den und Werbeplakaten am Straßenrand. In einer Welt aus Stein, Papier und Wolle kann der Hashtag nicht angeklickt werden, kann nichts vernetzen, aber er formuliert inzwischen auch auf diesen Materialien ein Versprechen – das Versprechen, wahrgenommen zu werden, Gehör zu finden, Interessen zu bündeln. Das # ist also längst kein rein funktionales Sonderzeichen mehr, sondern ein verheißungsvolles gesellschaftliches Symbol. Es steht für die Erzeugung und Anhäufung öffentlicher Aufmerksamkeit.

So tief ist der Hashtag in der heutigen Medienrealität implementiert, dass man leicht übersieht, welche elementaren Auswirkungen er innerhalb weniger Jahre auf die Ordnung von Aussagen, auf die Gestaltungsprinzipien von Debatten gehabt hat. Diese Lücke versucht dieser Beitrag zu schließen, der sich für die Herkunft und die vielfältigen sozialen Effekte des Hashtags (und des Zeichens # im Allgemeinen) interessiert. Theodor W. Adorno begann seinen berühmten Aufsatz zur Typografie 1956 mit den Worten: „Je weniger die Satzzeichen, isoliert genommen, Bedeutung oder Ausdruck tragen, […] desto entschiedener gewinnt ein jegliches unter ihnen seinen physiognomischen Stellenwert." (Adorno 1956/1997, S. 106) Ein gutes halbes Jahrhundert später soll das Augenmerk dem „physiognomischen Stellenwert" des Hashtags in der digitalen Kultur gelten, der Überlegung, inwiefern dieses Zeichen etwa den Gebrauch von Sprache oder die Entstehung von Kollektiven beeinflusst.

Gegenstand dieses Beitrags ist die erstaunliche Karriere des Zeichens # in der Mediengeschichte; er untersucht zudem die Frage, wo das „Schlagwort" vor dem Hashtag war, beschäftigt sich mit den prominentesten Einsatzgebieten des Zeichens im vergangenen Jahrzehnt (dem politischen Aktivismus und dem Marketing) und schließlich mit der Prägung gesellschaftspolitischer Bewegungen durch den Hashtag. Denn dieser letzte Aspekt war es, der den ersten Impuls zu den folgenden Überlegungen gab. Unter dem Namen „#MeToo" ist eine weltweit geführte, epochemachende Debatte über sexuelle Gewalt entstanden, die auch in Deutschland über viele Monate hinweg täglich Hunderte von Tweets und Dutzende von Artikeln in Zeitungen, Online-Portalen und Blogs hervorgebracht hat. Die inhaltlichen Positionen und Legitimationen dieser Debatte sind in allen Facetten diskutiert worden; der Ausdruck „#MeToo" ist inzwischen eine geläufige Wendung und wird etwa im Inhaltsverzeichnis von Nachrichtenmagazinen als selbsterklärender Rubrikenname verwendet.[1] Was bislang jedoch so gut wie nie zur Sprache kam, ist die Frage, inwiefern die medialen und sprachlichen Umstände dieser Debatte die inhaltlichen Verläufe mitgeprägt haben, inwiefern zum Beispiel die wiederkehrenden Missverständnisse und Konflikte zwischen den Beiträgerinnen und Beiträgern angesichts

[1] Vgl. etwa die Inhaltsverzeichnisse in *Der Spiegel* 11/2018 und 17/2018.

der Eingrenzung dessen, was „Belästigung“ oder „Missbrauch“ heißt, auf die spezifische Organisation der Aussagen durch den Hashtag zurückweisen. Denn wenn die unterschiedlichen und vielfältigen Stimmen, die ihre Erfahrungen mit sexueller Gewalt teilen, dies allesamt unter dem gleichen, identitätsstiftenden Schlagwort tun – „#MeToo“ –, verstärken die Rahmenbedingungen womöglich genau jene Homogenisierungs- und Nivellierungstendenzen, die in der Debatte dann inhaltlich kritisiert werden.

Das „Diktat des Hashtags“, das für die Bildung von Öffentlichkeit seit einigen Jahren zu gelten scheint, bündelt Statements und formt Kollektive. Gleichzeitig schleift es Differenzen ab und arbeitet am Verschwinden des Nicht-Rubrizierbaren. Dieser Beitrag versucht der Macht eines Zeichens, das vor kurzem noch eine mysteriöse Taste auf Schreibmaschinen und Telefongeräten war, auf die Spur zu kommen.

2 Das Hashtag und die Streuung von Aussagen

Die Geschichte des Hashtags beginnt nach allgemeiner Auffassung mit einem Twitter-Beitrag vom 23. August 2007. An diesem Tag stellt der kalifornische Netzaktivist und Produktdesigner Chris Messina seinen Followern die Frage, was sie davon halten würden, künftig das Doppelkreuz zu benutzen, um Themengruppen auf Twitter zu markieren: „how do you feel about using # (pound) for groups. As in #barcamp“?[2] Das Beispiel, das er anfügt – der, wenn man so will, erste jemals gebrauchte Twitter-Hashtag – weist auf das Milieu, in dem diese Idee entstanden ist; das offene Konferenzformat der „Barcamps“, 2005 von Messina mitbegründet, zeichnet sich gerade durch non-hierarchische Abläufe und Echtzeit-Berichterstattung in sozialen Netzwerken aus. Die Anregung einer neuen Organisationsform von Beiträgen auf Twitter soll also genau die Kommunikationspraxis der „Barcamps“ unterstützen.

In seinem Blog „Factory Joe“ präzisiert Chris Messina zwei Tage später, was die Beweggründe für diesen Vorschlag waren. Er betont den „Vorzug“, den es mit sich bringen würde, „auf Twitter die Kontextualisierung der Beiträge, das Filtern von Inhalten und auch die Möglichkeit von Zufallsentdeckungen zu verbessern“; das neue Zeichen soll also, wie es zwei frühe Theoretiker des Hashtags nennen, die Funktion eines „Koordinationsmechanismus“[3] (Bruns und Burgess 2011, 2015; Übersetzung des Autors) übernehmen. Heute firmiert Chris Messina sowohl in

[2] twitter.com/chrismessina/status/223115412?lang=de.

[3] factoryjoe.com/2007/08/25/groups-for-twitter-or-a-proposal-for-twitter-tag-channels/.

zahllosen Abrissen zur Geschichte digitaler Kultur als auch in den Selbstauskünften seiner Social-Media-Profile und Websites als „Erfinder des Hashtags", obwohl diese klare Zuweisung weder im Hinblick auf die Sache noch auf das Wort vollständig zutrifft. Messina bezeichnet das Doppelkreuz mit dem angehängten Schlagwort 2007 zunächst als „channel", „Kanal"; sein Blogeintrag vom 25. August trägt den Untertitel „A Proposal for Twitter Tag Channels". Die Bezeichnung „Hash Tag" für das neue Organisationselement (anfangs noch in zwei separaten Worten) schlägt kurze Zeit später der Informatiker Stowe Boyd vor, dem das Zeichen #, in seinem Arbeitsumfeld zumeist „hash" genannt, aus der Computersprache C vertraut ist: „Der Name", so Boyd rückblickend, „kam also letztendlich aus dem Umfeld der Programmierer." (Zitiert von Pandell 2017; Übersetzung des Autors)

So wie seine Bezeichnung prägt sich auch die Funktion des Hashtags in der vielstimmigen Arbeit eines „Denkkollektivs" heraus, um mit dem Wissenschaftstheoretiker Ludwik Fleck zu sprechen. Ein Jahr nach der Markteinführung von Twitter beschäftigen sich im Sommer 2007 verschiedene Netzaktivisten und auch das Unternehmen selbst mit der Frage, wie sich die immer größer werdende, unstrukturierte Masse von Beiträgen besser kanalisieren ließe. Am 21. August 2007, zwei Tage vor dem historisch gewordenen Vorschlag Chris Messinas, setzt etwa ein Mitarbeiter von Mozilla-Firefox aus Michigan, ein Mann namens Les Orchard, den lakonischen Tweet „Twitter needs Tags" ab.[4] Er erhält dafür bis heute ein einziges Like. Auch Orchard (2007) stellt seine Idee in einem Blogeintrag einen Tag später, am 22. August, ausführlich vor, ganz ohne den Effekt, den die zeitgleichen Überlegungen des im Epizentrum der digitalen Kultur verorteten Messina hervorrufen.

Doch es sind nicht nur solche Parallelideen, die das Auftauchen des Hashtags zu einem komplexeren Prozess als dem Gedankenblitz eines „Erfinders" machen – das Zeichen # hat für die Kommunikationsorganisation im Netz zu diesem Zeitpunkt überdies schon eine lange Geschichte. Chris Messina weist in seinem Blogeintrag auf die sogenannten „Internet Relay Chats" hin, eine frühe, textbasierte Online-Chat-Plattform, deren Gesprächskanäle („channels") mit Doppelkreuz und Schlagwort versehen werden. Messina regt an, dieses seit vielen Jahren bestehende Klassifikationssystem auf das neue Format des „Mikrobloggings" zu übertragen, und er erwähnt auch einen kurzzeitigen Twitter-Konkurrenten namens Jaiku, der das #-Zeichen im Jahr 2007 bereits zur Bildung von Themengruppen eingesetzt habe. Die epochale Neuerung entsteht also aus einem Gemenge von Anregungen und Bezugnahmen, und es ist sowohl dem Marketingtalent eines Produktdesigners als auch dem Bedürfnis der Technik- und Mediengeschichte nach klaren Ursprungserzählungen zu verdanken, dass der „inventor of the hashtag", wenn man

[4] twitter.com/lmorchard/statuses/218773732.

diese Wortfolge in die Suchmaschinen eingibt, heute auf Zehntausenden von Websites ein und denselben Namen trägt.

Wie originär Chris Messinas Vorschlag gewesen sein mag: Im August 2007 erhält er jedenfalls kaum Resonanz; der Gebrauch der Raute auf Twitter bleibt zunächst die Marotte einer Gruppe befreundeter Nutzer. Größere Aufmerksamkeit ruft die neue Nutzungsart des typografischen Elements erstmals im Oktober 2007 hervor, als in Südkalifornien und vor allem in der Umgebung von San Diego verheerende Waldbrände ausbrechen. Fotos der Brände werden auf der Plattform Flickr unter dem Begriff „sandiegofire" rubriziert, und Messina regt in seinem Blog an, dieses Schlagwort ebenso in den Tweets als „Hashtag" zu verwenden, wie es nun auch bei ihm heißt. Mehr und mehr Nutzer übernehmen diesen Vorschlag. Der Hashtag „#sandiegofire" breitet sich auf Twitter Ende Oktober aus wie die Lauffeuer, die er bezeichnet, was auch mit einer Funktion namens „Track" zusammenhängt, die das Unternehmen vier Wochen zuvor eingeführt hat. Dieser Zusatzdienst ermöglicht es Nutzern, durch eine SMS an Twitter, die ein bestimmtes Schlagwort enthält, sämtliche Beiträge mit diesem Wort auf das eigene Konto geschickt zu bekommen – das Unternehmen beginnt also in dieser Zeit auch selbst, die themen- und nicht verfassergeleitete Vernetzung der Tweets zu fördern.[5]

Ende 2007 werden Hashtags zum regelmäßigen Bestandteil von Twitter-Beiträgen, und der Mikroblogging-Dienst legt seine anfängliche Indifferenz gegenüber dem neuen Element ab. „Irgendwann wurden sie von so vielen Nutzern verwendet", so Biz Stone, einer der Gründer von Twitter, „dass wir die Hashtags bereitwillig akzeptierten." (Zitiert von Pandell 2017; Übersetzung des Autors) Ab April 2009 erscheint auf jeder Profil-Seite die „trending topics"-Liste mit den meisterwähnten Begriffen bei Twitter, die bald gleichbedeutend mit einer Liste der meistbenutzten Hashtags ist; einige Wochen später führt das Unternehmen schließlich eine Funktion ein, die Hashtags automatisch verlinkt, und die es den Nutzern erlaubt, durch das Anklicken eines Hashtags alle Beiträge zu diesem Schlagwort gebündelt vor sich zu haben. Mit dieser Neuerung, seit dem 2. Juli 2009 verfügbar, ist der Gebrauch von Twitter endgültig vom Rautezeichen geprägt; sie fällt in eine Zeit, in der die politischen Proteste im Iran den ersten außerhalb der USA entstandenen Hashtag, „#iranelection", in die „trending topics" katapultieren, und in der der Tod von Michael Jackson, am 25. Juni, neue Rekordzahlen von Beiträgen zu einem spezifischen Thema hervorruft. Die Verschlagwortung der Welt durch den Hashtag beginnt sich zu etablieren – ein Prozess, der sich im Oktober 2010, mit der Markteinführung von Instagram, auch auf die Veröffentlichung und Klassifikation von Bildern und Videos ausweitet. 2013 wählt die American Dialect Society das

[5] Vgl. zu der Funktion „Track" blog.twitter.com/official/en_us/a/2007/tracking-twitter.html.

Wort „Hashtag“ zum „Word of the Year“, 2014 wird es ins Oxford Dictionary aufgenommen. Das mit dem Doppelkreuz versehene Schlagwort, so Chris Messina in einem Interview zum zehnten Jubiläum seines geschichtsträchtigen Tweets im August 2017, sei in der digitalen Kultur zur „lingua franca geworden, um Inhalte zu etikettieren“ (zitiert von Pandell 2017; Übersetzung des Autors).

Ausgangspunkt dieses Beitrags ist die Frage, welche Veränderungen die Ausbreitung einer solchen „lingua franca“ mit sich bringt. Innerhalb eines Jahrzehnts hat sie die Ordnung von Aussagen und Dokumenten, ihre sprachliche, medientechnische und soziale Organisation grundlegend umgewandelt. Um diesen Prozess genauer zu beschreiben, ist es hilfreich, auf Michel Foucaults wissensgeschichtliche Analysen zurückzukommen, auf seine Überlegungen zu den „Verteilungsgesetzen“ dessen, was in einem bestimmten Zeitraum, in einem bestimmten thematischen Feld sagbar und unsagbar ist. Foucaults Verfahren trennt die in der Geschichtsschreibung herkömmlichen Knotenpunkte der Untersuchung, wie „Autor“, „Werk“, „Einfluss“ oder „Ursprung“, auf und versucht, eine kleinere, voraussetzungslosere Grundeinheit der historischen Analyse zu finden, die er in seinem Methodenbuch *Archäologie des Wissens* von 1969 „Aussage“ nennt. Bei der Untersuchung der Einheit „Aussage“, schreibt Foucault, handele es sich darum, „die Bedingungen ihrer Existenz zu bestimmen, auf das Genaueste ihre Grenzen zu fixieren, ihre Korrelationen mit den anderen Aussagen aufzustellen, die mit ihnen verbunden sein können, zu zeigen, welche anderen Aussagen sie ausschließt“ (Foucault 1969/1981, S. 43). Es geht also um die strikte Relationalität des Verfahrens; an die Stelle einer vertikalen, hermeneutischen Ambition, die verbindliche Bedeutung einzelner Aussagen aufzuspüren, tritt eine horizontal ausgerichtete Untersuchung. „Ich habe es unternommen, Beziehungen zwischen Aussagen zu beschreiben“, fasst Foucault sein Vorgehen in *Archäologie des Wissens* zusammen, denn „es gibt keine Aussage im allgemeinen, keine freie, neutrale und unabhängige Aussage, sondern stets eine Aussage, die zu einer Folge oder einer Menge gehört, eine Rolle inmitten der anderen spielt.“ (Foucault 1969/1981, S. 48, 144)

Es ist ersichtlich, dass die Erfolgsgeschichte des Hashtags, die mit ihm eingezogene Alltagspraxis der Verschlagwortung, die „Beziehung zwischen Aussagen“ in unserer heutigen Medienrealität stark geprägt hat. Was bedeutet das #-Zeichen für die Bündelung und Subsumption von Wissen? Was begünstigt der Hashtag als Organisator von Empfindungen, Meinungen und Expressionen (ihre Auffindbarkeit, ihre Klassifizierbarkeit, ihre Verdichtung), was schränkt er ein (ihre Einzigartigkeit, ihre Idiosynkrasie, ihre Nicht-Rubrizierbarkeit)? Wenn Foucault schreibt, dass eine Aussage „immer zu einer Folge oder einer Menge gehört“ und es darum gehe, die „Korrelationen mit anderen Aussagen“ präzise herauszuarbeiten, könnte man sogar sagen, dass diese intellektuelle Anstrengung des Historikers heute von