

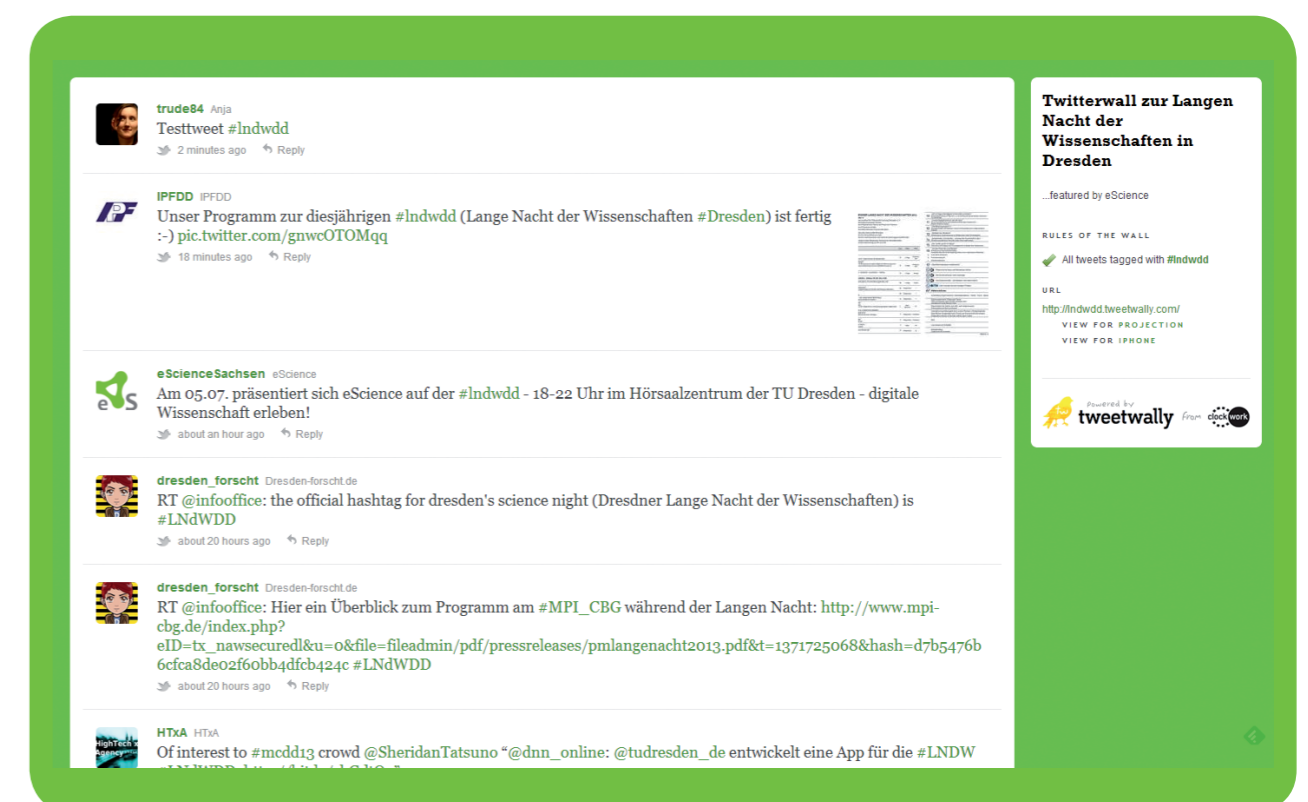
Mit 54 Tweets pro Stunde durch die Nacht des Wissens Eine Analyse der Nutzung von Twitter zur #LNdWDD 2013

Hintergrund:

Zur Dresdner Langen Nacht der Wissenschaften 2013 wurde erstmals in nennenswertem Umfang der Onlinedienst Twitter genutzt. Das eScience – Forschungsnetzwerk Sachsen stellte eine Twitterwall und den Hashtag #LNdWDD zur Verfügung, die dabei halfen, die Tweets zur Langen Nacht zu bündeln. Zu Forschungszwecken wurde die Twitter-Kommunikation beobachtet und empirisch ausgewertet.

Methode:

- Sammlung der Tweets mithilfe des „Twitter Archiving Google Spreadsheet (TAGS)“ von Martin Hawksey (2013)
- Suchbegriffe: „#LNdWDD“, „#LNDW“, „Lange Nacht“, „Langen Nacht“, „Wissenschaftsnacht“, „Nacht“ & „Dresden“
- Beobachtungs-/Analysezeitraum: 1.7.2013–14.7.2013
- Anschließend manuelle Sichtung und Bereinigung aller Tweets, die nicht erkennbar mit der LNdWDD zu tun hatten
- Korpus von 547 Tweets mit Metadaten (u.a. Autoren, Daten, Vernetzung u.a.)



210 Tweets werden im Zeitraum der Langen Nacht (5.7.2013, 18:00–1:00 Uhr) gepostet

174 unterschiedliche Nutzer (Accounts) tweeten zur Langen Nacht. 33% davon sind wiss./journ. Institutionen

59% der Tweets enthalten direkte Adressierungen anderer Nutzer

54 Tweets/h werden als max. Postingfrequenz erreicht (am 5.7.2013 um 21:00 Uhr)

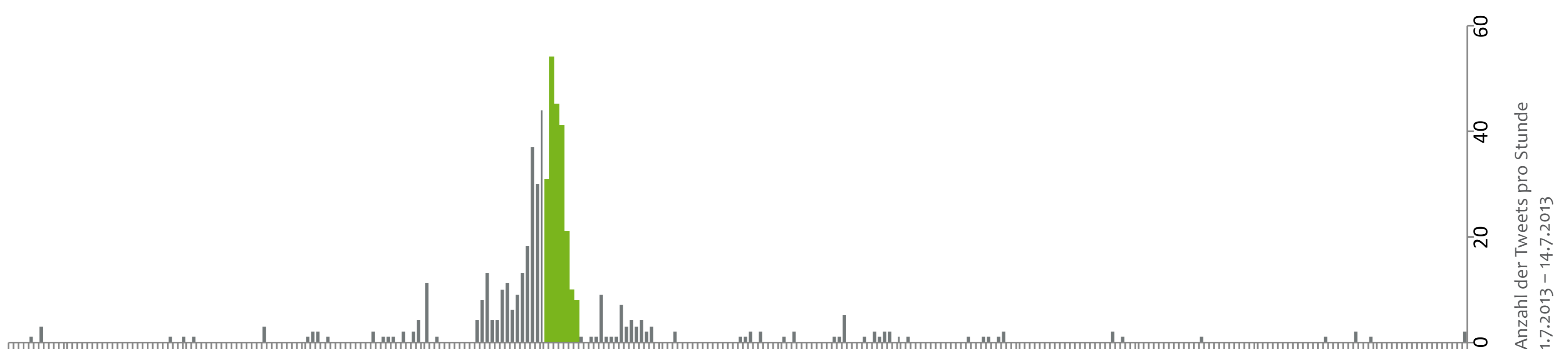


446 Tweets beinhalten einen oder mehrere Hashtags. Das sind 82% aller Tweets zur Langen Nacht

90% dieser Tweets verwenden den offiziellen Hashtag #LNdWDD

547 Tweets werden im gesamten Beobachtungszeitraum (1.7.–14.7.2013) gepostet.

CC BY 3.0 – Freepik.com from www.flaticon.com



Ergebnisse:

- Die Twitternutzung hat 2013 eine kritische Masse erreicht, so dass Veranstaltungen wie die Lange Nacht der Wissenschaften einen beachtlichen Nachhall auf der Plattform finden. Immerhin nutzen 11% der Wissenschaftler an deutschen Hochschulen den Onlinedienst (Science 2.0-Survey 2013).
- Twitter wird vor allem als Ereignis-begleitendes Medium genutzt. Knapp die Hälfte der Tweets entfallen auf die Vorbereitung, 15% auf die Nachbereitung und 38% auf den Zeitraum der Langen Nacht. Eine hohe Frequenz wird nur am Tag der Langen Nacht erreicht.
- Die Nutzung von Hashtags ist weit verbreitet. Insbesondere der offizielle Hashtag bringt die Interessierten zusammen. Allerdings werden 10% der Tweets davon nicht erfasst.
- Twitter wird besonders stark von institutionellen Akteuren wie Wissenschaftsorganisationen oder Journalisten genutzt. Auf sie entfallen 61% der Tweets, obwohl sie nur 33% der an der Kommunikation Beteiligten ausmachen. Twitter sorgt für eine Vernetzung der Besucher mit den Institutionen, nicht aber der Besucher untereinander.
- Die Nutzung einer Twitterwall wird allgemein begrüßt und noch während der Langen Nacht von anderen Ausstellern aufgegriffen.

Kontakt

Dr. Steffen Albrecht
Technische Universität Dresden, Medienzentrum, 01062 Dresden
steffen_albrecht@mailbox.tu-dresden.de

Das Projekt eScience wird gefördert von:

