



Zeitschrift für Diskursforschung

Journal for Discourse Studies

■ **Anders Horsbøl**

Controversies over freedom of expression: reflections on a discourse studies approach

■ **Pia Müller**

Critical Discourse Studies und Social Media-Diskurse: Theoretische und methodische Herausforderungen sowie mögliche Lösungsansätze

■ **Alexandra Núñez**

Der Arabische Frühling – eine westliche REVOLUTION?
Ein diskurslinguistischer Beitrag zur lexematischen Wissenskonstitution in Printmedienkommentaren (2010 – 2011)

■ **Interview**

Ruth Wodak im Gespräch mit Reiner Keller
Das Gesellschaftliche der Sprache und die Notwendigkeit von Engagement

Inhaltsverzeichnis

<i>Reiner Keller / Werner Schneider / Willy Viehöver</i> Editorial	2
---	---

Nachruf

<i>Iris Tonks</i> Nachruf Dr. Siegfried Jäger	5
--	---

Themenbeiträge

<i>Anders Horsbøl</i> Controversies over freedom of expression: reflections on a discourse studies approach	7
---	---

<i>Pia Müller</i> Critical Discourse Studies und Social Media-Diskurse: Theoretische und methodische Herausforderungen sowie mögliche Lösungsansätze	19
---	----

<i>Alexandra Núñez</i> Der Arabische Frühling – eine westliche REVOLUTION? Ein diskurslinguistischer Beitrag zur lexematischen Wissenskonstitution in Printmedienkommentaren (2010 – 2011)	40
---	----

Interview

<i>Ruth Wodak im Gespräch mit Reiner Keller</i> Das Gesellschaftliche der Sprache und die Notwendigkeit von Engagement	64
---	----

Internationale Diskursnetzwerke stellen sich vor

<i>Ruth M. Mell und Eva Gredel</i> Diskurse – digital: Theorien, Methoden, Fallstudien Ein von der DFG gefördertes Netzwerk zur Analyse digitaler Diskurse (2016–2020)	103
---	-----

Pia Müller

Critical Discourse Studies und Social Media-Diskurse

Theoretische und methodische Herausforderungen sowie mögliche Lösungsansätze

Zusammenfassung: Critical Discourse Studies (CDS) machen es sich zur Aufgabe, Ideologien von Ungleichwertigkeit in gesellschaftlichen Diskursen zu dekonstruieren, um damit ungleiche Macht- und Dominanzverhältnisse zu identifizieren und herauszustellen. Eine breite Auseinandersetzung mit neuen Diskursarenen in Social Media, die den ›Regeln‹ klassischer medialer Diskursarenen nicht gehorchen, steht für die CDS noch aus – obwohl gerade diese strukturell günstigen Bedingungen für rechte Propaganda und Diskursteilnahme bieten. Dies liegt nicht zuletzt in den theoretischen, methodischen und auch forschungsethischen Herausforderungen begründet, die Social Media-Diskurse für Diskursforschung im Allgemeinen und die CDS im Speziellen mit sich bringen. Der vorliegende Beitrag diskutiert diese Herausforderungen und plädiert für einen Ansatz, der die diskursiven Komponenten von Macht- und Dominanzverhältnissen sowie transportierten Ideologien in Social Media-Diskursen sichtbar macht und die besonderen Bedingungen der neuen Diskursarenen reflektierend mitdenkt.

Schlagwörter: Critical Discourse Studies, Kritische Diskursforschung, Social Media-Diskurse, rechte Diskurse, Ideologien

Abstract: Critical Discourse Studies (CDS) aim to deconstruct ideologies of inequality in societal discourses in order to expose underlying structures of power and dominance. However, a broader discussion on discourses within social media, in which the ›rules‹ of regular media discourses do not necessarily apply, is still pending – even though social media platforms in particular offer structurally favorable conditions for right-wing propaganda and discourse participation. This is not least due to theoretical, methodological and ethical challenges which social media discourses pose for Discourse Analysis in general and Critical Discourse Studies in particular. This contribution deals with these challenges and advocates an approach that makes visible the discursive components of power and dominance relations as well as transported ideologies in social media discourses while at the same time reflecting on the special conditions of the new discourse arenas.

Key words: Critical Discourse Studies, critical discourse analysis, social media discourses, right-wing discourses, ideologies

1. Einleitung

Critical Discourse Studies (CDS) machen es sich zur Aufgabe, Ideologien der Ungleichwertigkeit in gesellschaftlichen Diskursen zu dekonstruieren, um damit ungleiche Macht- und Dominanzverhältnisse zu identifizieren und hervorzuheben. Es zeichnet sie aus, dass sie dabei den potenziell ideologischen Charakter von Sprache betonen und darüber

verschiedene Konzepte von Macht in ihre Überlegungen einbeziehen (Fairclough et al. 2011, S. 361f.). Je nachdem, welches Wissen und welche sozialen Identitäten im gesamtgesellschaftlichen Diskurs vorherrschen, wird der soziale Status quo entweder gespiegelt und reproduziert, oder aber neu ausgehandelt und transformiert. Im öffentlichen Diskurs wird auf diese Weise gesellschaftlicher Konsens – ein gesellschaftlicher ›*common sense*‹ (van Dijk 2002, S. 148) – verhandelt, über welchen sodann die Grenzen des Sagbaren abgesteckt werden.

Diese Grenzen verschieben sich, was nicht zuletzt durch die Popularität der im Jahr 2017 in den Bundestag eingezogenen Rechtsextremen und deren Sprechakte deutlich wird.¹ Jene geben mitunter auch offen zu, Sprache zu diesem Zweck einzusetzen. Durch strategische Tabubrüche gelingt es Anhängenden von rechten Ideologien der Ungleichwertigkeit, ihre Standpunkte in die Öffentlichkeit zu tragen, zu normalisieren und diskursive Macht zu festigen (Niehr 2017, 2019). Mit dem Phänomen des Eindringens rechten Wissens in gesellschaftliche Diskurse beschäftigen sich (kritische) Diskursforschende seit Langem (s.a. Jäger 2004; Wodak 2015, 2018) und stellen fest, dass der europäische Rechtsruck und die Normalisierung rechter und menschenverachtender Positionen Hand in Hand gehen (hierzu insb. Wodak 2018). Untersucht werden dabei vorrangig ›klassische‹ massenmediale Diskurse (Tageszeitungen, TV) und solche des Politikbetriebs (wie bspw. Parlamentsdebatten, Wahlprogramme), um die sich hier in Sprechakten manifestierenden Ideologien und Machtverhältnisse zu dekonstruieren.²

Anhand dieses Fokus werden Diskurse, die sich außerhalb elitärer Arenen vollziehen, eher selten in den Blick genommen. In Anbetracht einer sich wandelnden Mediennutzung weg von institutionalisierten Medien wie TV und Print hin zu partizipativeren Formen in Social Media (s.a. Newman et al. 2020), stellen sich jedoch Fragen danach, ob und inwiefern die sich dort vollziehenden Diskurse in das *framework* der CDS einbinden lassen. Unter den Bedingungen computervermittelter Kommunikation und der technischen Beschaffenheit digitaler sozialer Plattformen, spannen sich neue Diskursarenen auf, die den ›klassischen‹ Regeln im Ringen um Deutungsmacht nicht mehr gehorchen und in denen die Grenzen des Sagbaren noch verschärfter *bewusst* ausgereizt und überschritten werden. Sie können deshalb als wichtige und bislang nicht ausreichend berücksichtigte Schnittstelle des Eindringens extrem rechten Wissens in den gesamtgesellschaftlichen Diskurs betrachtet werden (Krzyszowski/Ledin 2017) – abseits der sonst fokussierten Elitendiskurse.

Die globale Verfügbarkeit und die niedrighschwelligten Teilnahmebedingungen sozialer Plattformen haben die Zugangsbeschränkungen zu öffentlich gesellschaftlichen Diskursen abgebaut, die Diskurszugänge quasi liberalisiert. Während vormals nahezu ausschließlich jene Akteur*innen mit großem symbolischen Kapital, im Sinne Bourdieus (1982), einen privilegierten Zugang zum öffentlichen Diskurs genossen, gestaltet sich der Zugang zum Diskurs in Zeiten von Social Media egalitärer.

1 Für Beispiele siehe Niehr (2019).

2 Zur Relevanz von Elitendiskursen für die CDS siehe insbesondere van Dijk (1993).

Davon ausgehend dass sich die Mediennutzung hin zu dezentraleren, partizipativeren Formen wandelt und Wissen deshalb nicht ausschließlich zentral in Elitendiskursen (re-) produziert wird (Bouvier/Machin 2018, S. 182 f.), plädiert dieser Beitrag dafür, dass sich insbesondere die CDS die Frage stellen müssen, welche Implikationen die neuen Diskursarenen für die angenommene elitäre, diskursive Distribution von Ideologien mit sich bringen. Ferner bedingt die Beschaffenheit von Social Media-Diskursräumen sich ebenfalls wandelnde Sprechendenpositionen von Diskursbeteiligten und daraus resultierende Kommunikationsmodi im Ringen um diskursive Macht. Diese sind relevant für jegliche diskursanalytische Ansätze und ebenfalls in das *framework* der CDS einzubetten.

Dazu skizziert dieser Beitrag zunächst die Grundannahmen der Diskursanalyse im Allgemeinen und der CDS im Speziellen in Bezug zu Social Media-Diskursräumen, um sodann die angesprochenen theoretischen Unklarheiten von Social Media-Diskursen für die CDS herauszuarbeiten und mögliche Lösungsansätze zu skizzieren. Weiterhin werden ein Augenmerk auf methodische Herausforderungen bei der qualitativen diskursanalytischen Arbeit mit großen Datenmengen in diesem Zusammenhang gelegt sowie forschungsethische Aspekte im Hinblick auf Datenerhebung und -weiterverarbeitung berücksichtigt.

2. Diskurstheorie 2.0? Diskursanalyse und Critical Discourse Studies in Anbetracht neuer Diskursarenen

Dieser Beitrag orientiert sich an der Definition des Wissenssoziologen Reiner Keller, der Diskurse als »(durch thematische Bezüge oder institutionell) abgrenzbare, situierte, bedeutungskonstruierende Ereignisse bzw. Praktiken des Sprach- und Zeichengebrauchs durch gesellschaftliche Akteure« (Keller 2011, S. 66) fasst. Demnach sind Diskurse nicht nur als Spiegelbilder einer sozialen Realität anzusehen, sondern gleichermaßen an ihrer Konstruktion mitbeteiligt: Sie bilden die Realität nicht ausschließlich ab, sondern konstituieren *Wirklichkeit* selbst. Dies geht nicht nur mit Folgen für den jeweiligen Diskurs einher, sondern prägt auch die Wirklichkeitswahrnehmung der am Diskurs beteiligten Akteur*innen und Zuhörenden.

Aus sprachwissenschaftlicher Perspektive resümieren Böke und Niehr deshalb:

»Es wird davon ausgegangen, dass Sprachgebrauch zum einen Wahrnehmung und Einstellung der Sprachgesellschaft gegenüber Bezeichneten widerspiegelt, zum anderen, dass Sprachgebrauch das Bewusstsein der Sprachgemeinschaft gegenüber dem bezeichneten Sachverhalt prägt und Verhaltensorientierungen vorgibt.« (Niehr/Böke 2004, S. 328)

Deutlich wird hierbei die wechselseitige Beziehung, in der Diskurse mit ihrer sozialen Umwelt stehen: Auf der einen Seite bilden sie die Einstellungen der (Sprach-)Gemeinschaft ab, indem sie vorherrschende Ideologeme reproduzieren, auf der anderen Seite beeinflussen sie durch transportierte Ideologeme das Bewusstsein der (Sprach-)Gemein-

schaft, worin ihr sozial konstruierender Charakter liegt. Darin liegt die Wirkmächtigkeit von Diskursen begründet.

Ein Hauptinteresse ihrer Analyse besteht deshalb darin herauszufinden, mit welchen Mitteln »welches Wissen, welche Gegenstände, Zusammenhänge und Eigenschaften, Subjektpositionen usw. durch den Diskurs als ›wirklich‹ behauptet werden« (Keller 2011, S. 72). Aus diesem Grund fokussiert sich die sozialwissenschaftliche Diskursforschung auf den Gebrauch von Sprache und Symbolformen, um Argumentationsstrukturen offen zu legen, Regeln der Sprechakte zu erfassen und zu untersuchen, auf welchem Wege sich soziale Akteur*innen innerhalb eines Diskurses Gehör verschaffen (vgl. Dunn/Mauer 2006; Keller 2011).

Diskursforschende in Tradition der CDS teilen diese Grundannahmen, doch legen sie ihren Fokus auf die sich in den Diskursen ausdrückenden und (re-)produzierenden gesellschaftlichen Macht- und Dominanzverhältnisse und deren ideologische Basis. Der Begriff ›kritisch‹ weist dabei auf die Einflüsse des Marxismus sowie der Kritischen Theorie der Frankfurter Schule hin. Forschende der CDS sehen ihre Disziplin nicht ausschließlich als ›objektive‹ Sozialwissenschaft, sondern berufen sich auf die Bedeutung von Kritik als Modus, soziale Phänomene nicht nur zu erklären, sondern auch zu verändern (Fairclough et al. 2011, S. 358). Auch die Autorin dieses Beitrags begreift sich als Forschende im Sinne der CDS und reflektiert ihre Subjektpositionierung innerhalb der sozialen Kontexte, in denen sie sich befindet.

Den in Diskursen transportierten Ideologien kommt eine große Bedeutung zu, weil sie zur Produktion und Reproduktion ungleicher Machtverhältnisse zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen³ beitragen können (Fairclough et al. 2011, S. 358). Deshalb sind Diskurse auch Austragungsorte eines Ringens um Deutungsmacht: Denjenigen Akteur*innen, denen es gelingt, ihre Annahmen über bestimmte Bereiche des sozialen Lebens als *common sense* zu etablieren, wird die Deutungsmacht im gesellschaftlichen Diskurs zuteil (s.a. Jäger 2004). Dabei sind jedoch sowohl der ideologische Gehalt von spezifischen Sprachgebräuchen als auch die Machtmechanismen, denen sie unterliegen, Menschen oft nicht bewusst (Fairclough et al. 2011, S. 358).

Eng verknüpft mit dem Konzept der Deutungsmacht über den gesellschaftlichen Diskurs ist das Konzept der Hegemonie: »[...] hegemonic power makes people act as if it were natural, normal, or simply a consensus. No commands, requests or even suggestions are necessary« (van Dijk 1997, S. 19). Mit Erlangen von Deutungsmacht über den Diskurs geht auch hegemoniale Macht einher: Wissen über soziale Identitäten und Beziehungen zwischen gesellschaftlichen Gruppen, die Teil des *common sense* sind, können hegemonialen Bestand genießen und werden nicht mehr hinterfragt, sondern angenommen. Dieses Wissen gilt als normalisiert.

Die Dekonstruktion ideologischer Artefakte und deren Distribution im gesellschaftlichen Diskurs wie auch das Ringen gesellschaftlicher Akteur*innen *um* sowie das Inne-

3 Hierunter fallen beispielsweise gesellschaftliche Gruppen, die sich hinsichtlich ihres Geschlechts, sexueller Orientierung oder Identität, kultureller Identität, Herkunft, etc. unterscheiden.

haben von Deutungsmacht sind für die CDS zentrale Bestandteile der Analyse, wodurch sie sich in diesem Punkt von anderen diskursanalytischen Ansätzen unterscheiden.

Wie eingangs dargestellt, fokussiert (kritische) Diskursforschung insbesondere auf Elitendiskurse, da davon auszugehen ist, dass Eliten diejenigen Mitglieder der Gesellschaft sind, die aufgrund ihres symbolischen Kapitals den privilegiertesten Zugang zum Diskurs und damit einhergehend eine besonders günstige Position im Ringen um Deutungsmacht bzw. kulturelle Hegemonie genießen: »The elites [...] are literally the group(s) in society that have ›most to say‹, and thus also have preferential ›access to the minds‹ of the public at large« (van Dijk 2002, S. 148). Daraus ergibt sich für die CDS eine Fokussierung auf ›klassische‹ massenmediale Diskurse (Tageszeitungen, TV) und solche des Politikbetriebs (wie bspw. Parlamentsdebatten, Wahlprogramme). Es wird davon ausgegangen, dass der gesellschaftliche *common sense* und dessen ideologische Prägung größtenteils von Eliten beeinflusst werden. Ideologiedistribution findet über diese Elitendiskurse statt.

Für eine Diskurstheorie 2.0 liegt hier ein Knackpunkt: Die Theoretisierung von diskursiver Macht und die damit verbundene Ideologiedistribution sowie die daraus abgeleiteten Positionen von Sprechenden (vormals ausschließlich Eliten) und Rezipierenden, lassen sich nicht unmittelbar auf Social Media-Diskurse übertragen. Denn die in Social Media vorherrschenden Formen partizipativer Kommunikation weichen den Zugang zu diskursiver Macht auf. Diese Entwicklung gilt es für die CDS zu erkennen und deren Implikationen zu untersuchen, denn: »[...]CDS is bound to include and account for recent shifts in the concentration of discursive practices on digitally facilitated spaces, i.e. there is discursive power where there is communication« (KhosraviNik/Esposito 2018, S. 54).

Auf theoretischer Ebene stellen sich somit Fragen danach, unter welchen Bedingungen und wie sich die Ideologiedistribution und das Ringen um Deutungsmacht in diesen egalitäreren Diskursräumen vollziehen (s.a. Bouvier/Machin 2018). Wenn davon auszugehen ist, dass Social Media-Diskursräume den Zugang zu diskursiver Macht aufweichen, ist es für die Beantwortung der aufgeworfenen Fragen sinnvoll, sowohl die Beschaffenheit dieser Diskursräume als auch die sich hieraus ergebenden Implikationen für diskursive Praktiken in den Blick zu nehmen.

Online zutage tretende soziale Phänomene sind Bestandteil einer gesamtgesellschaftlichen Realität und Ausdrücke von Machtbeziehungen, die auch außerhalb computervermittelter Kommunikation existieren – auch sie sind Fragmente des gesamtgesellschaftlichen Diskurses. In diesem Sinne bleibt für Diskursforschende die Gesellschaft mit ihren diskursiven Strukturen, kulturellen Kontexten, ihrer Wissensgeschichte sowie Belangen von Diskriminierung und Ungleichheit auch in diesem Kontext zentral (KhosraviNik/Esposito 2018, S. 59).

Gleichzeitig stellt der liberalisierte Diskurszugang die diskursive Macht jener in Frage, die aufgrund ihres symbolischen Kapitals einen privilegierten Zugang zum gesellschaftlichen Diskurs im klassischen Sinn genießen. Da sich die Mediennutzung dahingehend entwickelt, dass sich immer mehr Individuen über Social Media informieren (Newman et al. 2020) und darüber hinaus institutionalisierte Medien wiederum Social Media-Inhalte aufgreifen, scheint es naheliegend, dass Eliten den gesellschaftlichen Diskurs mög-

licherweise nicht genauso direkt beeinflussen (Bouvier/Machin 2018, S. 180), bzw. dass hier neue Akteur*innen auf den Plan treten, die zuvor vom Ringen um diskursive Macht ausgeschlossen waren. Relevant vor diesem Hintergrund wird sodann, wie es Akteur*innen gelingt, in Social Media-Diskursen diskursive Macht zu erlangen, indem sie – hier speziell in Bezug auf extrem rechtes Wissen – die Grenzen des Sagbaren ausreizen, übertreten und ihre Sichtweisen auf die soziale Welt normalisieren.

3. Herausforderungen für die CDS und mögliche Lösungsansätze

Im Folgenden widmet sich der Beitrag den theoretischen und praktischen Herausforderungen an die CDS in Anbetracht der neuen Diskursarenen. Zunächst werden die sich unter den sozio-technischen Voraussetzungen ändernden Facetten der Diskursbeschaffenheit und daraus resultierende Kommunikationsmodi innerhalb von Social Media thematisiert und daraufhin deren Implikationen für die CDS auf theoretischer Ebene insbesondere im Hinblick auf vormals elitäre Ideologiedistribution im Diskurs herausgearbeitet. Eine empirische Auseinandersetzung mit den Diskursarenen führt weiterhin zu methodischen sowie forschungsethischen Fragen, welche im Anschluss diskutiert werden.

3.1 Beschaffenheit von Social Media-Diskursen: Charakteristika und resultierende Sprechendenpositionen

Bechmann und Lomborg (2013) skizzieren Social Media anhand dreier zentraler Aspekte: (1) Mithilfe von Social Media werde Kommunikation deinstitutionalisiert. Die Plattformen erlauben den Nutzenden nicht nur, selbst Inhalte bereitzustellen, sondern auch aktiv zu entscheiden, welche Art von Inhalten sie als relevant erachten und welche sie mit ihren Netzwerken teilen möchten. (2) Auf diese Weise sind Anwendende Konsumierende und Produzierende zugleich. (3) Diese beiden unterschiedlichen Rollen machen Social Media aus. Aufgrund des Netzwerkcharakters lassen sich die Beziehungen zwischen den Nutzenden eher als symmetrisch denn als hierarchisch begreifen (Bechmann/Lomborg 2013, S. 767).

Die Aspekte der Dezentralisierung und der Rollen von Nutzenden als sowohl Konsumierende als auch Produzierende greift auch KhosraviNik (2017b) in seiner Definition von Social Media-Kommunikation auf und führt weiter ergänzend die Möglichkeiten der interpersonalen wie auch der Massenkommunikation an – entweder separat voneinander oder auch gleichzeitig (KhosraviNik 2017b, S. 582).

Die folgende Tabelle stellt die sich hieraus ergebenden Charakteristika der neuen Diskursarenen jenen der klassischen Mediendiskurse gegenüber und erweitert diese um die für den weiteren Verlauf zentralen Aspekte des *gate keepings* (im Sinne von über den Diskurszugang Entscheidende), des Zugangs sowie der diskursiven Macht.

Tabelle 1: Charakteristika der Diskursarenen; eigene Darstellung

	»klassische« Medien/ Elitendiskurse	Social Media-Diskurse
Institutionalisierung	institutionalisiert	de-institutionalisiert
Inhaltsproduktion / -konsum	professionell Medienschaffende = Produzierende; Nutzende = Konsumierende	professionell Medienschaffende = Produzierende und Konsumie- rende; Nutzende = Produzierende und Konsumierende
Kommunikations- direktion / Interaktivität	unidirektional; one-to-many;	multidirektional; many-to-many, one-to-many, one- to-one
gate keeping	Redaktionen	keine/kaum gate keeper
Zugang	streng limitierter Zugang; elitär	potenziell offener Zugang; egalitär
diskursive Macht	an Zugang geknüpft	an Rezeption geknüpft

In »klassischen« massenmedialen Diskursen ist der Zugang begrenzt und Redaktionen entscheiden über diesen. Wer innerhalb dieses Diskurses zu Wort kommt, kann davon ausgehen, rezipiert zu werden – dem*der Akteur*in wird diskursive Macht, bzw. eine erhöhte Chance sie zu erlangen, zuteil. In Social Media-Diskursen ist dieser Zugang liberalisiert, potenziell können sich alle aktiv beteiligen, aber deshalb auch nicht davon ausgehen, rezipiert zu werden. Diskursive Macht, bzw. eine erhöhte Chance sie zu erlangen, geht sodann nicht mit dem bloßen Diskurszugang einher, sondern ist stärker daran geknüpft, sich innerhalb des Diskurses Gehör zu verschaffen.

Daraus resultieren unterschiedliche Sprechendenpositionen und daran geknüpfte diskursive Strategien. Dreien soll sich hier gewidmet werden: (1) Individuen und Gruppierungen, die auch in klassischen Diskursarenen einen privilegierten Zugang genießen, (2) Individuen und Gruppierungen, die sich innerhalb von Social Media eine günstige Position erarbeitet haben und nicht nur dort, sondern darüber in Teilen auch in klassischen Diskursarenen Zugang haben sowie (3) Individuen und Gruppierungen, die innerhalb von Social Media keine privilegierte Sprechendenposition innehaben, sich somit individuell am Diskurs beteiligen können, ohne umfangreiche Rezeption zu erfahren; oder sich aber organisiert zusammenschließen, um als Masse am Diskurs teilzunehmen und damit die Chance, rezipiert zu werden, zu steigern.

(1) Akteur*innen, welche einen privilegierten Zugang zu klassischen Diskursräumen genießen, wird auch innerhalb von Social Media eine vorteilhafte Sprechendenposition zuteil. Da sie aufgrund ihrer Teilhabe in klassischen Diskursräumen einen hohen Grad an Bekanntheit genießen, übersetzt sich diese in Teilen auch in den Onlineraum. Sie genießen jedoch nicht zwangsläufig die gleiche Diskursmacht.

Ein Beispiel dafür bieten die Facebook (FB)- und Twitter-Präsenzen der Parteien, die derzeit im deutschen Bundestag vertreten sind: Während den Regierungsparteien CDU und SPD anhand ihrer Mandate eine große Deutungsmacht im ›klassischen‹ Diskurs zuteilwird, bringen sie es auf Facebook zusammengenommen auf 381.312 Likes⁴ (CDU 189.506⁵, SPD 191.806⁶); und auf 703.610 (CDU 319.754⁷, SPD 383.856⁸) Twitter-Follower*innen. Die Oppositionsparteien Bündnis 90/Die Grünen können 200.022 Likes⁹ und 516.916 Follower*innen¹⁰, die Linke 253.468 Likes¹¹ und 298.162 Follower*innen¹² verbuchen. Weit im Voraus rangiert die AfD auf Facebook mit 501.205 Gefällt-mir-Angaben¹³ jedoch nur 160.783 Follower*innen auf Twitter¹⁴. Dies untermauert die These, dass sich Deutungsmacht nicht eins zu eins auf digitale Sozialräume übertragen lässt. Weiterhin wird deutlich, dass die Plattformen bestimmte Formen von Sprechakten fördern, was nicht zuletzt an den unterschiedlichen Zielgruppen liegen dürfte: Auf Facebook können (rechts-)populistische Akteur*innen ein großes Publikum erreichen. Sie beherrschen die auch durch die Plattform geförderten Kommunikationsformen von Vereinfachung, Emotionalisierung und Polarisierung par excellence,¹⁵ auf Twitter liegen sie jedoch weit hinter den anderen Bundestagsparteien. Dies spricht dafür, die plattformspezifische Beschaffenheit bei der Analyse von Social Media-Diskursen zu reflektieren.

(2) Darüber hinaus lassen sich Sprechendenpositionen von Akteur*innen identifizieren, die keinen oder kaum Zugang zum medial institutionalisierten Diskurs genießen, in Social Media gleichwohl eine hohe Deutungsmacht vorweisen können. Diese neue Spielart von Diskursteilnahme wird bisher vorrangig aus öffentlichkeitsarbeits- und marketingfokussierter Perspektive beleuchtet, lässt aber gleichermaßen auch Schlüsse auf die Bedeutung von Social Media-Persönlichkeiten im Hinblick auf den öffentlichen Diskurs zu. Als sogenannte Influencer*innen werden Personen bezeichnet, denen es innerhalb

- 4 Like- und Follower*innen-Angaben sind mit Vorsicht zu genießen, da potenziell die Chance besteht, diese käuflich zu erwerben, wie nicht zuletzt Recherchen der Süddeutschen Zeitung, des NDR und WDR zeigten (Eckert et al. 2019). Trotz dieses Umstandes werden die Zahlen hier zur Illustration herangezogen – eine dezidierte Auseinandersetzung kann im Rahmen dieses Beitrags jedoch nicht stattfinden.
- 5 www.facebook.com/CDU/ (Abruf 20.06.2020); Die CDU/CSU tritt gemeinsam als Bundestagsfraktion bei Facebook mit 51.376 Likes auf www.facebook.com/cducsubundestagsfraktion/ (Abruf 20.06.2020).
- 6 www.facebook.com/SPD/ (Abruf 20.06.2020).
- 7 www.twitter.com/CDU (Abruf 20.06.2020). Die CDU/CSU tritt gemeinsam als Bundestagsfraktion bei Twitter mit 131.430 Follower*innen auf www.twitter.com/cducsubt (Abruf 20.06.2020).
- 8 www.twitter.com/spdde5Eauthor (Abruf 20.06.2020).
- 9 www.facebook.com/B90DieGruenen/ (Abruf 20.06.2020).
- 10 www.twitter.com/Die_Gruenen (Abruf 20.06.2020).
- 11 www.facebook.com/linkspartei/ (Abruf 20.06.2020).
- 12 www.twitter.com/dieLinke (Abruf 20.06.2020).
- 13 www.facebook.com/alternativfuerde/ (Abruf 20.06.2020).
- 14 www.twitter.com/AfD (Abruf 20.06.2020).
- 15 Zur Sprache von Rechtspopulist*innen ausführlich Niehr/Reissen-Koch (2019).

von Social Media gelingt, Einstellungen von Zuhörenden/Lesenden durch ihre Beiträge zu beeinflussen (Freberg et al. 2011).

Durch Produktplatzierungen, klassische Werbekooperationen oder auch die Beteiligung an Werbeerlösen durch die Social Media-Plattformen können Influencer*innen ein Auskommen oder auch Finanzierung für ihre politische Arbeit generieren. Letzteres betrieben beispielsweise die Identitäre Bewegung Deutschlands (IBD) und Österreichs (IBÖ) bis vor Kurzem noch erfolgreich, nämlich bis zunächst im Sommer 2018 die offiziellen Kanäle der Organisationen sowie Martin Sellners, führender IB-Kader in Österreich, auf Facebook und Instagram gelöscht wurden (Rafael 2018). Dies führte letztlich jedoch lediglich dazu, dass die Kanäle entweder unter anderem Namen auftauchten oder aber die Präsenzen auf anderen Plattformen ausgeweitet wurden. Insbesondere Telegram und Youtube erfreuen sich bei den Influencer*innen der Neuen Rechten großer Beliebtheit. Mit deutschlandweit ›nur‹ 600 Mitgliedern (Bundesinnenministerium 2018, S. 82) vermögen es die beiden Organisationen insbesondere auch über Identifikationsfiguren wie Martin Sellner (142.000 YouTube-Abos, Stand 14.06.2020; eine Sperrung seines Kanals erfolgte im Juli 2020 (Zeit Online 2020)) zahlreiche Follower*innen um sich zu scharen und Ideologien der Ungleichwertigkeit zu propagieren.

Den Gegebenheiten sozialer Medien entsprechend kommt es rechten Influencer*innen entgegen, dass die Grenzen des ›Sagbaren‹ in digitalen Sozialräumen weniger eng gesteckt zu sein scheinen. Das Ausreizen dieser Grenzen mit emotionalisierenden Inhalten in persönlich authentischer Manier ist der Versuch, in weitere gesellschaftliche Kreise vorzudringen (Westrick 2019).¹⁶ Grundlegend dafür ist auch hier das Konzept der ›kulturellen Hegemonie‹ Antonio Gramscis dessen sich die Aktivist*innen offen bedienen (s.a. Book 2017; Struck et al. 2020).

(3) Als weitere Akteur*innen lassen sich ebenfalls Einzelpersonen betrachten, die für sich genommen kaum bis keine Diskursmacht innehaben. Abgesehen von jenen, die in der Arena nicht aktiv am Diskurs teilhaben möchten, sondern ausschließlich konsumieren, sind diejenigen, die keine Diskursmacht innehaben, jedoch partizipieren möchten, darauf angewiesen, Mitstreitende zu finden und über Masse Sichtbarkeit zu erlangen (Struck et al. 2020).

Auf diese Weise kann beispielsweise ein rechter Tenor in der Kommentarspalte unter einem Beitrag institutionalisierter Medien forciert werden, ohne dass eine beteiligte Person für sich genommen Diskursmacht genießt. Hierbei bilden sich so genannte *echo chambers*, in denen rechte Ideologeme stetig widerhallen, Widerspruch jedoch keinen Raum findet (Froitzheim 2017; Struck et al. 2020). Außenstehende können dadurch in ihrer Einschätzung der öffentlichen Meinung zu einem bestimmten Thema beeinflusst werden (Kalogeropoulos et al. 2017). Folgend der Gleichung ›visibility is legitimacy‹

16 Weiterführend hierzu bieten Patrick Stegemann und Sören Musyal einen prägnanten Einblick in die Social Media-Aktivitäten verschiedener IB-Engagierter und deren Netzwerk im Rahmen eines Vortrags auf der re:publica im Mai 2019; www.dctp.tv/filme/kids-are-alt-right-wie-die-neue-rechte-influencer-erschafft-und-nutzt (Abruf 20.06.2020).

(KhosraviNik 2018, S. 436) können Einzelne auf diese Weise im Zusammenschluss den von anderen wahrgenommenen *common sense* beeinflussen.

Diesen Einfluss nutzen einzelne Akteur*innen zum Teil strategisch, indem sie sich in Verbänden zusammenschließen, um so Einfluss auf einen Diskurs zu nehmen (Struck et al. 2020). Ein Beispiel für einen solchen Zusammenschluss von Online-Aktivist*innen ist das aufgelöste Netzwerk der so genannten Reconquista Germanica. ›Ironisch‹ militärisch in einem Gaming-Chat organisiert, sammelten sich unter diesem Namen (extrem) rechte Internetaktivist*innen, die orchestriert Aktionen durchführten, um ihre Ideologien im Diskurs zu verbreiten (Reuter/Biselli 2018). Dabei wurden Hashtags auf Twitter gekapert, Kommentarspalten mit entsprechenden Inhalten gefüllt oder auch Einzelpersonen mit so genannten Shitstorms angegriffen. Für diese Aktionen nutzten Anhängende mehrere Accounts, um die Anzahl der Posts und Interaktionen unter den jeweiligen Profilen und damit die Sichtbarkeit zu erhöhen.

Alle drei skizzierten Sprechendenpositionen und die damit verknüpften diskursiven Modi entwickeln Bedeutung für Diskurse in sozialen Medien und deren Wahrnehmung durch Lesende/Konsumierende. Sowohl jene Individuen und Gruppierungen, die in der Diskursarena aufgrund ihres Status (im Sinne zahlreicher Follower*innen) ihre Inhalte strategisch platzieren können und rezipiert werden, als auch Einzelne, die nicht per se mit diesem Privileg ausgestattet sind, haben Chancen, Einfluss auf die Wahrnehmung von gesellschaftlichen Debatten zu nehmen, indem sich ihre Kommentare und Posts beispielsweise spontan an einem Punkt konzentrieren wie im Falle der *echo chambers* oder aber indem sie an strategischen Aktionen in organisierten Netzwerken teilnehmen.

3.2 Theoretische Herausforderung: Abschied von elitärer Vormachtstellung im Diskurs?

KhosraviNik bezeichnet die neuen Diskursarenen gegenüber traditionellen Medien als ›alternative‹ oder gar ›revoltierende‹ Räume (KhosraviNik 2017a, S. 61). Utopisch und frei ihrer gesellschaftlichen Zusammenhänge betrachtet könnte eine vollkommene Liberalisierung der Diskursteilhabe und damit eine Dezentralisierung von diskursiver Ideologiedistribution angenommen werden. Da selbst institutionalisierte Medien Diskurse aus Social Media aufgreifen und diese diskutieren, stellt sich tatsächlich die Frage, inwiefern die Vorstellung einer diskursiven »top-down ideology« (Bouvier/Machin 2018, S. 180), also eine Verbreitung von Ideologien durch Eliten, dadurch zwar nicht aufgelöst, zumindest aber verändert wird.

Der elitäre Einfluss auf den *common sense* wird in Social Media-Diskursen unter den Bedingungen computervermittelter Kommunikation nicht vollends ausgelöscht. Zum einen entstehen die dort (re-)produzierten Ideologien nicht außerhalb gesellschaftlicher Kontexte, in denen elitäre Einflüsse nach wie vor vorherrschen. Zum anderen gilt dies auch für die Plattformen als Diskursräume selbst: Ihre Funktionsweisen werden aus den gleichen gesellschaftlichen Kontexten heraus geschaffen. Aus dieser Position heraus strukturieren sie die Handlungsoptionen der Nutzenden und damit deren Teilhabe am

bzw. ihre Sprechakte im Diskurs. Um zu analysieren wie Ideologien in Social Media-Diskursen (re-)produziert werden, können deshalb die Plattformen und die Art und Weise der Kommunikation, die sie fördern, nicht gänzlich außer Acht gelassen werden (Pihlaja/Musolff 2017, S. 385).

Das Feld der Software Studies bietet für diese Betrachtung hilfreiche Ansatzpunkte und untersucht, wie Software und die ihnen zugrundeliegenden Algorithmen die Wahrnehmung sowie das Handeln von Anwendenden beeinflussen (Bucher 2012, S. 1166). In die Algorithmen, auf denen die Plattformen basieren, sind selbst ideologische Grundannahmen eingeschrieben (Beer 2017; Pihlaja/Musolff 2017): Als »soziotechnische« Plattformen (Bucher 2012, S. 1166) sind auch sie nicht frei von elitären Zugriffen und ideologischer Prägung. Gleichzeitig beeinflussen sie die Art und Weise, wie Akteur*innen am Diskurs teilhaben und um diskursive Macht ringen.

Am Beispiel des Google-Algorithmus argumentiert Beer in Anlehnung an Foucaults Konzept von Macht und Wissen, dass Algorithmen insofern ein Instrument von Machtausübung darstellen, als dass sie dazu beitragen, Wissen zu manifestieren (Beer 2017, S. 8). Ihre Wirkweisen auf soziale Prozesse müssen einbezogen werden, da sie selbst anhand von bestimmten Motiven programmiert werden, um sodann einen bestimmten, von Partikularinteressen beeinflussten, *outcome* in der sozialen Welt zu generieren (Beer 2017, S. 4): »Their existence and design are a product of social forces as are their implementations and redesigns« (Beer 2017, S. 5).

Mit dem Begriff »platformed racism« beschreibt Matamaros-Fernández (2017), wie die technische Struktur und Verwaltung sozialer Plattformen dazu beitragen, institutionalisierte soziale Ungleichheit zu reproduzieren und gleichzeitig rassistische Diskurse zu produzieren und zu verstärken. Um Nutzende möglichst lange auf den Plattformen zu halten, schlagen Algorithmen immer weitere Inhalte und Kontakte vor, die die Nutzenden potenziell interessieren könnten und sie in ihrem Weltbild bestätigen. Gefällt einer Person ein rassistischer Beitrag, werden ihre weitere ähnlich geprägte vorgeschlagen und Kontakte empfohlen, die ähnliche Inhalte teilen. Das hieraus resultierende Phänomen fasst Eli Pariser (2011) als sogenannte *Filter Bubble*, innerhalb derer letztendlich nur noch solche Inhalte auftauchen, die Nutzende in den eigenen Ansichten und Vorlieben bestärken und keine Inhalte mehr bereitgestellt werden, die andere Sichtweisen repräsentieren. Die Algorithmen arbeiten mit Mechanismen der Aufmerksamkeitsökonomie: Posts, die häufig geliked, kommentiert oder geteilt werden, erlangen eine höhere Sichtbarkeit und werden in Timelines und Newsfeeds prominent platziert (vgl. Becker 2019). Die Algorithmen sind darauf ausgerichtet, bei den Nutzenden größtmögliches Interesse und höchstmögliche Interaktionsraten zu erzeugen. Deshalb erweisen sich beispielsweise emotionalisierende Inhalte als lukrativ für soziale Plattformen und werden dementsprechend prominent platziert. Dies nutzen sodann Akteur*innen, die ihre Ideologien in der Breite platzieren und Deutungsmacht erringen möchten. Mit provokanten, die Grenzen des Sagbaren überschreitenden Äußerungen, werden Polarisierung und Aufmerksamkeit generiert, während die Plattformen damit – ohne Rücksicht auf Konsequenzen – einer radikalen Marktlogik folgen. Deshalb plädieren auch Pihlaja und Musolff (2017) dafür, stets die technische Infrastruktur der jeweiligen spezifischen Plattform in den Blick zu nehmen.

Im Ringen um Diskursmacht sehen sich die Teilnehmenden von einer »threat of invisibility« (Bucher 2012, S. 1170) bedroht: In Anlehnung an Foucaults Panoptikum und einer damit dauerhaft verbundenen Bedrohung der eigenen Sichtbarkeit argumentiert Bucher in Bezug auf Facebook und den zugrundeliegenden Algorithmen eine »Bedrohung der Unsichtbarkeit«, die das Handeln der Subjekte (und somit deren Sprechakte) strukturiert (Bucher 2012, S. 1170 f.):

»In Facebook there is not so much a ›threat of visibility‹ as there is a ›threat of invisibility‹ that seems to govern the actions of its subjects. The problem as it appears is not the possibility of constantly being observed, but the possibility of constantly disappearing, of not being considered important enough. In order to appear, to become visible, one needs to follow a certain platform logic embedded in the architecture of Facebook.« (Bucher 2012, S. 1171)

Deutlich wird hier erneut, dass die Plattformen, innerhalb derer sich die zu analysierenden Diskurse vollziehen, beeinflussen, wie Akteur*innen innerhalb dieser Diskursarenen kommunizieren und um diskursive Macht ringen. Die Strategien, sich in Social Media-Diskursen Gehör zu verschaffen, bzw. rezipiert zu werden, unterscheiden sich deshalb von jenen in institutionalisierten (Medien-)Diskursen.

Diese Beschaffenheit der Diskursteilhabe in sozialen Medien macht es für die CDS unbedingt notwendig, sich den dort (re-)produzierten Ideologemen der Ungleichwertigkeit anzunehmen und der Relevanz dieser Diskursarenen ebenso Aufmerksamkeit zu schenken wie den Elitendiskursen in institutionalisierten Medien. Aus diesem Grund müssen die Plattformen selbst bei der Analyse von Ungleichwertigkeitsideologien in Social Media-Diskursen Beachtung finden.

Als fruchtbar für ein solches Vorhaben erweisen sich *multimodale* Ansätze auf zweierlei Weise – zum einen im Hinblick auf ein Verständnis der Multimodalität *von* Diskursen und zum anderen der Multimodalität *in* Diskursen.

Egbert folgend sind Diskurse prinzipiell als multimodal anzusehen – sie umfassen nicht nur »Praktiken des Zeichengebrauchs, sondern gleichfalls praktisches, nicht-sprachliches Tun und materiale Objekte« (Egbert 2019, S. 76; Hervorhebung im Original). Ein solches Verständnis ermöglicht es, auch jene Artefakte einzubeziehen, die nicht per se als Praktiken des Sprach- und Zeichengebrauchs zu verstehen sind, gleichzeitig jedoch an »diskursiver Wissenserzeugung« beteiligt sind (Egbert 2019, S. 77). Dies erweist sich für die Untersuchung von Social Media-Diskursen insofern als fruchtbar, als dass dadurch *sowohl* in den Blick genommen werden kann, ob und inwiefern die in die Plattformen selbst eingeschriebenen Ideologien durch ihre Prozesse, Kommunikation zu strukturieren, reproduziert werden, *als auch*, welchen Einfluss die technische Beschaffenheit eines solchen Diskursraums auf Sprechendenpositionen und deren Kommunikation selbst entfalten:

»Aus der Multimodalität von Diskursen, die Artefakte und Technologien als potenziell vollwertige Diskurspartizipanten akzeptiert, folgt, dass die Rolle von Materia-

lität in der Diskursanalyse zukünftig fokussierter beobachtbar und auch bedeutungsgenerierende bzw. -verändernde Mitwirkung in Rechnung stellbar ist.« (Egbert 2019, S. 78)

Dabei betont Egbert ein dynamisches Verhältnis zwischen Theorie und Empirie, welches die beiden Sphären nicht starr gegenübergestellt oder als aufeinander folgend verstehen lässt, sondern Raum schafft für eine von Empirie inspirierte Theorieentwicklung (Egbert 2019, S. 87). Letztere erweist sich wie in diesem Fall in Bezug auf die Verwobenheit von Software und diskursiven Praktiken als äußerst hilfreich. In der praktischen Umsetzung zeigen sich insbesondere die Diskursethnografie, Artefaktanalyse, Technografie sowie Skriptanalyse als sinnvolle Möglichkeiten, Materialität selbst als Untersuchungsgegenstand in diskursanalytische Forschung einzubeziehen (Egbert 2019, S. 83 ff.). Für den hier zugrundeliegenden Untersuchungsgegenstand erscheinen insbesondere die Technografie wie auch die Skriptanalyse besonders geeignet, durch teilnehmende Beobachtungen und/oder Expert*inneninterviews die Prozesse der Implementierung von Software, deren Anwendung wie auch deren Wechselwirkung »zwischen Mensch und Artefakt empirisch zu rekonstruieren und entsprechende dispositive Effekte herauszuarbeiten« (Egbert 2019, S. 83 f.).

Zum zweiten ist es auch in Bezug auf Sprechakte in Social Media-Diskursen unabdingbar, diese als multimodal anzuerkennen, um deren Heterogenität in Text-, Bild-, Video- und Audioformaten in all ihren Variationen gerecht zu werden. Doch konstatiert van Leeuwen, es gebe bisher noch kein etabliertes, interdisziplinäres Forschungsfeld einer CDS multimodaler Diskurse. Zwar gebe es sowohl kritisch Diskursforschende, die multimodale Diskurse untersuchten als auch multimodal Forschende, die eine kritische Haltung bezögen, ein Zusammenschluss der beiden Disziplinen stünde jedoch bisher aus (van Leeuwen 2013, S. 1). Multimodalität wird in diesem Zusammenhang verstanden als Herangehensweise, die die unterschiedlichen Ressourcen kommunikativer Akte in ihre Analysen einbezieht (Meier 2006; van Leeuwen 2013). Insbesondere vor dem Hintergrund einer fortschreitenden Digitalisierung und dem damit verbundenen Wandel von Bildproduktion und -veröffentlichung wird eine multimodale Herangehensweise an Diskurse, die visuelle ebenso wie textliche Sprechakte einbezieht, unabdingbar (Meier 2006; Traue 2013; van Leeuwen 2013). Auch visuelle Beiträge müssten als strategisches Handeln begriffen werden, die eine diskursive Positionierung deutlich machen (Meier 2006, S. 267). »[V]isuelle Diskurse bringen *Phänomene* hervor, also Wahrnehmbares, Sichtbares, Spürbares, Fühlbares« (Traue 2013, S. 124; Hervorhebung im Original) und auch diese Phänomene gilt es zu untersuchen.

Dadurch dass auch Audioformate, Videos, GIFs und emoticons in all ihren Variationen als gängige Mittel strategisch diskursiven Handelns in Social Media dienen, wäre eine rein textliche Untersuchung dieser Diskurse unvollständig. Dieserart gewählte Mittel eines Ringens um Deutungsmacht und mitunter strategisch distribuierten Ideologien gebietet auch den CDS ein Verständnis von multimodalen diskursiven Sprechakten und damit einer multimodalen Untersuchung dieser Diskurse selbst (Pihlaja/Musolff 2017, S. 387; Bouvier/Machin 2018, S. 185 f.).

Zu berücksichtigen ist hierbei, dass sich visuelle und rein textliche Kommunikation jedoch codespezifisch unterscheiden: Beispielsweise weisen Text oder das gesprochene Wort eine Linearität, im Sinne aufeinandergeordneter Worte auf, während in (audio-)visuellen Darstellungen Argumentationen über verschiedenen Ebenen – beispielsweise durch Text, Ton und Bild – gleichzeitig auftreten bzw. einwirken (Meier 2006, S. 282). Als herausfordernd gestalten sich Social Media-Diskurse als Untersuchungsgegenstände deshalb nicht nur im Hinblick auf die zuweilen sehr umfangreiche Datenmenge als auch auf die Heterogenität der zu untersuchenden Diskursfragmente. Im Folgenden werden die Datenerhebung, die Datenstruktur sowie ihre Weiterverarbeitung näher beleuchtet.

3.3 Methodische Herausforderungen für die CDS in der Arbeit mit Social Media-Daten

Die Erhebung von Social Media-Daten gestaltet sich je nach zugrundeliegender Forschungsfrage unterschiedlich. Bisher existieren keine standardisierten Erhebungsverfahren, was sich in Teilen auch aus der Heterogenität der relevanten Plattformen und den auf ihnen verfügbaren Daten ergibt. Letztere erstrecken sich von Text- und multimedialen Beiträgen, über Interaktionsparameter wie Likes und Shares oder auch Profil- und Plattformmetadaten. Während einige Plattformen die Erhebung von Daten über spezifische Programmierschnittstellen, so genannten APIs (*application programming interface*), zulassen, erfordern andere, dass die gewünschten Daten manuell erhoben werden (s.a. Mayr/Weller 2017).

Diese Aspekte gilt es bereits im Studiendesign mitzudenken, um auf diese Weise nicht nur die relevantesten Plattformen zu identifizieren, sondern sich auch mit der Beschaffenheit der zu erhebenden Daten vertraut zu machen. Speziell in puncto Repräsentativität hält die Arbeit mit Social Media-Daten einige Fallstricke parat, da Social Media-Nutzende eine sehr selektive gesellschaftliche Stichprobe darstellen und eine Generalisierbarkeit von Forschungsergebnissen nicht ohne Weiteres als gegeben anzusehen ist (s.a. Mayr/Weller 2017; Schnapp/Blätte 2018).

Einmal erhoben birgt die schiere Menge unstrukturierter Daten unterschiedlichster Art für qualitativ Forschende große Herausforderungen (s.a. Törnberg/Törnberg 2016b), die ohne ein Umdenken im Hinblick auf die Verwendung verschiedener – auch quantitativer – Methoden nicht bewältigt werden können. Ein bisher in weiten Teilen vorherrschendes Verständnis der Sozialwissenschaften, dass qualitative, induktiv theorienbildende Forschung stets der quantitativen, eher deduktiv hypothesenprüfenden Forschung vorausgehen müsse, kann bzw. muss durch die Herausforderung von Big Data aufgelöst werden (Schnapp/Blätte 2018, S. 37). So finden sich eine Reihe von Plädoyers für die Vorstrukturierung und -analyse großer Datenkorpora anhand quantitativer Methoden mit dem Ziel der Hypothesenbildung und einer anschließenden qualitativen Analyse¹⁷.

17 (s. a. Törnberg/Törnberg 2016a, 2016b; Kantner/Overbeck 2018; Schnapp/Blätte 2018)

Vielversprechend erscheinen im Hinblick auf diskursanalytische Vorhaben insbesondere korpuslinguistische Topic Modeling-Verfahren, die gegebene Textkorpora vorstrukturieren und bisher in den Sozialwissenschaften eher selten angewendet werden. Sie erlauben nicht nur eine Vorstrukturierung und Analyse des Materials, sondern beugen gleichsam dem diskursanalytischer Forschung häufig entgegengebrachten Kritikpunkt des *cherry picking* vor (Törnberg/Törnberg 2016b, S. 134). Wie dies mit einem hohen Grad an Standardisierung im Hinblick auf sozialwissenschaftliche Fragestellungen umgesetzt werden kann, legen Kantner und Overbeck (2018) dar, die ein webbasiertes Tool namens *Complex Concept Builder* mit verschiedenen Analysemöglichkeiten für die Bewältigung großer Datenmengen entwickelt haben. Das Werkzeug unterscheidet mithilfe des Topic Modeling-Verfahrens in Kombination mit maschinellem Lernen, welche Dokumente eines Korpus relevant für die jeweilige Forschungsfrage sind. In einem ersten Schritt werden anhand zuvor bestimmter Parameter Topics vollautomatisch identifiziert. Darauffolgend teilen geschulte Kodierer*innen einige der den Topics zugeordneten Texten in ›brauchbar‹ und ›unbrauchbar‹ ein. Die daraus generierten Trainingsdaten werden sodann für ein Verfahren maschinellen Lernens verwendet, um den Korpus zu bereinigen (Kantner/Overbeck 2018, S. 177 f.). Das Tool stützt sich bisher auf umfangreiche Textkorpora in Form von Zeitungsartikeln. So ließe sich der *Complex Concept Builder* beispielsweise auf Initialposts auf Facebook oder Tweets anwenden. Im Hinblick auf die sehr heterogene Beschaffenheit von Social Media-Daten auf unterschiedlichen Plattformen bleibt jedoch die Frage bestehen, inwiefern auch größere Mengen von multimediale Posts oder auch in die Kommunikation eingebundene Memes und GIFs computergestützt für diskursanalytische Forschung voranalysiert werden können.

Für ein multimodales Verständnis von Diskursen und Diskursfragmenten könnte sich eine Verbindung zwischen visuellen und textlichen Ansätzen durchaus als fruchtbar erweisen. In ihrer Studie zu Bildern in Social Media untersuchen Pearce et al. (2020) wie soziale Phänomene hier verhandelt werden und auf welche Weise die unterschiedlichen untersuchten Plattformen dabei einen Einfluss auf die jeweiligen Diskursfragmente zum Thema Klimawandel üben. Anhand unterschiedlicher Instrumente zur automatisierten Datenerhebung für die jeweiligen Plattformen generierten die Forschenden ca. 471.000 Posts inklusive metrischer Daten zum Anteil der Bildposts an der Gesamtheit, Interaktionsmetriken wie Likes, Anzahl der Kommentare und Weiterverbreitung der Posts sowie Tags, die in Verbindung mit den Bildern gepostet wurden. Diese Parameter ermöglichten es, auf quantitativer Basis zu identifizieren, wann und inwiefern das Phänomen Klimawandel anhand welcher Bilder besonders präsent verhandelt wurde (Pearce et al. 2020, S. 169). Schließlich führte die Gruppe eine bildtextliche Netzwerkanalyse anhand der in Kombination mit den Bildern geposteten Tags (bspw. Hashtags auf Twitter) durch und identifizierten darüber, welche Themen auf welchen Plattformen auf welche bildliche Art und Weise verhandelt wurden. Sie identifizierten darüber die spezifischen Formen von »vernacular creativity«, also die plattformspezifische, umgangssprachliche Kreativität der Diskursfragmente (Pearce et al. 2020, S. 169 f.). Ergänzend schlossen Pearce et al. sodann noch eine bildliche Analyse an, um größere Mengen von geordneten Bildern (genannt Plots) über die Plattformen hinweg vergleichen zu können. Ein solches Vorgehen

wäre ebenso im Rahmen von CDS denkbar, um zu untersuchen welche Ideologien wie textlich und visuell (re-)produziert werden.

3.4 Ethische Fragen an (kritische) Social Media-Forschung

Neben den dargelegten theoretischen wie methodischen Herausforderungen, die sich (kritisch) diskursanalytisch Forschende im Kontext von Social Media als Diskursarenen stellen, ergeben sich darüber hinaus forschungsethische Fragen.

Die Frage nach forschungsethischen Standards in sozialwissenschaftlicher Social Media-Forschung ist eng verknüpft mit Fragen nach Konzepten zu Öffentlichkeit und Privatheit in digitalen Sozialräumen (vgl. Zimmer 2018, S. 5; Pappert/Roth 2019). Sind Daten, die durch Nutzende nicht aktiv restriktiv geschützt werden, als öffentlich und somit frei zugänglich anzusehen? Ist davon auszugehen, dass sich Nutzende bewusst darüber sind, welche Daten öffentlich sind und welche Implikationen dies mit sich bringen kann – beispielsweise Teil einer sozialwissenschaftlichen Studie zu werden? Wie verhält es sich mit Posts in Social Media-Gruppen, die öffentlich sein mögen, innerhalb derer sich die Partizipierenden jedoch auf so regelmäßiger Basis austauschen, dass die Kommunikation einem privaten Austausch gleicht, ihnen möglicherweise Privatheit suggeriert?

Ein Credo empirischer Forschung lautet, dass keine Person ohne informierte Zustimmung beforscht wird (s.a. Beninger 2017; Schnapp/Blätte 2018; Zimmer 2018) – ein wertvoller normativer Grundsatz, der sich bei der Arbeit mit Social Media-Daten in Anbetracht von riesigen Datenmengen jedoch kaum umsetzen lässt. So wird in der Literatur diskutiert, ob und inwiefern das informierte Einverständnis als Maxime ethischer Sozialforschung auch auf den Bereich der Online-/Social Media-Forschung eins zu eins angewendet werden kann bzw. muss. Es bleibt beispielsweise fraglich, ob öffentliche, frei zugängliche Daten für Analysen unproblematisch wären, wohingegen ›geschützte‹ Räume, die ein Passwort erfordern, als privat zu verstehen und deshalb nur mit Zustimmung der Beobachteten zu betreten und zu analysieren seien (Beninger 2017, S. 58). Im letzteren Fall plädiert beispielsweise Beninger (2017, S. 71 f.) dafür, dass Forschende auf Nutzende zugehen, ihr Interesse an deren Inhalten und Kommunikation darlegen und sich dazu in geschlossenen Chaträumen aktiv vorstellen. Ein solches Vorgehen unterstütze die Glaubwürdigkeit von Forschenden und die Einhaltung ethischer Standards wie die des informierten Einverständnisses durch Forschungssubjekte.

Einen konträren Standpunkt dazu vertreten Brotsky und Giles (2007), deren Studie eine ›pro ana-Community‹¹⁸ online beleuchtet. Die beiden Forschenden entschlossen sich dazu, eine ›szenetypische‹ Online-Identität anzunehmen und aktiv mit Community-Mitgliedern zu kommunizieren, um ihre Untersuchungen durchzuführen. Sie geben dazu zwei zentrale Gründe an: Zum einen hätten sie ohne ein glaubwürdiges Profil kei-

18 ›Pro ana-Communities‹ sind Online-Gemeinschaften Betroffener von Anorexie (Magersucht). Innerhalb dieser Räume wird anorexisches Essverhalten teilweise gefördert, indem sich Mitglieder u.a. zu Diätplänen und körperlichen Vorbildern austauschen (Brotsky/Giles 2007).

nen Zugang zu den für sie relevanten Chaträumen erlangen können. Zum anderen erschien es höchst zweifelhaft, dass sie weiterhin als Teil der Community akzeptiert worden wären, hätten sie nach Betreten der Chaträume über ihre Motive aufgeklärt. Auch eine nachträgliche Information an die Beteiligten mit der Bitte, die gesammelten Daten verwenden zu dürfen, erschien den Forschenden als nicht aussichtsreich (Brotsky/Giles 2007, S. 96). Die Täuschung durch das Fake-Profil sowie das Nicht-Einholen des informierten Einverständnisses stellen Brüche traditioneller Grundregeln ethischer Forschung dar. Doch ohne sie wäre die Studie eindeutig nicht realisierbar gewesen.

Zu einem ähnlichen Schluss kommen auch Glaser et al. (2002), die in U.S.-amerikanischen, rassistischen Chaträumen der Frage nachgingen, unter welchen Bedingungen die dortigen Nutzenden vorurteilsgeleitete Gewalt befürworten. Um unvoreingenommene Antworten zu erhalten, sahen auch sie es als unabdingbar an, darauf zu verzichten, ein informiertes Einverständnis von sämtlichen Beteiligten einzuholen. Gleichzeitig wurden die Identitäten der Befragten geschützt, indem ihre Pseudonyme getrennt von den gegebenen Antworten aufbewahrt wurden.

Ein verdecktes Beobachten wird kontextabhängig auch im Hinblick auf die forschende Person selbst relevant: So birgt die Kenntlichmachung als forschende Person in Kontexten von diskriminierenden und/oder gewaltbereiten Gruppen erhebliche Risiken. Forschende mit Fokus auf Phänomene der extremen Rechten können leicht selbst ins Fadenkreuz jener Gruppierungen geraten, weshalb beispielsweise Massanari (2018) diskutiert, inwiefern sich Forschende, die auch selbst privat und professionell in sozialen Netzwerken vertreten sind, vor virtuellen wie physischen Angriffen schützen können.

Die Beispiele verdeutlichen, dass sich ethische Grundsätze sozialwissenschaftlicher Forschung nicht eins zu eins auf Phänomenbereiche in digitalen Sozialräumen anwenden lassen, sondern an den jeweiligen Forschungsgegenstand angepasst werden müssen. Die gängige Praxis, eine Überschreitung traditioneller forschungsethischer Regeln innerhalb von Studien zu begründen, hilft darüber hinaus, Transparenz zu schaffen. Zum Schutz der beobachteten Personen – in Teilen auch der forschenden Person – bleibt die Anonymitätswahrung unangefochten, denn sobald Forschende Ergebnisse publizieren, die beispielsweise direkt zitierte Posts einbeziehen, können deren Urheber*innen ggf. durch eine Suchmaschinenanfrage ausfindig gemacht werden (s.a. Beninger 2017). Diesen Umstand gilt es zu berücksichtigen.

4. Fazit und Ausblick

Social Media stellen für den gesellschaftlichen *common sense* relevante Diskursarenen dar. Im Allgemeinen schon deshalb, da sich die Mediennutzung immer mehr hin zu partizipativeren Plattformen entwickelt und Social Media-Diskurse als relevante Fragmente eines gesamtgesellschaftlichen Diskurses gesehen werden können; im Speziellen, da Social Media günstige Bedingungen für Propagierende von Ungleichwertigkeitsideologien bieten. Alle Diskursarenen, innerhalb derer solche Ideologien normalisiert werden, ungleiche Macht- und Dominanzverhältnisse etabliert und verstetigt werden, sind grund-

sätzlich Forschungsbereiche von CDS. Gerade weil Social Media ein so großes Potenzial für die Verschiebung der Grenzen des Sagbaren, der Gestaltung des gesellschaftlichen *common sense* bieten, muss ihnen die Aufmerksamkeit kritischer Diskursforschung zuteilwerden.

Weshalb die neuen Diskursarenen bisher nicht umfänglich in Analysen einbezogen werden, lässt sich an den dargelegten Herausforderungen skizzieren: Die vielfältigen Sprechendenpositionen, die Aufweichung des elitären Einflusses auf den gesellschaftlichen *common sense*, die notwendige Bewältigung heterogener Datenmassen wie auch forschungsethische Aspekte werfen komplexe Fragen auf, denen sich die CDS stellen muss.

Multimodale Verständnisse von Diskursen und den in ihnen stattfindenden Sprechakten, bieten wertvolle Ansätze um zu ergründen, auf welche Weisen Ideologien zum einen durch die Plattformen als Diskursaktanten selbst (re-)produziert werden können und wie sie die Sprechakte der Diskursteilnehmenden beeinflussen. Der liberalisierte Zugang zum Diskurs weicht das elitäre Privileg, am Ringen um diskursive Macht teilzuhaben, auf. Die Implikationen dessen gilt es noch weiter zu untersuchen und anhand vertiefter empirischer Arbeit zu untermauern, inwiefern dadurch Akteur*innen, die keinen Zugang zu einem klassisch medialen Diskurs genießen, diskursive Macht in Social Media-Diskursen erlangen und ihre Ideologien – und im Falle der CDS spezifisch solche der Ungleichwertigkeit – damit normalisieren.

Die methodischen Herausforderungen und bislang vorhandenen Lösungsansätze verdeutlichen, dass hier noch ›Erfindungsgeist‹ gefragt ist, und bisher keine standardisierten Datenerhebungsverfahren vorliegen, die die Heterogenität von Social Media-Diskursen zu bewältigen vermögen. Der Rückgriff auf quantitative Strukturierungs- und Voranalyseverfahren (wie bspw. Topic Modelling) ermöglicht es auch qualitativ Forschenden, große Datenmengen handzuhaben und auf etwaige qualitative Analysen vorzubereiten bzw. diese »anzureichern«.

Im Hinblick auf forschungsethische Aspekte haben Arbeiten in Web-Foren bereits gezeigt, wie je nach Untersuchungsgegenstand verantwortungsvoll mit sensiblen Daten und der Frage nach dem informierten Einverständnis verfahren werden kann. Hieran lohnt es sich, empirische Arbeiten zu Social Media-Diskursen anzuknüpfen.

Literaturverzeichnis

- Bechmann, A./Lomborg, S. (2013): Mapping actor roles in social media: Different perspectives on value creation in theories of user participation. In: *New Media and Society* 15(5), S. 765–781.
- Becker, A. (2019): Kampf um die Algorithmen. Politisches Trolling von rechts. *Lotta* 73, www.lotta-magazin.de/ausgabe/73/kampf-um-die-algorithmen (Abruf 20.06.2020).
- Beer, D. (2017): The social power of algorithms. In: *Information Communication and Society* 20(1), S. 1–13.
- Beninger, K. (2017): Social Media User's Views on the Ethics of Social Media Research. In: Sloan, L./Quan-Hase, A. (Hrsg.): *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*. London: SAGE, S. 57–73.

- Book, C. (2017): Mit Metapolitik zur »Konservativen Revolution«? Über Umfeld und Strategie der »Identitären Bewegung« in Deutschland. In: Goetz, J./Sedlacek, J. M./Winkler, A. (Hrsg.): *Untergangster des Abendlandes. Ideologie und Rezeption der rechtsextremen »Identitären«*. Hamburg: Marta Press, S. 113–131.
- Bourdieu, P. (1982): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bouvier, G./Machin, D. (2018): Critical discourse analysis and the challenges and opportunities of social media. In: *Review of Communication* 18(3), S. 178–192.
- Brotsky, S. R./Giles, D. (2007): Inside the »Pro-ana« community: A covert online participant observation. In: *Eating Disorders* 15(2), S. 93–109.
- Bucher, T. (2012): Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. In: *New Media and Society* 14(7), S. 1164–1180.
- Bundesinnenministerium (2018): Verfassungsschutzbericht 2018, www.verfassungsschutz.de/embed/vsbericht-2018.pdf (Abruf 20.06.2020).
- Dunn, M./Mauer, V. (2006): Diskursanalyse: Die Entstehung der Nationalen Sicherheitsstrategie der USA. In: Siedschlag, A. (Hrsg.): *Methoden der sicherheitspolitischen Analyse*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 189–217.
- Eckert, S./Hurtz, S./Müller-Hansen, S./Wormer, V. (2019): Die Like-Fabrik, www.sueddeutsche.de/digital/paidlikes-gekaufte-likes-facebook-instagram-youtube-1.4728833-0 (Abruf 20.06.2020).
- Egbert, S. (2019): Die Multimodalität von Diskursen und die Rekonstruktion dispositiver Konstruktionen von Wirklichkeit – ein programmatischer Vorschlag aus techniksoziologischer Perspektive. In: Bosančić, S. & Keller, R. (Hrsg.): *Diskursive Konstruktionen, Theorie und Praxis der Diskursforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 75–91.
- Fairclough, N./Mulderigg, J./Wodak, R. (2011): Critical Discourse Analysis. In: van Dijk, T. A. (Hrsg.): *Discourse Studies*. London: SAGE, S. 357–379.
- Freberg, K./Graham, K./McGaughey, K./Freberg, L. A. (2011): Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. In: *Public Relations Review* 37(1), S. 90–92.
- Froitzheim, U. J. (2017): Echokammern sind nicht harmlos. In: Kappes, C./Krone, J./Novy, L. (Hrsg.): *Medienwandel kompakt 2014-2016 Netzveröffentlichungen zu Medienökonomie, Medienpolitik & Journalismus*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 105–108
- Glaser, J./Dixit, J./Green, D. P. (2002): Studying hate crime with the internet: What makes racists advocate racial violence? In: *Journal of Social Issues* 58(1), S. 177–193.
- Jäger, M. (2004): Wie die Rechte Sprache prägt. Steilvorlagen von Rechtsaußen. In: Braun, S./Hörsch, D. (Hrsg.): *Rechte Netzwerke – eine Gefahr*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 45–56.
- Kalogeropoulos, A./Negredo, S./Picone, I./Nielsen, R. K. (2017): Who Shares and Comments on News?: A Cross-National Comparative Analysis of Online and Social Media Participation. In: *Social Media and Society* 3(4), S. 1–12.
- Kantner, C./Overbeck, M. (2018): Die Analyse »weicher« Konzepte mit »harten« korpusanalytischen Methoden. In: Blätte, A./Behnke, J./Schnapp, K.-U./Wagemann, C. (Hrsg.): *Computational Social Science. Die Analyse von Big Data*. Baden-Baden: Nomos, 163–189.
- Keller, R. (2011): *Diskursforschung: eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- KhosraviNik, M. (2017a): Right wing populism in the west: Social media discourse and echo chambers. In: *Insight Turkey* 19(3), S. 53–68.
- KhosraviNik, M. (2017b): Social media critical discourse studies (SM-CDS). In: Flowerdew, J./Richardson, J. (Hrsg.): *Handbook of Critical Discourse Studies*. London: Routledge, S. 582–596.
- KhosraviNik, M. (2018): Social Media Techno-Discursive Design, Affective Communication and Contemporary Politics. In: *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences* 11(4), S. 427–442.

- KhosraviNik, M./Esposito, E. (2018): Online hate, digital discourse and critique: Exploring digitally-mediated discursive practices of gender-based hostility. In: *Lodz Papers in Pragmatics* 14(1), S. 45–68.
- Krzyzanowski, M./Ledin, P. (2017): Uncivility on the web populism in/and the borderline discourses of exclusion. In: *Journal of Language and Politics* 16(4), S. 566–581.
- Massanari, A. L. (2018): Rethinking Research Ethics, Power, and the Risk of Visibility in the Era of the »Alt-Right« Gaze. In: *Social Media and Society* 4(2), S. 1–9.
- Matamoros-Fernández, A. (2017): Plattformed racism: the mediation and circulation of an Australian race-based controversy on Twitter, Facebook and YouTube. In: *Information, Communication & Society* 20(6), S. 930–946.
- Mayr, P./Weller, K. (2017): Think Before You Collect: Setting Up a Data Collection Approach for Social Media Studies. In: Sloan, L./Quan-Hase, A. (Hrsg.): *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*. London: SAGE, S. 107–124.
- Meier, S. (2006): Von der Sichtbarkeit im Diskurs – Zur Methode diskursanalytischer Untersuchung multimodaler Kommunikation. In: Günthner, S./Konerding, K.-P./Liebert, W.-A./Roelcke, T. (Hrsg.): *Linguistik – Impulse & Tendenzen* 31. Berlin/New York: de Gruyter, S. 263–286.
- Newman, N./Fletcher, R./Schulz, A./Andi, S./Nielsen, R. K. (2020): Reuters Institute Digital News Report 2020, www.reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf (Abruf 20.06.2020).
- Niehr, T. (2017): Rechtspopulistische Lexik und die Grenzen des Sagbaren. In: Bundeszentrale für politische Bildung, www.bpb.de/politik/extremismus/rechtspopulismus/240831/rechtspopulistische-lexik-und-die-grenzen-des-sagbaren (Abruf 29.08.2019).
- Niehr, T. (2019): Sprache – Macht – Gewalt oder: Wie man die Grenzen des Sagbaren verschiebt. In: *Sprachreport* 35(1), S. 1–7.
- Niehr, T./Böke, K. (2004): Diskursanalyse unter linguistischer Perspektive – am Beispiel des Migrationsdiskurses. In: Keller, R./Hirsland, A./Schneider, W./Viehöver, W. (Hrsg.): *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 325–341.
- Niehr, T./Reissen-Koch, J. (2019): Volkes Stimme? Zur Sprache des Rechtspopulismus. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Pappert, S./Roth, K. S. (2019): Diskurspragmatische Perspektiven auf neue Öffentlichkeiten in Webforen. In: Hauser, S./Opilowski, R./Wyss, E. L. (Hrsg.): *Alternative Öffentlichkeiten*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 19–52.
- Pariser, E. (2011): *Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. London: Penguin Press.
- Pearce, W./Özkula, S. M./Greene, A. K./Teeling, L./Bansard, J. S./Omena, J. J./Rabello, E. T. (2020): Visual cross-platform analysis: digital methods to research social media images. In: *Information Communication and Society* 23(2), S. 161–180.
- Pihlaja, S./Musolf, A. (2017): 14. Discourse and ideology. In: Hoffmann, C./Bublitz, W. (Hrsg.): *Pragmatics of Social Media*. Berlin: de Gruyter, S. 381–403.
- Rafael, S. (2018): Die Identitären verlieren viele Kanäle. In: *Belltower News*, www.belltower.news/fruehjahrsputz-bei-instagram-und-facebook-die-identitaeren-verlieren-viele-kanale-48068/ (Abruf 20.06.2020).
- Reuter, M./Biselli, A. (2018): Getarnt als Gamer: Einblick in eine rechtsradikale Troll-Armee. In: netzpolitik.org, www.netzpolitik.org/2018/getarnt-als-gamer-einblicke-in-eine-rechtsradikale-troll-armee/ (Abruf 20.06.2020).
- Schnapp, K.-U./Blätte, A. (2018): Epistemologische, methodische und politische Herausforderungen von Big Data. In: Blätte, A./Behnke, J./Schnapp, K.-U./Wagemann, C. (Hrsg.): *Computational Social Science. Die Analyse von Big Data*. Baden-Baden: Nomos, 25–52.
- Struck, J./Müller, P./Mischler, A./Wagner, D. (2020): Volksverhetzung und Volksvernetzung: Eine analytische Einordnung rechtsextremistischer Onlinekommunikation. In: *Kriminologie – Das Online-Journal* 2(2), S. 310–337.

- Törnberg, A./Törnberg, P. (2016a): Combining CDA and topic modeling: Analyzing discursive connections between Islamophobia and anti-feminism on an online forum. In: *Discourse and Society* 27(4), S. 401–422.
- Törnberg, A./Törnberg, P. (2016b): Muslims in social media discourse: Combining topic modeling and critical discourse analysis. In: *Discourse, Context and Media* 13(Part B), S. 132–142.
- Traue, B. (2013): Visuelle Diskursanalyse. Ein programmatischer Vorschlag zur Untersuchung von Sicht- und Sagbarkeit im Medienwandel. In: *Zeitschrift für Diskursforschung* 1(2), S. 117–136.
- van Dijk, T. A. (1993): Eliten, Rassismus und die Presse. In: Jäger, S./Link, J. (Hrsg.): *Die vierte Gewalt. Rassismus und die Medien*. Duisburg: DISS, S. 80–130.
- van Dijk, T. A. (1997): *Discourse as Social Interaction*. London: SAGE.
- van Dijk, T. A. (2002): Discourse and Racism. In: Goldberg, D. T./Solomos, J. (Hrsg.): *A Companion to Racial and Ethnic Studies*. Oxford: Blackwell, S. 145–159.
- van Leeuwen, T. (2013): Critical Analysis of Multimodal Discourse. In: Chapelle, C. A. (Hrsg.): *The Encyclopedia of Applied Linguistics*. Oxford: Blackwell, S. 1–6.
- Westrick, F. (2019): Die Filterblase der rechten Influencer. In: *Der rechte Rand* 178, S. 26–28.
- Wodak, R. (2015): »Normalisierung nach rechts«: Politischer Diskurs im Spannungsfeld von Neoliberalismus, Populismus und kritischer Öffentlichkeit. In: *Linguistik Online* 73(4), S. 27–44.
- Wodak, R. (2018): Vom Rand in die Mitte – »Schamlose Normalisierung«. In: *Politische Vierteljahresschrift* 59(2), S. 323–335.
- Zeit Online (2020): Rechtsextremismus. YouTube sperrt Konten der Identitären Bewegung, <https://www.zeit.de/digital/internet/2020-07/rechtsextremismus-identitaere-bewegung-youtube-spernung-konten> (Abruf 14.07.2020)
- Zimmer, M. (2018): Addressing Conceptual Gaps in Big Data Research Ethics: An Application of Contextual Integrity. In: *Social Media and Society* 4(2), S. 1–11.

Anschrift:

Pia Müller
 Lehrstuhl für Kriminologie, Strafrecht, Strafprozessrecht
 und vergleichende Strafrechtswissenschaften
 Rechts- und Staatswissenschaftliche Fakultät
 Universität Greifswald
 Domstraße 20
 17489 Greifswald
 pia.mueller@uni-greifswald.de