

## **Die Anwendung von Social Media im Fremdsprachenunterricht am Beispiel von ‘Twitter’ Microblogging**

**Çiğdem Gürsel Dondemir, Haşim Sinan Başdemir, Eskişehir**

### **Öz**

‘Sosyal medya’ sözcüğü günümüzün sloganı haline gelmiştir. Teknik olarak sosyal ağları destekleyen Web 2,0 hizmetlerinin uygulaması ile blog ve microblog hizmetleri her alanda kullanılmaya ve hiç olmadığı kadar iletişim kurulmaya başlanmıştır.

Twitter da, bu hizmetlerin ortak paydası olan dünyadan haberdar olma, olaylara katılma, bu amaçla da, fazla teknik bilgi gerektirmeden içerik oluşturma ve yayınlama özelliğini kullanıcılarına sunmaktadır. Nasıl ve ne şekilde iletişim kurulduğu çok farklılık göstermekle birlikte, paylaşılanlar çok basit önemsiz konuşmalardan, eğlendirici, bilgilendirici politik ve ticari içeriklere kadar uzanıp, zaman zaman da kutuplaşmalara sebep olmaktadır. Öyle ki bazıları bu içerikleri önemsiz ve gereksiz görürken, diğerleri ‘devrim’ yaratan nitelikte bulabilmektedir. Gerçek olan, bu kanallar aracılığı ile birçok bilginin ve içeriğin paylaşılıyor, iletişim kuruluyor olmasıdır.

Bu çalışmanın amacı Microblogging hizmeti [uygulaması] olan Twitter’ın tanıtılması, anlaşılır hale getirilmesidir. Bunu için öncelikle tarihçesi ve var olan durum açıklanmış, hesap oluşturma ve uygulamaları üzerinde durulmuştur. Ayrıca “internet dili”, bu dilin gençler üzerindeki etkileri ile medya okuryazarlığının önemine ve meslek edinme sürecindeki etkilerine kısaca değinilmiştir. Son olarak örnek bir uygulama üzerinden Twitter’ın ders ortamlarında kullanılabilirlik özelliği işlenmiştir.

**Anahtar Sözcükler:** İnternet, Sosyal medya, Blogging, Microblogging, Twitter.

### **Abstract**

‘Social media’ has become the motto of today’s world. Blogs and microblogs have started to be used in all areas since the implementation of Web 2.0 services, supporting social networks. Beside this, people have begun to communicate than ever.

Twitter offers the opportunity of being aware of the world and content creation with publishing without requiring much technical information. This is called as the common denominator of this service. How the contact is established shows difference. It contains a wide range of very simple trivial conversation, entertaining, informative, political and commercial content that can lead to polarization at times. Some people think that they are trivial, while others can find it revolutionary nature. The real thing is that lots of information is shared via this channel.

The aim of this study is to introduce the microblogging service and Twitter. Firstly its history and current state were explained. Afterwards, the account creation and applications were focused on. Internet language, the language having effects on young people, the importance of media literacy with the effect on the process of acquiring profession were described in brief. Lastly, the use of Twitter in courses was focused on via simple application.

**Keywords:** Internet, Social media, Blogging, Microblogging, Twitter.

## 1. Einleitung

Das Internet ist das größte und gegenwärtig das wichtigste Phänomen unseres Zeitalters und gilt nach der Erfindung des Papiers und Buchdruck als eine der wichtigsten Veränderungen des gesellschaftlichen Lebens überhaupt. Mittlerweile mit nahezu 2,5 Milliarden Benutzern wird das Internet als Informationsquelle für Informationsaustausch, damit auch zur Kommunikation, anderen Medien bevorzugt und verbreitet sich mit jeder weiteren Neuigkeit sowohl im privaten als auch im wirtschaftlichen Geschehen weiter aus.

Die Geschichte des Internets beginnt Ende der 60'er Jahre und geht aus einem Projekt der US-Verteidigungsministeriums hervor. Anfangs für militärische Anwendungen gedacht, wandelt sich das sogenannte ARPA [Advanced Research Project Agency] Projekt in einer sehr kurzen Zeit zur Vernetzung von Universitäten und Forschungsinstituten. Mit einem raschen Wandel, dem Wachstum an Benutzern und der internationalen Verarbeitung Ende der 70'er Jahre gewinnt es eine ganz andere Dimension (<http://de.wikipedia.org/wiki/Internet#Geschichte>; letzter Zugriff: 26.03.2014).

Im Gegensatz zu traditionellen, d.h. einseitigen Medien wie Zeitungen, Fernsehen und Radio, bietet das Internet eine weite, vielfältige Facette von Möglichkeiten an und gibt jedem Computerbesitzer die Chance, sich an dieser Vielfalt der Möglichkeit zu bedienen, so dass immer mehr Menschen immer mehr Zeit im Internet verbringen.

## 2. Kommunikation im Internet

Mit der Entwicklung des Internets, des größten globalen Computernetzwerkes, haben sich auch die Kommunikationsmöglichkeiten verändert und differenziert.

E-Mails oder Chats, die lange Zeit zu den meistgenutzten Anwendungen gehörten, wandelten sich zu „Veröffentlichung von Informationen über die eigene Person, über den kommunikativen Austausch zwischen zwei oder mehreren Personen über bestimmte Inhalte bis hin zur in Echtzeit erfolgenden Unterhaltung“ (*Medien Kompetenz*, letzter Zugriff: 26.06.2014) oder Mitteilungen.

Ausdifferenziert haben sich damit auch die Adressaten. Es gibt Möglichkeiten, von einfachen Bürgern bis zu öffentlich bekannten Personen, wie Politiker, Schauspieler oder wirtschaftlich Engagierte anzusprechen und an ihren Mitteilungen teilzunehmen. Medien wie Facebook, Twitter oder Blogs sind dabei die wichtigsten Kanäle, Nachrichten, Berichte oder Aufrufe schnell an die gewünschte Menge von Personen zu richten, Hinweise zu Entwicklungen, Angeboten zu erhalten, Einsatzmöglichkeiten der Dienstleistungen und deren Chancen und Risiken zu erfahren.

## 3. Soziale Medien

Anfangs den Experten und Universitäten vorbehalten, etablierte „sich das Internet mit dem World Wide Web“ ([http://de.wikipedia.org/wiki/Internet#Gesellschaftliche\\_Aspekte](http://de.wikipedia.org/wiki/Internet#Gesellschaftliche_Aspekte), letzter Zugriff: 26. 03. 2014) [Weltweites Netz], kurz ‚WWW‘, seit Mitte der 90'er Jahren zunehmend für die Verarbeitung und

Verbreitung von Informationen jeglicher Art und stellt den Benutzern ein weites Spektrum zur Auswahl dar. Mit der Einführung der 'Web 2.0' gewinnt das Internet einen sozialen Raum, in dem nicht nur Informationen ausgetauscht werden, sondern auch sich zunehmend zu Orten entwickelt, an denen Menschen nach persönlichen Kontakten suchen, aktiv in sozialen Gruppen mitwirken wollen und die Netze für die Mitteilungen ihrer eigenen privaten, beruflichen oder politischen Interessen wahrnehmen.

Das steigende Interesse der Benutzer und die Suche nach neuen Möglichkeiten der Kommunikation setzt in dieser Zeit eine enorme Kreativität frei, so dass immer mehr immer neue Anwendungsmöglichkeiten emporwachsen, die die speziellen Wünsche der Benutzer realisieren wollen. Sie unterscheiden sich dabei nur in feinen Abstufungen, wie sie wem durch welche Kommunikationswege oder – Kanäle in welcher Weiser erreichen wollen. Das bedeutet, dass Anbieter immer nach neuen Empfang- und Sendemöglichkeiten ausgerichtet sind (Keress & Preussler 2009: 2).

So entwickeln sich neue Wege wie Weblogs (Blogs), inzwischen redet man immer mehr von Microblogs, die in den letzten Jahren unter den Internetnutzern enorm an Wichtigkeit gewonnen haben.

Weblogs, Blogs bezeichnen dabei öffentlich geführte Webseiten in denen „mindestens eine Person, genannt Web-Logger oder Blogger Aufzeichnungen führt, Sachverhalte protokolliert und Gedanken niederschreibt“ (<http://de.wikipedia.org/wiki/Blog>, letzter Zugriff: 26. 03. 2014).

Aufgrund der chronologischen Aufzeichnungen der Inhalte werden diese auch als öffentliche Tagebücher oder Journale bezeichnet. Sie beziehen sich jedoch neben Mitteilungen persönlicher Erlebnisse mehr auf Informationen und Meinungen spezifischer Themen.

„Als *Social Media* werden [demnach] alle Medien (Plattformen) verstanden, die die Nutzer über digitale Kanäle in der gegenseitigen Kommunikation und im interaktiven Austausch von Informationen unterstützen“ ([http://de.wikipedia.org/wiki/Social\\_Media](http://de.wikipedia.org/wiki/Social_Media), letzter Zugriff: 25.04.2014).

Netzwerkplattformen wie Facebook, Twitter, MySpace, zu denen Xing und LinkedIn, die sich auf berufliches konzentrieren, in Deutschland auch Plattformen der VZ-Gruppe, StayFriends und 'Wer- kennt-wen', die mehr persönliche Inhalte vernetzen sowie der Fotodienst Flickr, gehören zur Zeit zu den global bekanntesten und meist genutzten Plattformen und erfüllen die speziellen Erwartungen und Anliegen der Zielgruppen.

### **3.1. Weblogs**

Die Bezeichnungen Weblogs, auch Blogs genannt, gehören neben Wikis und Podcast zu den meist genutzten *Social Media*, beziehungsweise Web-2.0 Diensten. (Ebner & Schön 2011; 2, vgl. Brahm 2007). Kurz erläutert: Der Begriff 'Blog' wird für die Kurzform von 'Weblog' benutzt, 'Weblog' wiederum setzt sich aus den Begriffen von 'Web' und 'Log' also dem Wort Logbuch - dem seemännischen Tagebuch - zusammen. Somit bezeichnen Weblogs Tagebuch ähnliche Seiten im Internet, mit dem Unterschied, dass die neuesten, statt der wichtigsten, Nachrichten an erster Stelle ihren Platz nehmen. Die

Dynamik der wechselnden Platzierung erweist sich dabei als ein besonderes und wichtiges Merkmal dieser Seiten (Ebner und Schön 2011: 2).

### **3.2. Microblogs**

Eine neue Form der Sozial-Media-Plattformen bilden die *Microblogs*. Wie der Name auch schon andeutet, sind „*Microblogs* Anwendungen, in denen NutzerInnen kurze Textnachrichten veröffentlichen und empfangen können. Diese sind oft 140-250 Zeichen lang. Die einzelnen Nachrichten können je nach Wunsch öffentlich oder einem ausgewähltem Nutzerkreis zugänglich gemacht werden. Sie werden genauso wie in einem Blog chronologisch dargestellt.“ (Ebner und Schön 2011: 2)

### **3.3. Blogging und Microblogging**

Nach Keress & Preussler (2009: 4) werden Microblogs folgendermaßen definiert:

„**Microblogging** stellt eine sehr spezielle Form des Bloggens im Web dar. Der Unterschied zwischen einem normalen Blogging-Dienst und dem Microblogging besteht darin, dass es bei Microblogging nicht darum geht, thematisch in die Tiefe zu gehen, sondern innerhalb kurzer Zeit und ohne großen Aufwand Nachrichten aller Art generieren zu können. Diese werden mit Freunden oder der breiten Öffentlichkeit, unter einer begrenzten Anzahl von Charakterzeichen gepostet, bzw. in Tweets zusammengefasst, verbreitet und so die Service genutzt.

Damit erweist sich Twitter zweifellos als der bekannteste und meist genutzte *Microblogging*-Dienst, in dem sich Nachrichten und Mitteilungen sehr schnell um die Welt verbreiten, so dass auch Kurznachrichten an Nachrichtenwert gewinnen und damit einen wichtigen Beitrag zur Informationsgesellschaft leisten.

### **3.4. Didaktischer Einsatz der Blogs**

#### **3.4.1. In Weblogs**

Weblogs können zu Inhaltssammlungen, in denen Nutzer ihre erprobten Lernstrategien mitteilen genutzt werden. Darüber hinaus können Gedanken zu den ausgewählten Einträgen Mitlernenden oder der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Als eine interessante Anwendung können auch Gruppenarbeiten zu den Diensten gezählt werden. Hier können durch Verlinkungen von Blogs gruppenbasierte Lernprozesse unterstützt, Termine und Arbeitsergebnisse von Dokumentationen ausgetauscht werden. Außerdem leisten Blogs Unterstützung zu diskursorientierten Seminaren, zu Ideensammlungen durch Brainstorming, zur Erstellung von Aufgaben und Aufträgen sowie zum Einsatz von auf E-Portfolio-Methode basierenden Arbeiten (Ebner und Schön 2011: 6; vgl. Gloger et al. 2009; Brahm: 2007).

#### **3.4.2. In Microblogs**

„Die Möglichkeiten des Einsatzes von Microblogging für das Lernen und Lehren wird erst seit wenigen Jahren exploriert“ (Ebner und Schöne 2011: 6). Sie eignen sich aber trotzdem zu einem vielfältigen Einsatz von Lernumgebungen und können den Austausch in informellen Netzwerken und den Aufbau von persönlichen Lernnetzwerken unterstützen. So kann man auf eine schnelle Weise Gedanken und

Einfälle von anderen, Freunden oder KollegenInnen verfolgen und über Grenzen hinaus Einblicke in Veröffentlichungen, Projekte von anerkannten Experten gewinnen. Hierbei können wichtige Quellen mitgeteilt, Twitter-Konten einzelner Beiträge, z.B. nach Thema oder Ort eingeordnet oder bestimmte Suchwörter (*Hashtags*) mit Hilfe von speziellen Diensten, archiviert werden. So entstehen die Micro-Lerntagebücher und Lernumgebungen werden in verschiedener Weise, ähnlich wie in Blogs, synchron und asynchron unterstützt (Ebner & Schön 2011: 6; vgl. Reinhardt et al. 2009).

#### 4. Textualität in sozialen Medien

Der ständige Gebrauch und die Nutzung von Twitter bzw. dem Internet beweist, dass heutzutage entweder zu Hause ein Internetanschluss vorhanden ist oder man ein Smartphone bzw. Tablet hat, d.h. man hat in irgendeiner Form eine Verbindung zum Internet. Der Gebrauch des Internets bringt auch sozusagen seine eigene ‘Sprache’ mit.

Bei persönlichen Gesprächen, d.h. *in face to face* Gesprächen, benutzen wir auch unsere Körpersprache, Gestik und Mimik. Wenn man sich im Internet unterhalten möchte, muss man ja die Gestik und Mimik irgendwie in schriftlicher Form ausdrücken. Um diese ‘Emotionen’ auszudrücken, gibt es einige Zeichen, die ‘Emoticons’ genannt werden. Emoticons sind liegende, 90° nach links gedrehte Gesichtsausdrücke, die aus ASCII-Zeichen wie Doppelpunkt oder Klammer bestehen (Röll et al. 2009: 16). Einige Beispiele für diese Ausdrücke sind z. B.

Symbol	Emoticon	Beschreibung
	:(	traurig
	:)	fröhlich
	;-)	zwinkern
	:/	skeptisch
	:c	unglücklich
	:O	erstaunt
	:-D	grins

Neben Emotionen können auch Geräusche wichtig sein. Auf dem Smartphone kann man das sehr leicht machen, aber beim Chatten auf einer Webseite ist das etwas aufwendig. Um diesen Aufwand zu vermeiden, gibt es auch für Geräusche einige Zeichen: ‘*hehehe*’ für hämisches Lachen; ‘*huch*’ für Aufschrecken.

Emotionale Aktionen oder Reaktionen werden als Aktionswörter benutzt. Hierbei wird die Stammform des Verbs gebraucht und zwischen zwei Sternchen \*.....\* gesetzt, wie z.B. *\*grins\**, *\*zwinker\**, *\*staun\** (Röll et al. 2009: 16).

Lange Wörter werden durch Akronyme [Abkürzungen] ersetzt. Das Eintippen dauert länger und durch Abkürzung hat man auch Platz gespart. Hierbei werden die

Anfangsbuchstaben der verwendeten Wörter großgeschrieben, wobei sich einige Wörter aus dem Englischen ableiten. Es lassen sich auch Bedeutungen in abgeleiteter Form verwenden (**4=four=for**): **B4** = *before* [vorher]; **LOL** = *laugh out loud* [lautes Lachen] (Röll et al. 2009; 17).

Durch die Schreibweise lassen sich auch Tonhöhen, Betonungen und Lautstärken regeln. Um die Tonhöhe bestimmen zu können, muss man die Wörter mehrmals wiederholen, wie etwa: **Halloooooooooo!**

Für Lautstärke / Betonung benutzt man Fettschrift oder Großbuchstaben: **NEIN!**; **ICH** möchte es haben!

Kinder und Jugendliche lernen sich selbst und ihre Empfindungen ganz anders wahrzunehmen, indem sie eigentlich unbewusst ausgesendete Körpersignale schriftlich reflektieren und ausdrücken (Röll et al. 2009: 17-18).

Nun ist die Frage, ob die Textualität im Internet Defizite beim Sprechen bildet. Wenn man ständig im Internet anders schreibt, also ohne die Grammatikregeln der Sprache zu beachten, Punkt und Komma-Setzung usw., kann man sicherlich vermuten, dass das auch den Gebrauch der Sprache beeinflusst. Laut der Umfrage „Kommunikations- und Sozialverhalten im Internet“, auf der Website [www.buffed.de](http://www.buffed.de) veröffentlicht, wurden 111 Personen befragt, ob sich bei ihnen an Sprachbesonderheiten etwas geändert hat. 55% antworteten mit ‘Ja’ und 17% der Befragten wurden aus ihrem Umfeld gewarnt. Aus diesem Ergebnis können wir schließen, dass ständig ‘verändertes’ Schreiben auf dem Computer/Handy/Tablet den Sprech- und Sprachgebrauch verändert.

## 5. Soziale Netzwerke und Jugendliche

Facebook, Google, Myspace, Twitter usw. mögen die Jugendlichen „und verbringen entsprechend viel Zeit damit. Etwas mehr als die Hälfte der Jugendlichen besuchen Soziale Netzwerke täglich oder mehrmals die Woche. Soziale Netzwerke gehören zur Generation des Web 2.0., d.h. der Nutzer ist nicht nur ein herkömmlicher Internetkonsument von Informationen, sondern auch“ (*JAMES Studie*, letzter Zugriff: 25.03.2014) Gestalter.

Diese Netzwerke machen es Jugendlichen möglich, Erfahrungen zu sammeln, Bedürfnisse zu befriedigen, die in der realen Welt eine große Bedeutung haben. „Freunde finden, sich einer Gruppe zugehörig fühlen, sich über Selbstpräsentation im eigenen Profil testen, wie man ankommt, Rückmeldungen zu den geposteten Meinungen bekommen, helfen somit auch die eigene Identität zu entwickeln“ (*JAMES Studie*, letzter Zugriff: 25.03.2014).

Es ist auch sehr wichtig für Jugendliche, dass weltweit Kontakte gepflegt und gemeinsame Interessen geteilt werden. Zudem ist die Hemmschwelle zur Kontaktaufnahme geringer, so dass viele schnelle ‘Erfolgslebnisse’ möglich werden können. Ein weiterer wichtiger Anhaltspunkt „für Jugendliche ist, dass sie in sozialen Netzwerken meist ungestört und unbeobachtet von den Erwachsenen sein können“ (*JAMES Studie* 2012).

„Kinder und Jugendliche beziehen ihre Wirklichkeitserfahrungen also vielfach aus medialen Umwelten, ihre Wahrnehmungen werden von ihnen geprägt und ihre Zukunftsträume durch sie mitbestimmt“ (Röll et al. 2009: 23).

## 6. Twitter

### 6.1. Was ist Twitter?

Twitter gehört zu der Kategorie des sozialen Netzwerks, das unter ‘twitter.com’ zu erreichen ist und existiert seit März 2006. Entwickelt von Jack Dorsey (*Wikipedia, Twitter*, letzter Zugriff: 26.03.2014) als eine digitale Anwendung zum *Microblogging*, ermöglicht Twitter, kurze Nachrichten, genannt ‘*Tweets*’, per Handy, Instant Messenger oder Web zu senden und zu empfangen.

Aktivitäten werden inhaltlich keine Grenzen gesetzt, sie können in der Echtzeit ausgeführt werden. Mit maximal 140 Zeichen Charakter können sowohl Privatpersonen als auch Organisationen, Unternehmen und Massenmedien diese Plattform nutzen und sich publizieren (<http://de.wikipedia.org/wiki/Twitter>, letzter Zugriff: 29. 03. 2014)

Die Länge der 140 Zeichen hat sich an die Anlehnung der Besonderheit des SMS, die maximal 160 Zeichen sein dürfen, entwickelt. Dabei können Sendungen nicht nur an bestimmte Empfänger ausgerichtet, sondern gleichzeitig auch an alle, die im Netz sind, erfolgen, d.h. sie können sowohl synchron als auch asynchron verwirklicht werden. Diese Art des Bloggens, d.h. ‘*Microblogging*’, wird deshalb zu einer Besonderheit und setzt Twitter mit dem ‘SMS’-Schreiben gleich, wobei alle Nutzer diese Nachrichten, je nach Begrenzung, gleichzeitig lesen und, wenn sie wollen, auf Dauer speichern können (Keress und Preussler 2009: 4).

### 6.2. Die Entstehungsgeschichte von ‘Twitter’

Die Erfolgsgeschichte entstand ursprünglich aus einem Forschungs- und Entwicklungsprojekt der Firma Odeo, in San Francisco. Im Jahre 2006 entwickelten Biz Stone, Jack Dorsey, Evan Williams einen internen Kommunikationsdienst für die Mitarbeiter der Firma Odeo. Einige Zeit später wurden noch weitere Personen wie Noah Glass, der angebliche Namensvater von Twitter, und der Deutsche Auftragsentwickler Florian Weber, als maßgeblich Mitwirkende bekanntgegeben ([http://de.wikipedia.org/wiki/Twitter\\_Inc.](http://de.wikipedia.org/wiki/Twitter_Inc.), letzter Zugriff: 25.04.2014).

Um die Gründung des Online-Kurzbotschaften-Dienstes ranken sich deshalb viele Legenden und die Entstehungsgeschichte ist daher nicht zweifellos. (<http://bazonline.ch/digital/mobil/Die-Legenden-von-der-Entstehung-von-Twitter/story/26130358>, letzter Zugriff: 25.04.2014).

Eines steht aber fest, dass der erste ‘*Tweet*’ durch den Mitgründer Jack Dorsey am 21. März 2006 mit dem Satz „*Just setting up my Twtr*“ (<http://de.wikipedia.org/wiki/Twitter>, letzter Zugriff: 25.04.2014) in die Welt hinaus geschickt wurde. Inspiriert von den Vogelzwitchern und später dazu passend entworfenem Logo, dem ‘Blauen Vogel’ konnte von nun an jedem, der wollte, zuerst mit der SMS-artigen Form „*What are you doing?*“, 2009 mit der veränderten Form

„*What's happening?*“ (Nentwich et al. 2009: 1), erfahren, was der eine oder andere in der Echtzeit gerade so macht.

Bald darauf öffnete die Firma ihr sogenanntes ‘Nebenprojekt’ den Nutzern und wurde sehr bald vom Erfolg überrascht. Ein gutes Jahr später nach dem ersten Tweet gründete Dorsey dann gemeinsam mit Biz Stone und Evan Williams die eigene Firma mit dem heutigen Namen ‘Twitter Inc.’ (<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/fuenf-jahre-twitter-geschichte>, letzter Zugriff: 25.04.2014).

## 7. Interaktionen auf Twitter

### 7.1. Das Erstellen Einer Profilseite

„Um Twitter voll nutzen zu können, muss man sich registrieren. Die Beiträge von anderen Twitter-Nutzern sind lesbar, ohne dass man sich selbst registriert, es sei denn, es handelt sich um private Profile (*protected*, diese Einträge sind nur für akzeptierte Follower sichtbar. Um jedoch selbst Einträge verfassen oder in Interaktion mit anderen Twitter-Nutzern treten zu können, ist ein eigenes Profil erforderlich.“ (<http://twitter-training.de/schritt-2-twitter-profil-anlegen/>, letzter Zugriff: 09.07.2014).

Die Registrierung erfolgt kostenlos und außer einer eigenen E-Mail Adresse und dem Namen, dies muss nicht der echte Name sein, sondern kann ein *Username* [empfehlenswert Vor- und Zuname ohne Leerzeichen zu wählen] sein unter dem man fortan auf Twitter erscheinen wird, müssen keine anderen persönlichen Daten angegeben werden. Die Registrierung erfolgt über ein einfaches Web-Formular, das man auf der Startseite [www.twitter.com](http://www.twitter.com). über dem „*Sign up now –Button*“, betitelt mit ‘*Join the Conversation*‘.

Nach dem Registrieren kann der Benutzer (User), mit *Create my account* [Mein Profil erstellen], wie in allen anderen sozialen Netzwerkseiten, ein eigenes Profil erstellen und es im Rahmen der Begrenzungen beliebig mit persönlichen Informationen gestalten. Es können Profilbild, Name, Ort, Selbstbeschreibung oder beliebige Links angegeben werden (Nentwich et al. 2009: 2).

„Im darauf folgenden Fenster ist es nun möglich, Kontakte aus den Online-Adressbüchern von Google Mail, Yahoo oder AOL zu importieren. Dort bereits vorhandene Kontakte werden dann als mögliche Follower vorgeschlagen. Nutzt man keinen dieser Services, gelangt man mit dem Link *Skip this step* unten auf der Seite weiter ins nächste Fenster. In diesem Fall werden keine Kontakte importiert.“ (<http://twitter-training.de/schritt-2-twitter-profil-anlegen/>, letzter Zugriff: 09. 07. 2014).

Dabei ist zu unterstreichen, dass während im SNS [Netzwerkseiten] ein beidseitiges Register nötig ist, damit überhaupt ein Kontakt zustande kommt, sind auf Twitter sowohl einseitige als auch wechselseitige Kontakte möglich. Diese Unterscheidung sollte die *Followers* und die *Freunde* zum Ausdruck bringen (Nentwich et al. 2009: 3). Dabei entsteht zwar unter den *Followers* ein Geflecht der Beziehungen, es ist aber letztendlich jedem selbst überlassen d.h. zur freien Entscheidung gestellt, wem gefolgt oder wessen Meldungen abonniert und automatisch geschickt wird. Dabei folgen Mitteilungen, Inhalte auf Kleinigkeiten wie ‘Ich trinke einen Kaffee.’ Oder ‘Mache jetzt Sport’. Einen Sonderfall stellen die gestützten Profile, bei denen man den Zugriff auf den eigenen Microblog auf bestimmten Nutzerkreis einschränken kann.

## 7.2. Die Funktionen von Twitter

„So wird Twitter also, als ein Raum angesehen, in dem jeder beliebig Nachrichten, Inhalte abrufen kann, es aber jedem Einzelnen überlassen bleibt, was er oder wie viel er davon wissen oder mitbekommen möchte. Deshalb kann es vorkommen, dass einige Nutzer auf Mitteilungen reagieren, dessen Mitteilender es entweder nicht erwarten, oder es nicht mitbekommen. Sie können später aber, da die ‚Tweets‘ im Internet gespeichert und nachlesbar sind, dazu Stellung nehmen“ (Nentwich et al. 2009: 5).

Weiterhin sind auch andere grundlegende Instrumente zur Informations- und Kommunikationsgestaltung von Twitter zu nennen.

„Möchten z.B. Nutzer öffentlich antworten und von anderen gesehen werden, so müssen die Nachrichten die Zeichensequenz *@username* enthalten. Bei einem weiteren Typus der Nachricht werden an den Nutzer gerichtete Nachrichten im Interface gefiltert und mit *@respons* oder *@-pepley* gekennzeichnet.“ (Nentwich et al. 2009: 4, vgl. Beus 2009a)

Die Nutzer können aber auch Nachrichten mit Zeichenbeschränkung schicken, die dann nur vom Sender und dem Empfänger gelesen werden können. Bei dieser Einführung ist die Voraussetzung, dass nur einer der Kommunikationspartner dem Nachrichtensender folgt, d.h. es braucht nicht gegenseitig gefolgt sein. Diese Nachrichten werden als *direct messages* oder *dm* bezeichnet.

Einzelne Nachrichten, die auch als ‚Tweets‘ bzw. als ‚Update‘ bezeichnet werden, können dagegen mit einem ‚Stern‘ ausgezeichnet und so zu der Liste der *favorites*, die nicht öffentlich gesehen werden, hinzugefügt werden. Dabei sind Tweets, die ausgezeichnet sind, bedeutsamer und werden von den Nutzern interessanter empfunden als die nicht ausgezeichneten (Nentwich et al. 2009: 5).

Mit Twitter-Listen können verschiedene Gruppen unter verschiedenen Profilen zusammengefasst und die Nachrichten dieses Profils in gefilterter Form dargestellt werden. Der Vorteil bei dieser Anwendung ist, dass man nicht mehr einzelne gezielt abrufen muss, sondern es reicht dann, nur die gezielte Gruppe aufzurufen. Auch hier redet man von Privatsphären und Öffentlichkeit, wobei auch die Listen der anderen Nutzer verfolgt werden können. Alle diese Funktionen sind standardmäßig im graphischen Interface von Twitter festgelegt und können über einen Link abgerufen werden (Nentwich et al. 2009: 5).

Neben diesen gibt es noch weitere Nutzungen, die sich mit der Zeit herausgebildet oder, wie immer auch von anderen abgrenzend, hervorgehoben haben.

„Die *Retweeting*‘-Funktion stellt zurzeit eine solche Sonderstellung dar:

„Wer einen *Tweet* an seine *Follower* weiterleiten möchte, kann ihn ‚*Retweeten*‘. Dafür bietet Twitter eine integrierte *Retweet*-Funktion an. Ebenfalls möglich ist es, einen anderen *Tweet* zu zitieren. Ein *Retweet* ist daran erkennbar, dass vor dem Zitat die Buchstaben *RT* stehen“ (<http://de.wikipedia.org/wiki/Twitter#Funktionen>, letzter Zugriff: 29.03.2014).

Eine weitere Kommunikationsmöglichkeit bilden die *Hashtags*. *Hashtag* setzt sich aus den englischen Wörtern ‘*hash*’ (Zeichen) und ‘*tag*’ (Etikett) zusammen und bedeutet im Web 2.0 Stichworte, mit denen Nutzer veröffentlichte Inhalte wie z.B. Videos oder Blogpost aufzeichnen, Objekte und Inhalte zueinander einordnen, die wiederum zu bestimmten Themen oder Events zugeordnet werden können. *Hashtags* werden dabei direkt in die eigentliche Nachricht hinzugefügt. Alle Begriffe in einem Tweet werden als Tags dargestellt ([http://de.wikipedia.org/wiki/Twitter#cite\\_note-5](http://de.wikipedia.org/wiki/Twitter#cite_note-5), letzter Zugriff: 29.03.2014).

Im Folgenden sind noch einmal die wichtigsten Grundfunktionen, ihre Anwendungs- und Erscheinungsmöglichkeiten tabellarisch dargestellt.

Funktion (englische Bezeichnung)	1. <u>mention</u>	2. <u>direct message</u>	3. <u>retweet</u>	4. <u>hashtag</u>
Deutsche Bezeichnung	Erwähnung	Direkte Nachricht	Wiederholung einer <u>twitter</u> -Nachricht	Rauten (#) - Kennzeichnung
Verwendung	Öffentliche Wahrnehmung der Information	Sensible oder persönliche Daten; auch <u>Instant Messaging</u> Funktionalität	Zitat, Wiederholung der <u>Ursprungsinformation</u>	<u>Tweet</u> oder Teile davon beziehen sich auf ein Thema, #Event (Gruppierung)
Beispiel für die Eingabezeile	@zeitonline Interessanter Artikel!	d <u>nutzernamen</u> Vielen Dank für das Lob.	RT @zeitonline Vielen Dank für das Lob.	Am 16. Juni ist in #Erfurt Krämerbrückenfest.
Erscheint in <u>twitter</u> -Suchmaschine	Ja	Nein	Ja	Ja

(Prezi 2014, vgl. noch Wagner 2010)

Abschließend noch anzumerken ist die umgekehrte Chronologie-Folge. Bei Twitter werden die Nachrichten chronologisch vom neuesten zum ältesten angelegt. Ganz am Anfang stehen immer die zuletzt mitgeteilten bzw. geposteten Inhalte oder Nachrichten. Durch das *Retweeten* kann sich aber die Zirkulation ständig ändern und eine Mitteilung kann längere Zeit aktuell bleiben, wobei jedes Mal auf den vorherigen ‘Autor’ hingewiesen wird. Somit kann die Originalaufnahme zeitlich länger sichtbar bleiben und ihre *Follower* sich ausweiten und vermehren. Zu den Gründen des *Retweetens* nennen die Nutzer nach Nentwich et al. (2009: 6, vgl. auch Boyd et al. 2010) u.a. folgende Argumente:

- möglichst viele über etwas zu informieren,
- die eigenen ‘*Follower*’ zu unterhalten,
- den *Tweet* von jemand anderem zu kommentieren,
- einer Sache öffentlich zuzustimmen,
- jemandem einen Freundschaftsdienst zu leisten.

Aus diesen zu einem Zeitpunkt häufig getwitterten Begriffen entwickeln sich dann die sogenannten ‘*Trendig Topics*’, die auf der ‘Twitter-Seite’ bekanntgegeben und

veröffentlicht werden. Voraussetzung und damit das Entscheidende ist, dass diese von vielen Nutzern verstanden und verfolgt werden müssen.

## **8. Twitter-User und die Anzahl**

Wie oben erwähnt, wurden 111 Personen befragt, aber wie viele sind wirklich davon betroffen? Oder wie vielen droht die Gefahr, eventuell auch davon betroffen zu werden? Um diese Fragen beantworten zu können, bedarf es einer Studie und einer Angabe zur Nutzerzahl.

Wer nutzt eigentlich 'Twitter' und wie viele Nutzer hat Twitter?

Twitter hat Millionen von Nutzern: Politiker, Popstars, Schauspieler und sonstige Prominente (Röll et al. 2009: 9) und jede/r nutzt Twitter zu seinen/ihren Zwecken. Beispielsweise nutzen Politiker Twitter beim Wahlkampf, Popstars bei Freizeitaktivitäten und bei Informationen, z.B. zu ihrem gesundheitlichen Zustand. Mikroblogging hat sehr viele junge Nutzer und aus diesem Grund gibt es auch nur wenige akademische Studien, wissenschaftliche Auseinandersetzungen und Veröffentlichungen.

„Schon eine Aussage über die Gesamtanzahl der registrierten Twitter-Accounts zu machen, ist nicht ganz einfach. Java et al. (2007) geben 94.000 Nutzer im April 2007 an, Krishnamurthy et al. (2008) sprechen von 1,4 Millionen Nutzern zum Zeitpunkt ihrer Datenerhebung ein Jahr später. Im August 2009 nun war schon die Rede von weltweit ca. 50 Millionen registrierten Accounts (Moore 2009). Sichere Quellen scheint es nicht zu geben, da das Unternehmen Twitter Inc. selbst keine Nutzerzahlen veröffentlicht“ (Geitlinger 2009: 8).

Nach diesen Angaben kann gesagt werden, dass Twitter von Tag zu Tag immer populärer wird und die Nutzerzahl immer weiter zunimmt. Laut alexa.com stammen die meisten Nutzer aus den USA mit etwa 39,9%, den USA folgt dann Deutschland mit etwa 7,9% auf Platz zwei und Japan mit 3,3% auf Platz 5 (Geitlinger 2009: 8).

## **9. Die Chancen in den sozialen Netzwerken**

Soziale Netzwerke, wie Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Myspace etc., verbinden jeden, jeder Zeit durch die Internet- bzw. Web 2.0-Dienste mit der Welt und haben ihren festen Platz in unserem Leben und Alltag.

„Die digitalen Medien sind in der Schule, in der Freizeit und am Arbeitsplatz Normalität. Sie dienen nicht nur zur Unterhaltung, sondern helfen auch bei der Bewältigung vieler Aufgaben. Zudem bieten sie vielfältige Entwicklungs- und Lernchancen. Dieses Potenzial können Eltern auch Schulen gezielt im Erziehungsalltag nutzen“ (<http://www.jugendundmedien.ch/de/chancen-und-gefahren/chancen-im-ueberblick.html>, letzter Zugriff: 10.07.2014).

Es gibt kaum noch Berufe, in denen der Computer nicht ein zentrales Arbeitsinstrument ist, Medienkompetenz ist somit ebenso wichtig wie das Lesen, Schreiben und Rechnen. Dabei sind sowohl technische als auch inhaltliche Qualifikationen eine bedeutende Voraussetzung, um in der Berufswelt bestehen zu können. Die Aufgabe der Gesellschaft ist es, Kinder und Jugendliche auf die Mediengesellschaft vorzubereiten. Eltern und

Schulen müssen deshalb die Heranwachsenden an den Mediengebrauch heranführen, sie darauf vorbereiten und ihnen Möglichkeiten geben, sich Medienkompetenz zu erwerben (<http://www.jugendundmedien.ch/de/chancen-und-gefahren>, 25.04.2014).

## **10. Fremdsprachenunterricht auf Twitter**

Twitter ist inzwischen Teil von sozialen, geschäftlichen und akademischen Diskussionen sowie der allgemeinen Kommunikation geworden.

Viele Schüler nutzen Twitter bereits in ihrer Muttersprache und könnten sich deshalb durchaus dafür interessieren, es auch in der Fremdsprache, die sie gerade lernen oder schon gelernt haben, zu nutzen. Auch die Schnelligkeit der Kommunikation auf Twitter bringt es mit sich, Vorhaben schnell und in der Echtzeit zu erledigen. So kann man Twitter auch leicht in Lernaktivitäten einbringen, sei es im Klassenraum, zu Hause bei den Hausaufgaben oder eben im Freien über Handys und Tablets.

Twitter kann dabei für eigenständige Tätigkeiten eingesetzt werden, um die Schüler miteinander in Kontakt zu bringen, das Fließen der Kommunikation zu üben sowie die Genauigkeit im Sprachgebrauch zu trainieren.

In Twitter-Gemeinschaften können die Schüler Ideen miteinander austauschen, die Klassenmitglieder können einen gemeinsamen Tag wählen oder einander folgen und Aktivitäten mit sprachlichen Kenntnissen und Tätigkeiten kombinieren, so dass ein Teil der Lernaufgaben, z.B. Gedanken über einen Artikel oder gesehenen Film in der Fremdsprache 'getwittert' werden. Bei Fortgeschrittenen können literarische Texte in Form von Tweets zusammengefasst werden, Inhalte dieser Texte erörtert, besser verstanden, vielleicht auch eigene Meinungen gebildet werden. Auch die Lehrer können sich daran beteiligen, indem sie die Kommunikationen leiten, Fehler in den Tweets, individuell oder kooperativ, natürlich geschickt, korrigieren und das Wissen korrekt in das schon Erworbene einbetten. Es ist nur eine Frage der Kreativität und dem gewissen Wissen [inhaltlich und auch technologisch] der Lehrer gestellt. Es ist zugleich eine Herausforderung um die Kompetenz der Lehrer, den Umgang mit der Social Media in interaktiven Tätigkeiten zu bewerten.

Damit eignet sich Twitter, als eine besondere Form der Kommunikation, auf aufgabenorientiertes Lernen. Die Unterrichtsaktivitäten können sich dabei auf Prägnanz und Antwortgeschwindigkeit konzentrieren, sowohl die Kommunikation als auch das Wissen und die Gruppenarbeitsprozesse können unterstützt werden (<http://www.avatarlanguages.com/de/teaching/twitter.php>, letzter Zugriff: 25.04.2014).

## **11. Beispiele für die Unterrichtsgestaltung auf Twitter**

Twitter, als eine textbasierte Plattform eignet sich gut für den Einsatz von sprachlichen Fächern, damit natürlich auch für den Fremdsprachenunterricht.

Schreibanlässe können genügend geschafft werden. Um aber mit einer Klasse gemeinsam arbeiten zu können, müssen zuerst die zentralen Voraussetzungen, die von Twitter vorgesehen sind, erfüllt werden. Eine der Voraussetzungen ist, dass Kinder erst ab 13 Jahren im Netzwerk aktiv sein dürfen, somit bietet sich der Einsatz erst in der

Sekundarstufe an. Auch die Voraussetzungen und Grundlagen für die Arbeit mit den Medien sollten, um einen Chaos zu vermeiden, durchdacht werden (<http://www.lehrer-online.de>, letzter Zugriff: 07.05.2014).

Für den Anfang und als Vorbereitung brauchen alle Teilnehmer einen speziellen (anonymisierten), *Account* [Konto], den sogenannten Klassen-*Account*, bei dem jeder Teilnehmer, mit dem wesentlichen, nämlich mit einem kurzen Profil und visueller Präsentation vertreten ist. Ein zusätzlicher *Account* für jeden Einzelnen ist für die Betreuung durch den Lehrer angebracht und empfehlenswert.

Für alle Mitglieder, die sich einen *Account* angelegt und sich bei den anderen als *Follower* eingeschrieben haben, genügt jetzt, nur noch dem Klassen-*Account* zu folgen (<http://www.lehrer-online.de>, letzter Zugriff: 07. 05. 2014). Bevor die Kommunikation innerhalb der Community beginnt oder beginnen kann, sollte auch die Arbeitsanweisung der Lehrenden geregelt werden, z.B. wie viele *Tweets*, in welcher Art gesendet und ausgeführt werden sollen. Um den Einstieg in die Nutzungsmöglichkeiten von Twitter zu erleichtern, kann der Lehrer per *Tweets* Fragen stellen und vielleicht auf mögliche Quellen hinweisen. Dabei sollte die Kommunikation möglichst vor allem in der Zielsprache erfolgen.

Mit einem *Tweet*, dem Herzensstück von Twitter, kann es dann losgehen. Ein *Tweet* z.B. zum Thema Hobbys „Hast du ein Hobby?“ wird in das Eingabefenster geschrieben und mit dem Klick auf *Twittern* abgeschlossen, sozusagen abgeschickt. Wenn ein Lernender darauf antworten möchte, klickt er dann auf *Antworten* dieses *Tweets*, so öffnet sich ein Textfeld, in dem der Benutzername mit einem @Zeichen bereits eingefügt ist, und kann sich mit einfachen Sätzen, in der Ich-Perspektive z.B. „Ich spiele Basketball.“ dazu Stellung nehmen und diese durch einen weiteren Klick auf *Twittern* posten. Der Benutzer erhält eine Nachricht und kann darauf antworten.

So kann im ersten Schritt ein Wortschatz aufgebaut werden, so dass mit jedem Teilnehmer der Wortschatz erweitert werden kann. Mit einem weiteren *Tweet* kann nach persönlichen Vorlieben gefragt werden (z.B. wird dann mit ‚Ich mag.... / Ich spiele gern.....‘ geantwortet).

Wenn nach diesem Schritt jetzt ein bereits veröffentlichter Beitrag wiederholt wird, bezeichnet man dies als *Retweet*. Durch das *Retweet* können Beiträge sehr schnell an *Follower* weitergeleitet, verbreitet und vielleicht auch weiter erarbeitet werden. Ein *Retweet* ist daran zu erkennen, dass vor dem Zitat ‘RT’ steht.

Die Lernenden haben dabei die Möglichkeit, *Tweets* von anderen wiederum durch einen Klick auf den *Stern* zu favorisieren. Sie werden damit in dem jeweiligen *Account* unter *Favoriten* gespeichert und können später schnell wieder gefunden werden. Favoriten sind wie *Retweets* eine Auszeichnung und damit ein Merkmal für den Erfolg eines *Tweets*. Sie können aber erst, wenn *Tweets* geöffnet werden, gesehen und Details erkannt werden.

Mit einem *Retweet* kann ein interessanter Inhalt als ‘lesenswert’ markiert und gleichzeitig auch an eigene *Follower* weiter gereicht werden. Wenn z.B. ein Teilnehmer eine Profilseite mit dem Inhalt Hobbys, Interessen und Vorlieben veröffentlicht und

diese Mitteilung sich von anderen Teilnehmermitteilungen hervorhebt und diese von vielen gelesen und vielleicht auch retweetet wird, entwickelt sie sich dann zu den *Trending Topics*. Genau das ist der Grund, warum die *Retweets* als wichtiger Faktor für die Entstehung von *Trending Topics* identifiziert werden. Ein weiterer Mitteilungsaustausch kann durch *Hashtags* erfolgen. Fügt man Nachrichten/Mitteilungen einen Begriff mit einem *Hashtag # (Raute und Thema)* hinzu, lassen sich thematisch verwandte *Tweets* bündeln.

Der Lehrer kann z.B. zu einem Video oder einem Thema einen *Hashtag* setzen und die SchülerInnen äußern sich dazu, wie etwa „Ich mag zeichnen.“ oder „Ich mag Basketball.“. Alle, die denselben *Hashtag* verwenden, können an dem ‚Gespräch‘ teilnehmen und jeder, der sich dazu äußert, setzt zu seiner Äußerung *#Thema(Raute und Thema)*. Somit kann jeder sehen, wer zu dem Thema etwas geschrieben hat. Abwesende können durch den *Hashtag* sehen, was gerade gemacht wird, d.h. *Hashtag* ist sozusagen ein *Protokoll des Unterrichts*.

Wie dargestellt, können soziale Netze, neben Gefahren, für die Gestaltung eines abwechslungsreichen Unterrichts, große und positive Potenziale mit sich bringen. Richtet man sich auf die positiven Aspekte, so können sich interessante Stunden und vielleicht auch spannende Unterrichtsprojekte realisieren.

Die Möglichkeiten des internetbasierten Lernens werden wahrscheinlich noch lange Zeit den ‘traditionellen’ Unterricht nicht ersetzen können, aber dass sie ihn bereichern werden, ist eine unumstrittene Tatsache.

## **12. Zusammenfassung**

Aus dem ganzen kann geschlossen werden, dass das Internet von Tag zu Tag immer mehr an Bedeutung gewinnt, nicht nur, um Informationen zu recherchieren oder zum Zeitvertreib, sondern auch, um neue Kontakte zu knüpfen. Weltweit nutzen etwa 2,5 Milliarden Menschen das Internet und mit der Entwicklung der Technik wird die Zahl immer mehr zunehmen. Wenn man von Kontakten spricht, denkt man sofort an Facebook oder Twitter und auch an andere soziale Netze.

Soziale Netzwerke haben sowohl Vorteile als auch Nachteile. Wenn man etwas direkt mit anderen teilen möchte, braucht man die Nachricht nur einmal zu schreiben und schon können es alle sehen. Sollen nur bestimmte Personen/Gruppen (benutzerdefiniert) die Nachricht sehen, hat man auch in diesem Fall keine Probleme und es geht relativ schnell. Die Nachrichten werden automatisch nach Sendedatum sortiert, aber es gibt auch die Möglichkeit, die Nachrichten durch *Retweeten* ganz oben zu halten. Ständig im Internet zu surfen, kann man als *Gewohnheit* und in manchen Fällen sogar als *Sucht* bezeichnen.

Der größte Nachteil ist aber, dass durch die Begrenzung der Nachrichten (max. 140 Zeichen) eine neue Schriftform entwickelt wird und durch ständiges Gebrauchen beeinflusst sie die Schreib- und Sprechgewohnheiten. Ein weiterer Nachteil sind die sozialen Beziehungen. Man beobachtet z.B. im Freundeskreis, dass in allen Situationen ständig das Handy rausgeholt wird und ständig etwas geschrieben oder gelesen wird, so dass es manchmal gar zum Stillstand der Kommunikation kommt.

## Literaturverzeichnis

- Geitlinger, Lea** (2009), Faszination Twitter, Der Microblogging-Dienst und die Nutzungsmotive seiner Userim Kontext Social Web Wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades Bachelor of Arts (BA), Ludwig-Maximilians-Universität, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, München.
- Kerres, Michael / Preußler, Anabel** (2009), „Soziale Netzwerkbildung Unterstützen mit Microblog (Twitter)“, in: Wiebers, K / Hohenstein, A / (Hg.): *Handbuch E-Learning*, Duisburg-Essen.
- Nentwich, Michael / Herwig, Jana / Kittenberger, Axel / Schimmund, Jan** (2009): *Microblogging und Die Wissenschaft. Das Beispiel Twitter*, (Hg.): Institut für Technikfolgen- Abschätzung (ITA), Wien.
- Röll, Franz Josef / Strang, Richard / Döbler, Thomas / Poli, Daniel** (2009), *Twittern, Bloggen, Gruscheln & Co.-Kommunikations- und Sozialverhalten im Internet – neue Herausforderungen für die medienpädagogische Arbeit mit Kindern und Jugendlichen?* (Hg.): Hochschule Esslingen und AGJF, UWS-Druck, Esslingen.

## Internetquellen

- Avatar Languages-virtual learning brought to life.** Aufrufbar unter: <http://www.avatarlanguages.com/de/teaching/twitter.php>, [letzter Zugriff: 25.04.2014].
- Baseler Zeitung ( Digital).** Aufrufbar unter: <http://bazonline.ch/digital/mobil/Die-Legenden-von-der-Entstehung-von-Twitter/story/26130358>, [letzter Zugriff: 25.04.2014].
- Blog, Wikipedia.** Aufrufbar unter: <http://de.wikipedia.org/wiki/Blog> [letzter Zugriff: 26. 03. 2014].
- Ebner, M. / Schön, S.** (Hg.) ( 2011): Lehrbuch für Lehren und Lernen mit Technologien Microblogging- Anwendungsmöglichkeiten im Bildungskontext, Aufrufbar unter: <http://13t.eu/homepage/das-buch/ebook/kapitel/o/id/54/name/geschichte-des-fernunterrichts>, [letzter Zugriff: 25.04.2014].
- Geschichte des Internets, Wikipedia.** Aufrufbar unter: <http://de.wikipedia.org/wiki/Internet#Geschichte> [letzter Zugriff: 26.03.2014].
- Internet, Wikipedia:** Aufrufbar unter: [http://de.wikipedia.org/wiki/Internet#Gesellschaftliche\\_Aspekte](http://de.wikipedia.org/wiki/Internet#Gesellschaftliche_Aspekte), [letzter Zugriff: 26.03.2014].
- James Studie** (Jugend-Aktivitäten-Medien-Erhebung Schweiz) (2012): Aufrufbar unter: <http://www.psychologie.zhaw.ch/de/psychologie/forschung/medienpsychologie/medienumgang/james.html>, [letzter Zugriff: 25.03.2014].
- Jugend und Medien-Nationales Programm zur Förderung von Medienkompetenzen.** Aufrufbar unter: <http://www.jugendundmedien.ch/de/chancen-und-gefahren/chancen-im-ueberblick/berufschancen.html>, [letzter Zugriff: 25.04.2014].
- Kirschner, M.A.,** *Blogs and Twitter, universitaet Erfurt-Seminar für Medien und Kommunikationswissenschaft, Mediatisierte und interpersonale Kommunikation im Social Web/Sozialen Medien.* Aufrufbar unter: <http://prezi.com/mbhm9mhe4zah/copy-of-blogs-und-twitter/>, [letzter Zugriff: 25.04.2014].
- Medien Kompetenz NRW, Staatskanzlei NordrheinWestfalen,** (2011), Im Blickpunkt: Kommunikation im Netz. Aufrufbar unter: <http://www.grimme-institut.de/imblickpunkt/pdf/imblickpunkt-kommunikation-im-netz.pdf>, [letzter Zugriff: 26.03.2014].
- Social Media.** Aufrufbar unter: [http://de.wikipedia.org/wiki/Social\\_Media](http://de.wikipedia.org/wiki/Social_Media), [letzter Zugriff: 25.04.2014].
- Spiegel Online Netzwelt.** Aufrufbar unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/fuenf-jahre-twitter-geschichte-meilensteine-des-weitererzaehl-webs-a-751859.html>, [letzter Zugriff: 26.04.2014].
- Twitter, Training.** Aufrufbar unter: <http://twitter-training.de/schritt-2-twitter-profil-anlegen/>, [letzter Zugriff: 26.03.2014].
- Twitter, Wikipedia.** Aufrufbar unter <http://de.wikipedia.org/wiki/Twitter>, [letzter Zugriff: 26.03.2014].

**Twitter: Zwitscher-Ideen für den Fremdsprachenunterricht.** Aufrufbar unter: <http://www.lehrer-online.de/twitter-fsu.php>, [letzter Zugriff: 03.05.2014].

**Twitter-Funktionen, Wikipedia.** Aufrufbar unter: <http://de.wikipedia.org/wiki/Twitter#Funktionen>, [letzter Zugriff: 26.03.2014].

**Twitter-Funktionen, Wikipedia.** Aufrufbar unter: [http://de.wikipedia.org/wiki/Twitter#cite\\_note](http://de.wikipedia.org/wiki/Twitter#cite_note), [letzter Zugriff: 29.03.2014].