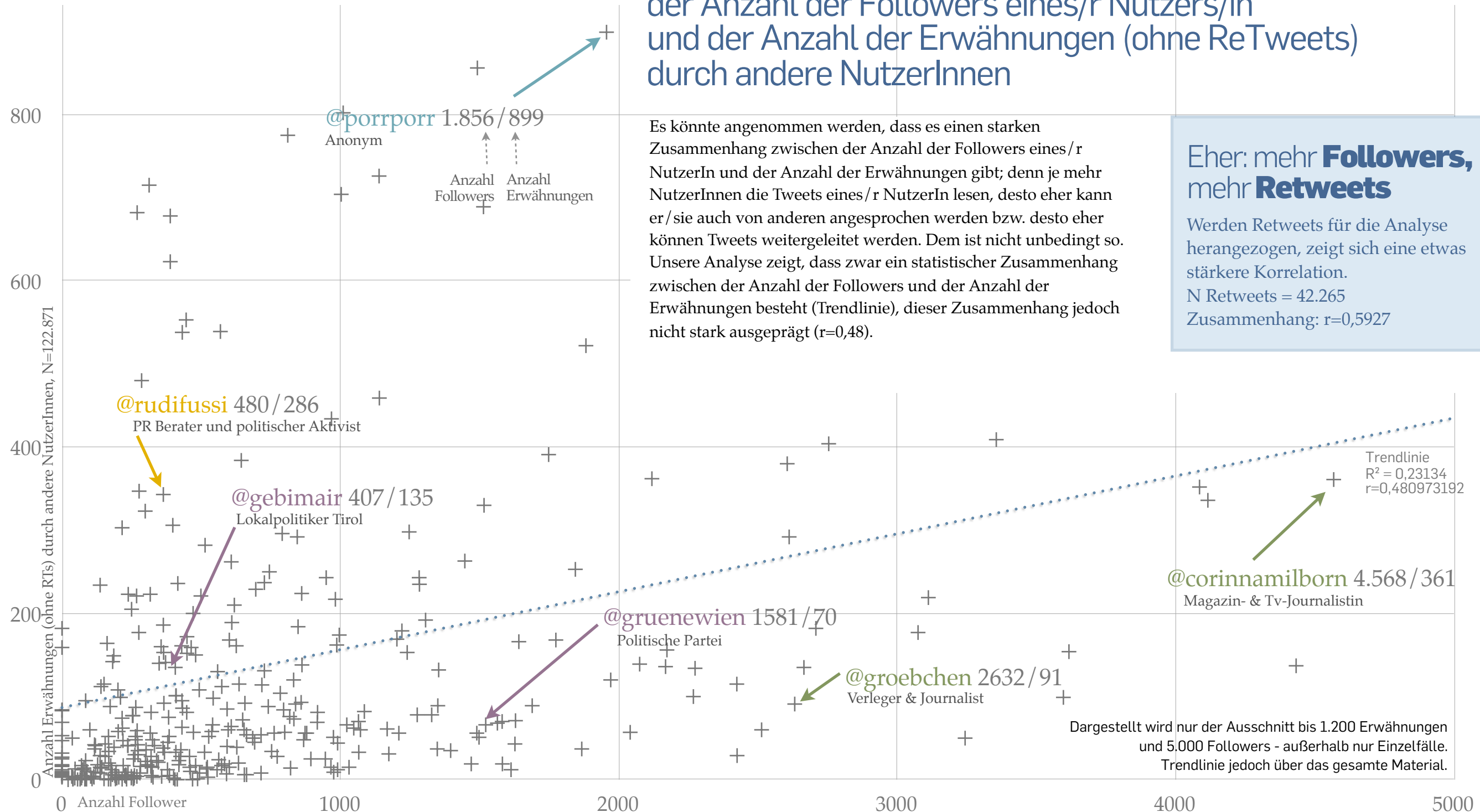
Top 5 NutzerInnen Anzahl Tweets

im Untersuchungszeitraum (4 Wochen)

NutzerIn	Tweets	pro Tag
@tometweetme	3151	112,5
@porrporr	2025	72,3
@scoops	1791	64,0
@stefan2494	1622	57,9
@rafaelbuchegger	1444	51,6

Mehr **Followers** bedeutet **nicht** unbedingt mehr **Erwähnungen** durch andere.

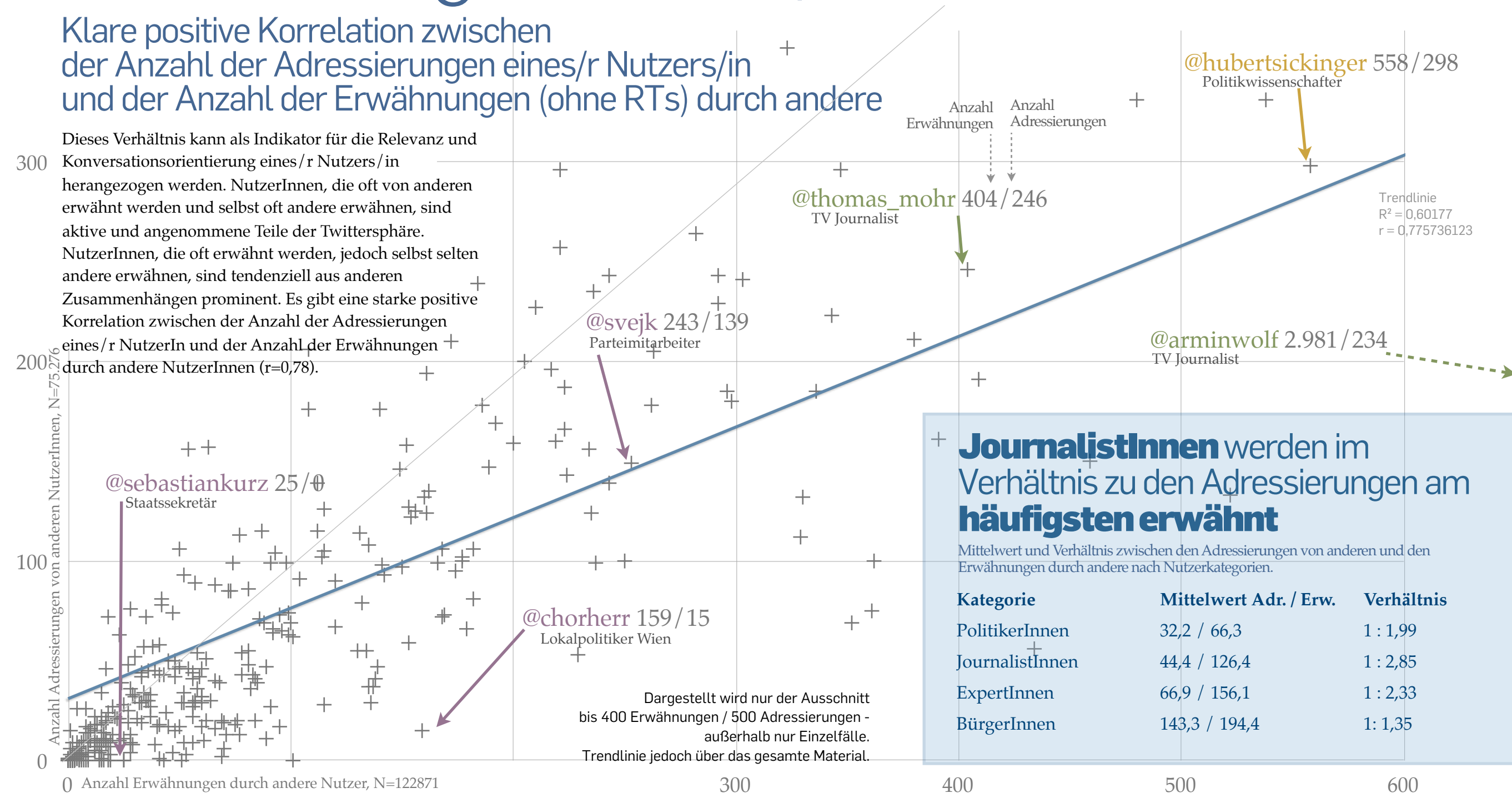
Mittlere positive Korrelation zwischen der Anzahl der Followers eines/r Nutzers/in und der Anzahl der Erwähnungen (ohne ReTweets) durch andere NutzerInnen



Je häufiger ein/e NutzerIn andere **adressiert**, desto häufiger wird er/sie **erwähnt**

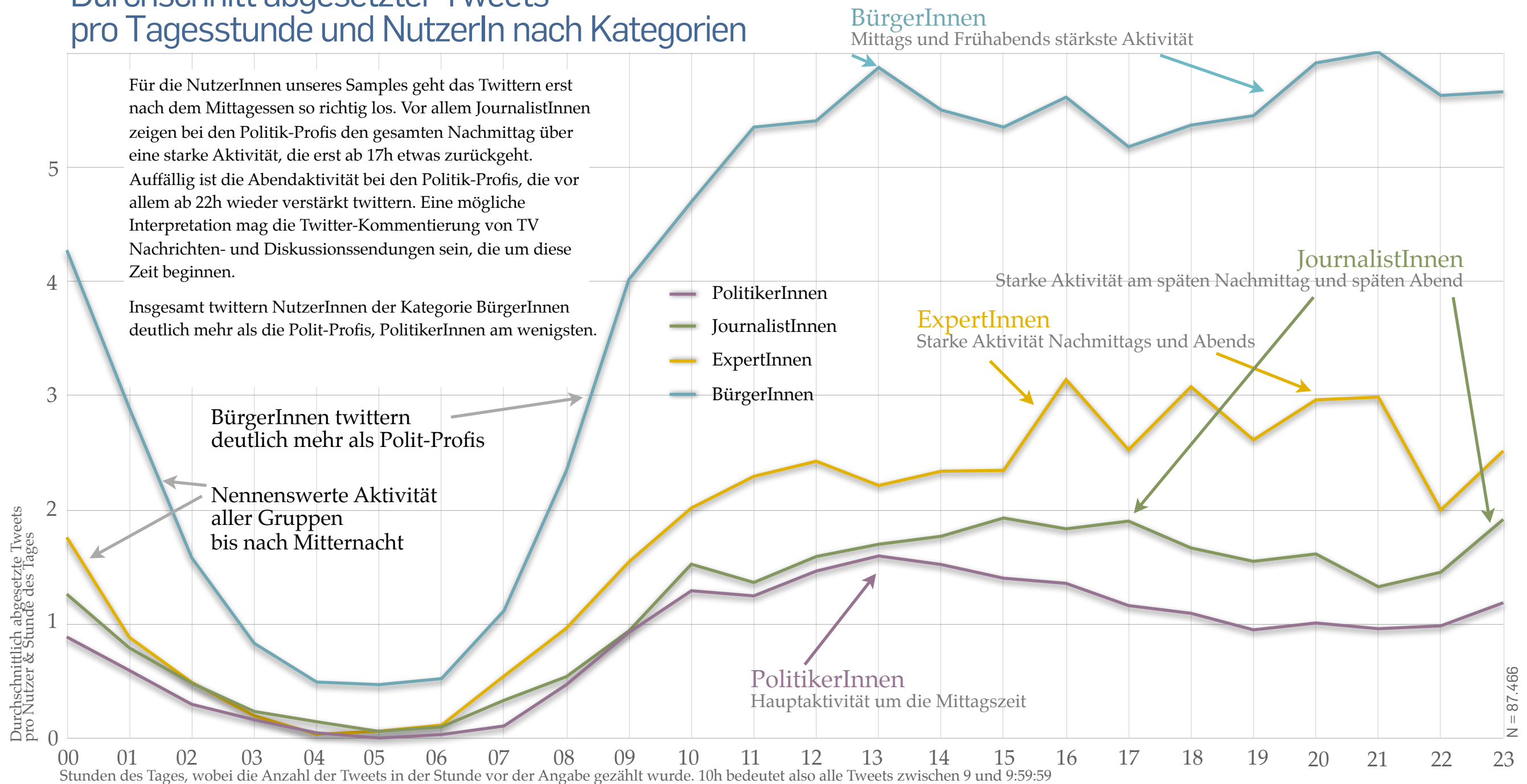
Klare positive Korrelation zwischen der Anzahl der Adressierungen eines/r Nutzers/in und der Anzahl der Erwähnungen (ohne RTs) durch andere

Dieses Verhältnis kann als Indikator für die Relevanz und Konversationsorientierung eines/r Nutzers/in herangezogen werden. NutzerInnen, die oft von anderen erwähnt werden und selbst oft andere erwähnen, sind aktive und angenommene Teile der Twittersphäre. NutzerInnen, die oft erwähnt werden, jedoch selbst selten andere erwähnen, sind tendenziell aus anderen Zusammenhängen prominent. Es gibt eine starke positive Korrelation zwischen der Anzahl der Adressierungen eines/r NutzerIn und der Anzahl der Erwähnungen durch andere NutzerInnen ($r=0,78$).



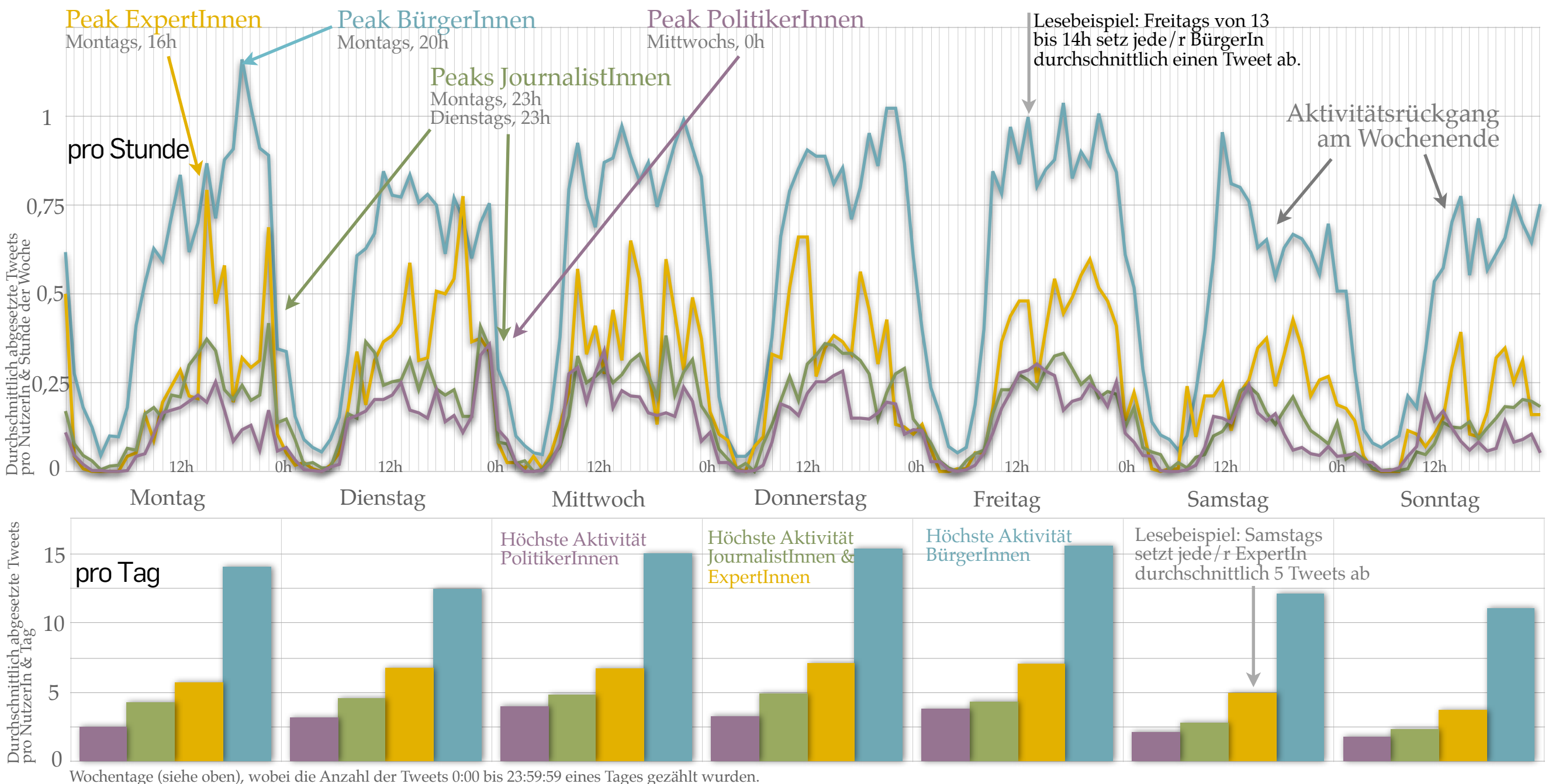
Viel Gezwitscher am Nachmittag Hohe **Abendaktivität** der Politik-Profis, z.T. bis in die Nacht

Durchschnitt abgesetzter Tweets
pro Tagesstunde und NutzerIn nach Kategorien



Wochenaktivität: Politik-Profis **Mi & Do** besonders aktiv

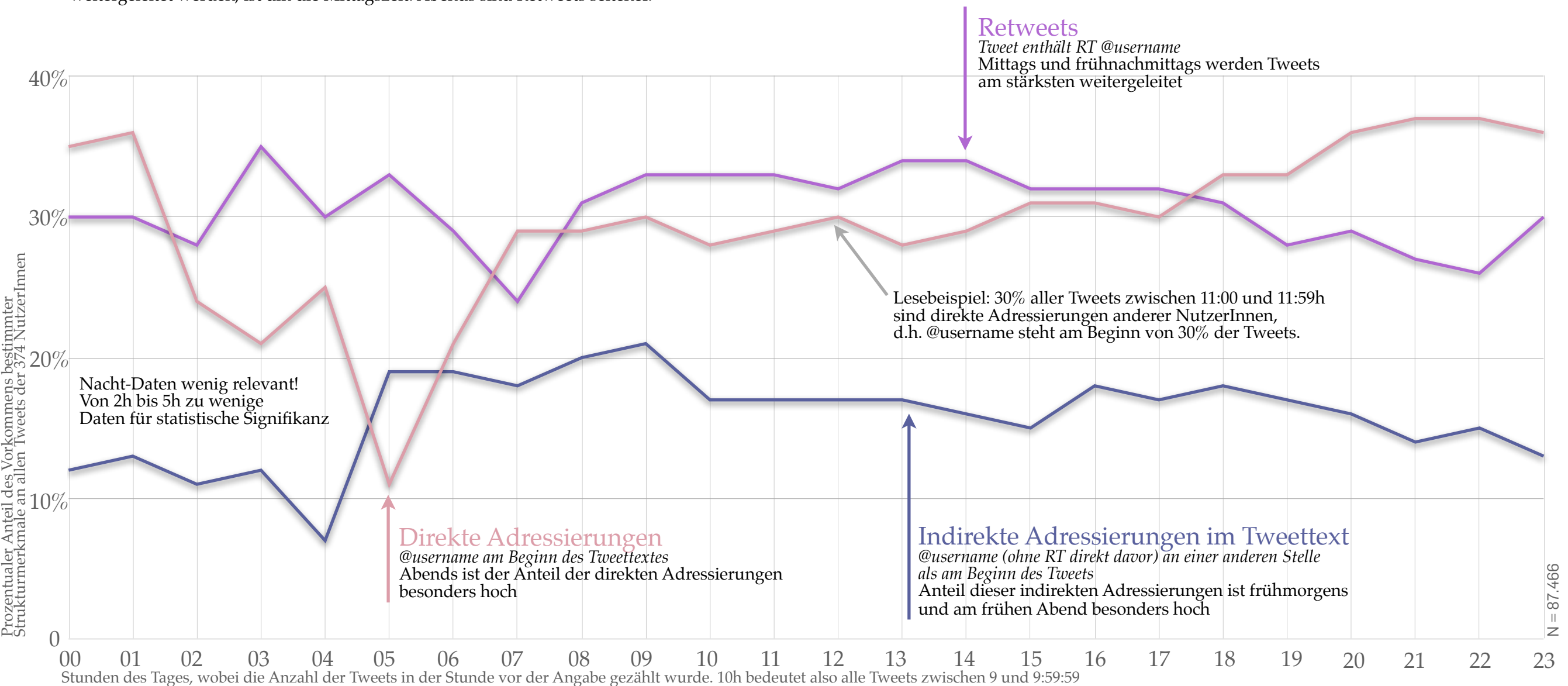
Durchschnitt abgesetzter Tweets pro Stunde und Tag der Woche
sowie NutzerIn nach Kategorien



Direkte Adressierungen abends besonders häufig

Prozentualer Anteil von Retweets, direkten Adressierungen und indirekten Adressierungen im Tweettext zu allen Tweets pro Stunde des Tages

Die Abendstunden werden auf Twitter zu den Plauderstunden, sofern man den Anteil der direkten Adressierungen als Indikator für die Gesprächsorientierung heranzieht. Die Zeit, in der Tweets am häufigsten weitergeleitet werden, ist um die Mittagszeit. Abends sind Retweets seltener.



Netzwerke der Twittersphäre

Netzwerke der Twittersphäre: Zentrale Erkenntnisse 1/2

Dichter, aber offener **Netzwerk-Kern**, aktive BürgerInnen teilweise zentral

Großer, inklusiver Netzwerk-Kern mit BürgerInnen & Profis

Die politische Twittersphäre in Österreich enthält einen umfangreichen, dichten Netzwerk-Kern, der sowohl Politik-Profis als auch BürgerInnen einschließt. Eine klare Trennlinie zwischen dem Netzwerk der Politik-Profis und jenem der Zivilgesellschaft/Early Adopter kann nicht ausgemacht werden. Es gibt eine Reihe von NutzerInnen, die diese beiden Netzwerkteile integrieren. Dies ist allen voran der TV-Moderator @arminwolf, aber auch der Blogger und IT-Unternehmer @Helge, der Biomediziner @fatmike182 sowie der Grün-Politiker @michelreimon.

Dichtes Netzwerk der Politik-Profis

Im Kern des Netzwerks finden sich insbesondere JournalistInnen sowie einige PolitikerInnen und Politik-ExpertInnen. Häufig adressierte NutzerInnen und damit zentrale Knoten im Netzwerk sind die TV-Journalisten @arminwolf, @martinthuer und @thomas_mohr, der Wochenzeitungs-Journalist @florianklenk und der Politikwissenschaftler @Hubert-Sickinger.

Persönlichkeiten und Institutionen z.T. in der Peripherie

Einige bekannte PolitikerInnen (z.B. @WKogler, @josef_bucher) und wichtige JournalistInnen (z.B. @CKotanko, @HBrandstaetter oder @KurtKuch) sind mit dem zentralen Politik-Netzwerk zwar verbunden, finden sich jedoch durch ihre vergleichsweise begrenzte Teilnahme an den Konversationen bzw. die Beschränkung ihrer Interaktionen auf einige wenige Kontakte an der Peripherie des Netzwerks. Dies gilt auch für die institutionellen Accounts von Medien, wie @diepressecom und @derstandardat.

BürgerInnen (Early Adopter) in regem Kontakt mit Profis

Viele BürgerInnen ohne professionellen politischen Hintergrund stehen mit einem Teil der Politik-Profis in regem Kontakt. Sie adressieren Politik-Profis und werden von diesen auch erwähnt. So gilt etwa ein Sechstel aller Adressierungen durch JournalistInnen und PolitikerInnen BürgerInnen - die zu einem Gutteil ein „Early-Adopter-Netzwerk“ ausmachen. Early Adopter deshalb, weil sich hier vielfach Personen wiederfinden, die Twitter schon sehr lange nutzen. Viele dieser NutzerInnen haben sehr starke Bindungen untereinander, wobei vereinzelt kleine Cluster mit besonders starker Kommunikation zwischen zwei und fünf NutzerInnen ausgemacht werden können.

Etwas abseits: Aktivismus-Netzwerk

Ein Netzwerk aus AktivistInnen und politisch interessierten BürgerInnen, die dem linken politischen Spektrum zugeordnet werden können, steht etwas abseits. In der Kommunikation innerhalb dieses Netzwerkes als auch zu den Politik-Profis ist der/die anonyme Nutzer/in @porrporr ein zentraler Knoten. Die Verbindungen von @porrporr und anderen im Aktivismus-Netzwerk mit dem Early-Adopter und Politik-Profi-Netzwerken sind vielfältig, aber schwach. Nur zu @fatmike182 gibt es eine starke Verbindung, er hat somit eine Hub-Funktion zu diesem Teilnetzwerk inne.

Netzwerk-Ausläufer

Ein vom zentralen Netzwerk etwas entferntes Teilnetzwerk besteht aus Personen, die im Marketing tätig sind bzw. vielfach über Marketing und verwandte Themen twittern. Einen Informationshub zu einer Reihe von NutzerInnen, die mit anderen im Netzwerk kaum verbunden sind, ist @tometweetme. Zum zentralen Politik-Netzwerk ist dieser fast ausschliesslich über @eaglepowder verbunden, der seinerseits vielfältige aber allesamt schwache Verbindungen zu NutzerInnen im Early-Adopter und Politik-Profi-Netzwerk aufweist.

Netzwerke der Twittersphäre: Zentrale Erkenntnisse 2/2

Starke **Partipization** von „außen“, F&A Orientierung der Polit-Profis

NutzerInnen „von außen“ partizipieren & werden auch angenommen

Viele der NutzerInnen im Netzwerk-Kern stehen mit einer Reihe von Menschen in Kontakt, die nicht Teil des Netzwerks sind, wobei die Politik-Profis sehr viel stärker von NutzerInnen außerhalb des Netzwerks erwähnt werden, als sie selber ebensolche adressieren. Dennoch: Mehr als die Hälfte der NutzerInnen, die von JournalistInnen erwähnt werden, sind nicht Teil des Netzwerks. JournalistInnen und PolitikerInnen unterhalten sich also über Twitter mit vielen unterschiedlichen Individuen. Dies spricht dafür, dass Twitter neue Möglichkeiten der politischen Partizipation schafft.

Politik-Profis interagieren mit vielen NutzerInnen kurz

Die Interaktion mit NutzerInnen von außerhalb des Netzwerks ist bei Politik-Profis jedoch oftmals auf kurze Frage-&-Antwort-Dialoge reduziert. Während viele BürgerInnen tendenziell chat-orientiert sind, also mit wenigen NutzerInnen viele Mitteilungen austauschen, kommunizieren Politik-ExpertInnen mit vielen NutzerInnen, aber deutlich weniger intensiv pro NutzerIn.

Jede/r Nutzerin hat (auch) sein/ihr eigenes Netzwerk

Wie im Abschnitt zum Hintergrund des Projekts erwähnt, ist die Organisation der Kommunikationsräume in Twitter an Individuen gebunden, die dort oftmals persönliche Netzwerke pflegen. Die NutzerInnen unseres Samples, so zeigt sich in den Analysen zu den Adressierungen an und Erwähnungen von NutzerInnen außerhalb des Samples (Seiten 35/36), partizipieren nicht nur innerhalb der politischen Twittersphäre, sondern stehen auch mit vielen NutzerInnen außerhalb des Netzwerks in Kontakt. Diese Kontakte haben die NutzerInnen aber vielfach nicht gemeinsam, sonst würden sie in den Visualisierungen viel stärker als „graue Punkte“ auftauchen. Jede/r NutzerIn hat auf Twitter entsprechend ein eigenes Netzwerk, mit dem abseits der Diskussion innerhalb der Twittersphäre kommuniziert wird.

Legende Netzwerkgrafiken

Erläuterung zu den Netzwerkvisualisierungen

Wie sind die Visualisierungen zu lesen?

Netzwerke bilden und erhalten sich durch Kommunikation. Dementsprechend **liegen den Netzwerkgrafiken, die auf den folgenden Seiten zu sehen sind, alle jene Tweets zu Grunde, in denen ein/e andere/r NutzerIn erwähnt wird.** Follower-Zahlen spielen in den Visualisierungen keine Rolle, denn diese sagen wenig über die Position im Netzwerk aus. NutzerInnen können über viele Follower verfügen und trotzdem keinen Einfluss haben. Wenn jemand jedoch oft auf Twitter adressiert oder retweetet wird, dann ist er/sie mit hoher Wahrscheinlichkeit eine wichtige Figur, weil andere NutzerInnen auf diese Inhalte reagieren oder auf sie verweisen.

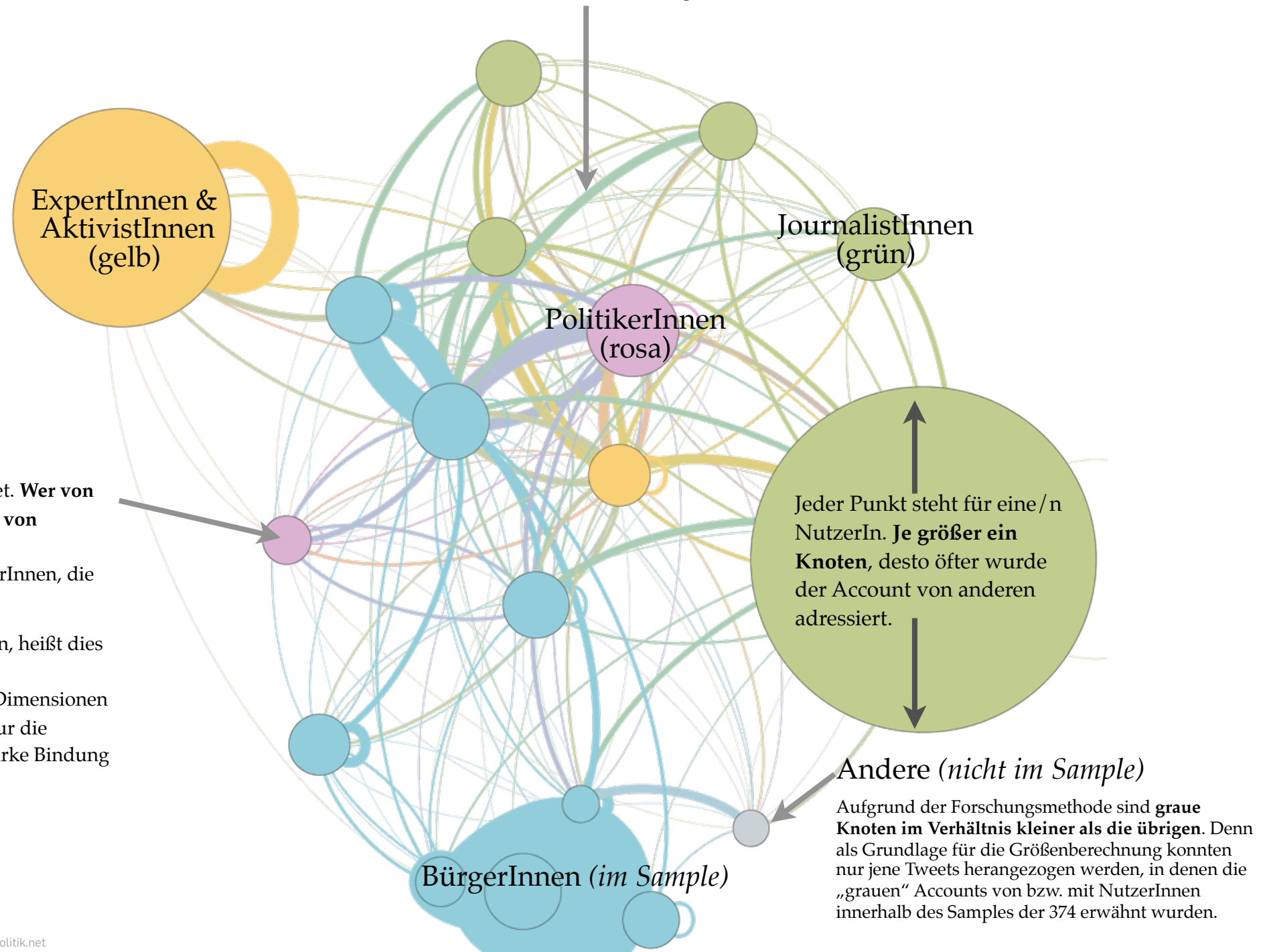
Position im Netzwerk

Die **Platzierung im Netzwerk** wird relational errechnet. **Wer von vielen angeschrieben wird, ist eher im Zentrum, wer von wenigen angeschrieben wird, steht eher im Abseits.** Dementsprechend bilden sich auch Cluster von NutzerInnen, die untereinander stark miteinander kommunizieren.

Nur weil zwei NutzerInnen nahe nebeneinander liegen, heißt dies nicht zwangsläufig, dass sie auch stark miteinander kommunizieren. Aufgrund der Begrenzung auf zwei Dimensionen werden manche Accounts nahe aneinander gesetzt. Nur die Kanten geben Aufschluss darüber, ob wirklich eine starke Bindung vorliegt.

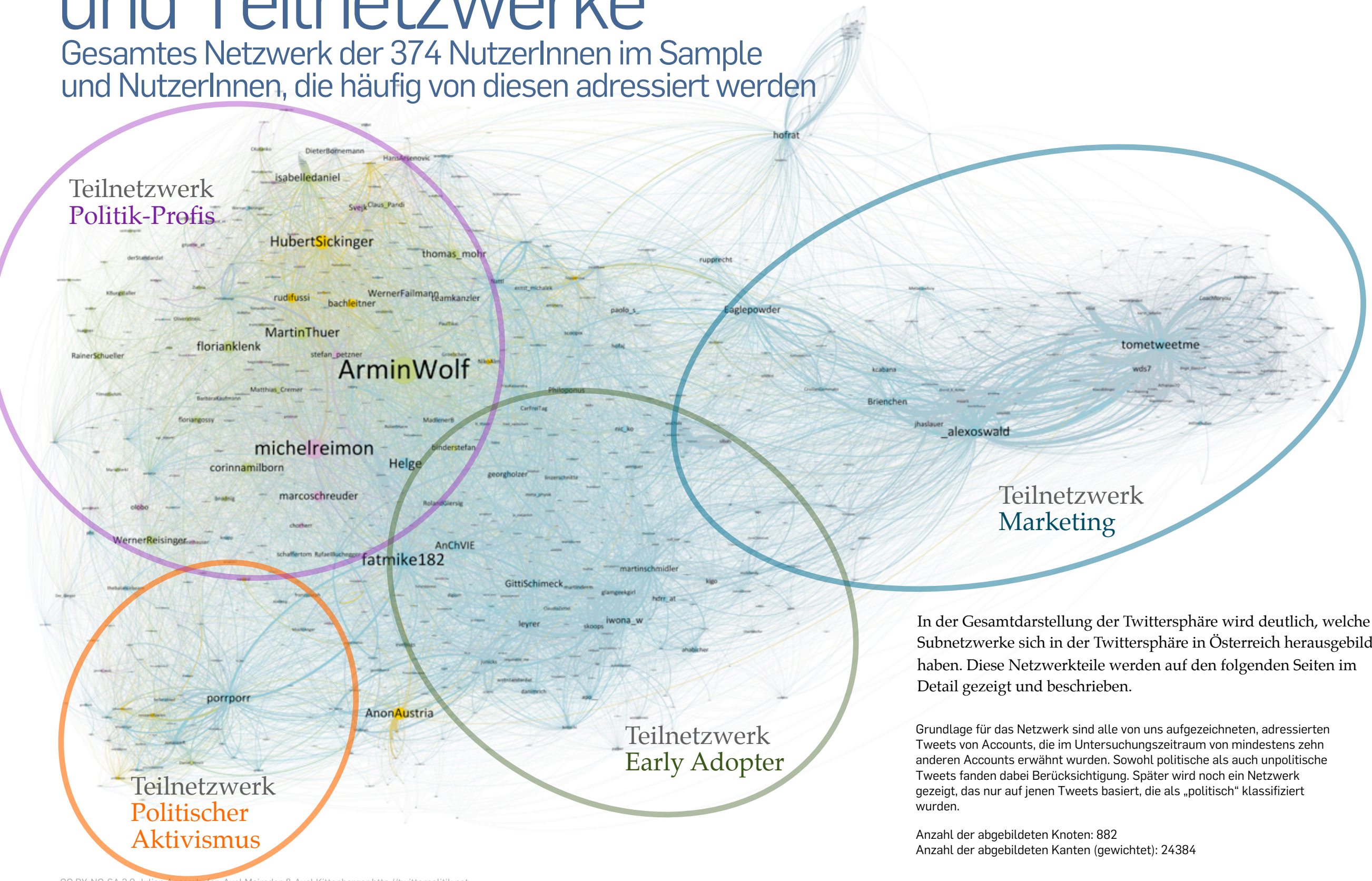
Kanten

Die Kanten tragen die Farben des Absenders. Die Dicke der Kanten basiert auf der Anzahl der Tweets, die NutzerInnen miteinander ausgetauscht haben. **Je mehr Adressierungen, desto dicker die Verbindung.**



Übersicht **Twittersphäre** und Teilnetzwerke

Gesamtes Netzwerk der 374 NutzerInnen im Sample
und NutzerInnen, die häufig von diesen adressiert werden



In der Gesamtdarstellung der Twittersphäre wird deutlich, welche Subnetzwerke sich in der Twittersphäre in Österreich herausgebildet haben. Diese Netzwerkteile werden auf den folgenden Seiten im Detail gezeigt und beschrieben.

Grundlage für das Netzwerk sind alle von uns aufgezeichneten, adressierten Tweets von Accounts, die im Untersuchungszeitraum von mindestens zehn anderen Accounts erwähnt wurden. Sowohl politische als auch unpolitische Tweets fanden dabei Berücksichtigung. Später wird noch ein Netzwerk gezeigt, das nur auf jenen Tweets basiert, die als „politisch“ klassifiziert wurden.

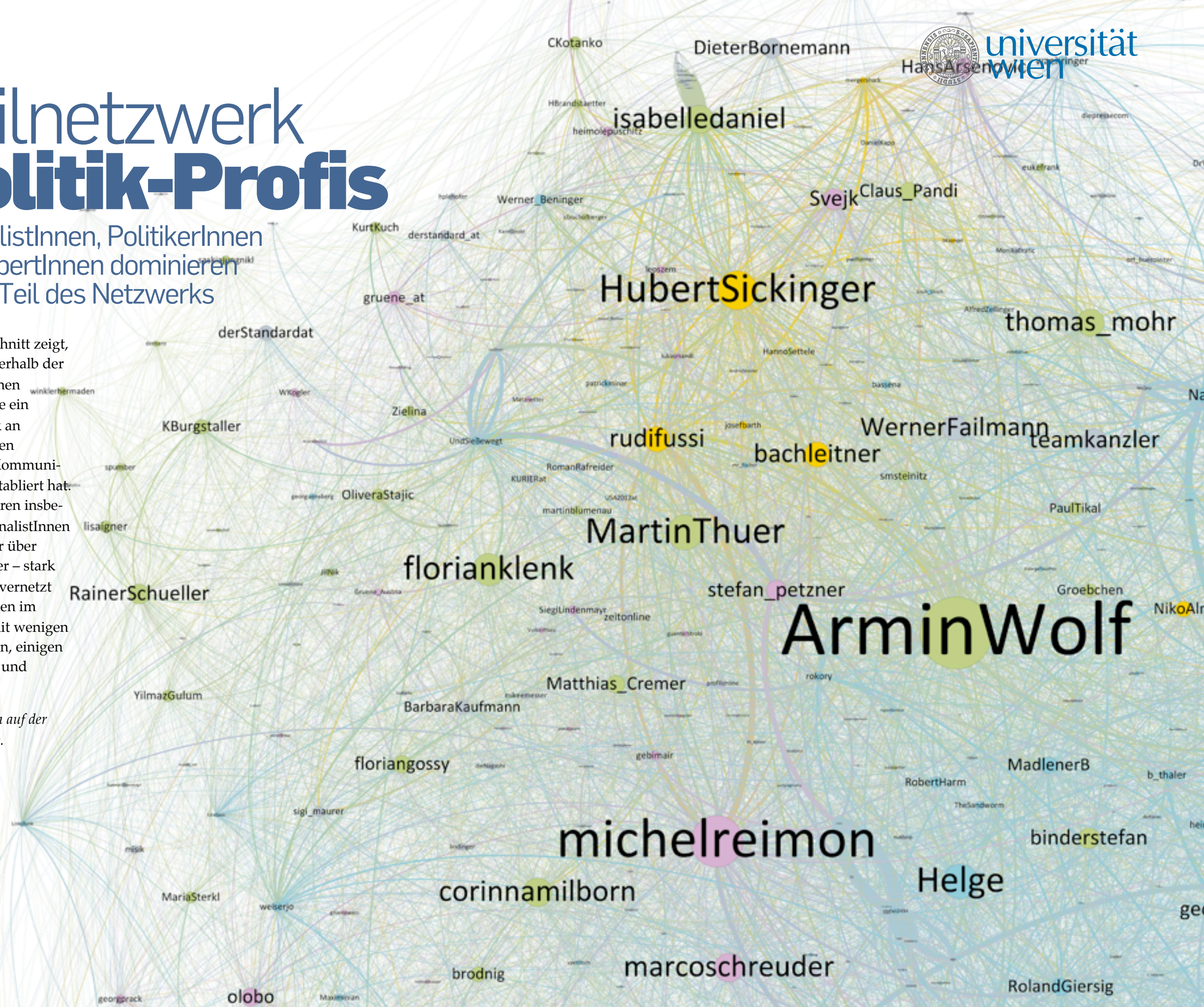
Anzahl der abgebildeten Knoten: 882
Anzahl der abgebildeten Kanten (gewichtet): 24384

Teilnetzwerk Politik-Profis

JournalistInnen, PolitikerInnen
und ExpertInnen dominieren
diesen Teil des Netzwerks

Dieser Ausschnitt zeigt,
dass sich innerhalb der
österreichischen
Twittersphäre ein
Subnetzwerk an
professionellen
politischen Kommuni-
katorInnen etabliert hat.
Diesem gehören insbe-
sondere JournalistInnen
an, die – quer über
Medienhäuser – stark
miteinander vernetzt
sind. Sie stehen im
Austausch mit wenigen
PolitikerInnen, einigen
BürgerInnen und
ExpertInnen.

*Erläuterungen auf der
nächsten Seite.*



Teilnetzwerk Politik-Profis

Das Zentrum der politischen Twittersphäre:
ein dichtes Netz an Polit-Profis, v.a. JournalistInnen

Medienpersönlichkeiten und Institutionen z.T. in der Peripherie

Einige bekannte PolitikerInnen (z.B. @WKogler, @josef_bucher) und wichtige JournalistInnen (z.B. @CKotanko, @HBrandstaetter oder @KurtKuch) finden sich jedoch durch ihre vergleichsweise begrenzte Teilnahme an den Konversationen bzw. die Beschränkung ihrer Interaktionen auf einige wenige Kontakte an der Peripherie des Netzwerks. Dies gilt auch für die institutionellen Accounts von Medien, wie @diepressecom und @derstandardat.

Siehe: ✧

Der-Standard-Cluster

JournalistInnen der Tageszeitung „Der Standard“ und der Onlineausgabe „derstandard.at“ sind stark miteinander verknüpft.

Wichtige Experten

Zentrale politische Experten bzw. professionelle Aktivisten sind der Politikwissenschaftler @HubertSickinger, der Agenturbesitzer @bachleitner sowie der PR-Berater und Volksbegehren-Initiator @rudifussi.

Meistadressierter Politiker

@michelreimon, Regionalpolitiker der Grünen, ist der meistadressierte Politiker.

Stimme der Zivilgesellschaft

Als wichtige Stimme der Zivilgesellschaft agiert der Blogger und IT-Unternehmer @Helge, der im Kern der Politik-Profis von allen BürgerInnen am größten erscheint.

Kanzler- und Kanzlerfake-Accounts häufig adressiert

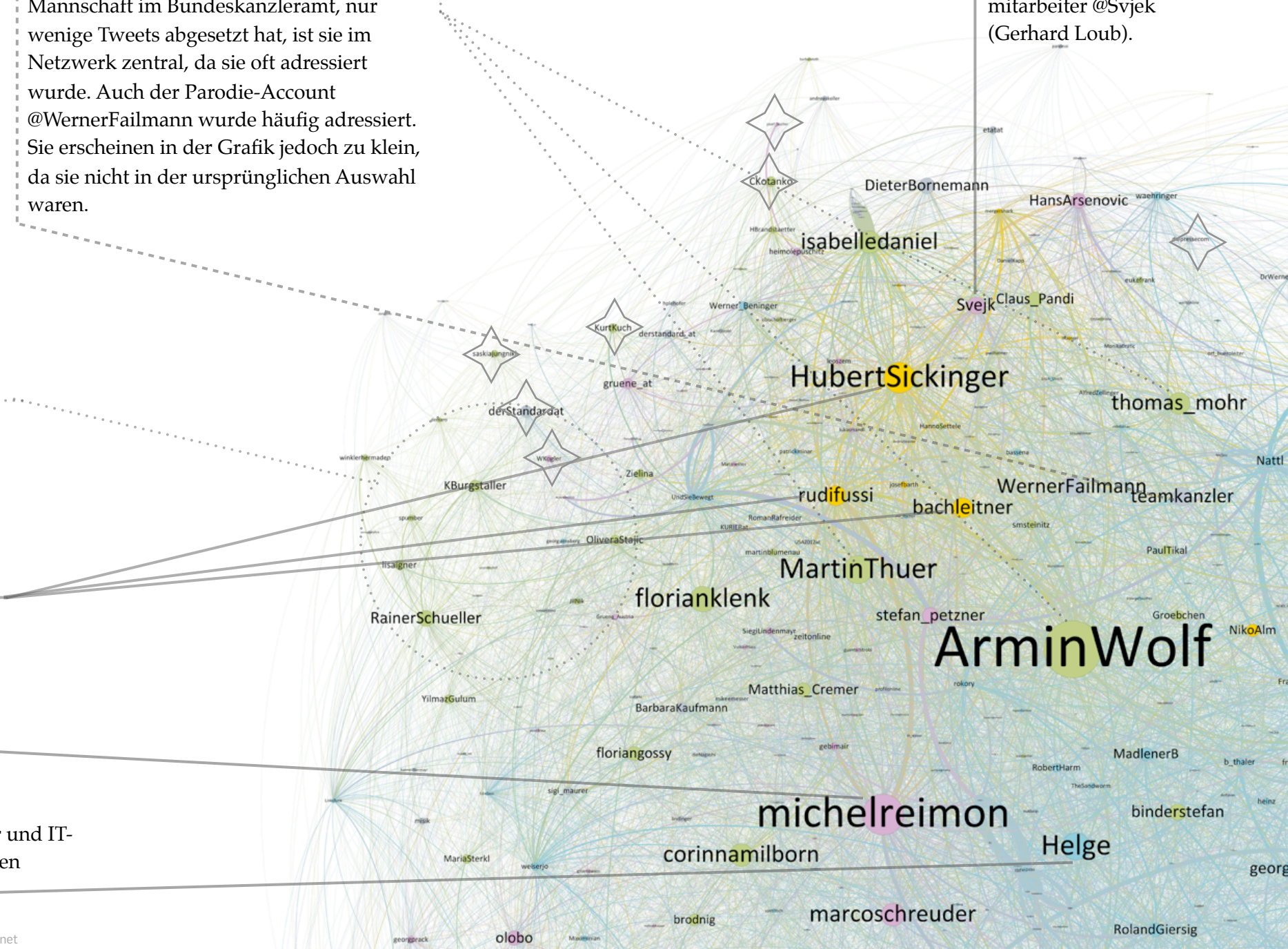
Auch wenn @teamkanzler, die Social Media-Mannschaft im Bundeskanzleramt, nur wenige Tweets abgesetzt hat, ist sie im Netzwerk zentral, da sie oft adressiert wurde. Auch der Parodie-Account @WernerFailmann wurde häufig adressiert. Sie erscheinen in der Grafik jedoch zu klein, da sie nicht in der ursprünglichen Auswahl waren.

TV-Nachrichten Moderatoren zentral im Netzwerk

Niemand wird öfter adressiert als ZIB-Moderator @ArminWolf. Auch der ATV-Moderator @MartinThuer und der Sat1-Austria-Anchor @thomas_mohr sind zentrale Knoten.

@svejk alleine aus die ÖVP

Einer der wenigen deklariert Konservativen ist der ÖVP-Kommunikationsmitarbeiter @Svejk (Gerhard Loub).



Teilnetzwerk **Politischer Aktivismus** und Bildungspolitik

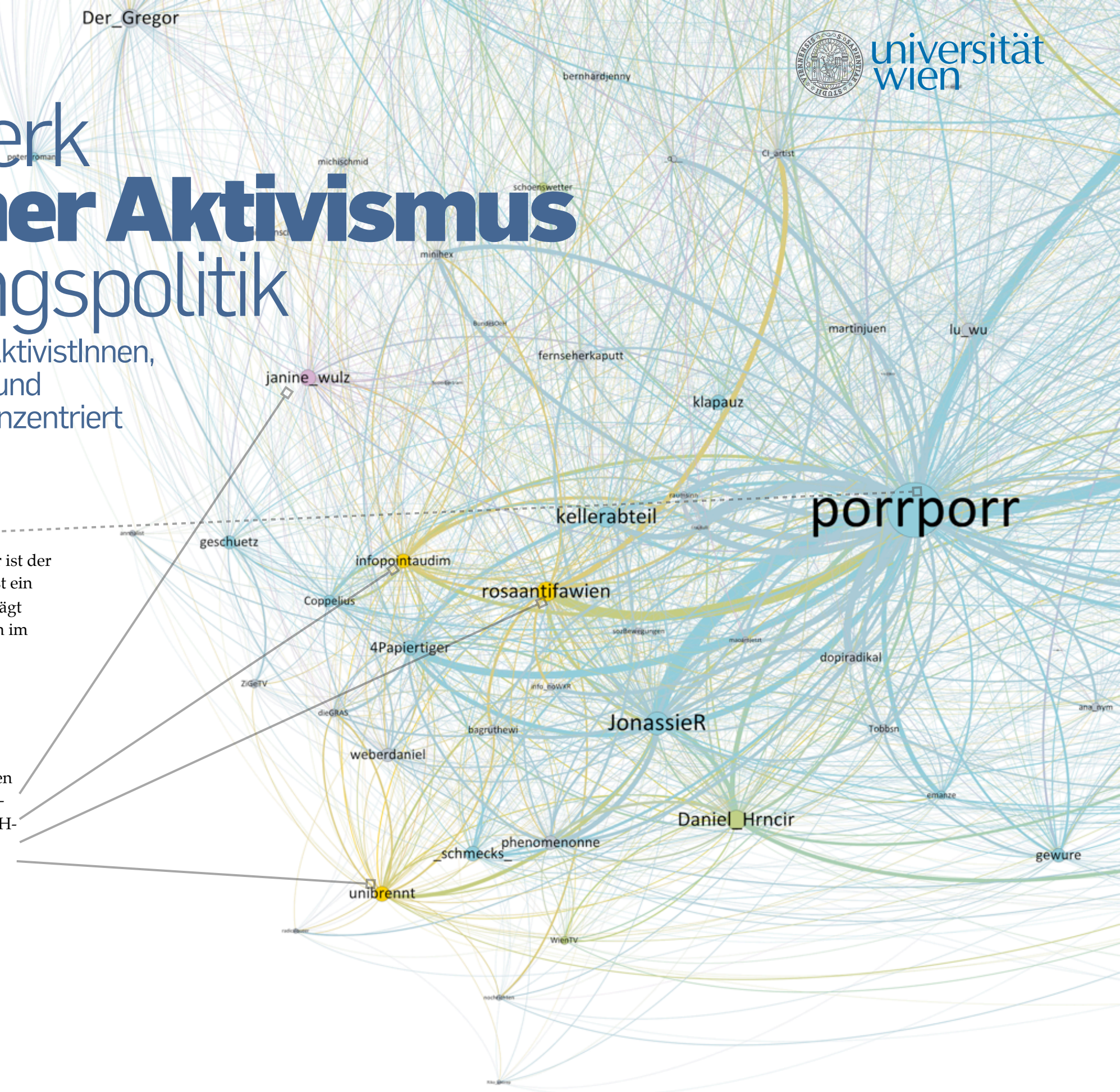
Netzwerk aus politischen AktivistInnen,
und Personen mit Hintergrund
in Bildungspolitik - stark konzentriert
um Nutzer/in @porrporr

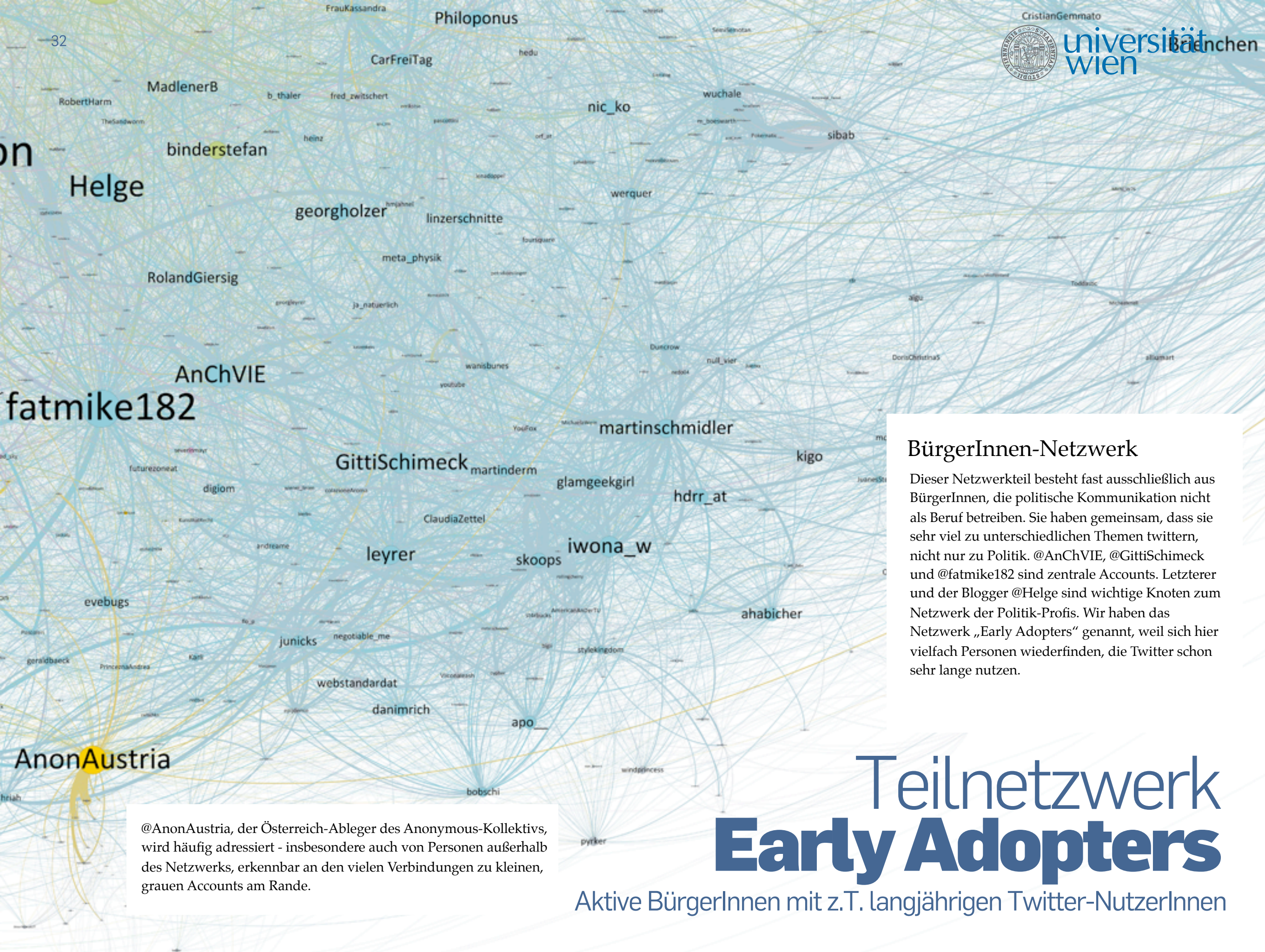
Infohub @porrporr

Der als Pseudonym geführte Account @porrporr ist der meistadressierte Proponent dieses Clusters. Er ist ein Informationshub, der viele Nachrichten weiterträgt und mit zahlreichen anderen TwitternutzerInnen im Austausch steht.

Accounts aus dem Kontext Bildung und #unibrennt

Einige der Mitglieder dieses Netzwerk engagieren sich in Bildungspolitik oder sind der #unibrennt-Bewegung des Jahres 2009 zuzurechnen, etwa ÖH-Vorsitzende @janine_wulz, und die als Institutionen geführten Accounts @infopointaudim, @rosaantifawien oder @unibrennt.





BürgerInnen-Netzwerk

Dieser Netzwerkteil besteht fast ausschließlich aus BürgerInnen, die politische Kommunikation nicht als Beruf betreiben. Sie haben gemeinsam, dass sie sehr viel zu unterschiedlichen Themen twittern, nicht nur zu Politik. @AnChVIE, @GittiSchimeck und @fatmike182 sind zentrale Accounts. Letzterer und der Blogger @Helge sind wichtige Knoten zum Netzwerk der Politik-Profis. Wir haben das Netzwerk „Early Adopters“ genannt, weil sich hier vielfach Personen wiederfinden, die Twitter schon sehr lange nutzen.

@AnonAustria, der Österreich-Ableger des Anonymous-Kollektivs, wird häufig adressiert - insbesondere auch von Personen außerhalb des Netzwerks, erkennbar an den vielen Verbindungen zu kleinen, grauen Accounts am Rande.



Teilnetzwerk Early Adopters

Aktive BürgerInnen mit z.T. langjährigen Twitter-NutzerInnen

Teilnetzwerk Marketing

Diese Accounts erlangen ihre Stellung durch Adressierungen aus anderen Clustern.
Schwache Verbindungen zu den anderen Teilnetzwerken

Schnittstelle in die Schweiz

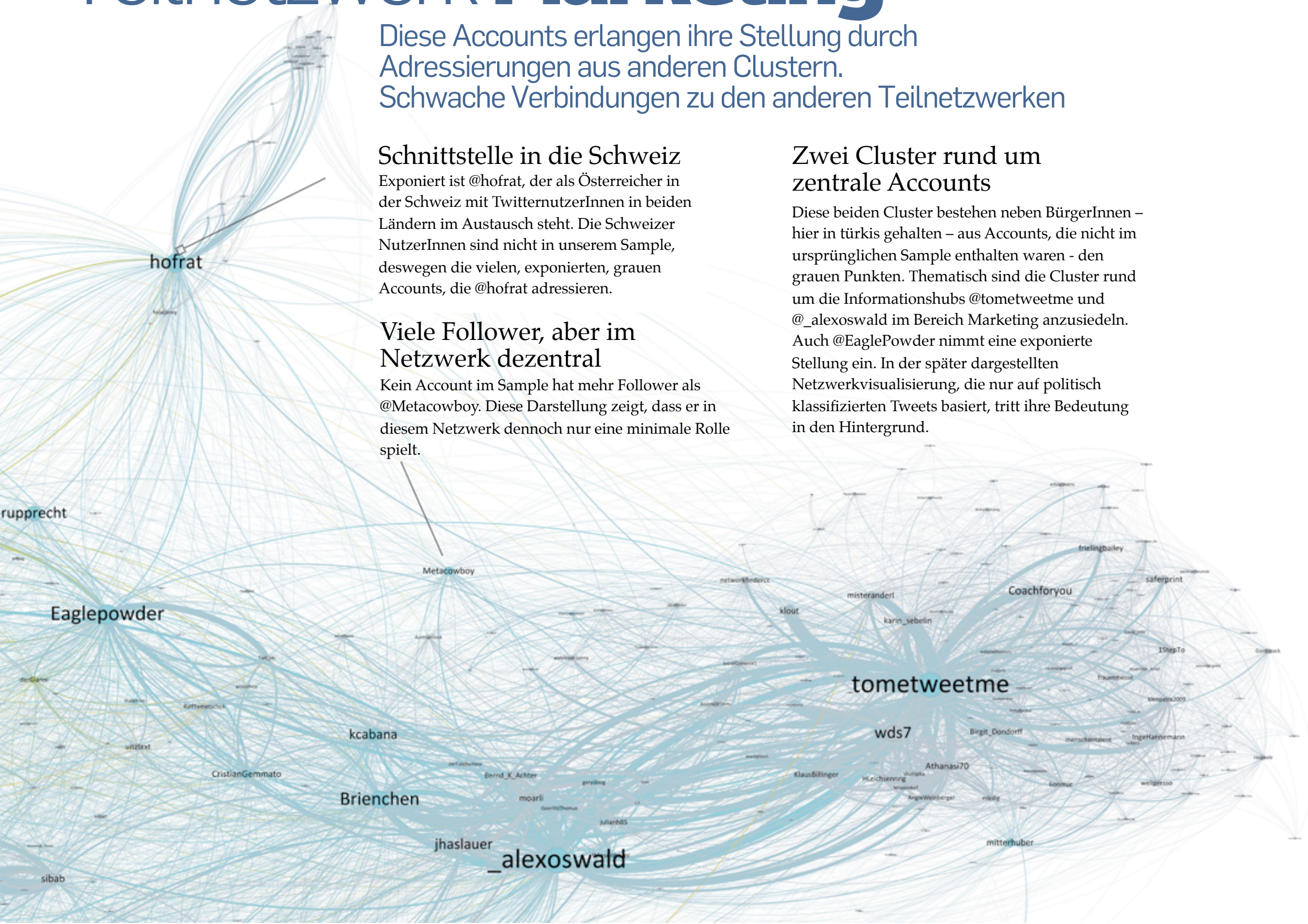
Exponiert ist @hofrat, der als Österreicher in der Schweiz mit TwitternutzerInnen in beiden Ländern im Austausch steht. Die Schweizer NutzerInnen sind nicht in unserem Sample, deswegen die vielen, exponierten, grauen Accounts, die @hofrat adressieren.

Viele Follower, aber im Netzwerk dezentral

Kein Account im Sample hat mehr Follower als @Metacowboy. Diese Darstellung zeigt, dass er in diesem Netzwerk dennoch nur eine minimale Rolle spielt.

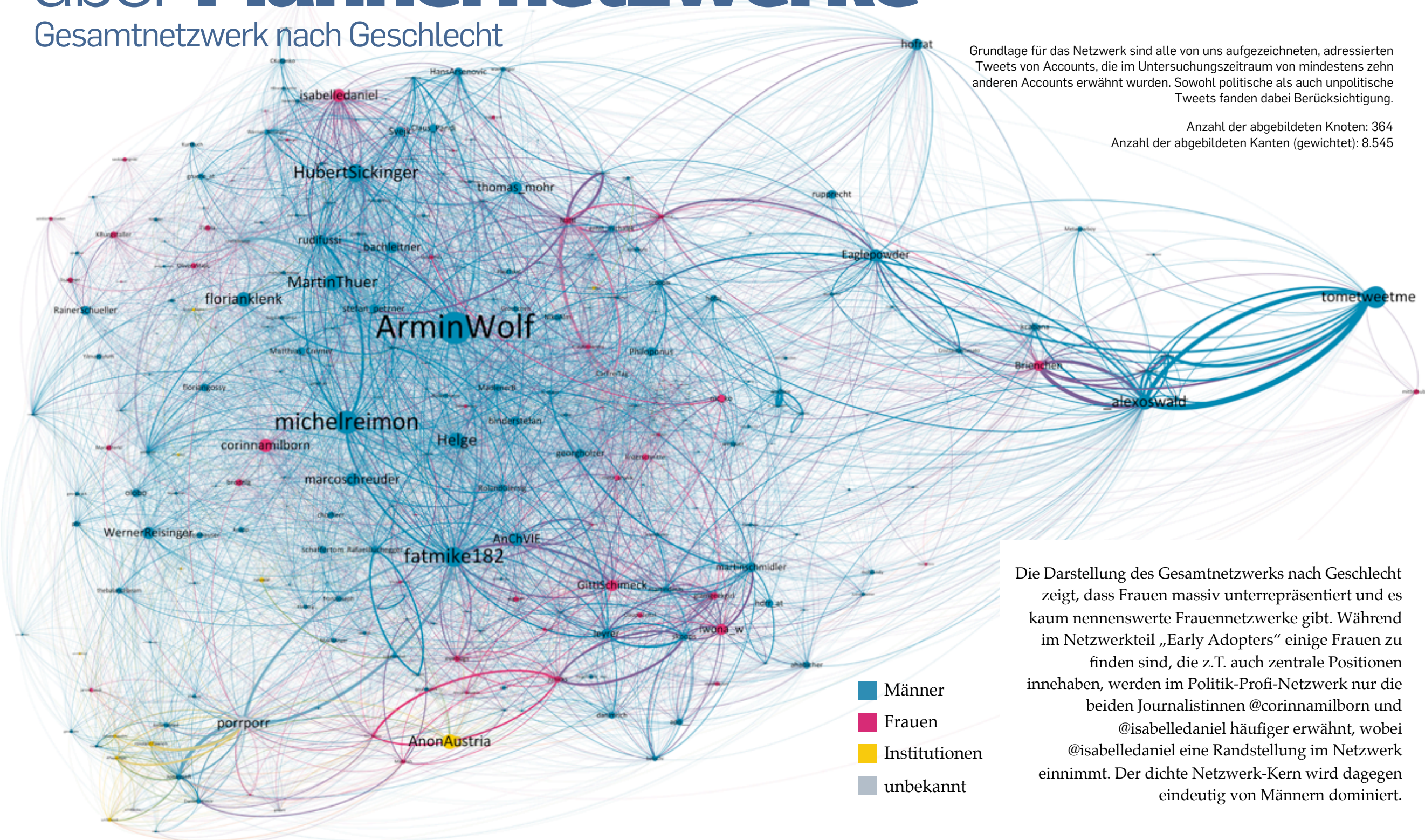
Zwei Cluster rund um zentrale Accounts

Diese beiden Cluster bestehen neben BürgerInnen – hier in türkis gehalten – aus Accounts, die nicht im ursprünglichen Sample enthalten waren - den grauen Punkten. Thematisch sind die Cluster rund um die Informationshubs @tometweetme und @_alexoswald im Bereich Marketing anzusiedeln. Auch @EaglePowder nimmt eine exponierte Stellung ein. In der später dargestellten Netzwerkvisualisierung, die nur auf politisch klassifizierten Tweets basiert, tritt ihre Bedeutung in den Hintergrund.



Keine Frauennetzwerke, aber **Männernetzwerke**

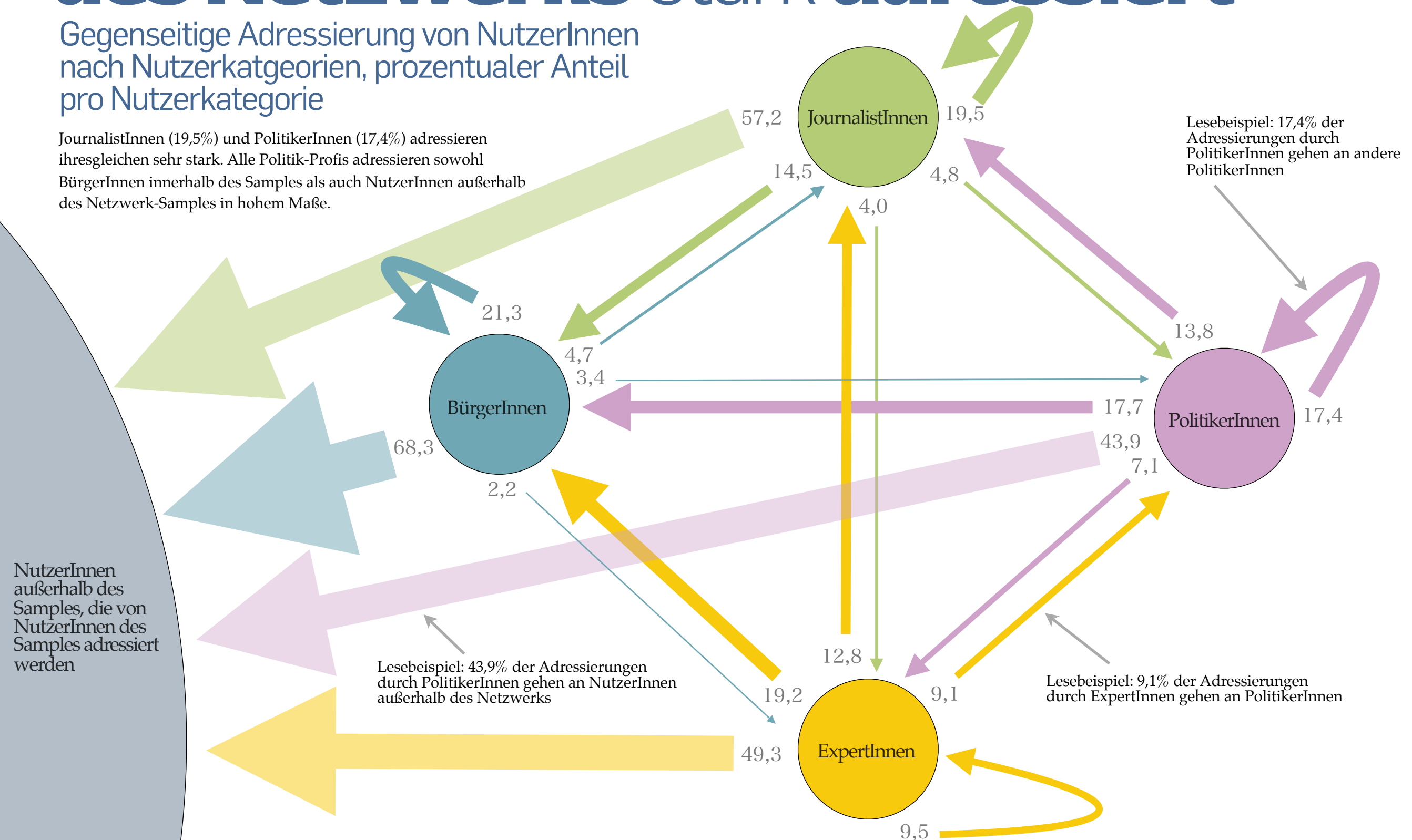
Gesamtnetzwerk nach Geschlecht



NutzerInnen außerhalb des Netzwerks stark adressiert

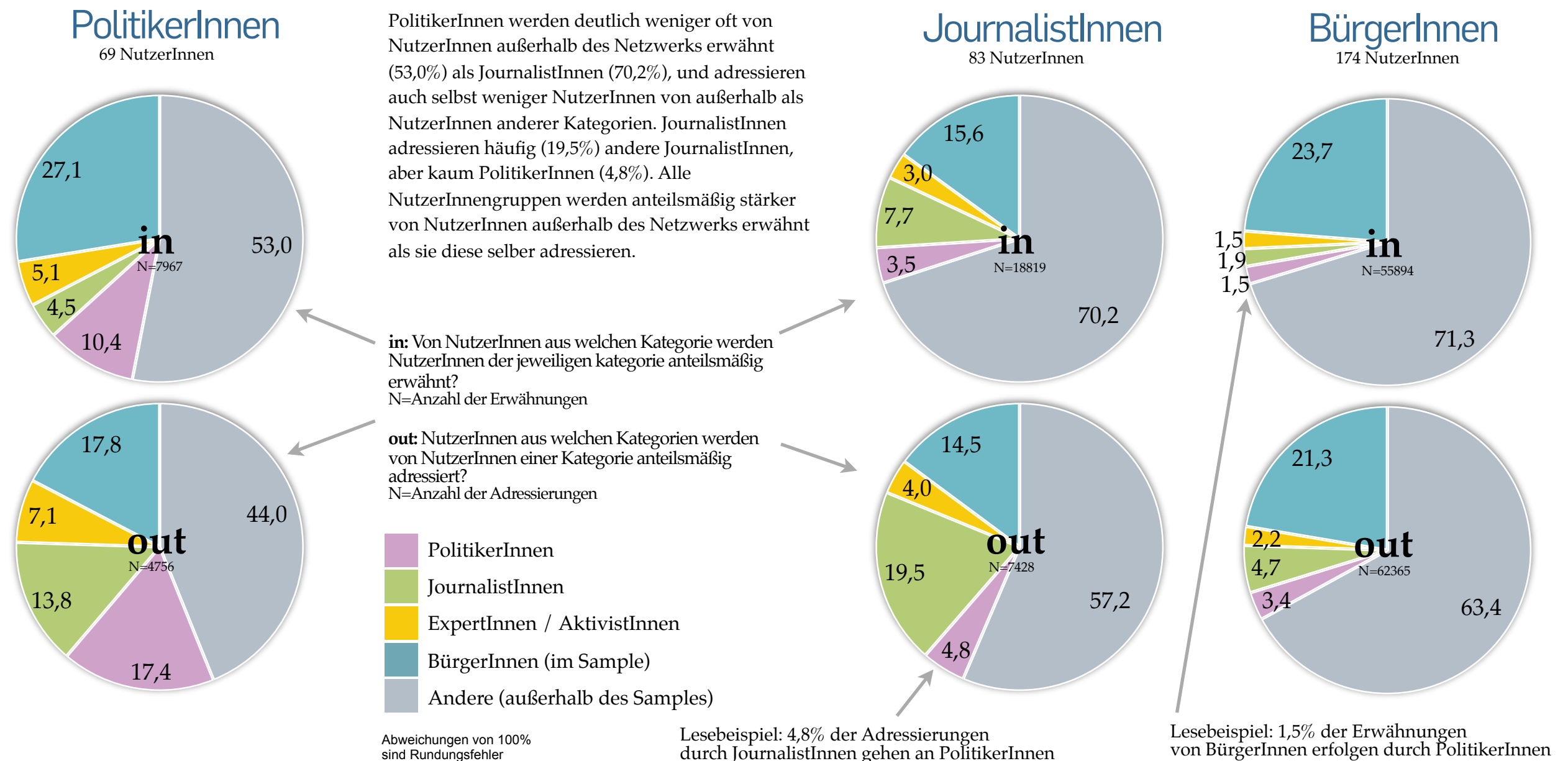
Gegenseitige Adressierung von NutzerInnen
nach Nutzerkategorien, prozentualer Anteil
pro Nutzerkategorie

JournalistInnen (19,5%) und PolitikerInnen (17,4%) adressieren
ihresgleichen sehr stark. Alle Politik-Profis adressieren sowohl
BürgerInnen innerhalb des Samples als auch NutzerInnen außerhalb
des Netzwerk-Samples in hohem Maße.



Anteil der **Erwähnungen** durch NutzerInnen **außerhalb des Netzwerks** bei PolitikerInnen am geringsten

Anteil der Erwähnungen der NutzerInnen durch NutzerInnen einer bestimmten Kategorie (in) und Anteil der Adressierungen von NutzerInnen einer bestimmten Kategorie (out)

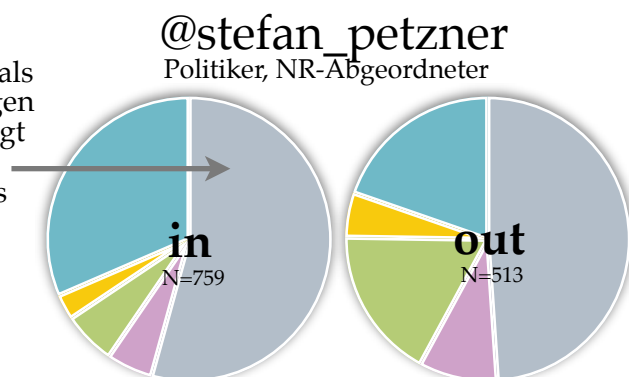


Erwähnungen & Adressierungen: Zum Teil **große Unterschiede** zwischen **einzelnen** NutzerInnen

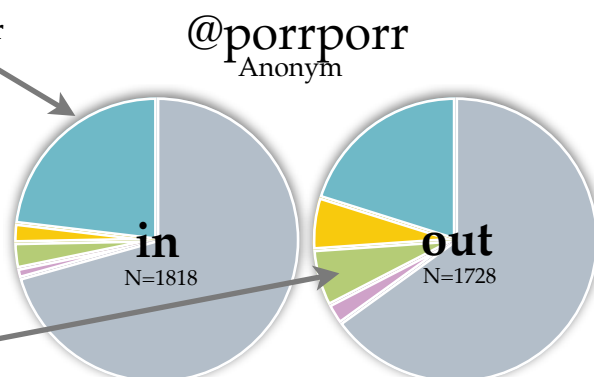
Anteil der Erwähnungen einzelner NutzerInnen durch NutzerInnen einer bestimmten Kategorie (in) und Anteil der Adressierungen einzelner NutzerInnen von NutzerInnen einer bestimmten Kategorie (out)

Die Unterschiede bei Erwähnungen / Adressierungen nach Kategorien zwischen einzelnen NutzerInnen sind z.T. groß, z.B. zwischen @arminwolf und @corinnamilborn. Letztere wird anteilmäßig stärker von NutzerInnen innerhalb des Netzwerks erwähnt und adressiert auch deutlich mehr entsprechende NutzerInnen, v.a. JournalistInnen.

Lesebeispiel: Etwas mehr als die Hälfte der Erwähnungen von @stefan_petzner erfolgt durch NutzerInnen von außerhalb des Netzwerkes

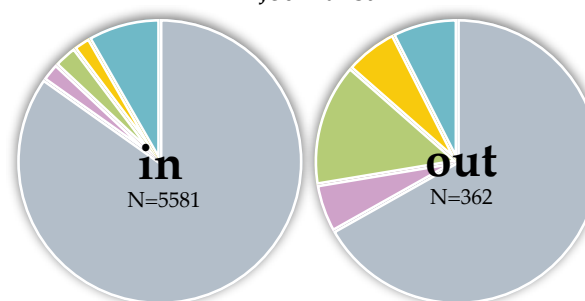


Lesebeispiel: Etwa ein Viertel der Erwähnungen von @porrporr kommen von (anderen) BürgerInnen.

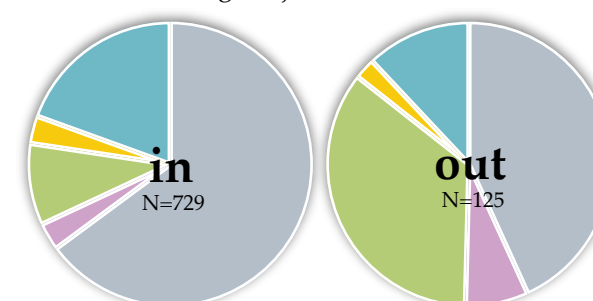


Lesebeispiel: Weniger als ein Zehntel der NutzerInnen die @porrporr adressiert, sind JournalistInnen

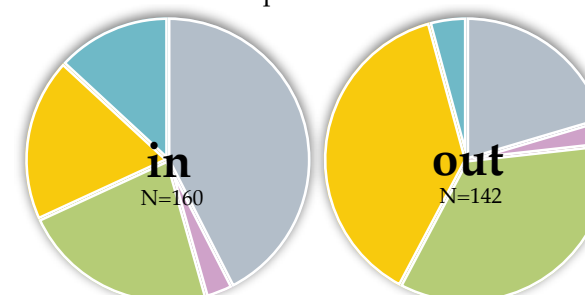
@arminwolf
TV Journalist



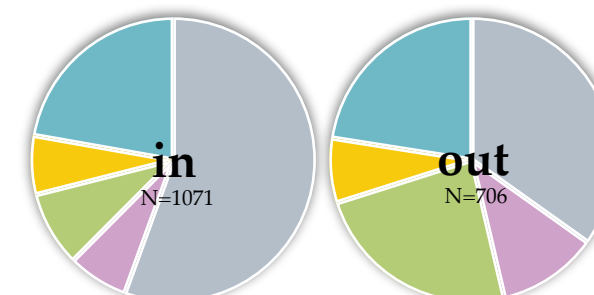
@corinnamilborn
Magazinjournalistin



@leoszem
Pressesprecher Politik



@hubertsickinger
Politikwissenschaftler



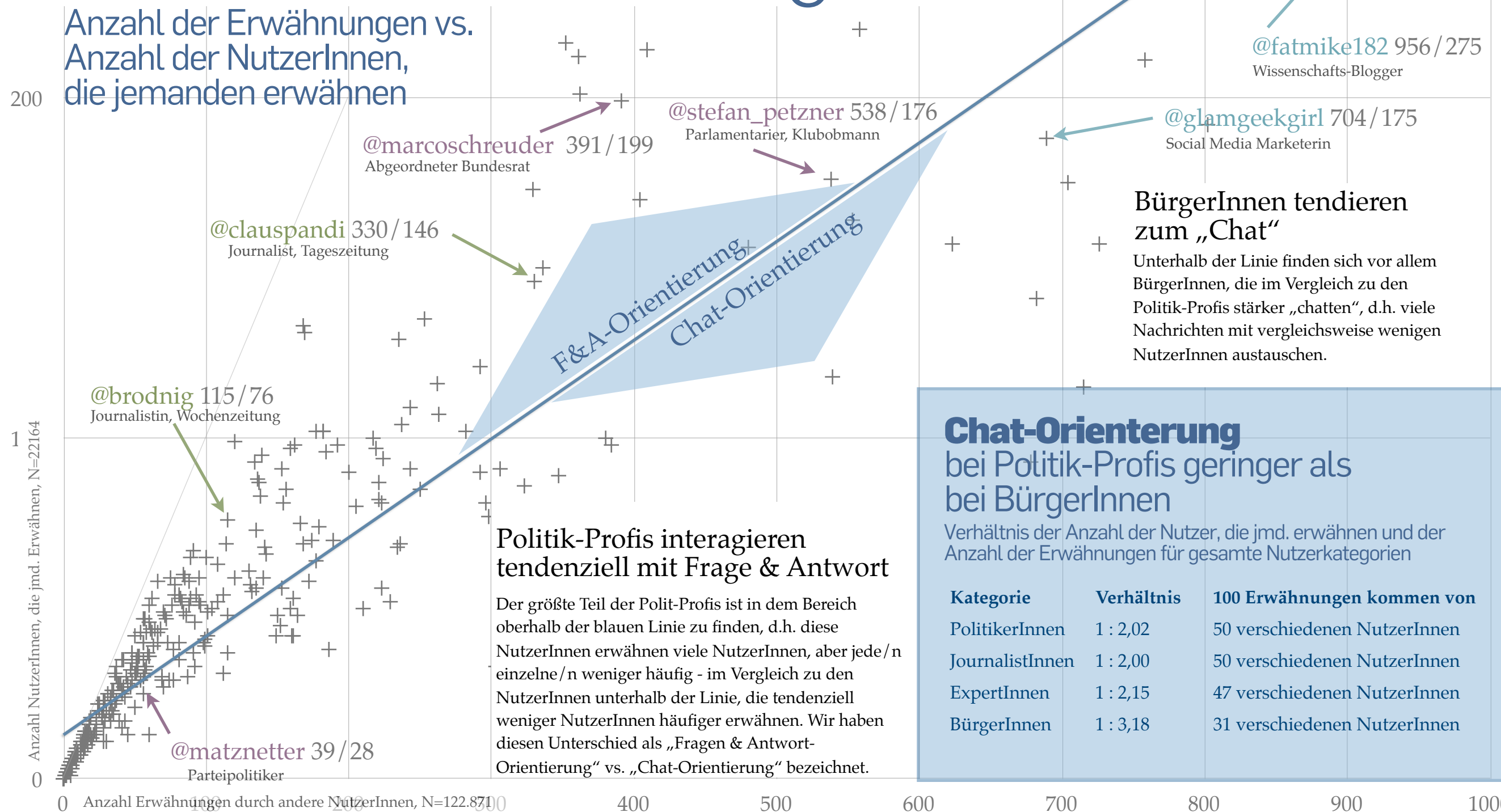
in: Von NutzerInnen aus welchen Gruppen wird ein/e Nutzer/in erwähnt?
N=Anzahl der Erwähnungen

out: NutzerInnen aus welchen Gruppen werden von einem/r Nutzer/in adressiert?
N=Anzahl der Adressierung



NutzerInnen werden von **vielen anderen** erwähnt - Profis „chatten“ weniger

Anzahl der Erwähnungen vs. Anzahl der NutzerInnen, die jemanden erwähnen



Politische Themen & Themennetzwerke

Themen & Themennetzwerke: Zentrale Erkenntnisse 1/2

Spezifische Themen, **spezifische Netzwerke**

Themen auf Twitter: Ausmaß und Anteil politischer Tweets variiert stark

Ob ein politisches Thema auf Twitter tatsächlich Thema ist, ist jeden Tag unterschiedlich: Die 145.356 aufgezeichneten Tweets aus vier Wochen, die wir manuell exakt je einem Thema zuordneten, betrafen in unterschiedlichem Ausmaß österreichische Innenpolitik. In der Untersuchungswoche 3 vom 27.12.11 bis 02.01.12 waren nur 13,4 % der Tweets – im weitesten Sinne – der Innenpolitik zuzurechnen. Ein Großteil dieser Tweets hing dabei mit der Causa „Niko Pelinka“ zusammen, die auf Twitter ausführlich diskutiert wurde. Einen Monat später, in Untersuchungswoche 4 (25.01.12-31.01.12) wurde erstens fast doppelt so viel (28.618 Tweets in W3 vs. 47.207 Tweets in W4) und zweitens weit politischer (26,5 % Innenpolitikanteil) getwittert. Wichtigste Themen in dieser Woche waren „Korruption“ sowie die Ereignisse rund um den „WKR-Ball“.

In Untersuchungswoche 2 (2. - 8. November 2011) stand die Hausbesetzung in der Lindengasse auf der Agenda der österreichischen Twittersphäre, vor allem im Netzwerk der AktivistInnen. Hier ergab sich eine gewaltige Diskrepanz zur Berichterstattung in den Massenmedien, die kaum auf das Thema eingingen (siehe nächster Abschnitt).

Die politische Twittersphäre: Noch mehr Politik-Profis, insbesondere JournalistInnen

Nimmt man alle innenpolitischen Tweets zur Grundlage für eine Netzwerkvisualisierung der politischen Twittersphäre, so tut sich einiges Neues auf: Im Vergleich zum Gesamtnetzwerk der Twittersphäre (siehe Kapitel „Netzwerke der Twittersphäre“) finden sich in diesem Netzwerk weit weniger BürgerInnen. Noch mehr dominieren Politik-Profis, insbesondere JournalistInnen, die Kommunikation. Der (Online-)Standard ist – durch seine vielen twitternden RedakteurInnen – das bestvernetzte Medium. Bei keinem anderen Medienunternehmen gibt es mehr als zwei, maximal drei JournalistInnen, die häufig von anderen adressiert werden. Auffällig ist, dass sich auf Basis der politischen Tweets keine reinen Politik-Profi und BürgerInnen-Cluster ausmachen lassen, sondern dass es eine dichtes Netzwerk aus JournalistInnen und ExpertInnen gibt, an dem auch einige BürgerInnen beteiligt sind, sowie ein etwas loseres Netz aus PolitikerInnen, vor allem von den Grünen, und einer Reihe von BürgerInnen. Zentral zwischen diesen beiden Netzwerkteilen finden sich insbesondere @arminwolf und @michelreimon.

@ArminWolf auch hier zentral

Der TV-Journalist @ArminWolf ist, wie auch im Gesamtnetzwerk, eine zentrale Figur. Insbesondere Politiker der Grünen (@marcoschreuder, @WKogler, @michelreimon, @gebimair, @Gruene_Austria und @chorherr) stehen untereinander und mit BürgerInnen (@fatmike182, @AnChVIE, @Helge, @franzjoseph) im Austausch.

Themen & Themennetzwerke: Zentrale Erkenntnisse 2/2

NutzerInnen zu **Nischenthemen** kaum zentral im Netzwerk

Themennetzwerke: Neue Nischen-Twitterer

An den Themennetzwerken zeigt sich, was es bringt, tausende Tweets manuell zu sortieren: Neue NutzerInnen, die im Gesamtnetzwerk bisher eine untergeordnete Rolle gespielt haben, "poppen auf". Viele der neuen Twitterer sind NischenkommunikatorInnen, die sich auf ein Thema spezialisiert haben. Für TwitternutzerInnen, die sich für ein Thema interessieren, sind diese themenspezifischen Netzwerkgrafiken eine hervorragende Folgeempfehlung.

Wenige JournalistInnen twittern zu Bildungspolitik, dafür aber zahlreiche AktivistInnen der ÖH (@janine_wulz, @dieGRAS) und der #unibrennt-Bewegung (@unibrennt, @infopointaudim). Diese bilden ein eigenes Subnetzwerk mit dem Informationshub @porrporr in ihrer Mitte. @ArminWolf wird weiterhin oft adressiert, auch wenn er sich selten zu Bildungspolitik äußert. Auch BürgerInnen, insbesondere Studierende haben sich Bildungspolitik an ihre Fahnen geheftet.

Im Themennetzwerk "Korruption", das bei allen Berufskategorien auf der Agenda ist, taucht ein Kuriosum auf. Neben dem Anti-Korruptionsexperten @HubertSickinger kommunizieren ParlamentarierInnen und MitarbeiterInnen von Parteien, die selbst im parlamentarischen

Untersuchungsausschuss sitzen. Zum Beispiel: @stefan_petzner, @heimolepuschitz (BZÖ), @PeterPilzBlog oder @Svjek (ÖVP).

@stefan_petzner tickert sogar Meldungen aus dem U-Ausschuss. Der pseudonym geführte Account @UndSieBewegt retweetet und erwähnt viele der ProtagonistInnen, wird aber selten selbst adressiert.

Das Thema "Finanzkrise in Österreich und Maßnahmen dagegen" ist auf Twitter kein wichtiges Thema. Wenige JournalistInnen twittern dazu. @rudifussi, der ein Volksbegehren für "mehr Steuergerechtigkeit" initiiert hat, hat am meisten Tweets abgesendet. Auch das BZÖ ist in diesem Netzwerk auffallend präsent.

Fazit

Auf Twitter werden Themen mit unterschiedlicher Intensität behandelt. Über linke Themen wie "Bildungspolitik", "Korruptionsbekämpfung" oder "die Ereignisse rund um den WK-R-Ball" werden mehr Tweets abgesetzt als über ein Thema wie die Finanzkrise. Doch auch diese Themenkomplexe haben Hoch- und Nebensaison, ganz so wie in traditionellen Medien.

In Themennetzwerken treten Cluster und ProtagonistInnen hervor, die die Netzwerkanalyse der gesamten Twittersphäre nicht zeigt.

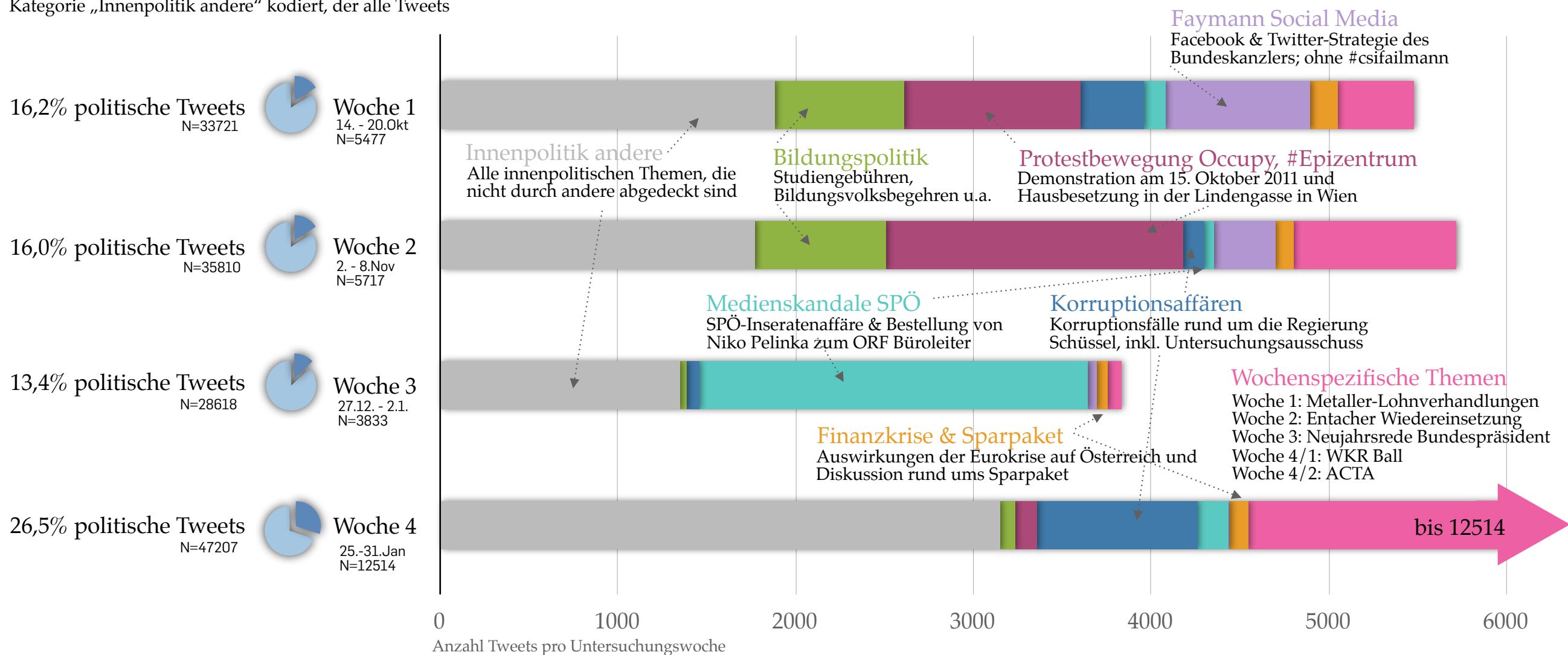
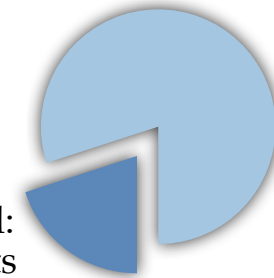
Fast ein Fünftel aller Tweets zu Innenpolitik

Anzahl der nach Themen kodierten Tweets aller NutzerInnen pro Untersuchungswoche

Alle Tweets der 374 NutzerInnen sowie alle Tweets von NutzerInnen, die diese erwähnen, wurden von drei MitarbeiterInnen nach einer genauen Anleitung nach innenpolitischen Themen kodiert. Dabei wurde neben den einzelnen konkreten Themenbereichen auch die Kategorie „Innenpolitik andere“ kodiert, der alle Tweets

zu innenpolitischen Themen zugeordnet wurden, die nicht schon von anderen Themen abgedeckt waren. Insgesamt wurden 145.356 Tweets zwölf verschiedenen zuvor definierten Themen, der Kategorie „andere“ oder der Kategorie „keine Innenpolitik“ zugeordnet.

Gesamtes Material:
18,9% Tweets
zu Innenpolitik



Netzwerk auf Basis der Tweets, die österreichische Innenpolitik zum Thema haben

Weiters sind einige auffällige Verbindungen zwischen einzelnen NutzerInnen auszumachen. So wird beispielsweise @stefan_petzner sehr häufig von @UndSie Bewegt adressiert. Hierbei handelt es sich vor allem um Tweets, die dem Thema „Korruptionsaffären“ zuzurechnen sind, wie im entsprechenden Themennetzwerken auf Seite 48 zu beobachten. Im JournalistInnen-Netzwerk nimmt nun auch der ORF Redakteur @DieterBornemann eine zentrale Position ein, wobei er vor allem im Kontext der Affäre Pelinka häufig adressiert wurde (siehe Themennetzwerk Seite 48).

JournalistInnen und ExpertInnen

AktivistInnen

PolitikerInnen und BürgerInnen

Um die Lesbarkeit zu verbessern wurden die Knoten nicht linear skaliert. Kleine Knoten sind vergrößert dargestellt.

Anzahl der Knoten: 620
Anzahl der Kanten (gewichtet): 7.869

Themennetzwerk: **Bildung**

Bildung ist ein großes Thema im AktivistInnen-Netzwerk und bei einzelnen BürgerInnen. Politik-Profis twittern zwar weniger zu Bildung, einige sind aber trotzdem zentral, da sie von verschiedenen Personen adressiert werden.

Vor allem das schon in der Gesamtdarstellung identifizierte AktivistInnen-Netzwerk ist sehr aktiv zum Thema „Bildung“. @porrporr twittert zwar selbst deutlich weniger zu Bildung als die dezidierten Bildungs-Accounts @unibrennt, @infopointaudim oder die ÖH-Vorsitzende @janine_wulz, ist aber dennoch zentral für die Konversationen in diesem Teilnetzwerk.

Weiters twittern einzelne BürgerInnen sehr stark zu Bildung. Diesjenigen, die am meisten dazu schreiben werden jedoch nicht von vielen NutzerInnen erwähnt, und stehen deshalb am Rande des Netzwerks - wie auch der Account des Bildungsvolksbegehrens @vbbiteam.

Diejenigen NutzerInnen, die im Netzwerk zentral sind, darunter einige Politik-Profis, twittern zwar weniger zum Thema, werden aber trotzdem häufig im Kontext erwähnt

Anzahl der abgebildeten Knoten: 509
Anzahl der abgebildeten Kanten (gewichtet): 4.672

Bildungsvolksbegehren

Im Rahmen der Kampagne wurde der Account @vbbiteam stark eingesetzt. Mittlerweile wird der Account nur mehr mit der Facebook-Page synchronisiert.

#unibrennt und ÖH

AktivistInnen der Österreichischen HochschülerInnenschaft und der #unibrennt-Bewegung twittern viel zu Bildungspolitik. Dennoch stehen sie nicht im Zentrum, weil sie von anderen nicht so oft adressiert werden.

ACHTUNG! Visualisierung anders berechnet!

Auf dieser und den nächsten Folien zu Themennetzwerken ist nicht die Anzahl der Erwähnungen für die Größe der Knoten entscheidend, sondern die Anzahl der abgesendeten themenspezifischen Tweets. D.h. Es erscheinen jene NutzerInnen größer, die mehr zum Thema getwittert haben. Die Zentralität im Netzwerk wird jedoch dadurch bestimmt, wie viele verschiedenen NutzerInnen jemanden adressiert haben.

Themennetzwerk: **Korruption**

Die Korruptionaffären und der U-Ausschuss zum Thema stehen bei NutzerInnen aller Kategorien auf der Agenda.

Infohub, trotzdem Randfigur

Der pseudonym verwendete Account @UndSieBewegt adressiert und retweetet viel, wird aber selten erwähnt und ist deshalb am Netzwerkrand angesiedelt.

PolitikerInnen mit dabei

MitarbeiterInnen von Parteien und ParlamentarierInnen, die im U-Ausschuss sitzen, diskutieren über das Thema, z.B.: @heimolepuschitz, @PeterPilzBlog, @Svjek.

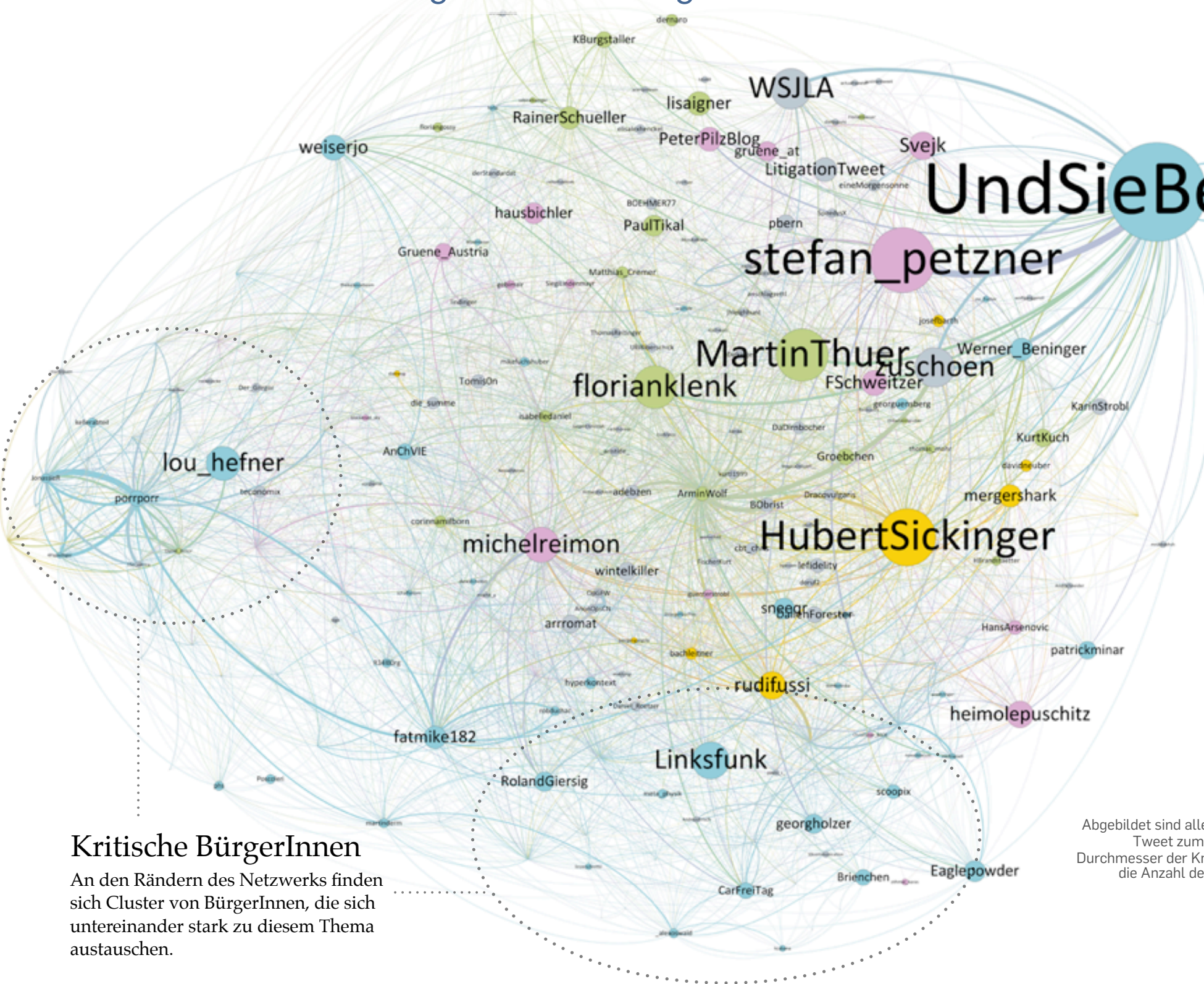
Insbesondere @stefan_petzner wird im Kontext „Korruption“ angesprochen und setzt auch selbst viele Meldungen zu diesem Thema ab.

Zentral: Journalistinnen und ExpertInnen

Dem Politikwissenschaftler @Hubertsickinger kommt im Kontext „Korruptionsaffären“ eine zentrale Rolle zu. Weiters sind die Journalisten @MartinThuer und @florianklenk im Themennetzwerk relevant.

Kritische BürgerInnen

An den Rändern des Netzwerks finden sich Cluster von BürgerInnen, die sich untereinander stark zu diesem Thema austauschen.



Abgebildet sind alle Accounts, die im Untersuchungszeitraum mindestens einen Tweet zum Thema „Korruptionsaffären“ abgesetzt haben. Basis für den Durchmesser der Knoten ist hier und bei allen anderen Themennetzwerken nicht die Anzahl der eingehenden Tweets und Retweets, sondern die Anzahl der abgesendeten themenspezifischen Tweets.

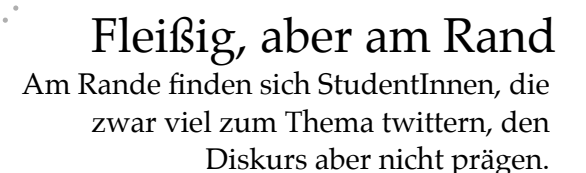
Anzahl der abgebildeten Knoten: 433
Anzahl der abgebildeten Kanten (gewichtet): 4.022

Das Thema Eurokrise spielt in der politischen Twittersphäre keine große Rolle:
Wenige JournalistInnen twittern zu diesem Thema.

ElmarLeimgruber

Mitarbeiter des BZÖ twittern fleißig zum Thema „Finanzkrise / Sparpaket“, werden aber - bis auf @stefan_petzner - von den anderen NutzerInnen weitestgehend ignoriert.

Anzahl der abgebildeten Knoten: 200
Anzahl der abgebildeten Kanten (gewichtet): 1.692



Ein Themenkomplex, bei dem die Zivilgesellschaft den Ton angab: Der WKR-Ball, die Gegenproteste und die Stellungnahmen von H. C. Strache im Jänner.

In den Tagen vor und nach dem Ball wird das Thema aufbereitet und Aufmerksamkeit geschürt, indem Nachrichten verbreitet werden. Am Tag des Balls verwenden diese NutzerInnen Twitter insbesondere zum Tickern und zur Koordination des Protests.

ArminWolf im Zentrum

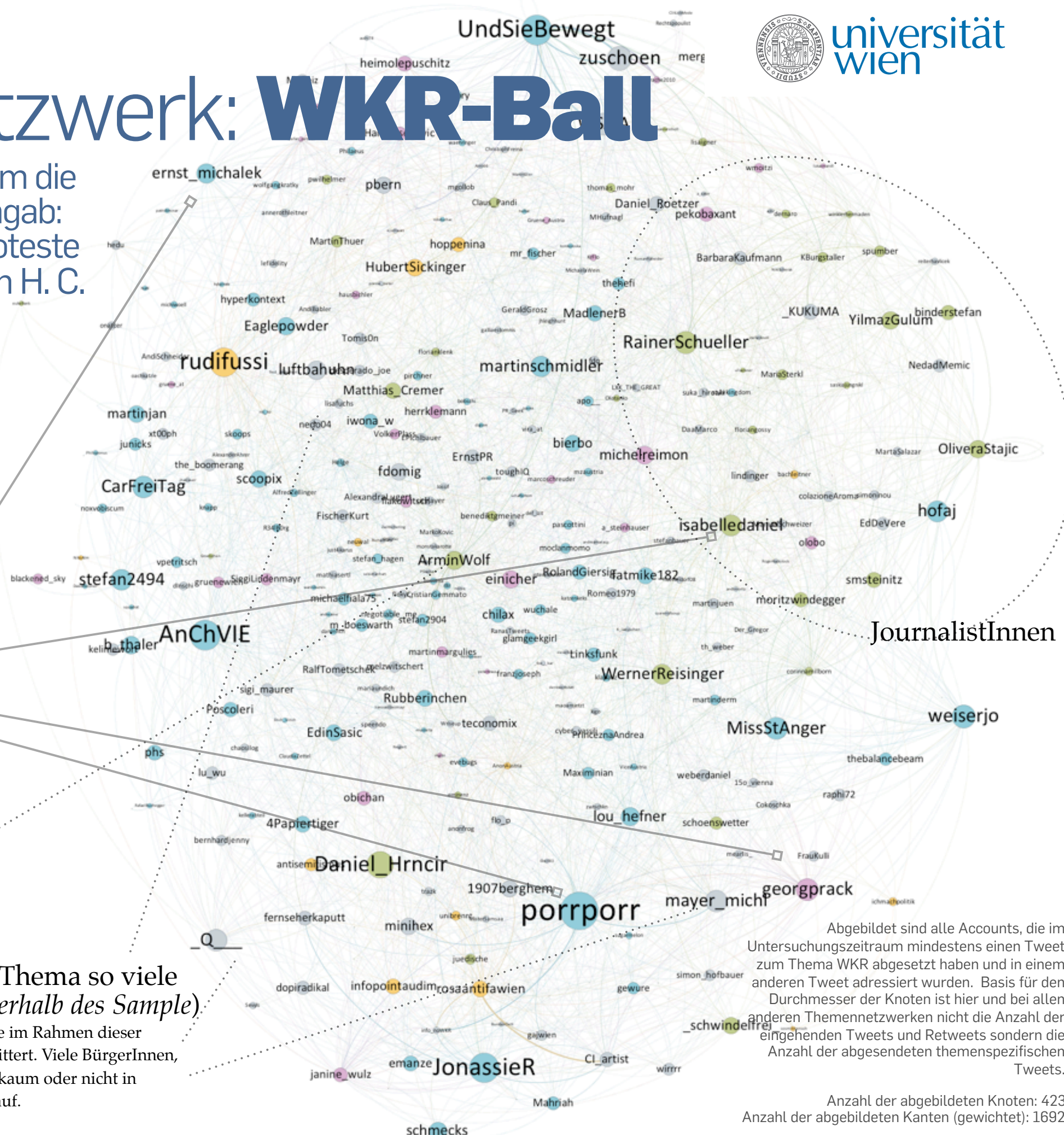
Bei keinem anderen Thema so viele graue Accounts (*außerhalb des Sample*).

Zu keinem anderen Thema wurde im Rahmen dieser Untersuchungswoche mehr getwittert. Viele BürgerInnen, die zuvor im Rahmen der Studie kaum oder nicht in Erscheinung traten tauchen hier auf.

JournalistInnen

Abgebildet sind alle Accounts, die im Untersuchungszeitraum mindestens einen Tweet zum Thema WKR abgesetzt haben und in einem anderen Tweet adressiert wurden. Basis für den Durchmesser der Knoten ist hier und bei allen anderen Themennetzwerken nicht die Anzahl der eingehenden Tweets und Retweets sondern die Anzahl der abgesendeten themenspezifischen Tweets.

Anzahl der abgebildeten Knoten: 423
Anzahl der abgebildeten Kanten (gewichtet): 1692



Themenvergleich Twitter & Tagespresse

Themenvergleich Twitter & Tagespresse:
zentrale Erkenntnisse

Twitter-Themen: Aktuelle Ereignisse, politischer Aktionismus, Medien

Langatmige Themen auf Twitter unterrepräsentiert

Während die Auswirkungen der europäischen Finanzkrise auf Österreich inklusive den Diskussionen rund um das von der Regierung lange angekündigte und Anfang 2012 verabschiedete Sparpaket in allen vier Erhebungswochen für die Berichterstattung in Tageszeitungen zentral waren, wurden diese Themen auf Twitter kaum diskutiert. Etwas stärker wurde zu den Korruptionsaffären im Kontext der Regierung Schüssel getwittert, jedoch im Vergleich zur Anzahl der Presseberichte im selben Zeitraum wenig. Beide Themen waren für einen langen Zeitraum in der öffentlichen Diskussion, haben sich langsam und stetig entwickelt und sind als Themen tendenziell sperrig. Dies könnte ein Grund für die Unterrepräsentation dieser Themen auf Twitter sein, das sich aufgrund seiner Struktur eher für kurze, prägnante Aussagen und Kommentare eignet.

Aktuelle, sensationelle Ereignisse auf Twitter relevant

So scheinen auf Twitter kurzlebige Themen und aktuelle, sensationelle Ereignisse stärker auf Widerhall zu stoßen. Politische Aktionen wie die Occupy-Austria-Demonstration oder die Aktionen gegen den WKR-Ball im Jänner sowie aktuelle, sensationelle Ereignisse wie das Urteil über die Wiedereinsetzung von Generalstabschef Entacher oder die Affäre rund um Niko Pelinka wurden auf Twitter stark diskutiert. Diese Themen waren zwar zum Teil auch in den Printmedien präsent, aber „nur“ als ein Thema von vielen. Auf Twitter dagegen haben in den jeweiligen Untersuchungswochen die Themen „Niko Pelinka“ und „WKR-Ball“ die Twittersphäre dominierend geprägt.

Medienaffinität der NutzerInnen

Die „Überrepräsentation“ der Pelinka-Affäre und der Social-Media-Strategie von Bundeskanzler Faymann auf Twitter kann mit der hohen Medienaffinität vieler NutzerInnen der österreichischen Twittersphäre erklärt werden. Da Twitter besonders von Personen mit Hintergrund im Medienbereich genutzt wird, wurden diese beiden Medien-Themen besonders stark diskutiert.

Politischer Aktionismus: Koordination über Twitter

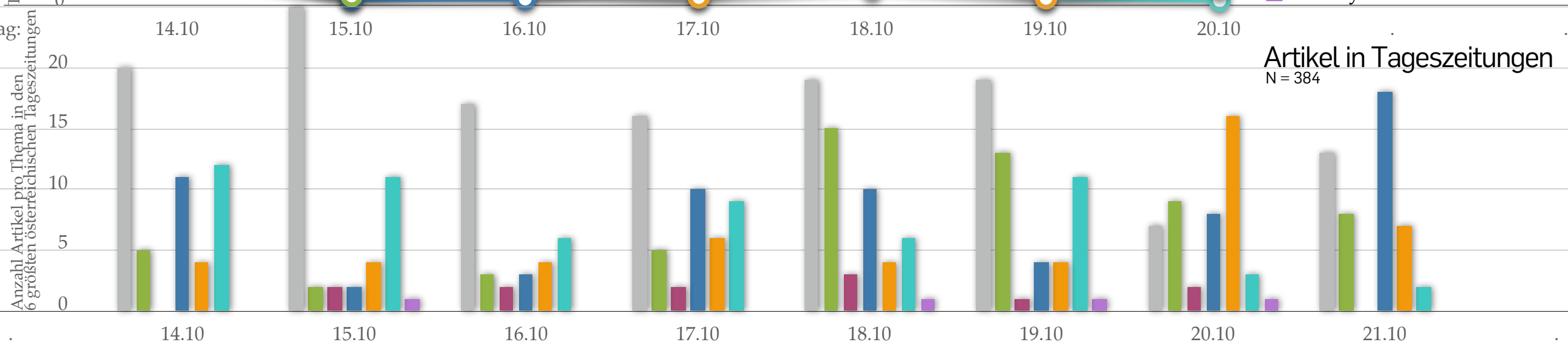
Für Themen im Kontext von politischem Aktionismus, dies sind die Demonstration zu Occupy Wallstreet, die Besetzung des Hauses in der Lindengasse und die Demonstrationen zum WKR-Ball kann eine weitere Erklärung für die starke Präsenz auf Twitter herangezogen werden. Wie u.a. im Kontext der #unibrennt Proteste 2009 gezeigt [32], wird Twitter von AktivistInnen nicht nur zur Diskussion und Verbreitung von Informationen genutzt, sondern zum Teil auch zur Koordination von beteiligten Personen und Ressourcen. Dies erklärt z.T. die Dichte der Mitteilungen zu den jeweiligen Themen auf Twitter und ihre vergleichsweise Unterrepräsentation in den Massenmedien.

Presse ignoriert **Occupy**, **Metaller** kein Twitter-Thema

Themenvergleich Twitter / Tageszeitungen
14. bis 20./21. Oktober 2011

In der ersten Untersuchungswoche ist der Unterschied in der Themenrelevanz zwischen Twitter und den sechs größten österreichischen Tageszeitungen sehr augenfällig. Während auf Twitter den gesamten Zeitraum über die Occupy Austria Demonstration am 15. Oktober und verwandte Themen auf der Tagesordnung standen, wurden diese in der Presse kaum beachtet. Dasselbe gilt für die auf Twitter diskutierte Social-Media-Strategie des Bundeskanzlers. Umgekehrt waren die Lohnverhandlungen der Metaller und die Streikandrohungen der Gewerkschaft in diesem Kontext, die in der Presse stark thematisiert wurden, auf Twitter kein Thema.

Tweets pro Tag & Thema
N = 5.276



Themen **Bildung, Entacher** für Twitter und Presse zentral

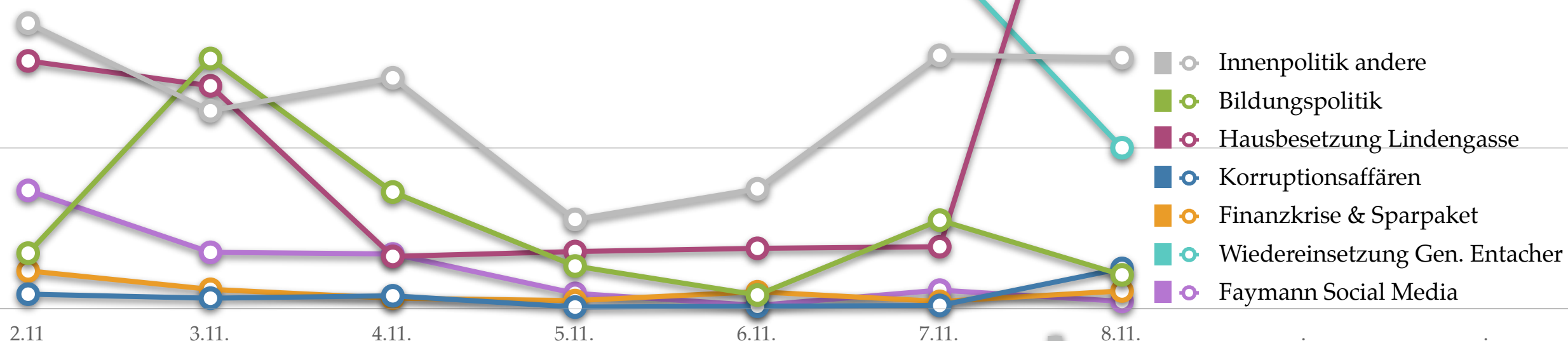
Themenvergleich Twitter / Tageszeitungen
2. bis 8./9. November 2011

Tweets der 374 NutzerInnen und Tweets, die sie erwähnen, pro Tag & Thema

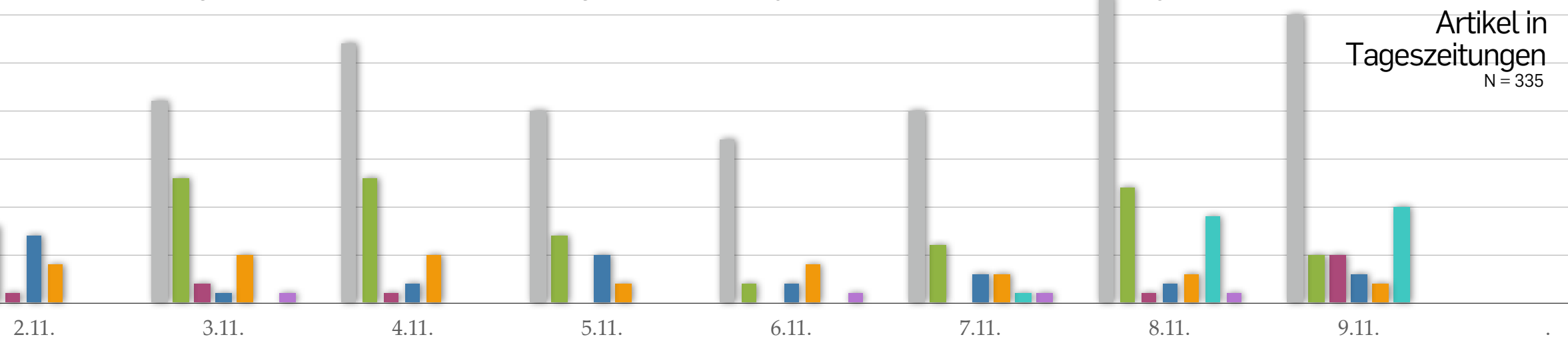
Bildungspolitik (Bildungsvolksbegehren, Studiengebühren) und die von einem Gericht erzwungene Wiedereinsetzung des von Verteidigungsminister Darabos zuvor entlassenen Generalstabchefs Entacher sind auf Twitter und in den österreichischen Tageszeitungen gleichermaßen relevant. Die Korruptionsaffären in der Regierung Schüssel und Österreich im Kontext der Finanzkrise sind dagegen in der Presse zentral, auf Twitter wird darüber jedoch kaum diskutiert. Eine Hausbesetzung von AktivistInnen in Wien ist auf Twitter deutlich wichtiger als in den Tageszeitungen.

Tweets pro Tag & Thema
N = 5472

Anzahl Artikel pro Thema in den 6 größten österreichischen Tageszeitungen



Artikel in
Tageszeitungen
N = 335

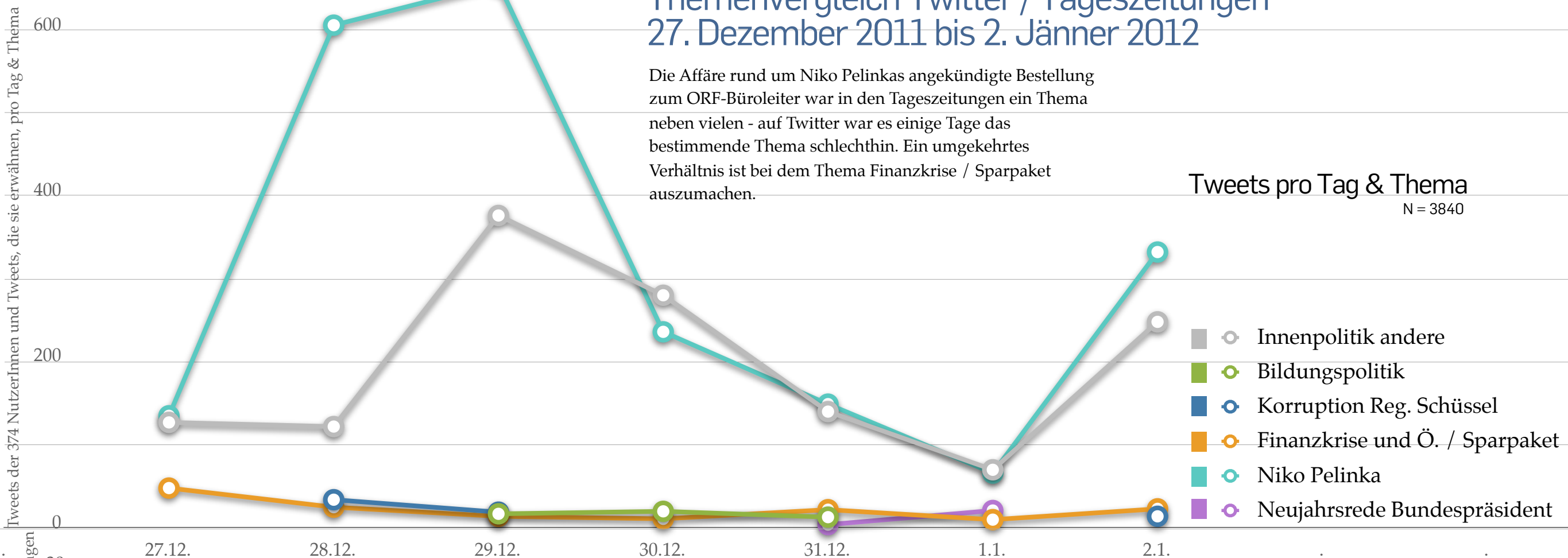


Auf Twitter dominiert ein Thema: **Niko Pelinka** - in der Presse erst später

Themenvergleich Twitter / Tageszeitungen
27. Dezember 2011 bis 2. Jänner 2012

Die Affäre rund um Niko Pelinkas angekündigte Bestellung zum ORF-Büroleiter war in den Tageszeitungen ein Thema neben vielen - auf Twitter war es einige Tage das bestimmende Thema schlechthin. Ein umgekehrtes Verhältnis ist bei dem Thema Finanzkrise / Sparpaket auszumachen.

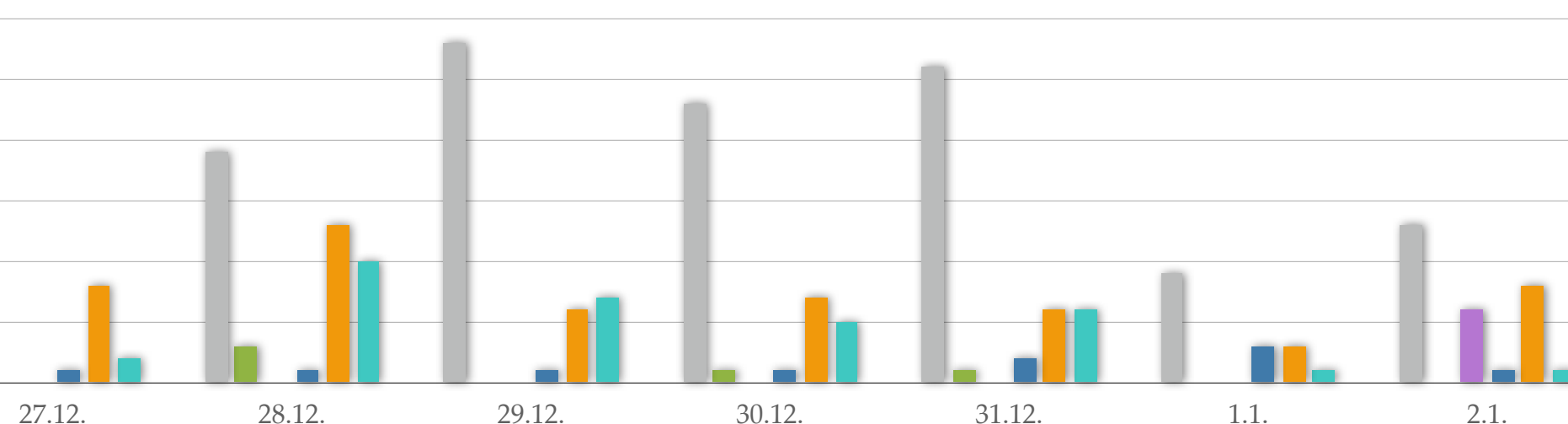
Tweets pro Tag & Thema
N = 3840



Artikel in
Tageszeitungen
N = 248

In dieser Erhebungswoche wurde
der Folgetag leider nicht kodiert.

Anzahl Artikel pro Thema in den
6 größten österreichischen Tageszeitungen



Sparpaket auf Twitter: Nebensache. WKR-Ball überragend

Themenvergleich Twitter / Tageszeitungen
25. bis 31. Jänner / 1. Februar 2012

Tweets der 374 NutzerInnen und Tweets, die sie erwähnen, pro Tag & Thema

Anzahl Artikel pro Thema in den 6 größten österreichischen Tageszeitungen

WKR 27.1.: 2.162

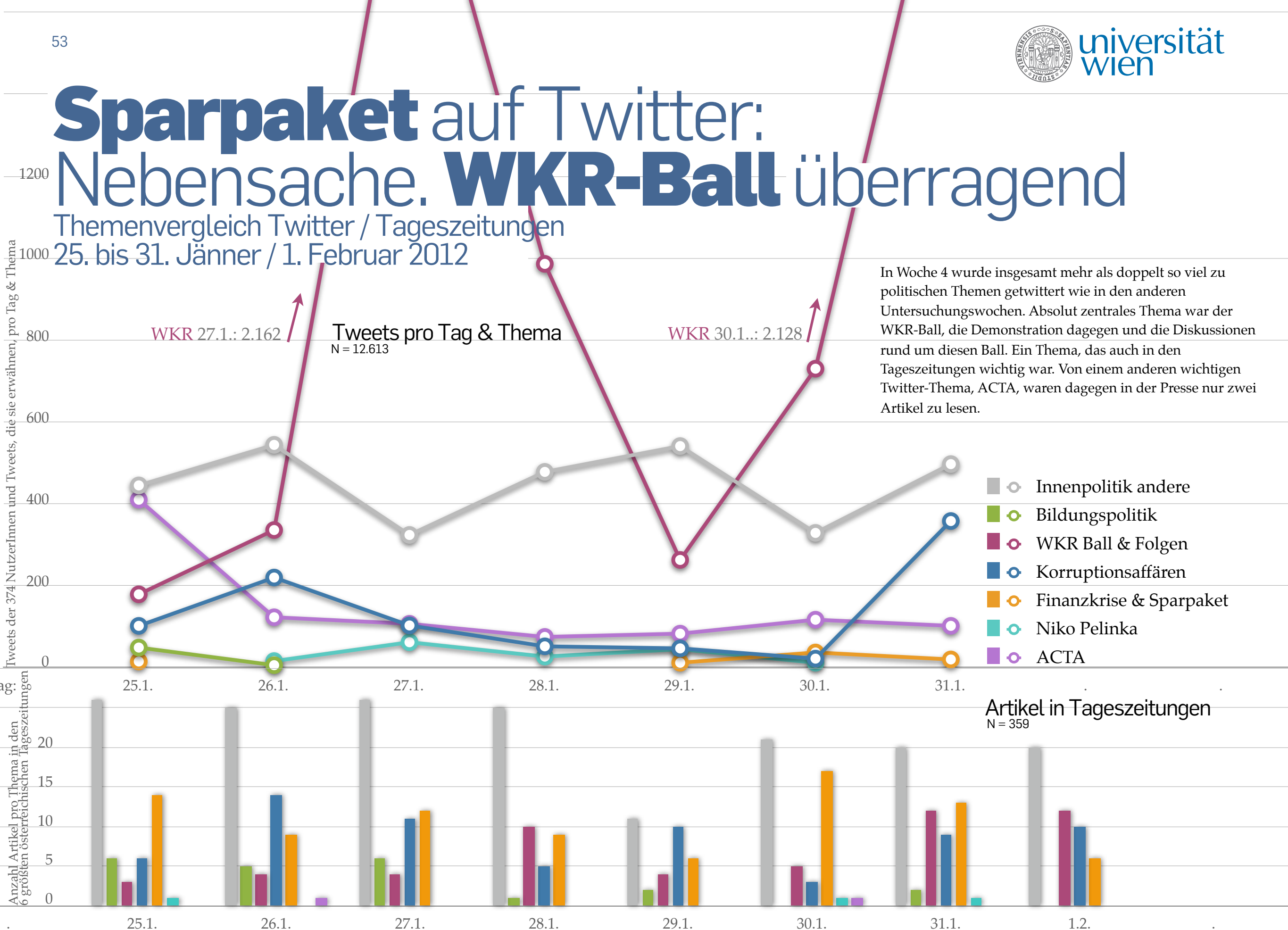
Tweets pro Tag & Thema
N = 12.613

WKR 30.1.: 2.128

In Woche 4 wurde insgesamt mehr als doppelt so viel zu politischen Themen getwittert wie in den anderen Untersuchungswochen. Absolut zentrales Thema war der WKR-Ball, die Demonstration dagegen und die Diskussionen rund um diesen Ball. Ein Thema, das auch in den Tageszeitungen wichtig war. Von einem anderen wichtigen Twitter-Thema, ACTA, waren dagegen in der Presse nur zwei Artikel zu lesen.

- ○ Innenpolitik andere
- ○ Bildungspolitik
- ○ WKR Ball & Folgen
- ○ Korruptionsaffären
- ○ Finanzkrise & Sparpaket
- ○ Niko Pelinka
- ○ ACTA

Artikel in Tageszeitungen
N = 359



Credits

Credits

Autoren der Studie

Julian Ausserhofer



Foto: Thomas Raggan

Julian Ausserhofer arbeitet im Web Literacy Lab des Studiengangs Journalismus und PR der FH JOANNEUM in Graz und promoviert am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien. Seine Forschungsthemen sind Social Media, Open (Government) Data sowie Datenjournalismus. Ausserhofer ist Mitglied der Gruppe Internetforschung der Universität Wien, im Vorstand des Open Knowledge Forum Österreich (OKF Austria) sowie des Wissensmanagement Forums Graz.
<http://julian.mur.at/blog>



Axel Maireder



Foto: Gilbert Novy

Axel Maireder ist Universitätsassistent und Doktorand am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Uni Wien. Seine derzeitigen Forschungsthemen bewegen sich am Schnittpunkt von Social Media und Massenmedien, insbesondere interessieren ihn Praktiken und Strukturen der intermedialen Nachrichtenverbreitung. Zuvor arbeitete er als Forscher für das österreichische Unterrichtsministerium über Internetpraktiken und Cyberbullying bei Jugendlichen. Maireder ist Mitglied und Mitbegründer der Gruppe Internetforschung an der Universität Wien.
<http://www.axelmairerder.net>



Axel Kittenberger



Foto: Privat

Axel Kittenberger ist Sozialwissenschaftler und Programmierer in Personalunion, arbeitet an der Universität Wien und ist Mitglied der dortigen Gruppe Internetforschung. Er dissertiert am Institut für Soziologie. Sein Forschungsinteresse umfasst die Erwartungen und Effekte von Open Government Data.
<http://axkibe.posterous.com/>



Credits

Kooperationspartner



THE GAP. MAGAZIN FÜR GLAMOUR UND DISKURS ist Österreichs wichtigstes Magazin für Pop und Kultur, Kunst und Design, IT und Kreative. **SUPER-FI** ist mittelbar Eigentümer von THE GAP und eine der größten Social Media Agenturen Österreichs.

Niko Alm
Stefan Niederwieser
Michael Schöner
Cornelia Stastny
Thomas Weber



Social Media Ranking

ForschungsassistentInnen

Kathrin Braun
Fabian Kretschmer
Maja Nizamov

Unser Dank geht weiters an

Axel Bruns (Methodentraining)
Martina Wieser-Walz (Lektorat)

FH JOANNEUM
 JOURNALISMUS UND
 PUBLIC RELATIONS (PR)

web literacy lab

F E S T

Credits

Anmerkungen / Literatur

- [1] Dahlgren, P. (2005). The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Political Communication*, 22(2)
- Anduiza, E., Cantijoch, M., & Gallego, A. (2009). Political Participation and the Internet. A field essay. *Information, Communication & Society*, 12(6)
- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom*. New Haven: Yale University Press.
- Bimber, B. (2001). Information and Political Engagement in America: The Search for Effects of Information Technology at the Individual Level. *Political Research Quarterly*, 54(1), 53-67.
- Castells, M. (2000). *The Rise of the Network Society: Economy, Society and Culture v.1: The Information Age: Economy, Society and Culture Vol 1*. Wiley-Blackwell.
- Hindman, M. (2008). What Is the Online Public Sphere Good For? In: J. Turow & L. Tsui (Eds.), *The Hyperlinked Society: Questioning Connections in the Digital Age*, 268-287. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- [2] Bakker, T. P. & Schönbach, K. (2011). Active Audiences and An Inclusive Online Public Sphere: Truths About Internet Myths. Presented at the International Communication Association conference, Boston, MA.
- [3] Donk, W. van de, Loader, B. D., Nixon, P. G., & Rucht, D. (Eds.). (2004). *Cyberprotest: New Media, Citizens and Social Movements*. London: Routledge.
- [4] Dutton, W. H. (2007). Through the Network of Networks - The Fifth Estate. SSRN eLibrary. Retrieved from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1134502
- [5] Davis, A. (2010). New media and fat democracy: the paradox of online participation. *New Media & Society*, 12(5)
- [6] Jarren, O. & Donges, P. (2006). *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: Eine Einführung* (2nd ed.). Wiesbaden: VS Verlag
- [7] Krieski, H.-P. (2001). SSOAR: Die Rolle der Öffentlichkeit im politischen Entscheidungsprozess (Arbeitspapier). Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung GmbH.
- [8] Deuze, M. & Bardoel, J. (2001). Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. *Australian Journalism Review*, 23(2), 91-103.
- [9] Bruns, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative Online News Production*. New York, Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, Oxford, Wien: Peter Lang Publishing.
- [10] Hermida, A. (2010). Twittering the News: The Emergence of Ambient Journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297-308.
- [11] Naaman, M., Boase, J. & Lai, C. (2010). Is it really about me?: message content in social awareness streams. CSCW '10: Proceedings of the 2010 ACM conference on Computer supported cooperative work. Savannah, Georgia, USA: ACM.
- [12] Grant, W. J., Moon, B. & Busby Grant, J. (2010). Digital Dialogue? Australian Politicians' use of the Social Network Tool Twitter. *Australian Journal of Political Science*, 45, 579-604.
- Vergeer, M., Hermans, L. & Sams, S. (2011). Online social networks and micro-blogging in political campaigning: The exploration of a new campaign tool and a new campaign style. *Party Politics*.
- [13] Golbeck, J., Grimes, J. M. & Rogers, A. (2010). Twitter use by the U.S. Congress. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61(8), 1612-1621.
- Waters, R. D. & Williams, J. M. (n.d.). Squawking, tweeting, cooing, and hooting: analyzing the communication patterns of government agencies on Twitter. *Journal of Public Affairs*, 11(4)
- [14] Nielsen. (2009). Deutsche Politiker wandeln auf den (Online-) Spuren von Barack Obama. The Nielsen Company, Presseportal.de. Retrieved October 4, 2011
- [15] Jürgens, P. & Jungherr, A. (2011). Wahlkampf vom Sofa aus: Twitter im Bundestagswahlkampf 2009. In J. Schweitzer & S. Albrecht (Eds.), *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*. Wiesbaden: VS Verlag
- [16] Ito, M. (2008). Introduction. In: K. Varnelis (Ed.), *Networked Publics*. Cambridge, London: MIT Press.
- [17] Boyd, D. (2011). Social Network Sites as Networked Publics. In: Z. Papacharissi (Ed.), *Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*, 39-58. New York: Routledge.
- [18] Maireder, A. (2011). Links auf Twitter. Wie verweisen deutschsprachige Tweets auf Medieninhalte? Forschungsbericht. <http://www.univie.ac.at/publizistik/twitterstudie>
- [19] Haythornthwaite, C. (2002). Strong, Weak and Latent Ties and the Impact of New Media. *The Information Society*, 18(5), 385-401.
- [20] Maireder, A. & Ausserhofer, J. (2011). 'Sharing' in sozialen Medien: Wie und warum Menschen auf Facebook und Twitter Medieninhalte teilen. Zentrale Ergebnisse. Blogbeitrag auf „Gruppe Internetforschung an der Universität Wien“.
- [21] Marwick, A. E. & Boyd, D. (2010). I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience. *New Media & Society* 13(1).
- [22] siehe Anmerkung 11
- [23] Katzenbach, C. (2010). Weblog-Öffentlichkeiten als vernetzte Gespräche. Zur theoretischen Verortung von Kommunikation im Web 2.0. In: J. Wolling, M. Seifert & M. Emmer (Eds.), *Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess*. Baden-Baden: Nomos.
- [24] Bruns, Axel, Burgess, J., Highfield, T., Kirchhoff, L. & Nicolai, T. (2011). Mapping the Australian Networked Public Sphere. *Social Science Computer Review*, 29(3), 277 -287.
- Larsson, A. O. & Moe, H. (2011). Studying political microblogging: Twitter users in the 2010 Swedish election campaign. *New Media & Society*. Forthcoming.
- [25] siehe Anmerkung 11
- [26] Rogers, R. (2009). *The End of the Virtual*. Digital Methods. Amsterdam: Vossiuspers UvA.
- Rogers, R. (2010). Internet Research: The Question of Method - A Keynote Address from the YouTube and the 2008 Election Cycle in the United States Conference. *Journal of Information Technology & Politics*, 7, 241-260.
- [27] Latour, B. (1991). Technology is Society Made Durable. A Sociology of Monsters: Essays on Power, Technology and Domination, 103-131. London, New York: Routledge.
- Latour, B. (2007). *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag
- [28] Bruns, Axel (2011). How long is a Tweet? Mapping Dynamic Conversation Networks on Twitter using Gawk and Gephi. *Information, Communication & Society*, forthcoming.
- Bruns, Axel, & Burgess, J. (2011). #ausvotes. How Twitter Covered the 2010 Australian Federal Election.
- Bruns, Axel, Burgess, J., Highfield, T., Kirchhoff, L. & Nicolai, T. (2011). Mapping the Australian Networked Public Sphere. *Social Science Computer Review*, 29(3), 277 -287.
- [29] beispielhaft:
- Larsson, A. O. & Moe, H. (2011). Studying political microblogging: Twitter users in the 2010 Swedish election campaign. *New Media & Society*. Forthcoming.
- Segerberg, A. & Bennett, W. L. (2011). Social Media and the Organization of Collective Action: Using Twitter to Explore the Ecologies of Two Climate Change Protests. *The Communication Review*, 14, 197-215.
- Small, T. A. (2011). What the Hashtag? *Information, Communication & Society*, 14, 872-895.
- Weller, K., Dröge, E., & Puschmann, C. (2011). Citation Analysis in Twitter. Approaches for Defining and Measuring Information Flows within Tweets during Scientific Conferences. Proceedings of Making Sense of Microposts Workshop (#MSM2011). Co-located with Extended Semantic Web Conference, Crete, Greece.
- [30] siehe Anmerkung 18
- [31] siehe Anmerkung 15
- [32] Maireder, A., & Schwarzenegger, C. (2011). A Movement of Connected Individuals. *Information, Communication & Society*, 1-25.

#atpoltwit

<http://twitterpolitik.net>

mail@twitterpolitik.net

- ▶ Weitere Analysen und Informationen
- ▶ Präsentationstermine
- ▶ Wissenschaftliche Publikationen
- ▶ Netzwerke zur Ansicht und zum Download