

Sascha Michel

Wenn aus *Mastodon* der *#Mastdarm* wird

Morphologische Wortspiele und ihr ideologisch motiviertes Positionierungspotential

Abstract: This article focusses on translocal ways of political positioning via word formation. Using the example of the formation of the word *Mastdarm* (from *Mastodon*) it shows how word formation puns (as morphological word puns) can serve the formation of identity through the political positioning of the self and others. A discourse-pragmatic corpus analysis of Twitter/X posts with the hashtag *#Mastdarm* comes to the conclusion that the reference to the sectors [characteristics of the platform Mastodon] and [characterisation of Mastodon users] is characterised by invective language use. A comparison with a corpus analysis of the case study *uppimpfen* (from *abbinden*) shows that right-wing groups often reproduce and use ideological set pieces across discourse in order to position themselves as ‘not left-wing’. Word formation puns thus not only serve humorous purposes, but also fulfil inherent discourse-linguistic functions.

Keywords: Wortspiel, Wortbildung, Diskurspragmatik, Positionierung, Social-Media-Diskurs

1 Einleitung

Wie kann es bloss sein, dass *#Mastdarm* trendet?¹

fragt am 19.12.2022 ein*e Twitter-User*in ihre Follower. Wer X, vormalig Twitter, kennt, weiß, dass bisweilen ungewöhnliche Hashtags in den Trends auftauchen, die sich dem Leser/der Leserin erst durch ausgiebige Recherche offenbaren, da die Liste der Trends Hashtags in der Regel de-kontextualisiert präsentiert. Wer also Tweets/Posts mit diesem Hashtag sucht, wird feststellen, dass sich die Funktion und Bedeutung dieses Hashtags erst auf den zweiten Blick erschließt, nämlich dann, wenn man sie mit ähnlich klingenden Lexemen in Verbindung bringt: *Mastdarm*: *Mastodon*. Aber auch hier bedarf es weiteren Kontexts, um Licht in die Sache zu bringen: Als Elon Musk Twitter Ende 2022 übernommen hat und tief-

¹ Alle Belege werden in diesem Beitrag im Original, d.h. mit etwaigen sprachlichen Fehlern, wiedergegeben.

greifende Änderungen, v. a. auch mit Blick auf die seiner Meinung nach zu stark eingeschränkte Rede- und Meinungsfreiheit, ankündigte und als er Ende November 2022 den gesperrten Twitteraccount von Ex-US-Präsident Donald Trump nach einer Twitterumfrage wieder entsperrte, wurden schnell alternative dezentrale Plattformen wie Mastodon oder Bluesky diskutiert, zu denen in der Folge zahlreiche User*innen abwanderten. Als die Plattform *Mastodon* als Twitteralternative immer beliebter wurde, verbreitete sich der Hashtag *#Mastdarm* wortspielerisch als Wortwitz. Allerdings handelt es sich hierbei um mehr als ein rein unterhaltsames Unterfangen bzw. Vergnügen, das auf der zufälligen lautlichen Ähnlichkeit zweier Wörter beruht, denn diese Lautähnlichkeit ermöglicht es User*innen, durch die Hinzuziehung morphologisch komplexer Wörter strategisch eine politische Positionierung vorzunehmen, einmal eines Gegenübers (Fremdpositionierung) und zum anderen von sich selbst (Selbstpositionierung).

Im Zentrum dieses Beitrags stehen solche morphologisch basierten Wortspiele bei denen Wörter durch lautliche Ähnlichkeit mit morphologisch transparenten Wörtern assoziiert werden, wobei Letztere nicht zufällig gewählt werden, so dass einerseits die Semantik des assoziierten Wortes neben die Semantik des Ausgangswortes tritt und dadurch andererseits diskursive Positionierungspraktiken ermöglicht werden.

Zunächst wird es in dem Beitrag um eine knappe begriffliche und kategoriale Diskussion morphologischer Umdeutungsprozesse sowie von Wortspielen gehen (Abschnitt 2), bevor sprachliche Positionierungspraktiken im Zentrum stehen (Abschnitt 3). Es soll der Frage nachgegangen werden, inwiefern morphologische Wortspiele ideologisch geprägte Positionierungen ermöglichen. Dies wird nachfolgend empirisch an dem Beispiel der Bildung von *#Mastdarm* zu *Mastodon* überprüft. Als methodische Grundlage dienen die Analysekategorien der Diskurspragmatik, die in Abschnitt 4 vorgestellt werden. In Abschnitt 5 werden sodann die Analyseergebnisse präsentiert, bevor in Abschnitt 6 mit der symptomatischen Analyse eines vergleichbaren Fallbeispiels (der Bildung von *#uppimpen* zu *abbinden*) zu erörtern ist, inwiefern sich translokale ideologisch geprägte Positionierungspraktiken beobachten lassen. Der Beitrag schließt mit einem Fazit und einem Ausblick (Abschnitt 7).

2 Morphologische Umdeutungsprozesse und Wortspiele

Morphologische Umdeutungsprozesse der vorliegenden Art, bei der intransparente oder nicht-bekannte (häufig Fremdwörter) Wörter an bekannte und häufig lautähnliche Wörter formal bzw. semantisch angeglichen, also morphologisch re-

bzw. neumotiviert werden, lassen sich in das breite Spektrum reanalytischer und remotivierender morphologischer Verfahren einordnen. Am bekanntesten sind sicherlich sogenannte Volksetymologien vom Typ *Friedhof* (ahd. *frīten* ‚einhegen‘ > *Friede*), bei dem ein synchron unmotiviertes Wort bzw. ein Wortteil durch etymologisch falsche Anlehnung an ein transparentes und bekanntes Wort remotiviert wird (vgl. Olschansky 1996; Michel 2015; Bückler 2018). Damit eng verwandt sind Verhörer, die als sogenannte Mondegreens häufig länger sind als Volksetymologien und meist spontan entstehen bzw. nicht lexikalisiert werden (vgl. hierzu Ronneberger-Sibold 2010) – so beispielsweise, wenn jemand in der Liedzeile des Lieds „California Dreaming“ *all the leaves are brown* > *Anneliese Braun* versteht. Beide Kategorien, Volksetymologien und Mondegreens, teilen die Eigenschaft, dass sie durch eine „Verwechslung sprachlichen Materials“ (Bückler 2018: 248) entstanden sind, also nicht zweckgerichtet gebildet wurden.

Dies wiederum grenzt sie von anderen, zweckgerichteten Phänomenen ab, wie Malapropismen/Paronymen oder Wortspielen wie Kalauern. Obgleich Olschansky (1996: 221) bei Malapropismen wie *komisch* statt *kosmetisch* oder *insolvent* statt *insolent* von klangähnlicher Vertauschung und Verwechslung spricht, ist indes nicht immer eindeutig zu bestimmen, ob solche Belege tatsächlich ein Phänomen der Kompetenz oder nicht doch der Performanz darstellen. So definiert Kertscher (2013) in Anlehnung an Davidson (1990) Malapropismen als „fehlerhafte oder als Witz intendierte abweichende Wortverwendung, bei der ähnlich klingende Wörter verwechselt bzw. vertauscht werden.“. Demnach lassen sich Vorkommen wie „Vor unserem Schröpfer sind wir alle gleich“ durchaus als humoristische und damit zweckgerichtete Bildungen verstehen, die den Übergang zum Wortspiel markieren, was sich an „Fremdwort-Paronymen“ (Stiehle 2012) wie „Was bedeutet piano forte? – das Klavier ist fort.“ zeigen lässt.

Eindeutig wortspielerisch-humoristisch und damit zweckgerichtet und intentional gebildet ist wiederum der Kalauer, der sich mit Koestler (1966: 59) definieren lässt „als Bisoziation einer einzigen phonetischen Form mit zwei Bedeutungen: zwei Gedankengänge sind durch einen akustischen Knoten miteinander verknüpft“. Bückler (2018: 249) grenzt Kalauer – die auf dem Wortbildungsmuster der Wortkreuzung/Kontamination beruhen – wie *crépieren* (< *crêpes* + *krepieren*) und *Laufsteak* (< *Laufsteg* + *Steak*) von Volksetymologie ab, da sie

als Produkte eines von ambigen Kontexten unabhängigen expressiven Wortbildungsverfahrens mit eigenständigem Zeichenstatus neben ihre Basen treten. Vor diesem Hintergrund halten wir eine klare begriffsbildende Grenzziehung zwischen zweckungebunden aus Ambiguitäten erwachsenden Volksetymologien und zwecktragend über expressive Wortbildung erzeugten Kalauern für analytisch sinnvoll.

Das hier zur Diskussion stehende Beispiel zeigt Ähnlichkeiten zu den aufgeführten Beispielen, ohne sich eindeutig einer dieser Kategorien zuordnen zu lassen: Von Volketymologien und Mondegreens grenzt es sich dadurch ab, dass es zum einen zweckintentional gebildet wird – und nicht auf Verwechslungen bzw. Verhörern beruht – und zum anderen die formseitige und/oder semantische Umdeutung nicht zu einem neuen Wort mit Lexikalisierungspotential führt. Anders als nicht-zweckgebundene Malapropismen und Paronymen handelt es sich ferner um kein Kompetenz-Phänomen, das auf der Verwechslung gleichklingender Wörter beruht, sondern um ein Phänomen der Performanz. Von Kalauern unterscheidet es, dass kein neues Wort mit eigenständigem Zeichenstatus gebildet wird.

Dennoch scheint #*Mastdarm* wie Kalauer zweckintentional und expressiv gebildet zu sein, was es somit in die Ecke des Wortspiels rückt. Wortspiele – im engeren Sinn – beruhen auf dem Prinzip, dass mit der Ausdrucksseite ähnlich klingender Wörter gespielt wird: „Wordplay in the narrow sense can thus be defined as the action of playing with linguistic material (or the result thereof) that is based on the combination of linguistic units which are identical or very close in form and have different meanings [...]“ (Thaler 2016; vgl. auch Winter-Froemel 2009). Ordnet man das vorliegende Phänomen in die Wortspiel-Typologie bei Thaler (2016) ein, lässt sich erkennen, dass es sich um ein Spiel mit Homophonie (ebd.: 52) sowie mit Morphemen („Play on Morphemes“ ebd.: 58) handelt. Da sich die Bildung von *Mastdarm*: *Mastodon* also als Wortbildungsphänomen bezeichnen lässt, bei dem ein opakes Wort mit einem lautähnlichen motivierten Kompositum assoziiert wird (worin sich das Spiel mit Morphemen äußert), könnte man mit Stumpf (2022) präziser von „Wortbildungsspiel“ sprechen. Unter dem Begriff „Wortbildungsspiel“ diskutiert Stumpf in mündlichen Interaktionen hervorgebrachte Bildungen wie *Literaturdecke* zu *Literaturecke*, die er als „phonologisch-morphologisches Wortspiel“ bezeichnet (ebd.: 311) und die „durch wechselseitige Beiträge der beteiligten Kommunikationspartner(innen) als Ko-Konstruktionen sukzessive aufgebaut und erschaffen werden.“ (ebd.: 312).

Eine besondere ‚Spielart‘ des Wortspiels kommt bei dem Beispiel *Mastdarm* noch hinzu, da es sich bei dem Ausgangslexem *Mastodon* um einen Eigennamen handelt². Solcherlei Veränderungen von Eigennamen werden von der Namenforschung häufig unter dem Begriff *Namenspott* aufgegriffen und als Unterkategorie des Spiels mit Namen gefasst. Meinecke (2020) führt den Begriff wie folgt aus:

2 Als Eigenname bezeichnet es die Social-Media-Plattform, geht aber seinerseits auf die Gattungsbezeichnung *Mastodonten* zurück, die die Familie der Rüsseltiere bezeichnete. Die Verbindung zu dieser Gattungsbezeichnung findet sich in dem Logo der Social-Media-Plattform, das einen Elefantenrüssel zielt.

Unter Namenspott wird ein Namensspiel mit der Absicht verstanden, die bezeichnete Person, Personengruppe oder sonstige Entität im besten Fall humorig zu verspotten oder im schlimmsten Fall herabzuwürdigen, auszugrenzen und zu stigmatisieren.

Zentral ist hierbei die Feststellung, dass dieses Namensspiel zielgerichtet entweder mit humoristischer Absicht geschehen und/oder aber zur Ausgrenzung und Stigmatisierung dienen kann. In die Kategorie des Namenspotts fallen beispielsweise sogenannte Spottnamen, die laut Nübling (2014: 111) vor allem „die Gruppenidentität der Spottnamenkenner und -verwender“ stärken. Harnisch (2011) zeigt, dass Spottnamen häufig mit polemischer Absicht gebildet werden, indem „die Namen-„Spieler“ an der Ausdrucksseite des Namen-Zeichens ansetzen, sie bei Bedarf manipulieren, um daraus eine Inhaltsseite mit diskriminierender Potenz zu erzeugen“ (ebd.: 39). Wie diese „Manipulation“ eines Eigennamens, das zur Bildung eines Appellativums führt, konkret vollzogen wird, diskutiert Harnisch (ebd.: 39) u. a. an dem Beispiel *Zigeuner*, das bisweilen zu *Zieh-Gäuner* (**Gäuner* im Sinne von *Gauner*) wird: „Diese Wortbildung bedient sich der negativen Stereotype des ‚herumziehenden fahrenden Volks‘ und seines ‚betrügerischen, stehlenden *Gaunertums*‘ (*Gauner* < **Gäuner* < -*geuner*) gleichermaßen.“ (Herv. i. O.). Es wird also aus einem opaken Eigennamen ein homophones transparentes Appellativum gebildet, wobei die (Wort-)Bildung dieses Appellativums die polemisch-diskriminierende Absicht der Umdeutung offenlegt.

Fasst man die bisher besprochenen Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu angrenzenden Phänomenen zusammen, ist für Beispiele wie *Mastdarm* kennzeichnend, dass ihre Bildung nur vor dem Hintergrund ihrer Vergleichslexeme (*Mastodon*) zu verstehen sind, denen sie lautlich ähneln. Damit stellt *Mastdarm* zwar das Ergebnis eines Wortbildungsprozesses (Kompositum) dar, allerdings ausgelöst durch die Ausdrucksseite eines bereits vorhandenen intransparenten Wortes (ein Eigename). *Mastdarm* steuert seinerseits eine lexikalische Bedeutung hinzu, die assoziativ neben die Referenz bzw. Bedeutung von *Mastodon* tritt, so dass beide Lexeme sich im Sprachgebrauch, so die Hypothese, gegenseitig semantisch transkribieren (vgl. Jäger 2009), also aufeinander beziehen. Im Fall von *Mastodon* wird dabei der opake Eigename morphosemantisch-assoziativ ‚gedeutet‘.

Was das hier zu diskutierende Phänomen aus diskursmorphologischer Sicht spannend erscheinen lässt, ist die Tatsache, dass das assoziativ gebildete Wort zwar von der Lautseite des Ausgangswortes abhängt, aber intentional-zweckbezogen so gebildet wird (und damit das Ausgangswort gedeutet wird), dass seiner (Wortbildungs-) Bedeutung und dem semantischen Bezug zum Ausgangswort eine diskursive Relevanz zukommt. An dieser Stelle sei noch einmal auf das Phänomen des Spottnamens sowie des Wortspiels rekurriert. Es wurde oben bereits erwähnt, dass Spottnamen der Herabsetzung und Diskriminierung von Personen oder Gruppen dienen und gleichzeitig eine gruppenbildende, also integrative, Funktion ausüben können. Har-

nisch (2011: 40) gibt dabei zu bedenken, dass hierbei nicht nur der Referenzbezug zum Ausgangsnamen pragmatisch entscheidend ist, da auch „situative oder auf das Weltwissen aufbauende außersprachliche Hintergründe hinzugerechnet werden“ müssen. Bei seinem Beispiel *Übelkrähe* führt er den „Handlungskontext einer politischen Auseinandersetzung“ (ebd.: 4) an. Auch für das Wortspiel lassen sich – jenseits humoristischer, satirischer und allgemein unterhaltender Funktionen – gruppenbildende Funktionen ausmachen, die zum Ziel haben, nach innen (also innerhalb einer Gruppe) stabilisierend zu wirken und nach außen (d. h. zu benachbarten Gruppen) abzugrenzen. Thaler (2016: 51) listet hierzu u. a. folgende Funktionen auf: 1. „to attract and retain the addressee’s attention“, 2. „to gain approval of others“, 3. „to provoke emotional involvement“, 4. „to create or maintain in-group solidarity“, 5. „to exclude certain hearer groups“, 6. „to ridicule or embarrass out-group members“, 7. „to tease or provoke the hearer or reader“.

Daraus ergibt sich für den weiteren Verlauf der Untersuchung, dass der Fokus auf die Frage zu legen ist, inwiefern die Hintergründe, die zur Bildung von *Mast-darm* zu *Mastodon* führten, insofern diskursiv verankert sind, dass hier aus ideologischen Gründen Gruppen nach innen und nach außen abgegrenzt werden (sollen). Dies leitet dann über zu dem Phänomen der sprachlich-diskursiven Positionierungspraktiken und deren diskursmorphologischem Potential, das im nächsten Abschnitt behandelt wird.

3 Sprachliche Positionierungspraktiken

Um die Frage zu beantworten, wie sich Akteure diskursiv positionieren, lässt sich mit Bezug auf sprachliches Positionieren grundlegend auf das Stance-Taking-Modell von DuBois (2007) zurückgreifen, bei dem davon ausgegangen wird, dass Positionierung ein sozialer und interaktiver Prozess ist, der darauf gründet, dass ein (1) Akteur ein Objekt sprachlich bewertet, (2) sich und andere dabei positioniert und (3) sich dabei wiederum an anderen Akteuren ausrichtet:

Stance is a public act by a social actor, achieved dialogically through overt communication means, of simultaneously evaluating objects, positioning subjects (self and others), and aligning with other subjects with respect to any salient dimension of the sociocultural field. (DuBois 2007: 163)

DuBois (2007: 163, Herv.i. O.) fasst diesen Prozess aus Akteurperspektive mit folgendem Leitsatz zusammen: „*I evaluate something, and thereby position myself, and thereby align with you.*“ Zentral hierbei ist, dass die gegenseitige Ausrichtung im Prozess des Positionierens übereinstimmend oder abweichend von der jeweili-

gen Position des anderen erfolgen kann, was mithin nahelegt, dass es dabei zu Aushandlungsprozessen kommt, worauf später noch einzugehen ist.

Spitzmüller (2013) greift diesen von DuBois beschriebenen Prozess auf und führt ihn dadurch fort, dass er den Sprachgebrauch selbst zum Objekt von Positionierungsprozessen macht. In dem von ihm beschriebenen Konzept der „metapragmatischen Positionierung“ können Sprachgebrauch und Positionierung folgendermaßen aufeinander bezogen sein: Akteure können einen bestimmten Sprachgebrauch praktizieren (sei es, um natürlich, authentisch etc. zu wirken) oder aber bewerten und sich dadurch positionieren. Dabei richten sie sich an ähnlichen oder divergierenden Praktiken oder Bewertungen anderer Akteure aus (ebd.: 272, Herv. i. O.):

Ein Akteur *bewertet* und/oder *praktiziert* eine Sprachgebrauchsform in einer bestimmten Art und Weise (*authentifizierend, verfremdend* usw.). Dadurch, *dass* er das tut, und dadurch, *wie* er das tut, positioniert er sich selbst in einer bestimmten Art und Weise (affirmativ, ironisch usw.) zu diesem Sprachgebrauch. Insofern richtet sich der Akteur gegenüber anderen Akteuren aus, die das ebenfalls in einer spezifischen Art und Weise tun.

Diese Sprachpraktiken und -bewertungen können nun mit einem bestimmten „Personentypus“ und einem bestimmten „Verhaltenstypus“ (ebd.: 272–273) dergestalt assoziiert sein, dass sie diese etwa indizieren oder Akteure sich danach ausrichten (Personentypus) bzw. sich dazu positionieren (Verhaltenstypus) (vgl. ebd.: 273).

Wichtig für die vorliegende Studie ist die Annahme, dass sprachliche Positionierung hier in beide Richtungen verläuft, d. h., dass sich ein Akteur durch einen bestimmten Sprachgebrauch selbst positioniert, aber auch dadurch von anderen positioniert wird – und dies immer „in Relation zu typisierten Personengruppen und Verhaltensformen, die mit dem Sprachgebrauch assoziiert und von ihm kontextualisiert werden“ (ebd.: 273).

Für diskursive Positionierungspraktiken³ kann nun weiter ausgeführt werden, dass sie als lokal ausgehandelte Positionierungen einerseits durch einen sie überlagernden Diskurs ideologisch präformiert werden, sie andererseits aber auf diese Ideologie – und damit den Diskurs – insofern prägend zurückwirken, als lokale Positionierungspraktiken „mit übersituativen Diskurspositionen verknüpft werden.“ (Dang-Anh 2023: 16) wie Spitzmüller (2023: 60) darlegt:

Durch die Art und Weise, wie wir sprechen (und wie wir reflexiv über Kommunikation und Sprache sprechen), beziehen wir auf mehreren Ebenen Stellung: zur konkreten Situation und unseren Interaktionspartnern (lokal), aber auch zu diskursiv verfestigten (sozial registrierten) Bewertungsmustern und Kategorien, die unsere lokalen Handlungen nicht nur (translokal) kontextualisieren (und vielfach auch skalieren), sondern die ihrerseits durch solche lokalen

³ Vgl. zum Begriff und Konzept der linguistisch fundierten Positionierungspraktik Dang-Anh (2023).

Bewertungshandlungen weiter verfestigt (oder aber verändert) werden. Interaktion und Ideologie bedingen sich dabei, wie argumentiert wurde, gegenseitig.

War bislang von sprachlichen Positionierungspraktiken allgemein die Rede, stellt sich im Folgenden die Frage, wie dies für morphologische Phänomene spezifiziert werden kann. Hierzu soll auf das Prinzip der Morphosoziopragmatik recurriert werden, das eine „Erweiterung des morphopragmatischen Ansatzes (vgl. Dressler & Barbaresi 1997; Kiefer 1998) darstellt und der Frage nachgeht, welche Funktionen morphologische Einheiten hinsichtlich der Identitätsbildung des Kommunikators und/oder der Kommunikatoren, der Markierung der Äußerungssituation sowie des Kontextes erfüllen“ (Michel 2023: 74, vgl. auch Michel 2006: 72 und in diesem Band). Indem bestimmte, in einem Korpus vorkommende Einheiten, Konstruktionen oder Prozesse als „nicht-minimale diskursmorphologische Indikatoren“ (Michel 2023: 92) Rückschlüsse auf die Positionierung (lokal und translokal) von Diskursakteuren erlauben, lässt sich somit die diskursive Identitätsbildung der Kommunikatoren – und mithin ein besonders relevanter morphosoziopragmatischer Teilaspekt – untersuchen (vgl. grundlegend zu Stance und Wortbildung: Stumpf & Merten 2023).

Übertragen auf das hier zu diskutierende Beispiel bedeutet dies mithin, dass empirisch an konkreten Interaktionen anzusetzen ist, um Aussagen darüber treffen zu können, inwiefern durch die Bildung und den Gebrauch von *#Mastdarm* ideologisch geprägte Positionierungspraktiken vollzogen werden. Dabei ist zu prüfen, inwiefern einerseits ideologisch geprägte Bewertungskategorien in der lokalen Interaktion entstehen und inwieweit sie andererseits als translokale Bewertungskategorien reproduziert und dadurch verfestigt werden (vgl. hierzu und zur Frage, inwiefern dadurch Echokammern und Resonanzräume entstehen, grundlegend Kanz 2021 und demn.).

An dieser Stelle sei kurz auf einige Besonderheiten eingegangen, die Hashtags wie *#Mastodon* betreffen. Wie an anderer Stelle ausgeführt (vgl. Michel demn.), soll davon ausgegangen werden, dass es sich bei einem Hashtag um eine Konstruktion handelt, die insofern teilspezifiziert ist, als das erste Komponente aus dem Hash-Zeichen „#“ besteht, das hier regelhaft und positionsgebunden erscheint, während die zweite Komponente einen freien Slot umfasst. Dieser kann aus einem Simplex bestehen, einem Wortbildungsprodukt (z. B. Kompositum, Wortgruppenlexem), einer Phrase, einem Syntagma oder einem Phraseologismus. Von Bedeutung ist nun, dass das Hash-Zeichen als mikrotypografisches Dispositiv die soziopragmatischen Funktionen dieser PIK (partiell instanziierte Konstruktion, vgl. Michel 2014) festlegt. So ließen sich als Bundeskanzlerin Angela Merkel im Sommer 2015 dem weinenden Flüchtlingsmädchen Reem Sahwil während einer Veranstaltung tröstend über die Wange streichelte, dem Hashtag *#merkelstreichelt* u. a. folgende Funktionen zuordnen:

- a. Extradispositive Verweiskfunktion: Der Hashtag verweist auf ein Ereignis, nämlich das Streicheln des Kindes durch Merkel, das außerhalb des medienkommunikativen Dispositivs, in dem der Hashtag gebraucht wird (z. B. Twitter/X), stattfindet.
- b. Intradispositive Verweiskfunktion: Das Hash-Zeichen verknüpft das Wort innerhalb eines Dispositivs intertextuell mit anderen Posts, die diesen Hashtag ebenfalls aufweisen, was wiederum eine Textkette (in Anlehnung an Adamziks Begriff der Textsortenkette, vgl. Adamzik 2016: 341) entstehen lässt.
- c. Diskursgenerierung: Durch diese Textkette werden Diskurse generiert, die sich beispielsweise als Teildiskurse in den Flüchtlingsdiskurs 2014/2015 einordnen lassen oder Diskurse um die Empathiefähigkeit Merkels bilden.
- d. Positionierung: Die Diskursgenerierung geht auch mit einer Positionierung der Akteure innerhalb der Diskurse einher. So haben sich User*innen zu diesem lokalen Sachverhalt positioniert (d. h. die von Merkel demonstrierte Empathie befürwortet oder abgelehnt) bzw. nahmen dies zum Anlass, sich translokal innerhalb des Flüchtlingsdiskurses und der Frage nach der Aufenthaltsgenehmigung von Geflüchteten zu positionieren.

Wie zu erkennen ist, überlagern sich die unterschiedlichen Funktionen bzw. bauen aufeinander auf. So geht etwa die Funktion der Diskursgenerierung – welche wiederum durch die intradispositive Verweiskfunktion ermöglicht wird – mit der Funktion der Positionierung einher. Wenn sich hier Reihen gleicher Positionierungspraktiken herausbilden, formieren sie Endpunkte einer Skala: An einem Ende wären ausnahmslos affirmative, also durchweg zustimmende, Posts zu finden, am anderen Ende ausnahmslos ablehnende, wobei beide Pole eine ausgeprägte von Expressivität und Affektivität gekennzeichnete Sprache aufweisen können.⁴

Als Konstruktionen weisen Hashtags somit ein diskursives Positionierungspotential⁵ auf, so dass man mit Merten (2023) von „Stance-Konstruktionen“ sprechen könnte:

Angesprochen sind damit sogenannte Stance-Konstruktionen als sprachliche Form-Funktionskopplungen, die durch den wiederkehrenden Gebrauch in Positionierungszusammenhängen mit der Stance-Praxis sowie mit bestimmten soziodiskursiven Positionen assoziiert sind. (Merten 2023: 103).

4 Durchweg ablehnende und affektiv-pejorisierend gestaltete Posts zu einer Person, einem Unternehmen, einer Institution etc. können in der Summe sogenannte Skandalisierungen/„Shits-torms“ erzeugen (vgl. hierzu Michel 2022: 506 f.).

5 Zu Hashtag und Stance vgl. Dang-Anh (2019: 148f.).

Zu untersuchen ist nun, inwiefern der Hashtag *#Mastdarm* als Konstruktion zweckgerichtet gebildet wurde, um solche Positionierungen zum Ausdruck zu bringen und inwieweit die Bezugnahme auf das Ausgangslexem hier im Sinne eines Tertium Comparationis erfolgt. Zunächst sollen zu diesem Zweck im nächsten Abschnitt die Analysemethoden sowie das Korpus vorgestellt werden.

4 Methoden- und Korpusbeschreibung

4.1 Diskurspragmatik und Diskursmorphologie

In diesem Abschnitt soll beleuchtet werden, welcher Ansatz sich dafür eignet, die Diskurspositionen, die mit der Bildung von *#Mastdarm* markiert werden, zu analysieren. Dabei erweist sich die Diskurspragmatik (vgl. Roth 2015 und in diesem Band) als ein besonders brauchbarer Ansatz, da er es erlaubt, nicht nur die lokalen und interaktiv vollzogenen Positionierungspraktiken zu rekonstruieren, sondern auch die translokalen Bezüge zu berücksichtigen.

Die Diskurspragmatik versteht sich dabei als Reaktion – im Sinne einer Ergänzung, nicht als Ersatz – auf einen Zugang zur Diskurslinguistik, der sich mit dem Fokus auf transtextuelle diskursive Merkmale nicht nur auf die geschriebene Sprache (Texte) beschränkt, sondern gleichsam von konkreten Einzelrealisationen abstrahiert. Stattdessen nimmt sie mit den „*konkrete[n] Diskursrealisationen*“ (Roth 2015: 63, Herv. i. O.) die individuellen, lokalen und sprecherseitigen, also pragmatischen, Umstände der Hervorbringung diskursiver Aussagen ins Visier.

Methodisch wurde der Ansatz vor allem an Face-to-Face-Gesprächen entwickelt und erprobt, weshalb Roth (ebd.: 76) von „teilnahmeorientierten Diskursrealisationen (TOR)“ spricht. Explizit zielt die Diskurspragmatik somit auf die Erforschung nicht-massenmedialer Diskursrealisationen ab, die die Eigenschaften der Nicht-Öffentlichkeit und Interaktivität (ebd.: 80 f.) aufweisen, ohne dabei den massenmedialen Bezug im Sinne von „Interferenzen“ (ebd.: 95) aus den Augen zu verlieren.

An dieser Stelle ließe sich einwenden, dass sich der Ansatz der Diskurspragmatik auf digitale Texte wie Twitter-Posts nicht oder nur eingeschränkt anwenden lässt, da es sich hierbei gerade nicht um Face-to-Face-Gespräche handelt und das Kriterium der Nicht-Öffentlichkeit in dieser Absolutheit nicht vorliegt. Mit Pappert & Roth (2016), die die Diskurspragmatik vor allem auf Foren-Kommunikation beziehen, soll jedoch davon ausgegangen werden, dass „neue Diskursplattformen [...] neue Diskurspraktiken ermöglichen“ (ebd.: 46), in denen „massenmedial hergestellte Meinungen und Informationen aufgegriffen und verstärkt werden“ (Schmidt 2006: 136). Mit Domke & Meier (2017: 241) lässt sich hierbei von „Mesokommunika-

tion“ sprechen, bei der „das kommunikative Angebot an lokal (auch virtuell) selektierte Adressen realisiert“ wird. Es bilden sich „verschiedene Öffentlichkeiten, die im Spektrum zwischen alltäglichen Face-to-Face-Gesprächen und massenmedialer Kommunikation oszillieren“ (Pappert & Roth 2016: 46) heraus. Das heißt für die Kommunikation bei Twitter/X, dass diese durch das „medienkommunikative Dispositiv“ (Michel 2022: 83) mit den entsprechenden Affordanzen (vgl. ebd.: 141 f.) geprägt ist, was dazu führt, dass sie zwischen nicht-öffentlicher – lokaler – und öffentlicher – massenmedialer – Kommunikation angesiedelt ist. Dafür spricht einerseits, dass der öffentliche Raum dort – vermutlich durch die Zugangsvoraussetzungen – als quasi-privater Raum (um-)gedeutet wird, was die niedrige Hemmschwelle gerade bei justiziablen Äußerungen erklärt (vgl. Klemm & Michel 2014: 30). Andererseits dienen X-Posts häufig als Ressourcen für massenmediale Berichterstattungen (etwa in Zeitungsartikeln), was einen Einfluss auf die sprachliche Gestaltung haben kann (vgl. für den politischen Bereich Michel 2022). Ferner zeigt sich, dass Posts zwar medial schriftlich realisiert sind, Interaktivität aber etwa durch den Gebrauch bestimmter Interaktionsoperatoren wie Hashtags, der @-Operator, das Favorisieren oder Weiterleiten von Posts erzeugt werden kann: „So entstandene Dialogsequenzen weisen in ihrer Sequentialität große Ähnlichkeiten mit Face-to-Face-Gesprächen auf“ (Pappert & Roth 2016: 45). Ein wesentlicher Unterschied zur Face-to-Face-Kommunikation besteht bei dieser Form von Mesokommunikation jedoch zum einen darin, dass häufig Kontextualisierungshinweise (wie Hashtags) notwendig sind, die die fehlende Kopräsenz der User*innen kompensieren (vgl. Klemm & Michel 2014: 18), zum anderen in dem inhärenten Inszenierungspotential, das dazu führt, dass „der Grad an kommunikativer Verantwortlichkeit“ (Pappert & Roth 2016: 47–48) deutlich herabgesetzt ist. Bei X-Posts handelt es sich häufig um „freistehende Äußerungen“ ohne Kommunikationsverpflichtung und Interaktionssequenzen beschränken sich in vielen Fällen auf wenige ‚turns‘ (Michel 2022: 379 f.).

Fasst man die bisherigen Ausführungen zusammen, lässt sich folgendes konstatieren: Genau wie andere digitale Plattformen (z. B. Foren) repräsentieren Tweets/X-Posts diskurspragmatisch einen „dritten grundlegenden Realisationstyp“ (Pappert & Roth 2016: 46), der auf der mesokommunikativen Ebene zwischen Face-to-Face- und Massenkommunikation angesiedelt ist. Sie bilden „vor diesem Hintergrund privilegierte Räume für kommunikative Aktivitäten zur Be- und Verarbeitung der massenmedialen Diskurse“ (ebd.: 46, vgl. auch Roth in diesem Band) und erlauben es User*innen mithin, ihre Identitäten – die im Rahmen der Diskurspragmatik keineswegs als ‚gesetzt‘ gelten (vgl. Roth 2015: 151–152) – interaktiv auszugestalten und dynamisch zu verändern. Zur Identitätsbildung gehört dann auch die Positionierung und damit schließlich die Markierung von Zugehörigkeit zu oder Abgrenzung von bestimmten (beispielsweise politischen) Gruppen.

Wie lässt sich die Diskurspragmatik nun empirisch konkret auf diskursmorphologische Fragestellungen anwenden? Wichtig ist die grundlegende Prämisse, dass die Diskurspragmatik primär qualitativ ausgerichtet ist, indem sie die detaillierte Analyse von Fallbeispielen zu ihrem Gegenstand erhebt:

Die diskurspragmatische Forschungspraxis wird sich von daher auf Einzelstudien zu möglichst präzisen, auf das Potenzial des zur Verfügung stehenden Analysematerials zugeschnittenen Fragestellungen zum gewählten Diskurs zu konzentrieren haben. Sie wird auf diese Weise eher schlaglichtartig und auf der Ebene einzelner Facetten die Strukturen des Diskurses erhellen [...] (Roth 2015: 165)

In diesem Beitrag soll im Rahmen dieser Zielsetzung auf folgende drei Beschreibungsdimensionen zugegriffen werden (ebd.: 170):

1. „Diskurspragmatische Analysen auf der infratextuellen Ebene“
Bei der präzisen Analyse einzelner Interaktionen geht es „um die Erhellung des pragmatischen Geschehens in der Mikroperspektive auf die konkrete Sequenz im lokalen Kontext selbst“ (ebd.: 170). Auf dieser Ebene werden also die jeweiligen Positionen, die durch den Gebrauch von *#Mastdarm* in den einzelnen Posts hervortreten, untersucht.
2. „Diskurspragmatische Analyse auf [...] der transtextuellen Ebene“
Diese Dimension abstrahiert von den Einzelrealisationen und systematisiert die einzelnen Positionen, „die sich dann über verschiedenen Korpusbelege hinweg nachweisen lassen“ (ebd.: 171), als Positionierungspraktiken.
3. „Diskurspragmatisch-integrative TOR-/MMR-Analyse“
Die dritte Dimension befasst sich mit den „Spuren massenmedialer Diskursrealisationen in den TOR-Korpora“ (ebd.: 171), kurz: MMR. Diese Spuren können im vorliegenden Fall zeigen, inwieweit lokale Positionierung(spraktik)en von massenmedialen Berichten bzw. Positionierungen beeinflusst werden.

Um die Daten zu systematisieren und kategorisieren, sollen Roths „fünf Analyseebenen, nach denen die Realisationen eines Korpus untersucht werden können“ (ebd.: 173), zugrunde gelegt werden. Im Einzelnen handelt es sich um folgende Ebenen (ebd.: 173, Herv. i. O.):

1. „Sektorenanalyse: *Worüber* wird etwas ausgesagt?“
2. „Aussagenanalyse: *Was* wird ausgesagt?“
3. „Formatanalyse: *Wie* wird es gesagt?“
4. „Handlungsanalyse: *Mit welcher Funktion* wird etwas gesagt?“
5. „Interferenzanalyse: *Welche Rolle spielen MMRs* bei der Konstitution der TORs?“⁶

⁶ Ebene fünf, die Interferenzanalyse, wird in diesem Beitrag nur gestreift.

Hier wird vor allem die vierte Analyseebene relevant sein, da sich dort die Positionierungen mit dem Ziel der Zuschreibung von Selbst- und Fremdidentitäten manifestieren.

4.2 Korpusbeschreibung

Das Korpus besteht aus Tweets, die rund um die Ereignisse, die zur Bildung von *#Mastdarm* geführt haben, gesammelt wurden. Mithilfe des Analysetools Twitonomy (<https://www.twitonomy.com/>) konnten für *#Mastdarm* am 16.12.2022 insgesamt 735 Tweets akkumuliert werden. Bereinigt man die Teilkorpora um Retweets, also um Weiterleitungen, die inhaltlich keine neuen Aspekte hervorbringen, bleiben 355 Tweets übrig. Somit zeigt sich, dass ein Großteil der Positionierungen implizit über Reposting geschieht, was durch die Twitonomyauswertung bestätigt wird, denn hier zeigt sich, dass drei Tweets für insgesamt 137 Reposts verantwortlich sind.

5 Analyseergebnisse

5.1 Sektoren- und Aussagenanalyse

Die Mehrzahl der Tweets bezieht sich auf die Sektoren [Eigenschaften der Plattform *Mastodon*] und [Charakterisierung der Mastodon-User], wobei deutlich wird, dass diese Eigenschaften und die Charakterisierung der User Zuschreibungen sind, die vor einem bestimmten politischen Hintergrund vorgenommen werden und auf stereotypischen Vorstellungen beruhen. Im Folgenden sollen beide Sektoren genauer beleuchtet werden:

1. [Eigenschaften der Plattform *Mastodon*]

Der Plattform *Mastodon* werden unter dem Hashtag *#Mastdarm* erwartbar negative Eigenschaften zugesprochen. Dies kann sich auf das Dispositiv beziehen, wenn (a) die geringe Reichweite, (b) die Neigung zur Echokammerbildung oder (c) die Gefahr, dort schnell blockiert zu werden, angesprochen werden.

(a) „@VolkerEinem @DLF Dieses *#Mastdarm* hat nicht mal 10 mio Nutzer?“

„Ich muss zugeben, dass ich durchaus ein gewisses Maß an Freude verspüre, wenn ich dran denke, wie es *#Boehmermann* ankotzt, dass er auf dieser Plattform posten muss, weil *#Mastodon* quasi 0 Reichweite hat 🤔 Der ist ja richtig auf *#Musk* fixiert, das arme Linkstörtchen 🤡 *#Mastdarm*“

- (b) „@Bruno_Hoenel Ihnen ist da ein kleiner Fehler unterlaufen. In die “verstaubte Echokammer” begeben Sie sich ja, indem Sie in den #Mastdarm wechseln;-) Aber ist ja in Ordnung. Gerade Politiker umgeben sich ja gern mit Menschen, die ihren Kopf tätscheln. Alles Gute!“

„@ralfheimann Hauptsache mit dem Zweitaccount die Infos hier nicht verpassen und dann im engen Meinungskorridor bei #Mastdarm Bestätigung bekommen! So ist richtig“

- (c) „Bei #mastdarm reicht es aus, auf wenig Traffic hinzuweisen um gesperrt zu werden, probiert es aus. #freeBlake“

„@cedricwermuth @elonmusk Ist so wie bei #Mastdarm. Da ist man schneller gesperrt als man schreiben kann.“

Eng verknüpft mit den letzten beiden Aspekten ist (d) der generelle Vorwurf, Mastodon schränke die Meinungsfreiheit ein:

- (d) „@stephanpalagan Marktwirtschaft
Bei #Mastdarm gibt es keine Meinungsfreiheit.“

„@horn Ich weiß zwar nicht, wer Du bist, ist mir auch völlig egal, aber solche Tweets kenne ich nur aus der ganz linken Ecke. Also aus der GANZ linken Ecke. So weit links, dass “freie Meinungsäußerung” schon schmerzt.

Viel Spaß auf #Mastdarm in der linksextremen Echokammer

winke“

Wie das letzte Beispiel verdeutlicht, gehen Zuschreibungen, die die Plattform betreffen, bisweilen mit der Charakterisierung ihrer User („linksextreme Echokammer“) einher.

2. [Charakterisierung der Mastodon-User]

Diese Charakterisierung der Mastodon-User erfolgt in erster Linie mit dem Ziel der Abgrenzung zu vermeintlich politisch linken Gruppierungen. Hier finden sich Kampfbegriffe wieder, die politisch rechte Gruppierungen allgemein nutzen, um sich von diesen Gruppierungen abzugrenzen. Es handelt sich somit um Stigmawörter, die dadurch, dass sie User ausgrenzen, auch zur Abgrenzung dienen und so ein integratives Potential mit Blick auf die Eigengruppe entfalten. Folgende Stigmawörter tauchen in dem Korpus auf:

- (a) *links, linksextrem:*

„@georgrestle Billiger Populist! Den Özil haben Sie damals in Schutz genommen. Gerade so wie es ihrer widerlichen linken Blase passt. Gehen Sie doch einfach zu #Mastdarm wenns da so schön woke ist!“

„@ismua_tv @Der_Postillon Oh schau ein #Mastdarm Linksextremist“

- (b) *links-grün, linksgrünversifft*
 „#Mastodon #Mastdarm
 Was soll ich auf einer Plattform, die keine Widerrede zur Links-Grünen Ideologie zulässt? Nee, lass mal gut sein. 😏“
 „Wie jetzt alle Linksgrünversifften was mit #MastDarm in der Bio stehen haben. Sobald ihr Gegenwind bekommt, klemmt ihr den Schwanz ein. Ihr seid erbärmlich. Stellt euch der Diskussion, das macht Demokratie aus.“
- (c) *rot-grün*
 „@nikitheblogger Genau das, aber lass die Meute sich freuen und jubeln auf #mastdarm. Mal schauen was unsere #rotgruenetrümmertruppe dazu mit zuteilen hat.“
- (d) *woke*
 „@ChrisJacobsen67 #Mastdarm 🤔🤔 eine woke Scheisse“
 „Ich liebe das Gejammer der woken Memmen. Süß wie sie plötzlich nach #Meinungsfreiheit schreien, wenn nicht mehr nach dem Gusto von #GruenerMist zensiert wird Heult leiser ... oder verschwindet im #Mastdarm“
- (e) *Heuchler*
 „@Bruno_Hoenel Ich danke allen Heuchlern, denn sie kriechen aktuell in den #Mastdarm, dort wo sie auch hingehören. Twitter wird eine heuchlerfreie Zone. Passt.“
 „@MMittermeier All Heuchler und Spalter should go to #MastDarm“
- (f) *Kriminelle, besonders Pädophile*
 „@madameboes Frage, wer macht was im #MASTDARM ?
 Da tun sich regelrecht Abgründe auf, die Du als Normalsterblicher Deinen Schutzbefohlenen bis dato ersparen konntest. Perversität á la „darknet-light“ für Vollidioten und Kriminelle. 🤔 [...]“
 „@aya_velazquez @a_nnaschneider Pädophile bleiben gerne unter sich. #Mastdarm“

Man erkennt, dass sich (partei-)politische Zuschreibungen und Beleidigungen abwechseln; gelegentlich werden sie auch in einem Post kumulativ kombiniert (g):

- (g) „@AlexFlores76 @Twitter @BlakesWort Noch Fragen?
 der ist bei seinesgleichen im #Mastdarm -Universum besser aufgehoben. Da sind linksgrün-woke Hetzer unter sich. <https://t.co/1Bfw0aHuuf>“
 „Jetzt hat jeder linksgrüne Abschaum etwas mit dem Hashtag #MastDarm in seiner Bio. In dem Moment, in dem Sie auf Gegenwind stoßen, ziehen Sie Ihren Schwanz ein. Du bist erbärmlich. Nehmen Sie am Gespräch teil; das ist das Wesen der Demokratie.“

Bisweilen wird auf vermeintlich linke Diskurspositionen Bezug genommen wie beim Klima- oder Impf- bzw. Coronadiskurs (h). Hier lassen sich verschwörungstheoretische Begriffe nachweisen (*Ausgrenzer-Volk, Impfwangbefürworter*):

- (h) „@VQuaschning Quaschning, Quatsch net.
 Geh’ rüber zu #Mastdarm, da bist du mit deinem Klimagelaber goldrichtig.“

„Auf dem #Mastdarm tummelt sich das Ausgrenzer-Volk gegen #Ungeimpfte, weil ihm dort niemand mit der Realität kommt.“

„@janoschdahmen #2G Hetzer und #Impfzwang befürworter sind im #Mastdarm besser aufgehoben.“

Mit Niehr (2017) lässt sich also konstatieren, dass „diese Form der verbalen Diffamierung auf einen aggressiven politischen Agitationsstil hin[deutet], der in erster Linie durch Freund-Feind-Schemata gekennzeichnet ist.“ Diese Freund-Feind-Unterteilung zeigt sich auch in Posts, die eine evaluative Gegenüberstellung von Twitter und Mastodon zum Inhalt haben (i).

- (i) „#Mastodon konnte seine aktive Nutzerzahl weltweit verdoppeln und man kann dort seine Informationen mit 1 Millionen Menschen teilen
#Twitter konnte sich nur um 16% vergrößern und man teilt dort Informationen weltweit mit 230 Millionen aktiven Nutzern aus
Viel spaß im #MastDarm“

„Tschüss, Woke-Twitter
#Mastdarm“

5.2 Formatanalyse

Die unter 5.1 durchgeführte Analyse der Beispiele zeigt, dass in der Regel beleidigend auf die Mastodon-User Bezug genommen wird. In diesem Abschnitt soll die diskurspragmatische Formatanalyse im Zentrum stehen und somit einen detaillierteren Blick auf die Frage ermöglichen, *wie* die Aussagen getätigt werden. Vor dem Hintergrund der Analysen im vorherigen Abschnitt lassen sich die invektiven Äußerungen⁷ dem Phänomen der Hassrede bzw. des „Hate Speech“ zuordnen. Mit Scharloth (2024: 18) soll unter *Invektivität* dabei folgendes verstanden werden:

Invectivity is defined, firstly, as a process of evaluating and labeling people (a person or a group) by means of verbal and/or non-verbal acts of communication be they oral or written, gestic or mimic, visual or pictorial. Secondly, these labeling processes have the potential to affect the social position of a person or a group in a negative way, to discriminate against them or even expel them from the community or even from society. Thirdly, the effects of the use of potentially denigrating symbolic forms depend on context as well as follow-up communication [...]. Invectivity, therefore, becomes visible – ideally speaking – within a triangulated constellation.

⁷ Zu Invektivität, v. a. in Diskursen, vgl. Meier-Vieracker, Kämper & Warnke (2024).

Um invektive Sprache zu analysieren, wird im Folgenden auf eine Taxonomie von Scheffler et al. (2021) zurückgegriffen, die sich aus der Analyse eines Korpus von Telegram-Posts rund um den Sturm auf das Capitol in Washington im Jahr 2021 ergibt (Tab. 1):

Tab. 1: Taxonomie der Hassrede (aus: Scheffler et al. 2021: 5).

I. incendiary speech (assaultive speech, extreme speech, dangerous speech, the glorification of violence)

II. pejorative words and expressions

- dehumanizing
 - canonical slurs
 - descriptive slurs
 - gendered slurs and expressions
 - pejorative nicknames
 - stereotyping expressions
 - pejorative words used pejoratively
 - expletives
 - swear words
 - generic pejoratives
-

III. insulting/abusive/offensive uses

- jokes
 - insulting rhetorical questions
 - insulting metaphors
 - inventive abusive uses
 - non-pejorative words used pejoratively
-

IV. in/out-group (divisive speech)

V. codes

Gruppe I dieser Taxonomie entspricht hassbezogenen oder -glorifizierenden Sätzen wie Sprüche, Phrasen etc. Gruppe II umfasst beleidigende Wörter und Ausdrücke. Hier lassen sich die meisten unter Abschnitt 5.1 genannten Bezüge auf die Mastodon-User einordnen. Zur Gruppe III gehört der auf Beleidigung abzielende Gebrauch bestimmter sprachlicher Aspekte wie Metaphern, Witze, Ironie etc. Gruppe IV beinhaltet die sprachliche Gruppenbildung (Ingroup vs. Outgroup/ Eigen- vs. Fremdgruppe). Wie die bisherige Analyse zeigt, lässt sich diese Gruppe nur schwer von den anderen Gruppen unterscheiden bzw. sie ‚schwebt‘ über diesen Gruppen, da sie durch die sprachlichen Positionierungspraktiken erst konsti-

tuiert wird.⁸ Diese Gruppe wird also anders als von der Taxonomie vorgesehen hier nicht separat betrachtet, sondern unter Abschnitt 5.3 bei der Handlungsanalyse diskutiert. Zur Gruppe V gehören Begriffe und Ausdrücke, die als „Codes“ nur von den Mitgliedern einer bestimmten Gruppe (Insider⁹) verstanden werden.

Im Folgenden sollen vor allem einige der in Gruppe drei aufgeworfenen Phänomene mit Blick auf das Korpus analysiert werden.

1. Ironie

Posts, die Ironie enthalten, lassen sich inhaltlich den beiden unter 5.1. beschriebenen Sektoren zuordnen, da sie sich (a) auf Mastodon als Plattform beziehen oder (b) auf Mastodon-User:

- (a) „@Regendelfin Da viel Spaß auf der Erfolgsplattform #Mastdarm #Mastodon“
- (b) „Interessantes System, dieses #Mastdarm, wohin die Guten™ und Vernunftbegabten™ jetzt alle – angeblich – hinwechseln. Man darf sich nicht transphob äußern.m#Homophobie scheint hingegen kein Problem zu sein. Das Vermischen der #LGB-Thematik mit #TQIA und dem Rest ist ein Fehler. <https://t.co/jrKkzXeQ3Y>“

Die Ironie besteht in diesen Beispielen in der Verwendung von *Erfolgsplattform* sowie *die Guten und Vernunftbegabten*, da im Sinne der abgrenzenden Referenz eigentlich das Gegenteil gemeint ist.

2. Spott /Hohn

Die Verspottung bzw. Verhöhnung von Mastodon-Usern bezieht sich in der Regel auf die Tatsache, dass diese entweder (a) Twitter weiterhin neben Mastodon nutzen, oder (b) aber auf Twitter den Wechsel zu Mastodon ankündigen:

- (a) „@janboehm @ThierryBreton Immer noch hier? Wie laeuft's auf #Mastdarm?“
„@janskudlarek Sie wollten doch nach #Mastdarm umsiedeln, was stänkern Sie hier noch rum, dort warten Gleichgesinnte.“
- (b) „Dieser Schmerz, wenn ich lese dass irgendein Winfried Pachulke von irgendeiner Zeitung ankündigt Twitter zu verlassen und zu #Mastodon wechselt. #Mastdarm“
„Diese „Ich-gehe-zu-Mastodon“ Abschiedsszenarien sind einfach nur urkomisch 🤪🤪🤪
#Mastodon #Mastdarm“

⁸ Freilich müssen auch die anderen Gruppen integrativ gedacht werden, wie die Beispiele zeigen. So kann eine als Beleidigung gebrauchte Metapher selbst auch beleidigende Ausdrücke umfassen.

Neben rhetorischen Fragen wie im ersten Beispiel unter (a) finden sich auch feste Formulierungen wie (c) „heul (doch)“ oder (d) „geh (doch)“ die imperativisch genutzt werden und den/die User*in dazu auffordern, Twitter/X zu verlassen:

(c) „@Real_AlBundy Dann heul doch auf #MastDarm“

„@mspro @elonmusk Wenn es Dir nicht gefällt, dann gehe zu #Mastdarm.
Meinungsfreiheit ist halt blöd.“

(d) „@VQuaschnig @elonmusk Hass und Hetze kommt IMMER VON Links ! Der #Quatsch-
nick kann's einfach nicht verknusen, dass seine lächerlichen Tweets Widersprüche be-
kommen. Geh auf #Mastdarm und heul dort mit den anderen drei Usern 🤪“

„@Regendelfin Quasi alleine, mit 230 Millionen aktiven Nutzern täglich.
Wenn alle so sehr vom #Mastdarm überzeugt sind, warum wird hier noch überall ge-
fiennt, ob noch jemand mitkommt?
Bitte Leute: Geht mit stolz, aber geht dann auch irgendwann.“

3. Darm-Metapher

Mit *Mastdarm* wurde ein Kompositum aus dem skatologischen Wortschatzbereich gewählt, der generell als Quellbereich für Schimpfwörter zur Verfügung steht (vgl. Nübling & Vogel 2004). Während der skatologische Bezug – wie häufig bei lexikalisierten Belegen aus diesem Bereich – in vielen Fällen nicht thematisiert wird, lassen sich Belege finden, in denen die Verbindung zwischen Mastodon und dem Mastdarm metaphorisch ausgedrückt wird. Dies geschieht etwa durch den Gebrauch von Lexik aus dem gleichen Wortfeld (z. B. *Arschlöcher*, *scheiße*) oder aber durch anatomische Vorgänge, die auf Mastodon übertragen werden:

„Können die ganzen Arschlöcher jetzt bitte endlich zu #Mastdarm verschwinden?“

„lel #Mastdarm trendet und ich wusste instand, dass Mastodon gemeint ist:D
Die Plattform ist unironisch nur scheiße.“

„@dummchens @KrTem #Mastdarm #Mastodon
Der Mastdarm, norddeutsch auch Schlackdarmnd hieraus eingedeutscht Rektum (Adjektiv
rektal), ist ein Teil des Enddarms und damit des Dickdarms und dient der Zwischenspeiche-
rung des Kots
!! passt 🤪🤪“

„@Markus_Krall Arschkriecher in den #Mastdarm. Passt doch ganz wunderbar? 🐞[...]“

4. Wortwitz/-spiel

Das Wortspiel *Mastdarm*: *Mastodon* gibt Anlass zu weiteren Wortspielen, die z. T. zu Ad-hoc-Bildungen wie *Muskodrom* oder *mastodieren* führen:

„Lieber Muskodrom als #Mastodon.

#Mastdarm #Muskerade #MuskHave #Muskpflicht #Musk #ElonMusk #Twitter #Twittergate #Twitterfiles“

„„Lieber #MastDarm statt #Muskdarm“

#Saustall 🐷 ausgemistet! Die können jetzt beim #Mastdarm #mastodieren!

#Mastodon 🐘 wartet auf euch!“

„@grazynagintner Soweit ich das weiß, macht das der Admin des Servers auf dem Du Deinen Account hast. Wenn ich morgen einen eigenen Server aufsetzen würde, wäre ich dort auch der Entscheider über die Redefreiheit meiner User. #Mastodon #MastDarm #mastodieren“

Ähnlich wie Roth (in diesem Band) es für *coronieren* beschreibt, zeigt sich hier bei *#mastodieren*, dass Suffixbildungen mit *-ieren* Handlungen von Gruppen beschreiben können, von denen man sich abgrenzt.

5. Hashtags

Neben *#mastodieren* finden sich Posts mit weiteren Hashtags, die pejorativ gebraucht werden und zur Abgrenzung dienen, teils wieder beruhend auf dem Prinzip des Wortwitzes wie in (a) *#Grölemayer* oder (b) als reihenbildende Wortbildung mit *Mist-* und *Mast-*:

(a) „@groenemeyer Die Zielgruppe tummelt sich auf #Mastdarm.

#Grölemayer

#Grönemayer“

(b) „Ich habe mich mal ein paar Tage durch #Mistodon #Misthaufendon #Mastdarm #Mastshit #MastodonSocial #mastodonmigration #Mastadon gescrollt ...

Teils Beiträge dort, in der Fake-Einhornwelt, sind so krank, da fragt man sich wie es dazu kam, dass die Leute dort Ihren Verstand verloren.“

Nicht selten jedoch wird *#Mastodon* mit anderen Stigmawörtern und -hashtags verwendet, die rechte Gruppierungen einsetzen, um Fremdgruppen zu ‚etikettieren‘. So beziehen sich (c) *#GruenerMist* und *#Sozendreck* auf die Parteien Bündnis 90/Die Grünen und SPD, während Hashtags wie (d) *#Coronadikatatur* oder *#WirHabenMitgemacht* vor allem die aus Sicht rechter Gruppierungen Schuldigen für die Lockdowns und die Impfkampagne innerhalb des Coronadiskurses benennen.

(c) „Twitter für Sozialisten und Kommunisten und grüne Ideologen #Sozendreck #GruenerMist 🍷 #Mastdarm oder so ähnlich 🤪🤪🤪“

(d) „Hä???

twitter.com/Sgtnewsnetwork ...

#Todesfälle #ploetzlichundunerwartet #WirHabenMitgemacht #Wirvergessenicht #Corona-diktatur #Ermächtigungsgesetz #Stiko #Ethikrat #Diktatur #Mastdarm #Mastodon #Not-stands-gesetze #Impfung #Impffolgen #Ängste #Angst #Impfschaden #Impfschaeden #Krank“

5.3 Handlungsanalyse

In diesem Abschnitt soll es zum Abschluss der Analyse des Fallbeispiels darum gehen, die bisherigen Analyseschritte zu Handlungsmustern zusammenzufassen, die die Positionierungspraktiken reflektieren, die mit dem Gebrauch von *#Mastdarm* einhergehen. Da diese Handlungsmuster dazu dienen, die Fremd- von der Eigengruppe abzugrenzen, gehen die Selbst- und Fremdpositionierungen mit der Herausbildung von Identitäten einher, die im Folgenden benannt werden sollen.

Grundsätzlich basieren diese Identitäten auf der gruppenbezogenen Opposition ‚die (Mastodon-User) vs. wir (Twitter-/X-User)‘. Dabei sind mit ‚die‘ spezifischer alle User gemeint, die seit der Twitter-Übernahme durch Elon Musk zur Plattform *Mastodon* wechseln, und die deshalb unter dem Hashtag *#Mastdarm* politisch ‚links‘ verortet werden, während ‚wir‘ auf genau das Gegenteil, also alle sich politisch nicht ‚links‘ verortenden User, bezieht. Man könnte also sagen, dass der Selbstidentität als politisch ‚nicht links‘ eine Fremdidentität als politisch ‚links‘ gegenübergestellt wird.

Dies geschieht, wie in den Analyseschritten 5.1–5.2 gezeigt, durch die Referenz auf stereotypisch linke Positionen, Ziele und Einstellungen, die den Usern untergeschoben werden. So stellen die Schlagwörter *Impffaschismus*, *gendergerecht* und *vegan* in den folgenden beiden Beispielen ideologische ‚Schibboleths‘ dar, da sie mehr über die politische Verortung deren Benutzer*innen aussagen als über die Referenzobjekte:

„@schauenwirmal2 @Bruno_Hoenel Aber bei Oma Umweltsau und ausgelebtem Impffaschismus ... und so fort ... war für Sie wohl alles in Ordnung. Gute Reise. #Mastdarm #Mastodon #TwitterFiles“

@SawsanChebli Immer noch da, @SawsanChebli ?

Das gendergerechte Kinderparadies #Mastdarm mit veganem Vanilleeis ist doch so einladend.

Wer diese Schlagwörter verwendet, um ‚linke‘ Gruppen zu identifizieren und sich davon abzugrenzen, identifiziert sich selbst gleichsam *ex negativo* als ‚nicht links‘.

Im Rahmen dieser Identitätsbildung lassen sich Zuschreibungen von Teilidentitäten bestimmen. So etwa die Zuschreibung der Fremdidentität ‚Gegner*in der Redefreiheit‘, die auf der Annahme beruht, dass User deshalb zu *Mastodon* wechseln, weil dort kritische Beiträge stärker der Zensur unterliegen:

„@horn Warum teilen uns diese Feinde von #FreeSpeech ständig auf Twitter mit, wie geil es jetzt bei #MastDarm ist. Wie einer der nur in seiner alten Stammkneipe sitzt und allen jeden Abend vorlabert wie geil die neue Stammkneipe eigentlich ist.“

Ferner die Selbstidentifikation ‚Kritiker*in des öffentlich-rechtlichen Rundfunks‘, die häufig mit der Unterstellung einhergeht, der ÖRR würde politisch motiviert und damit einseitig berichten, wie in den folgenden Beispielen deutlich wird:

„Die Doppelmoral des #OERR lässt grüßen.
Kann man im #Mastdarm nicht recherchieren? 😏“

„#Mastdarm Die Linke Buntspinner Community ist wohl doch nicht so groß, wie sie das Zwangsgebühren TV immer machen will.“

Hier zeigen sich im Rahmen der Interferenzanalyse durchaus Überschneidungen zum sogenannten ‚Lügenpresse-Diskurs‘, wo sich ähnliche Positionierungen (ausgedrückt durch ähnliche Begriffe, so z. B. *Zwangsgebühren* in dem zweiten Beispiel) zum Öffentlich-rechtlichen Rundfunk finden lassen.

6 Translokale Positionierungspraktiken

In diesem Abschnitt soll überprüft werden, inwieweit sich die bisher analysierten lokalen Positionierungspraktiken, die mit dem Gebrauch von *#Mastdarm* einhergehen, auch translokal wiederfinden und somit als gefestigte Praktiken gelten, um Akteursgruppen ideologisch auszuweisen. Dabei soll mit *uppimpfen*: *abbinden* ein Fallbeispiel symptomatisch diskutiert werden, das Ähnlichkeiten mit dem bereits diskutierten Fallbeispiel aufweist, bei dem es sich indes nicht um ein Beispiel für ein morphologisches Wortspiel im engeren Sinne handelt. Hintergrund stellt folgendes Ereignis dar: Die im Sommer 2021 nach der Flutkatastrophe im Ahrtal in Rheinland-Pfalz aufgrund ihres als rheinland-pfälzische Umweltministerin unglücklichen Agierens und ihres ungeschickten Kommunikationsmanagements in die Kritik geratene Familienministerin Anne Spiegel trat am 11.04.2022 in einer vielbeachteten Rücktrittsrede von ihrem Amt als Familienministerin zurück. Viel beachtet war diese Rücktrittsrede unter anderem deshalb, weil sie während ihrer Rede bisweilen „Vorder- und Hinterbühne“ (Goffman 2000[1956]) verwechselte und sich so gegen Ende der Rede fragend zur Seite an einen Mitarbeiter/eine Mitarbeiterin wandt mit den Worten: „jetzt überlege ich grad noch, ob ich irgendwas [Pause] jetzt muss ich’s noch irgendwie abbinden“.

Bei Twitter entstand sehr schnell der Hashtag *#uppimpfen* (engl. *to pimp up* ‚aufpeppen‘) und es wurde deutlich, dass dieser durch die etwas undeutliche Aus-

sprache von *abbinden* und die dadurch erzeugte Quasi-Homophonie motiviert ist. An dieser Stelle muss offen bleiben, ob es sich um einen tatsächlichen Verhörer handelt (was passieren kann, wenn man die Bedeutung von *abbinden* als journalistischen Fachbegriff nicht kennt) oder um einen absichtlichen Verhörer. Ersteres rückt *uppimpen* in die Nähe von *Mondegreens*, da eine (vermeintlich) unverständliche Äußerung assoziativ umgedeutet wird. Letzteres weist Ähnlichkeiten zum morphologischen Wortspiel auf (wenn beide Verben als bekannt vorausgesetzt werden) – hier wird durch die Lautähnlichkeit mit *abbinden* gleichzeitig auch eine Wortbildungsanalogie offensichtlich, da durch die Homophonie zwischen *ab-* und *up-* auch nur eine Präfixverbbildung in Frage kommt.

Das Korpus für *#uppimpen* besteht aus insgesamt 1560 Tweets, die für den 11.04.2022 akkumuliert wurden. Bereinigt man das Korpus auch hier wieder um alle Reposts, bleiben 443 Tweets übrig. Im Folgenden sollen die einzelnen unter 4.1 beschriebenen Analyseebenen schlaglichtartig betrachtet und in Beziehung zu den *#Mastdarm*-Analysen in Abschnitt 5 gesetzt werden.

6.1 Sektoren- und Aussagenanalyse

Es gibt einige zentrale Sektoren in dem Korpus:

1. [Verhalten/Agieren der Politikerin]

Besonders sticht der Sektor hervor, in dem das Verhalten/Agieren der Politikerin thematisiert wird. Dabei wird ihr (a) fehlende Kompetenz vorgeworfen, (b) moralisches Fehlverhalten unterstellt sowie (c) Überforderung im Amt attestiert:

(a) „@janboehm #abbinden #UpPimpen

Man hat ja fast Mitleid, so wenig Befähigung wie sie #AnneSpiegel für ein solches Amt hat. Nicht einmal ein paar Sätze bekommt sie frei heraus.“

(b) „Ich habe es auch genau angehört: Sie hat #UpPimpen gesagt

Fr. #AnneSpiegel hat mit #UpPimpen bewiesen, dass sie gefühllos ist in Bezug auf d. Flutopfer.

Diese sind zwar nicht AN sondern MIT ihrer Schuld gestorben. Gruß twitter.com/sterne_himme ...“

(c) „@hatice_akyun Wir sollten kompetente, belastbare und ehrliche Menschen in den politischen Ämtern haben. Je höher das Amt, desto höher sollten die Ansprüche daran und das Pflichtbewusstsein sein.

#AnneSpiegel #UpPimpen“

Letzteres wird bisweilen als Misserfolg der geschlechtergerechten Politik der Partei Bündnis 90/Die Grünen gewertet, so dass sich hier personen- mit parteibezogenen Bewertungen vermischen:

„@berlinerzeitung Ein Ministeramt ist kein Kaffeekränzchen oder ein Nebenjob. Entweder sie hat „Frauenpower“ oder eben offensichtlich nicht. Und eine Entschuldigung #UpPimpfen, das erzählt vieles über den Charakter dieser Person. #AnneSpiegel #AnneSpiegelRuecktritt“

Dieses Beispiel spannt den Bogen zum zweiten Sektor:

2. [Bezug auf Partei *Bündnis 90/Die Grünen*]

In einigen Posts wird von dem Einzelereignis und der Person der Familienministerin abstrahiert und (a) auf weitere grüne Politiker*innen referiert oder (b) auf allgemeine Charakteristika der Partei geschlossen:

- (a) „@stein_hajo Die eine #AnneSpiegelRuecktritt ist beschäftigt mit dem #uppimpfen ihrer Selbstentschuldigung, die andere #annalenabaerbock mit dem #uppimpfen der Ukraine mittels „schwerer Waffen“.“
- (b) „@SherinCologne @schuhmannsteph @Arnd_Diringer Für die Geschädigten und die vielen vielen freiwilligen Helfer*innen, die u. a. im #Ahrtal eingepackt haben, ist das ein Schlag unter die Gürtellinie. Es zeigt die Verwahrlosung der humanen Werte in der Partei der Grünen ganz deutlich.“

3. [Metasprachliche Begriffskonkurrenz]

Die Frage, ob es sich bei dem betreffenden Wort um *abbinden* oder *uppimpfen* handelt, wird in Posts aufgegriffen und zum Gegenstand von metasprachlichen Aushandlungsprozessen gemacht. Dabei lassen sich zwei Gruppen unterscheiden: Die eine Gruppe tritt für die Variante *uppimpfen* ein, wobei inhaltliche Gründe vorgebracht werden – so z. B., dass dieses Verb besser in den Gesamtkontext passe:

„@hahnflo Kein Mensch verwendet das Wort abbinden. Gemeint war eher #UpPimpfen, was alles noch viel schlimmer macht, lol.“

„@ZongReal Ich habs mir jetzt echt n paar mal angehört und meine auch #UpPimpfen zu hören. Wär bei dieser Show auch sinniger.“

Die Argumentation pro *uppimpfen* fügt sich hier in eine auf soziale Abwertung abzielende Gesamtstrategie ein und dient der Bestätigung ohnehin vorhandener Eindrücke bzw. Einstellungen.

Die andere Gruppe verteidigt die *abbinden*-Lesart, indem sie auf den Kontext sowie die fachsprachliche Bedeutung hinweist:

„#UpPimpen #abbinden #SelbstEntschuldigung

Meine Güte, Twitter. Jetzt ist auch mal gut. Sie ist offensichtlich fix und fertig.

Sie bittet (!) bei 3:30 um Entschuldigung #1, ein „Uppimpen“ vor der 2. mag man zwar hören, aber nur „Abbinden“ ergibt Sinn (1/2)

tinyurl.com/4f5achm5“

„Ich halte #abbinden wirklich für wahrscheinlicher, weil es ein Begriff aus dem PK Kontext ist.

#UpPimpen dagegen kommt mir konstruiert vor. Da sagt man eher nur #pimpen, da steckt das up auch schon mit drin. [marketing-boerse.de/fachartikel/de ...](https://marketing-boerse.de/fachartikel/de...)“

In jedem Fall bestätigt dieser Sektor, dass Posts häufig beide Hashtags, also *#abbinden* und *#uppimpen*, parallel verwenden und es auch interaktive Aushandlungsprozesse gibt, die darauf hindeuten, dass diesen Usern beide Verben als alternative Realisierungsmöglichkeiten bekannt sind. Dass sie häufig dann doch der Lesart von *uppimpen* folgen, lässt sich also nur von dem Hintergrund deuten, dass hierdurch Positionierungen und damit Abgrenzungen möglich werden.

6.2 Formatanalyse

Ähnlich wie beim Fallbeispiel *#Mastdarm* lassen sich bei der Art und Weise der Bezugnahmen auf die Sektoren (a) Ironie, (b) Wortspiele sowie (c) die Kookkurrenz mit weiteren Hashtags belegen. Hinzu kommen in diesem Fall (d) personenbezogene Beleidigungen:

(a) „#uppimpen bringt das Vertrauen in die gebeutelte Glaubwürdigkeit der Politik zurück. Vielen Dank Frau #AnneSpiegel“

(b) „Kann man das ganze Schmierentheater der #grünen #Spiegel eigentlich noch irgendwie #UpPimpen, oder muss man sein Gehirn #abbinden, um die Hinterhältigkeit dieser Partei zu ertragen?“

(c) „#AnneSpiegel sagt meiner Einschätzung nach: „Jetzt muss ich’s noch irgendwie #UpPimpen (aufhübschen).“
#SpiegelRuecktritt #annespiegelruecktrittjetzt

(d) „Hat diese links-grüne Corona-Faschistin #AnneSpiegel wirklich #UpPimpen gesagt? Also #aufhübschen? #abbinden“

Alle vier Kategorien zeigen, dass die Abgrenzung durch unterschiedliche sprachliche Formen personenbezogener Angriffe – vom invektiven Gebrauch einzelner sprachlicher Phänomene bis hin zu explizit invektiver Lexik (vgl. Tab. 1) – vollzogen wird. Hier finden sich zudem ähnliche ideologiesprachliche Versatzstücke

(links-grün, Corona-Faschistin), die gruppenkonstituierend sind. Welche Handlungen damit einhergehen, soll im nächsten Abschnitt diskutiert werden.

6.3 Handlungsanalyse

Auch die Ebene der Handlungsanalyse, die mit Blick auf die Positionierungspraktiken besonders relevant ist, zeigt deutliche Übereinstimmungen zur Handlungsanalyse in Abschnitt 5.3. Die Identität, die dadurch ausgedrückt werden soll, ergibt sich auch hier durch Abgrenzungen zu einer vermeintlich ‚linken‘, in diesem Fall spezifisch ‚grünen‘, Ideologie und wird mittels Zuschreibungen von Merkmalen, Eigenschaften und Positionen realisiert.

Die Selbstidentifizierung als ‚nicht grün‘ basiert auf unterschiedlichen Teilhandlungen und -identitäten – die zentralen werden nachfolgend aufgelistet:

1. Durch explizite politische Verortung

Es wurde unter 6.1. beschrieben, dass die Abgrenzung durch untergeschobene personen- und parteibezogene Eigenschaften vollzogen wird. Sie kann aber auch durch explizite politische Selbstverortung geschehen wie im folgenden Beispiel durch das Bekenntnis zur AfD:

„@Renner_AfD @AfDimBundestag @AfD @AlternativeNRW Endlich ist #AnneSpiegel weg! 🙌
Ein weiteres Erfolgserlebnis nach dem Impfpflicht-Aus!
#AfDwirkt! Guter Start in die Woche!
Danke an alle, die unermüdlich vor #Spiegel warnten, über sie aufklärten & ihr das Handwerk legten! #SpiegelRuecktritt #UpPimpen #AfD #Familienministerin“

2. Durch Rücktrittsforderungen

Rücktrittsforderungen stellen eine sehr explizite und wirkmächtige Positionierungspraktik dar. Wie im Beispiel (c) in 6.2 zu sehen ist, werden Rücktrittsforderungen als Hashtags wie z. B. #SpiegelRuecktritt, #annespiegelruecktrittjetzt formuliert, tauchen darüber hinaus aber auch in anderen sprachlichen Realisierungen auf:

„#AnneSpiegel Immernoch ist sie in den Trends. Kann es nicht mehr lesen. Das Video #UpPimpen ist schrecklich. Wie kann man sich selber nur so blamieren?! Rücktritt bitte SOFORT !!!“

3. Durch Selbstidentifikation als ‚Kritiker*in des öffentlich-rechtlichen Rundfunks‘

Wie unter 5.3 bereits gezeigt, gehört es zur Identität rechter Gruppierungen, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk deshalb abzulehnen und zu kritisieren, weil er

aus ihrer Sicht gegen das journalistische Neutralitätsgebot verstoße und ‚linke‘ (v. a. ‚grüne‘) Positionen befördere. Auch unter *#uppimpfen* finden sich entsprechende Haltungen:

„@Krischperla Wer nach vielen Jahren medialer Kritiklosigkeit gegenüber grüner Politik endlich wieder genau hinschaut, stellt fest, dass *#AnneSpiegel* in ihrer Presseerklärung leichtfertig das Marketing-Wort *#UpPimpfen* verwendet um ihr verantwortungsloses Handeln *#aufzuhübschen*.“

7 Fazit und Ausblick

Ziel dieses Beitrags war es zu zeigen, dass morphologische Wortspiele und angrenzende Phänomene jenseits humoristischer Funktionen lokale und translokale Positionierungspraktiken ermöglichen, indem sie zur Identitäts- und Gruppenbildung beitragen. Wie an den Beispielen *#Mastdarm* und *#uppimpfen* verdeutlicht wurde, geht mit der Verwendung der Hashtags eine Positionierung einher, die erst durch eine genaue sprachliche Analyse der Posts, in denen diese vorkommen, vollständig erfasst werden können. Hierzu wurde das Konzept der Diskurspragmatik herangezogen, das auf der Basis bestimmter Analysekategorien beispielhafte Analysen von teilnahmeorientierten Diskursrealisationen vorsieht. Für das Fallbeispiel *#Mastdarm* konnte so herausgearbeitet werden, dass vor allem die Sektoren [Eigenschaften der Plattform *Mastodon*] und [Charakterisierung von *Mastodon*-Usern] hervorstechen. Letzterer ist insofern besonders aufschlussreich, da die Bezugnahme durch Begriffe (z. B. *links*, *links-grün*, *Pädophile*, *Heuchler*) und Eigenschaften (z. B. *woke*) geschieht, die – da sie als ideologische ‚Schibboleths‘ rechter Gruppierungen gelten können – eine abwertende Fremdpositionierung bei gleichzeitiger (positiver) Selbstpositionierung vornehmen. Die Formatanalyse hat gezeigt, dass neben invektiver Lexik auch invektiv gebrauchte Sprache wie Ironie, Wortspiel/-witz oder Hashtags zum Einsatz kommt, und die Selbstpositionierung auf der Handlungsebene als ‚nicht links/grün‘ realisiert.

Die Analyse des Fallbeispiels *#uppimpfen* bestätigt, dass es sich hierbei um translokale Positionierungspraktiken handelt, da es bei den einzelnen Analyseebenen große Ähnlichkeiten bzw. Übereinstimmungen gibt. Auch hier lässt sich mit Blick auf die Sektoren [Verhalten/Agieren der Politikerin] und [Bezug auf Partei *Bündnis 90/Die Grünen*] nachweisen, dass die soziale und politische Abwertung mit dem Ziel der Fremdpositionierung nicht nur durch ähnliche invektive sprachliche Muster vollzogen wird, sondern gleichsam der Selbstpositionierung und Identitätsbildung dient. Invektive Sprache kann somit als Ressource für ideologi-

sche Versatzstücke verstanden werden, die diskursübergreifend reproduziert und eingesetzt werden, um Selbst- und Fremdidentitäten zu schaffen.

Damit bestätigt sich, was Kanz (demn.) für die Resonanzfunktion von Hash-tags in Echokammern postuliert:

Begreift man also eine Echokammer als kommunikativ hergestelltes Phänomen, das sich u.a. durch die Assimilierung auf der sprachlichen Oberfläche auszeichnet, kann das entsprechende Hashtag als Gruppen- und (Wieder)Erkennungszeichen für die Gruppenmitglieder (bzw. für die Echokammermitglieder) begriffen werden – und das auch crossmedial über verschiedene Plattformen hinweg.

In weiteren Fallstudien könnte einerseits herausgearbeitet werden, inwieweit morphologische Wort(bildungs)spele generell als Auslöser für invektive Bezugnahmen mit dem Ziel der Gruppenbildung fungieren. Andererseits wäre dabei zu prüfen, ob solche Positionierungspraktiken insofern transdiskursiv relevant sind, als sie Akteurspositionen bis zu einem gewissen Grad bereits vorstrukturieren. In jedem Fall eröffnet sich mit der diskurspragmatischen Bestimmung von auf morphologischen Prozessen basierenden Positionierungspraktiken ein innovatives diskursmorphologisches Betätigungsfeld.

Literatur

- Adamzik, Kirsten. 2016. *Textlinguistik. Grundlagen, Kontroversen, Perspektiven*. 2. Auflage. Berlin & Boston: De Gruyter.
- Bücker, Jörg. 2018. Volksetymologien. Wortgeschichtliche Spurwechsel zwischen analogischem Wandel und sprachlicher Motivierung. In Konstanze Marx & Simon Meier (eds.), *Sprachliches Handeln und Kognition. Theoretische Grundlagen und empirische Analysen*, 235–258. Berlin & Boston: De Gruyter.
- Dang-Anh, Mark. 2019. *Protest twittern. Eine medienlinguistische Untersuchung von Straßenprotesten* (Locating Media/Situierte Medien 22). Bielefeld: Transcript.
- Dang-Anh, Mark. 2023. Politische Positionierung. Sprachliche und soziale Praktiken der Relationalitätskonstitution. In Mark Dang-Anh (ed.), *Politisches Positionieren. Sprachliche und soziale Praktiken*, 7–38. Heidelberg: Winter.
- Davidson, Donald. 1990. Eine hübsche Unordnung von Epitaphen. In Eva Picardi & Joachim Schulte (eds.), *Die Wahrheit der Interpretation. Beiträge zur Philosophie Donald Davidsons*, 203–227. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Domke, Christine & Meier, Stefan. 2017. Multimodalität. In Kersten Sven Roth, Martin Wengeler & Alexander Ziem (eds.), *Handbuch Sprache in Politik und Gesellschaft*, 234–256. Berlin & Boston: De Gruyter.
- Dressler, Wolfgang U. & Lavinia Merlini Barbaresi. 1997. Morphopragmatics. In Jef Verschueren, Jan-Ola Östman, Jan Blommaert & Chris Bulcaen (eds.), *Handbook of Pragmatics*, 1–14. Amsterdam & Philadelphia: Benjamins.

- Du Bois, John W. 2007. The stance triangle. In Robert Engebretson (ed.), *Stancetaking in Discourse* (Pragmatics & Beyond New Series), 139–182. Amsterdam: Benjamins.
- Goffman, Erving. 2000[1956]. *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*. München: Piper.
- Harnisch, Rüdiger. 2011. Eigennamen als Grund und Mittel von Stigmatisierung und Diskriminierung. *Deutschunterricht* 6. 28–42.
- Jäger, Ludwig. 2009. Intermedialität – Intramedialität – Transkriptivität. Überlegungen zu einigen Prinzipien der kulturellen Semiosis. In Arnulf Deppermann & Angelika Linke (eds.), *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton* (Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache 2009), 301–323. Berlin & New York: De Gruyter.
- Kanz, Vanessa. 2021. Die Echokammer als rechter Resonanzraum: Eine Analyse von Resonanzphänomenen innerhalb der Kommentarspalte eines AfD-Facebook-Beitrags. In Steffen Pappert, Corinna Schlicht, Melani Schröter & Stefan Hermes (eds.), *Skandalisieren, stereotypisieren, normalisieren. Diskurspraktiken der Neuen Rechten aus sprach- und literaturwissenschaftlicher Perspektive*, 167–194. Hamburg: Helmut Buske.
- Kanz, Vanessa. demn. Hashtags als Verfestigungsmarker am Beispiel der Kommunikation zwischen der AfD und ihren Anhänger*innen. In Sascha Michel (ed.), *Linguistik des Hashtags*. Berlin & Boston: De Gruyter.
- Kertscher, Jens. 2013. Malapropismus. In Stefan J. Schierholz & Laura Giacomini (eds.), *Wörterbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft (WSK) Online*. Berlin & Boston: De Gruyter https://www.degruyter.com/database/WSK/entry/wsk_id_wsk_artikel_artikel_30127/html. (Accessed 2024-06-22).
- Kiefer, Ferenc. 1998. Morphology and Pragmatics. In Andrew Spencer & Arnold M. Zwicky (eds.), *The Handbook of Morphology*, 272–279. Maiden & Oxford: Blackwell.
- Klemm, Michael & Sascha Michel. 2014. Social TV und Politikaneignung. Wie Zuschauer die Inhalte politischer Diskussionssendungen via Twitter kommentieren. *ZfAL* 60. 3–35.
- Koestler, Arthur. 1966. *Der göttliche Funke*. Bern, München & Wien: Scherz.
- Meier-Vieracker, Simon, Heidrun Kämper & Ingo H. Warnke (eds.). 2024. *Invective Discourse* (Diskursmuster/Discourse Patterns 34). Berlin & Boston: De Gruyter.
- Meineke, Eckhard. 2020. Namenspott. In Stefan J. Schierholz & Laura Giacomini (eds.), *Wörterbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft (WSK) Online*. Berlin & Boston: De Gruyter. https://www.degruyter.com/database/WSK/entry/wsk__12742302/html. (Accessed 2024-06-22).
- Merten, Marie-Luis. 2023. Positionierungen epistemisch, evidential, deontisch. Linguistische Methoden der konstruktionsgrammatischen Stance-Forschung. In Mark Dang-Anh (ed.), *Politisches Positionieren. Sprachliche und soziale Praktiken*, 99–121. Heidelberg: Winter.
- Michel, Sascha. 2006. Kurzwortgebrauch. Plädoyer für eine pragmatische Definition und Prototypologie von Kurzwörtern. *Germanistische Mitteilungen* 64/2006. 69–83.
- Michel, Sascha. 2014. Konstruktionsgrammatik und Wortbildung: Theoretische Reflexionen und praktische Anwendungen am Beispiel der Verschmelzung von Konstruktionen. In Alexander Lasch & Alexander Ziem (eds.), *Grammatik als Netzwerk von Konstruktionen. Sprachwissen im Fokus der Konstruktionsgrammatik*, 139–156. Berlin & New York: De Gruyter.
- Michel, Sascha. 2015. Word-formation and folk etymology. In Peter O. Müller, Ingeborg Ohnheiser, Susan Olsen & Franz Rainer (eds.), *Word Formation. An International Handbook of the Languages of Europe* (Handbücher zur Sprach und Kommunikationswissenschaft), 1002–1019. Berlin & New York: De Gruyter.
- Michel, Sascha. 2022. *Mediatisierungslinguistik. Theorie und Fallanalysen zur Kommunikation von Politiker*innen am Beispiel von Twitter* (Wissen – Kompetenz – Text 17). Berlin: Lang.

- Michel, Sascha. 2023. Remotivierung und Wortbildung. Strukturell-morphologische, semantische und angewandt-linguistische Analysen am Beispiel der sogenannten „Konfixremotivierung“. In Igor Trost (ed.), *Remotivierung. Von der Morphologie bis zur Pragmatik* (LIT 105), 65–98. Berlin & Boston: De Gruyter.
- Michel, Sascha. (demn.). Hashtag(wort)bildung. Eine Analyse der Bildung von Hashtagkonstruktionen. In Sascha Michel (ed.), *Linguistik des Hashtags*. Berlin & Boston: De Gruyter.
- Niehr, Thomas. 2017. *Rechtspopulistische Lexik und die Grenzen des Sagbaren*. Online unter: <https://www.bpb.de/themen/parteien/rechtspopulismus/240831/rechtspopulistische-lexik-und-die-grenzen-des-sagbaren/> (aufgerufen am 23.06.2024).
- Nübling, Damaris. 2014. Emotionalität in Namen. Spitznamen, Kosenamen, Spottnamen – und ihr gendernivellierender Effekt. In Lenka Vaňková (ed.), *Emotionalität im Text*, 103–122. Tübingen: Stauffenburg.
- Nübling, Damaris & Marianne Vogel. 2004. Schimpfen und Fluchen kontrastiv. Zur sexuellen, krankheitsbasierten, skatologischen und religiösen Fluch- und Schimpfwortprototypik im Niederländischen, Deutschen und Schwedischen. *Germanistische Mitteilungen* 59. 19–33.
- Olschansky, Heike. 1996. *Volksetymologie*. Tübingen: Niemeyer.
- Pappert, Steffen & Kersten Sven Roth. 2016. Diskursrealisationen in Online-Foren. *ZfAL* 65. 37–66.
- Ronneberger-Sibold, Elke. 2010. „... und aus der Isar steigt der weiße Neger Wumbaba“. Lautgestaltprägende Elemente bei der Schöpfung von Mondegreens. In Rüdiger Harnisch (ed.), *Prozesse sprachlicher Verstärkung. Typen formaler Resegmentierung und semantischer Remotivierung*, 87–106. Berlin & New York: De Gruyter.
- Roth, Kersten Sven. 2015. *Diskursrealisationen. Grundlegung und methodischer Umriss einer pragmatisch-interaktionalen Diskurssemantik* (Philologische Studien und Quellen 247). Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Scharloth, Joachim. 2024. Notes on Invectivity and Metainvectivity. In Simon Meier-Vieracker, Heidrun Kämper & Ingo H. Warnke (eds.), *Invective Discourse* (Diskursmuster/Discourse Patterns 34), 11–25. Berlin & Boston: De Gruyter.
- Scheffler, Tatjana, Veronika Solopova & Mihaela Popa-Wyatt. 2021. The Telegram Chronicles of Online Harm. *Journal of Open Humanities Data*, 7: 8. 1–15.
- Schmidt, Jan. 2006. *Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie*. Konstanz: UVK.
- Spitzmüller, Jürgen. 2013. Metapragmatik, Indexikalität, soziale Registrierung: Zur diskursiven Konstruktion sprachideologischer Positionen. *Zeitschrift für Diskursforschung* (3). 263–287.
- Spitzmüller, Jürgen. 2023. Metapragmatische Positionierung. Reflexive Verortung zwischen Interaktion und Ideologie. In Mark Dang-Anh (ed.), *Politisches Positionieren. Sprachliche und soziale Praktiken*, 39–66. Heidelberg: Winter.
- Stiehle, Alexander. 2012. *Wortspiele – Humor der Sprache*. <https://uni.de/redaktion/wortspielhumor> (aufgerufen am 22.06.2024).
- Stumpf, Sören. 2022. Wortbildung in der Interaktion. *ZfAL* 77. 290–321.
- Stumpf, Sören & Marie-Luis Merten. 2023. Wortbildung als Stance-Ressource im Online-Kommentieren: Theoretische Zusammenführung und empirische Einsichten am Beispiel zweier Konstruktionsfamilien. *Zeitschrift für Wortbildung / Journal of Word Formation*. 7(2). 121–149.
- Thaler, Verena. 2016. Varieties of Wordplay. In Sebastian Knospe, Alexander Onysko & Maik Goth (eds.), *Crossing Languages to Play with Words: Multidisciplinary Perspectives*, 47–62. Berlin & Boston: De Gruyter.
- Winter-Froemel, Esme. 2009. Wortspiel. In Gert Ueding (ed.), *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*. Vol. 9, 1429–1443. Tübingen: Niemeyer.