

Raute und Schlagwort. Prof. Dr. Andreas Bernards Forschung zum Hashtag

12.11.2018 In seinem neuen Buch „Das Diktat des Hashtags: Über ein Prinzip der aktuellen Debattenbildung“ beschreibt Prof. Dr. Andreas Bernard vom Centre for Digital Cultures die Funktion von Schlagwörtern sowie die Geschichte des Hashtags und erklärt dessen Rolle bei der Entstehung öffentlicher Debatten.



Die Notwendigkeit und Wirksamkeit des Hashtags ist ein neues Phänomen. Noch vor zehn Jahren tauchten Schlagwörter und Kategorisierungen nur in Bibliotheken und Archiven auf. In seinem Buch schildert Bernard die Geschichte des Hashtags insbesondere in Hinblick darauf, wie sich die Debattenkultur geändert hat: „Vor 20 Jahren hätte man Debattenbeiträge in Medien, Zeitung, Radio, nicht sofort gelabelt oder verschlagwortet. Man hätte sich lediglich zu irgendwas geäußert. Der große Unterschied zu der Debattenbildung bei Twitter ist, dass man nur noch gehört wird, wenn man sich auf ein Hashtag bezieht.“

Der Medienwissenschaftler hat untersucht, wo Hashtags überall Verwendung finden und stieß dabei auf Überraschendes: „Interesse für den Hashtag gibt es im gesellschaftspolitischen Aktivismus sowie im Marketing.“ So gibt es etwa in der Datenbank der Berliner Staatsbibliothek 400 Einträge zum Hashtag. Davon betreffen 190 den Hashtag im Aktivismus und 190 im Marketing. Diese beiden - und fast nur diese beiden - auf den ersten Blick völlig verschiedene Sphären treffen sich in diesem Punkt. Im Marketing wird der Hashtag inzwischen so inflationär verwendet, dass man selbst auf einen spontanen Blick in irgendeine der kostenlos verteilten Anzeigenblättchen viele Anzeigen findet, die eine Raute beinhalten. „Und es ist eben die Frage, was das bedeutet? Beide verbindet eine Art Willen zur Kampagne und der

Wunsch, Sichtbarkeit zu schaffen.“

Sensibilität für das Ausgeschlossene

Die digitale Kultur der Gegenwart scheint fragmentiert und multizentrisch zu sein. Der einzigartige Ansatz von Bernards Forschung ist es, herauszufinden, wo es trotzdem Systeme gibt und aufzudecken, was keinen Platz in dem jeweiligen System hat. Als ein solches System kann die Vernetzung begriffen werden. „Networking ist heute eine unglaublich positiv konnotierte Tätigkeit, dessen digitale Entsprechung, Vernetzung, ebenso. Die Frage ist nun, was alles unsichtbar, an den Rand gedrängt oder vernachlässigt wird, wenn es um Networking und Vernetzung geht. Der Hashtag ist schließlich die Chiffre der Vernetzung. In einer Öffentlichkeit, die sich nur über den Hashtag organisiert, fällt alles raus, was nicht rubrizierbar ist. Der Hashtag schafft Rubriken, Kategorien, katalogische Einheiten. Aber wenn man zum Beispiel eine eigenbrötlerische oder eine scheue Position hat, dann würde der Hashtag das nicht abbilden.“ Die Allgegenwärtigkeit der Vernetzung wird zum Beispiel darin deutlich, dass mittlerweile fast jede*r ein Profil auf einer sozialen Plattform hat – wenn nicht auf Facebook, dann auf XING oder LinkedIn. „Vor 20 Jahren“, pointiert Bernard, „hatten nur Serienmörder ein Profil.“

Stimmlosen eine Stimme geben

Gleichzeitig hat der Hashtag auch eine emanzipierende Wirkung und trägt zum Empowerment marginalisierter Gruppen bei. „Der Hashtag ist ein Vehikel der Ermächtigung“, erklärt Bernard, „für Stimmen, für Einzelpersonen und Communities, die in einem konventionellen Mediensystem sonst keine Stimme, keinen Zugang hätten.“ Wenn zum Beispiel in den USA ein afroamerikanischer Schüler von einem weißen Polizisten erschossen wird, gibt es in durch etwa Fox News oder konservative Zeitungen geprägten Medienatmosphäre keinen Raum, dies angemessen zu thematisieren. Twitter und Hashtags ermöglichen die Etablierung einer Gegenöffentlichkeit. Gleiches gilt für die #metoo-Kampagne, die auf sexuelle Übergriffe, oder die #metwo-Kampagne, die auf die Diskriminierung von Menschen mit Migrationshintergrund aufmerksam macht. „Dies wäre nicht in der Wirksamkeit bekannt geworden, wenn es den Hashtag nicht gegeben hätte“, sagt der Medienwissenschaftler.



Ein Hashtag bringt Dinge unter einem Schlagwort zusammen, nivelliert aber deren Unterschiede.

#dingeaufdemschreibtisch

Links

- Publikation: Das Diktat des Hashtags: Über ein Prinzip der aktuellen Debattenbildung Frankfurt a.M., 2018
 - Homepage Prof. Dr. Andreas Bernard
 - Centre for Digital Cultures
-

Autor: Martin Gierczak

Datum: 12.11.2018

Kategorien: 1_Meldungen_Forschung, Fak_Kultur_Meldungen, CDC_Meldungen

Autor: Martin Gierczak

E-Mail: martin.gierczak@leuphana.de