

Transformationen des Populären. Working Paper Series des SFB 1472

10.05.2023

Working Paper 6

Popularisierung von Dankesritualen in der Bürgermeisterkommunikation in Sozialen Medien – Wissenszuschrei- bungen und Positionierungen auf YouTube und Facebook

Viviane Börner
Stephan Habscheid

Zitation:

Viviane Börner, Stephan Habscheid (2023): *Popularisierung von Dankesritualen in der Bürgermeisterkommunikation in Sozialen Medien – Wissenszuschreibungen und Positionierungen auf YouTube und Facebook*. Working Paper SFB 1472, no. 6.

DOI: <https://doi.org/10.25819/ubsi/10340>

Abstract

1/20

Der Beitrag geht der Frage nach, wie kommunale Rituale der Bürgermeisterkommunikation in Sozialen Medien popularisiert werden, welche Strategien die Akteure dabei verfolgen und welche Rolle die medialen Möglichkeiten der Plattformen dabei spielen. Genauer gesagt wird untersucht, wie die Popularisierung in Sozialen Medien Kontinuitäten und Veränderungen gesellschaftlicher Wissensverhältnisse prägt, und zwar mit Blick auf (1) neue Praktiken der interaktiven, soziotechnischen Feststellung und Messung, Inszenierung und Mitteilung von Popularität, (2) die hierin eingebettete Verwendung und Transformation von Wissensressourcen sowie (3) Konflikte um die (Un-)Erwünschtheit von Popularität, speziell im Kontext der (Kommunal-)Politik. Auf einer theoretischen Ebene zielt das Working paper darauf, den interaktions- und psycholinguistischen Begriff Common Ground am Beispiel von Bürgermeisterkommunikation für eine Bearbeitung der umrissenen Fragestellungen fruchtbar zu machen. Speziell fokussiert werden Verfahren zur Popularisierung von Dankes- und Anerkennungsritualen in Sozialen Medien, wobei die Rituale als solche als ein tradiertes, zentraler Bestandteil der Kommunikation von Bürgermeister*innen erachtet werden. Im Anschluss an eine kurze Reflexion zu Dankesritualen in der Bürgermeisterkommunikation (Abschnitt 2) wird das Kategorieninventar zur Analyse der epistemischen und der – damit verwobenen – evaluativen Dimension sprachlicher Interaktion im Überblick vorgestellt (Abschnitt 3), bevor dessen Anwendbarkeit auf die Analyse von Dankesritualen in der Bürgermeisterkommunikation in Sozialen Medien exemplarisch erprobt wird (Abschnitt 4). Dabei kommen in qualitativer Perspektive zwei verschiedene Verfahren der Popularisierung ritueller politischer Kommunikation in Sozialen Medien ins Blickfeld (Abschnitt 5).

1 Einleitung

Rituelle Handlungen werden in modernen, westlichen Gesellschaften häufig mit Religion in Verbindung gebracht und/oder als rational nicht erklärbares Relikt vergangener Zeitepochen betrachtet. Im politischen Kontext sind Rituale aber noch immer ein wesentlicher Bestandteil der kommunikativen Arbeit von Repräsentant*innen sozialer Kollektive, wenn auch nicht mehr mit derselben Wirkung wie in der Vormoderne (vgl. Stollberg-Rilinger 2013: 123). Damit die Adressat*innen erreicht und die Funktionen der Rituale realisiert werden können, müssen Rituale auch in neue mediale Umgebungen überführt werden. Der Beitrag geht der Frage nach, wie kommunale Rituale am Beispiel von Bürgermeisterkommunikation in Sozialen Medien popularisiert werden, welche Strategien dabei verfolgt werden und welche Rolle die medialen Möglichkeiten der Plattform dabei spielen.

Zu den Teilfragen des Sonderforschungsbereichs 1472 „Transformationen des Populären“ gehört mit der Untersuchung von Ursachen und Folgen der „sich historisch wandelnden Beobachtungs-, Inszenierungs- und Mitteilungsmöglichkeiten des Populären“ (Döring et al. 2021: 5) auch das Interesse an den in Praxis eingebetteten „soziotechnischen Geltungsmechanismen“ (ebd.: 4), denen sich Popularität in der modernen Gesellschaft verdankt. Unter dem Begriff einer „Popularisierung zweiter Ordnung“ richtet sich der Blick für das 20. Jahrhundert und die Gegenwart in diesem Sinn besonders auf „Popularisierungsverfahren, die Populäres herstellen,

indem sie seine Beachtung durch viele feststellen und ausstellen“ (ebd.: 13). Dabei, so die Heuristik, sei das Kriterium, „[o]b etwas oder jemand bei vielen Beachtung findet, [...] mehr und mehr zu einem prägenden, schließlich entscheidenden Faktor gesellschaftlicher Entwicklung geworden“ (ebd.: 3). Mit Blick auf die „Wissensbestände und Praktiken des Populären“ (ebd.: 3) widmet sich eine Arbeitsgruppe im Rahmen des SFBs, nämlich die AG „(Un-)doing Common Ground in Social Media“, unter Mitwirkung mehrerer SFB-Teilprojekte der Frage, wie die Popularisierung in Sozialen Medien die Kontinuitäten und Veränderungen gesellschaftlicher Wissensverhältnisse prägt, u.a. in Bezug auf Interaktion und Sprache, politische und ästhetische Diskurse sowie kommunikative Verhältnisse in Institutionen.¹

1 Ausgespart wird das spezielle Problem von Expert*innen und Lai*innen, da dies in einem anderen Kooperationsformat des SFBs, der Cooperative Research Group (CRG) „Lai*innen‘ und ‚Expert*innen‘ im institutionellen Wandel – Politik, Medizin, Theologie“, eine prominente Stellung einnimmt.

2 Die zitierte Formulierung „Einer von uns“ findet sich bei Gehne (2012: 133) – es handelt sich um das Projekt „Einer von uns‘ – Diskursive Konstruktionen, Medien der Partizipation und sprachliche Praktiken der Bürgermeisterkommunikation in der Krise politischer Repräsentation“ (Leitung: Prof. Dr. Stephan Habscheid/Prof. Dr. Friedemann Vogel), gefördert durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) –SFB 1472 „Transformationen des Populären – 438577023.

Zu den an der AG „(Un-)doing Common Ground in Social Media“ beteiligten Teilprojekten gehört auch das germanistisch-sprachwissenschaftliche Projekt C04 „Einer von uns‘ – Diskursive Konstruktionen, Medien der Partizipation und sprachliche Praktiken der Bürgermeisterkommunikation in der Krise politischer Repräsentation“.² Vor dem Hintergrund, dass für die AG die interaktions- und psycholinguistischen Hintergründe des Begriffs Common Ground als relevante Diskussionsgrundlagen identifiziert wurden, besteht das Ziel dieses Working Papers darin, diese Grundlagen – am Beispiel des Teilprojekts zur Bürgermeisterkommunikation, und hier speziell Dankesritualen – zu den Fragestellungen der AG in ein Verhältnis zu setzen.

Zu diesem Zweck behandelt der vorliegende Text zunächst die allgemeine Rolle von Dankesritualen in der Bürgermeisterkommunikation (Abschnitt 2) und dann in einem knappen Überblick das Kategorieninventar zur Analyse der epistemischen und der damit verwobenen evaluativen Dimension sprachlicher Interaktion (Abschnitt 3). Im Anschluss wird deren Anwendbarkeit auf die Analyse von Dankesritualen in der Bürgermeisterkommunikation in Sozialen Medien exemplarisch geprüft (Abschnitt 4). Dabei kommen zwei verschiedene Verfahren der Popularisierung ritueller politischer Kommunikation ins Blickfeld, die in Abschnitt 5 noch einmal vergleichend gegenübergestellt werden.

2 Dankesrituale in der Bürgermeisterkommunikation und ihre Popularisierung

Zu den (kommunikativen) Aufgaben von Bürgermeister*innen gehören nicht nur die kommunale Verwaltung und die Mitgestaltung der kommunalen Politik, jeweils in populärer Rolle, als Erste*r unter prinzipiell Gleichen³, sondern auch die Repräsentation des städtischen Kollektivs und die hierauf beruhende Förderung von sozialem Zusammenhalt.⁴ Durch Dankes- und andere Anerkennungsrituale, wie z.B. Grußworte, Schirmherrschaften, Gratulationen, Festreden oder Gedenkreden, können Bürgermeister*innen zugleich kommunale Popularität verteilen und selbst erlangen (vgl. Antos 1987: 19).

3 Die normative Orientierung an prinzipieller Egalität und Partizipation findet ihren Ausdruck in den materiellen Erscheinungsformen der „Demokratie als Lebensform“ (van Rahden 2019).

4 Siehe für einen kurzen Überblick zu den Aufgaben von Bürgermeister*innen Habscheid/Vogel 2021, Abschnitt 3, mit Bezug zur monographischen Darstellung von Gehne 2012.

Die Studien von Gerd Antos aus den 1980er Jahren, die ethnomethodologisch und textlinguistisch inspiriert waren, beschreiben für die Gattungsfamilie der Grußworte die zentralen Merkmale solcher Praktiken (vgl. Antos 1986; 1987): Rituale der institutionellen Beziehungspflege haben ihre Anlässe (z.B. Jubiläen von Vereinen; populäre Veranstaltungen; hohe

Geburtstage) zur Voraussetzung und bewirken (sprechakttheoretisch: deklarativ) deren offizielle und öffentliche Wertschätzung, die sie (expressiv) zum Ausdruck bringen; mit Blick auf die Amtsträger*innen haben sie nicht nur den Effekt der öffentlichen Verdeutlichung ihrer Funktion, sondern sie bieten ihnen auch durch gewisse Gestaltungsspielräume die Möglichkeit, ihre jeweilige Politik populär in Szene zu setzen.

Die Studien aus den 1980er Jahren lassen mit Blick auf die Gegenwart die Frage offen, ob und inwieweit die traditionellen Rituale durch neuartige Formate der Popularisierung von Akteuren und Wissen (z.B. in sozialen Medien), durch populistische Diskurse (z.B. gegen „abgehobene“ Eliten) und besonders in Krisenzeiten in Bewegung geraten (vgl. Habscheid & Vogel 2021).⁵

5 Eine andere Frage, die hier ausgespart bleibt, ist, ob die bereits früher etablierten Verfahren der politischen Popularitätsmessung in Form von Demoskopie und Publikumsforschung (vgl. Döring et al. 2021: 9) und die (strategische) Ausgestaltung von Ritualen des Zusammenhalts in der politischen Kommunikation in Wechselwirkungen stehen.

3 Theoretische Grundlagen

3.1 Wissenszuschreibung und geteiltes Wissen

Geteiltes Wissen ist für eine gelingende Kommunikation essenziell, denn ohne eine gemeinsame Basis, auf der die Kommunikation bzw. Interaktion erfolgt, wird sie nicht erfolgreich bewältigt werden können. Da aber das gesamte für die Kommunikation situativ notwendige Wissen nur selten explizit gemacht wird und nie vollständig explizit gemacht werden kann, ist die Fähigkeit, Annahmen über das Wissen anderer Interaktionsteilnehmenden zu machen, ebenso unerlässlich (vgl. Reineke 2016: 1).

Ohne das Explizit-Machen von geteiltem Wissen kann die Sicherheit, mit der die Geteiltheit dieses Wissens angenommen wird, aber niemals über Annahmen hinausgehen. Sicherheit kann es neben explizit geäußertem Wissen nur bei gemeinsam erlebten Erfahrungen hinsichtlich geteilten Wissens geben (vgl. Reineke 2016: 9, 15). Annahmen über geteiltes Wissen bergen vor allem dort Konfliktpotenzial, wo sich die Annahmen im Laufe der Interaktion als falsch herausstellen (vgl. Holmes 2005: 354 zu negativen Auswirkungen von nicht-geteiltem Wissen für Small Talk).

In diesem Zusammenhang ist es wichtig, dass Interaktionsteilnehmende ihr gegenseitiges Verstehen anzeigen. Dieser Prozess der Anzeige von gegenseitigem Verstehen wird als Grounding bezeichnet. Explizit kann die Anzeige von Verstehen durch spezielle sprachliche Marker wie „ja“ oder „hmhm“ geschehen, aber auch indirekte sprachliche Mittel, wie z.B. das Antworten in einem bestimmten Stil, können gegenseitiges Verstehen bezeugen (vgl. Reineke 2016: 39). Durch das Grounding ist es dann möglich, einen Common Ground auszumachen, auf dem die Interaktion stattfindet.

Common Ground wird von dem Psycholinguisten Herbert Clark folgendermaßen definiert: „Two people’s common ground is, in effect, the sum of their mutual, common, or joint knowledge, beliefs, and suppositions“ (Clark 1996: 93). Common Grounds sind demnach die gemeinsamen Informationen als Summe von Wissen, Glauben, Vermutungen usw., die die Interaktionsteilnehmenden teilen. Clark spricht zwar von interagierenden Personen, das Teilen von Wissen kann aber ebenso zu einem gemeinsamen Wissen größerer Personengruppen führen (s. 3.2). In der Interaktion können die Informationen hinsichtlich des Grades der Sicherheit, mit dem Aussagen getroffen werden, des Grades an Geteiltheit und der Quellen von Informationen ausdifferenziert und ausgehandelt werden (vgl. Reineke 2016:12, mit Bezug auf Clark 1996).

3.2 Epistemische Positionierung

4/20

Durch Wissen bzw. Wissenszugänge kann sich eine Person epistemisch positionieren, wodurch sie eine bestimmte Haltung (gegenüber bzw. zu etwas oder jemandem) auszudrücken vermag. Diese Haltung wird als Epistemic stance (epistemische Haltung) bezeichnet. Über eine solche Positionierung kann eine Person anzeigen, über welches Wissen sie verfügt und somit prägen, wie sie gesehen werden möchte bzw. wie sie gesehen wird (vgl. etwa Hrnca 2020: 36). Das zur Positionierung herangezogene Wissen speist sich z.B. aus der Zugehörigkeit zu bestimmten Gruppen, die sich auf regionaler, kultureller oder sozialer Herkunft, aber auch auf Interessengebieten, politischen Zielen oder Ähnlichem begründen können.

Durch den Zugang zu diesem spezifischen Wissen kann sich eine Person selbst- und ihre Adressatinnen und Adressaten fremdpositionieren; da Wissen zum Ausdruck kommt, ist es für diese und für Dritte ebenso möglich, die Person, die anscheinend über dieses Wissen verfügt, fremd zu positionieren (vgl. Weiser-Zurmühlen 2021: 65; 70-71; Reineke 2016: 46). In allen Fällen erlauben die Positionierungen die Zuordnung zu bestimmten sozialen Kategorien (vgl. Weiser-Zurmühlen 2021: 39).

Die Positionierung erlaubt Annahmen über den Epistemic status (epistemischer Status) einer Person (vgl. Weiser-Zurmühlen 2021: 65 f.). Der epistemische Status umfasst die Wissensbestände und -zugänge über bzw. zu Personen, Objekten oder Sachverhalten, die in der Interaktion zugeschrieben werden. Dieser Status beeinflusst auch, welche Rechte, Pflichten und Verantwortlichkeiten eine Person aufgrund ihres Wissens erlangt (vgl. Hrnca 2020: 35, mit Bezug auf Mondada 2013: 599). Dabei ist der Epistemic status einer Person ihr nicht inhärent und unabänderlich, sondern er wird während der Interaktion ausgehandelt und ist relativ zu anderen Interaktionsteilnehmenden. Die Person mit ihrem Wissen kann dabei zwischen den Polen vollständiges Wissen (K+) bis völlige Unkenntnis (K-) verortet werden (vgl. Weiser-Zurmühlen 2021: 66).

Der primäre Zugang einer Person zu situativ relevantem Wissen wird als Epistemic authority (epistemische Autorität) bezeichnet. Die epistemische Autorität kann sich beispielsweise aus der Zugehörigkeit zu bestimmten Gruppen oder Organisationen ergeben (z.B. zur kommunalen Verwaltung), der andere Interaktionsteilnehmende (z.B. Bürger*innen) nicht angehören und deren spezifisches Wissen ihnen u.U. abgesprochen wird. Auch die Epistemic authority ist nicht statisch, sondern wird in der Interaktion ausgehandelt, kann sich dementsprechend verändern und verschieben (vgl. Weiser-Zurmühlen 2021: 66-67). Lediglich mit Blick auf die eigenen Gefühle, Stimmungen und Emotionen besitzt eine Person immer Epistemic authority, da es für Dritte weder die Möglichkeit gibt, Zugang zu diesem Wissen zu haben, noch es zu überprüfen (vgl. Reineke 2016: 46 f.).

Wie sicher sich eine Person ihres Wissens ist, kann sie durch entsprechende sprachliche Gestaltung ihrer Äußerungen – die Epistemic Modality (epistemische Modalität) – ausdrücken. Dazu stehen ihr verschiedene sprachliche Mittel zu Verfügung (vgl. Reineke 2016: 41), z.B. Modalverben („Raphaela dürfte das wieder organisieren“), Satzadverbien („Das organisiert vermutlich wieder Raphaela“), Modalpartikeln („Das organisiert wohl wieder Raphaela“), Verbmodus („Er teilte mit, dass Raphaela das wieder organisiere“)

und Verben mit wissensbezogener Bedeutung („Ich vermute, dass Raphaela das wieder organisiert“).

5/20

3.3 Bewerten und evaluative Positionierung

Bewerten hängt oft sehr eng mit (epistemischem) Positionieren zusammen, denn bestimmtes Wissen über etwas oder jemanden wird häufig als Rechtfertigung für (autoritative) Bewertungen herangezogen. Epistemische Positionierung und Bewerten sind also eng miteinander verflochten (vgl. Weiser-Zurmühlen 2021: 68; mit Bezug auf Ochs 1996). Bewerten bedeutet dabei, eine Person, ein Objekt oder einen Sachverhalt auf einer Skala zwischen den Polen negativ (-) und positiv (+) zu verorten (vgl. Hrnal 2020: 9). Die eigenen Präferenzen bzw. der eigene Geschmack in Übereinstimmung bzw. in Abgrenzung zu anderen kann über Bewertungen kommuniziert werden (vgl. Weiser-Zurmühlen 2021: 49).

Analog zur Epistemic stance kann eine Person hinsichtlich Bewertungen eine Evaluative stance (evaluative Haltung) als Ausdruck einer bestimmten Bewertung gegenüber jemandem oder etwas einnehmen (vgl. Weiser-Zurmühlen 2021: 44). Der Prozess des Einnehmens und gegebenenfalls interaktiven Aushandelns der Epistemic und/oder der Evaluative stance wird als Stance taking bezeichnet (vgl. Hrnal 2020: 39). Du Bois (2007) stellt diesen Prozess als relationales Dreieck zwischen initiierenden Subjekt, dem zu bewertenden Objekt und weiteren Interaktionsteilnehmenden dar. Dieses Konzept kann um eine epistemische Dimension erweitert werden, da auch geteiltes Wissen über eine solche Dreiecksbeziehung ausgehandelt wird (vgl. Weiser-Zurmühlen 2021: 44-45). Das Stance taking erfolgt danach auf zwei Ebenen: Das Subjekt bringt ein Objekt hervor (indem es das Objekt in den Fokus der Kommunikation rückt) und evaluiert es, indem es ihm einen Wert zwischen den Polen positiv und negativ zuweist. Zugleich vermittelt das Subjekt seine Haltung gegenüber dem Objekt an seine Mitinteragierenden, die – in Interaktion – darauf reagieren (müssen) (vgl. zu den interaktionalen Implikationen von Bewertungen etwa im Deutschen grundlegend Auer & Uhmann 1982).

4 Beispiel 1: YouTube – „Danke für das Ehrenamt!“

Das erste Beispiel für kommunale Dankesrituale in Sozialen Medien stammt von der Plattform YouTube. Das Ritual wird der bevorzugten Visualisierungsform der Plattform entsprechend als Video⁶ realisiert, worin den ehrenamtlich Engagierten der Stadt Viernheim von der Kommunalverwaltung singend gedankt wird. Das Video wurde Ende des Jahres 2020 auf YouTube hochgeladen, als das Pandemiegeschehen keine Veranstaltungen – und somit auch die üblicherweise stattfindenden Feierlichkeiten zur Ehrung der Ehrenamtlichen – nicht zuließ. Es ist der Kompensationsversuch eines traditionellen Rituals, wie es in den Jahren davor stattgefunden hat, und stellt gleichzeitig eine durchaus mutige mediale Innovation dar. Im Video sind abwechselnd mehrere Mitglieder der Stadtverwaltung (inklusive des Bürgermeisters) zu sehen, die zur Melodie des bekannten Liedes „The Lion Sleeps Tonight“ einen eigens geschriebenen Text als Dank an die ehrenamtlich Engagierten der Stadt singen. Durch die Schnitttechnik des Videos wird der Eindruck des gemeinsamen Singens erweckt, obgleich die Singenden sich erkennbar in verschiedenen Räumlichkeiten

⁶ YouTube, Stadt Viernheim, Bürger-schaftliches Engagement/Internationaler Tag des Ehrenamts: „Die Stadt sagt DANKE“. [Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des vorliegenden Beitrags war das Video auf dem YouTube-Kanal der Stadt Viernheim nicht mehr öffentlich gelistet, weshalb auf Angabe des Links verzichtet wird.], (letzter Zugriff am 23.02.2023).

7 Vgl. Selting et al. 2009.

8 Vgl. Marx/Weidacher 2014, Kap. 1.

9 Für einen Hinweis auf den karneva-
lesken Charakter im Sinne Bachtins
danken wir Maren Lickhardt, Mitglied
der AG 2.

befinden. Das Video wird durch eine ausführliche Videobeschreibung auf YouTube ergänzt. Der gesprochensprachliche Teil des audiovisuellen Video-Textes wurde in Form eines Basistranskripts nach GAT 2 transkribiert.⁷ Die Kommentare wurden durch Screenshots dokumentiert, wobei personenbezogene Daten mit Ausnahme von Personen des öffentlichen Lebens anonymisiert wurden.⁸

6/20

4.1 Analyse: Video und Videobeschreibung bei YouTube

Stance entfaltet sich hier innerhalb der Relationen zwischen der Stadt(-Verwaltung) als Ritualinitiator, den ehrenamtlich Engagierten als Empfangenden des Dankes und den Rezipierenden des Videos als Publikum. Hinsichtlich des geteilten bzw. vorausgesetzten Wissens wird sofort augenfällig, dass die Singenden im Video weder mit ihren Namen noch ihren Funktionen innerhalb der Stadtverwaltung kenntlich gemacht werden. Für die Adressierten besteht demnach die epistemische Erwartung, die Mitglieder anhand ihrer Erscheinung zu erkennen - eine Voraussetzung, die den Kreis der tatsächlich Adressierten innerhalb der potenziellen Rezipierenden deutlich einschränkt.

An dieser Stelle tritt eine beträchtliche Diskrepanz zum Vorschein: Einerseits wird der Kreis der Adressierten auf diese Weise drastisch verkleinert, andererseits präsentiert sich die Stadt(-Verwaltung) großen medialen Öffentlichkeiten, da prinzipiell alle YouTube-Nutzenden auf das Video zugreifen können. Durch Verlinkung und Verteilung auf anderen Plattformen sozialer Medien erreicht das Video potenziell noch größere Öffentlichkeiten. Diese Diskrepanz zwischen medialer Öffentlichkeit und demgegenüber stark eingeschränktem Adressiertenkreis wird auch von manchen Rezipierenden wahrgenommen und kritisch bewertet:

Hallo STADT VIERNHEIM, wenn Ihr so schafft wie Ihr singt... dann Gute Nacht Verne. Die ganze Welt kann das sehen, ist STADT VIERNHEIM das klar? Da braucht man schon viel Mut - so etwas zu veröffentlichen.
[...]

(YouTube, privates Profil, Datum unbekannt), Kommentar [1]

In epistemischer Hinsicht nimmt die Stadt in Anspruch, über ein gewisses popkulturelles Wissen zu verfügen, was sie gegenüber Dritten auch präsentiert. Auffallend ist der in der Videobeschreibung zu findende explizite Verweis darauf, dass es sich bei der Version von „The Lion Sleeps Tonight“, die im Video interpretiert wird, um die Musical-Adaption handelt: „aus dem Musical ‚König der Löwen‘“. Das Lied selbst wurde bereits 1939 von Solomon Linda komponiert, findet sich heute aber in zahllosen, unterschiedlichen Cover-Versionen. Eine davon ist die Musical-Adaption des Liedes. Die Stadtverwaltung nimmt – durchaus mit souverän-karnevalesker Selbstironisierung⁹ – für sich in Anspruch, einen Text zu kreieren, der auf die Melodie von „The Lion Sleeps Tonight“ gesungen passt, wobei die für den Song typischen Textwiederholungen – mit neuem Inhalt – ebenso beibehalten worden sind wie die eingängige Melodie, die zusammen einen Song mit „Ohrwurmcharakter“ entstehen lassen. Die Selbstzuschreibung der Kompetenz hinsichtlich der gesanglichen Performance wird vom Bürgermeister in der Videobeschreibung relativiert („ihr Bestes auf dem [...] ungewohnten Feld des Gesangs geben“), wodurch die Inanspruchnah-

me dieser Kompetenz und die Selbstpositionierung auch explizit ironisiert werden.

7/20

Bezüglich der epistemischen Autorität stützen sich die Vertreter*innen der Stadt auf ihre institutionelle Rolle als Stadtverwaltung. Das aktive Einnehmen dieser Rolle („Verschiedene Vertreter der Stadt“) mit Hervorhebung des Bürgermeisters als Kopf der städtischen Verwaltung unter den Beteiligten („einer der Sänger“) erlaubt ihnen erst den Anspruch, ein solches Dankesritual überhaupt durchführen zu dürfen.

Typisch für Rituale – sowohl im Video als auch in seiner Beschreibung – sind die überwiegend deklarativen und vor allem expressiven Sprechakte:

002 M1: DANke für das EHRenamt.

003 P1: die STADT dankt euch.

[...]

022 M1: ihr HELFT bis in die nacht,

(YouTube, Stadt Viernheim, 2020-12-05 – Video-Transkript), Ausschnitt [1]

Damit kann auch dieses Ritual im Erfolgsfall Gemeinschaft stiften, explizit werden Zusammenhalt („Vor allem hat man sich in den Vereinen [...] um den Zusammenhalt gekümmert“) und gegenseitige Hilfe („ihr HELFT bis in die nacht“) thematisiert.

Evaluativ positioniert sich die Stadtverwaltung, indem sie das Ehrenamt mithilfe von Schlag- und Fahnenwörtern (Panagl 1998) diskursiv in einen größeren politischen Kontext einbettet und ihm dadurch einen Wert über die reine Hilfe für Viernheimer Bürger*innen hinaus zuschreibt, beispielsweise in Vers 062:

062 M4: die geSELLschaft braucht euch sehr;

(YouTube, Stadt Viernheim, 2020-12-05 – Video-Transkript), Ausschnitt [2]

In der gleichen Strophe erhält das Fahnenwort „Demokratie“ einen eigenen Vers, der syntaktisch nicht mit den Versen zuvor verbunden ist: „ohne euch wär VIEL nicht mehr; demokraTIE“. Auch in Phrasen wie „Verantwortung für das Gemeinwohl“ lässt sich eine Zuschreibung an die Ehrenamtlichen erkennen, die politisch-normativ geprägt ist, indem sie das Gemeinwohl und nicht die individuellen Interessen hervorhebt.

4.2 Analyse ausgewählter Kommentare

Die Auswahl der Kommentare gibt einen Überblick über verschiedene epistemische und evaluative Positionen, die von den Kommentarautor*innen eingenommen wurden.

4.2.1 Ironisch-humoristische Kommentare

Eine ganze Reihe der Kommentare unter dem Video sind von ironischem und/oder humoristischem Charakter. In dieser Hinsicht ist zudem auffallend, dass ironische Kommentare häufig sehr populär sind und viele Inter-

aktionen (in Form von „Mag ich“-Markierungen – YouTubes Bezeichnung für Likes – und Kommentarantworten) generieren. Die meisten Likes erhielt Kommentar [2]:

8/20

Kommentar: Matthias Baaß der G dropt lines sicker als Leukämie

Reply: Iso einfach zu wyld brrrrr skrrre (YouTube, private Profile, Datum unbekannt), Kommentar [2]

Die Kommentarautor*in setzt sich selbst (wie in den folgenden Kommentaren auch) bezüglich Stance in Relation zum Bürgermeister, den gewürdigten Ehrenamtlichen und den anderen Rezipierenden der Kommentare bzw. des Videos. Innerhalb dieser Relationen wird Epistemic authority gleich in mehrfacher Hinsicht beansprucht: Die Nutzung von Jugend- und HipHop-/Rap-spezifischer Sprache wie „der G [der Gangster] dropt lines“ demonstriert einen primären Zugang und „Insider“-Wissen zu dieser Community. Die Autor*in der Reply macht deutlich, dass er*sie ebenfalls über Zugang zu diesem Wissen verfügt, indem sich die Antwort dem gleichen sprachlichen Stil bedient. Darunter ist auch das Onomapoetikum „brrrrr skrrre“, das den Laut quietschender Reifen bzw. driftender Autos nachahmen soll (vgl. etwa giga.de, Martin Maciej, 2021-10-13).

Neben dem Zugang zu dem situativ relevanten Wissen wird in der Reply so außerdem angezeigt, dass die Äußerung im Ausgangskommentar verstanden wurde – es handelt sich um Grounding, das über semantisches Verständnis realisiert wird. Ebenfalls positionieren sich beide Autor*innen epistemisch als Teil der Viernheimer Kommune. Auf den Bürgermeister wird mit seinem Namen referiert, was dessen Kenntnis voraussetzt. Vor allem aber wird die Funktion der Person als Bürgermeister nicht erwähnt, dieses Wissen wird im Ausgangskommentar demonstriert und als für dessen Verständnis vorausgesetztes Wissen behandelt.

Die Evaluative stance kommt vor allem durch die Ironie der Äußerung zum Ausdruck. Die Nutzung der HipHop-/Rap-Sprache ist durch das Video nicht angezeigt, was den Kommentar inhaltlich wie stilistisch überzogen erscheinen lässt. Der Kommentar verfolgt den Zweck des Teasings (Kotthoff 2007). Der Bürgermeister soll hier scherzhaft herausgefordert werden. Teasing gehört zur Nähekommunikation, denn es setzt eine gewisse Vertrautheit zwischen den Beteiligten voraus, damit die darin verborgene Kritik nicht gesichtsbedrohend wirkt. Im Falle der öffentlichen Online-Kommunikation ist es jedoch eher unwahrscheinlich, dass die Beteiligten (Bürgermeister und Kommentarautor*in) miteinander vertraut sind. Daher ist es fraglich, ob es sich tatsächlich um freundlich-freundschaftliche Interaktion handelt oder ob das kommunikative Verhalten nicht eher als distanzlos zu werten ist. In der Reply schließt sich eine der Erstbewertung folgende Zweitbewertung (Auer/Uhmann 1982) an, die evaluativ die Position des Ausgangskommentars teilt („Iso“) und sie zusätzlich einem Upgrading unterzieht („einfach zu wyld“).

4.2.2 Negative Kommentare

Kritische und negativ evaluierende Kommentare ohne Ironie finden sich erwartungsgemäß ebenfalls unter dem Video:

Cringe over 9000.

ALTER was habt ihr euch bei sowas gedacht?!
(YouTube, privates Profil, Datum unbekannt), Kommentar [3]

9/20

Bezüglich der Epistemic stance positioniert sich die Kommentarautor*in so, dass er*sie als vertraut mit in den Sozialen Medien typischen sprachlichen Konventionen hervortritt. Im Kommentar wird das einerseits durch den Gebrauch des populären Memes „over 9000“ deutlich. Seinen Ursprung hat das Meme im Anime „Dragonball Z“, wo mit dieser Äußerung auf die Kampfkraft des Hauptcharakters referiert wird. In Sozialen Medien wird das Meme verwendet, um einen bestimmten Sachverhalt stark zu übertreiben bzw. ein äußerst großes Ausmaß oder eine hohe Anzahl auszudrücken (vgl. etwa giga.de, Martin Maciej, 2015-10-21). Memes stellen so einen potenziellen Common Ground in den Sozialen Medien dar, da bei ihrer Verwendung (meist) keine Kenntnis über ihren popkulturellen Ursprung vorausgesetzt wird, wohl aber über ihre Bedeutung und Verwendung innerhalb der Sozialen Medien, die auch mehr oder weniger stark von seinem Ursprung losgelöst sein kann (vgl. Osterroth 2019: 44).

Andererseits positioniert sich die Autor*in als vertraut mit Konventionen in Sozialen Medien, indem im Kommentar Nähekommunikation inszeniert wird: Die Interjektion „ALTER“, die umgangssprachlich tendenziell nur in Situationen genutzt wird, in denen die Beteiligten miteinander vertraut sind sowie die Adressierung der Stadtverwaltung mit den Pronomen ihr und euch erschaffen die Illusion von Nähe zwischen den Interaktionsbeteiligten. Dabei muss für den zweiten Aspekt einschränkend angemerkt werden, dass Duzen in Sozialen Medien – auch unabhängig von persönlicher Bekanntheit oder sozialem Status der angesprochenen Person – die gängige Praxis ist.

Die Evaluative stance ist auch hier durch Distanzlosigkeit gekennzeichnet. Die Mitglieder der Stadtverwaltung bzw. die Singenden werden, wie bereits bemerkt, direkt angesprochen, die negative Bewertung wird durch die pejorative rhetorische Frage zum Ausdruck gebracht. Zuvor wird die Performance schon als „Cringe“ bezeichnet.

Im folgenden Kommentar wird das Video der Stadtverwaltung ebenfalls negativ bewertet, allerdings nicht unter der Verwendung von direkter Adressierung, sondern durch eine Stereotypisierung:

Deutsche kann doch niemand mehr ernst nehmen.

(YouTube, privates Profil, Datum unbekannt), Kommentar [4]

Dieser Kommentar ist vor allem hinsichtlich der Evaluative stance interessant. Die Autor*in greift ein negativ konnotiertes Stereotyp über „Deutsche“ auf, die „niemand mehr ernst nehmen“ könne. Die Viernheimer Stadtverwaltung steht dabei Modell für die Gesamtheit der Deutschen, wofür eine stark verallgemeinernde Typisierung in Anspruch genommen wird. Gleichzeitig positioniert sich die Autor*in außerhalb der Gruppe der „typisch“ Deutschen, denn würde er*sie sich als diesen zugehörig positionieren, würde das die Glaubwürdigkeit des Kommentars untergraben. Es wird der epistemische Anspruch an eine „ernsthafte“ Kommunikation der Stadtverwaltung gestellt, den das dargebotene Angebot nicht erfüllt.

Indirekt wird so auch die präsentierte Form der Danksagung bzw. der Ritualdurchführung als nicht angemessen bewertet. Die Kommentarautor*in beansprucht darüber hinaus auch die evaluative Autorität, entscheiden zu können, welche Form der Kommunikation dem Zweck angemessen ist und was als ernsthafte Kommunikation gelten kann.

4.2.3 Positive Kommentare

Neben den negativ evaluierenden Kommentaren finden sich auch positive Reaktionen.

Wunderschön. Vielen Dank dafür, dass wir von Herzen lachen konnten. Sehr gute Idee und liebevoll umgesetzt.

(YouTube, privates Profil, Datum unbekannt), Kommentar [5]

Die Autor*in evaluiert das Video explizit stark positiv: „Wunderschön“, „sehr gute Idee“, „liebevoll umgesetzt“. Die Evaluative stance steht hier in direktem Zusammenhang mit der Fremdpositionierung der Stadtverwaltung, denn durch die Bewertung („sehr gute Idee“, „liebevoll umgesetzt“) spricht die Autor*in Viernheims Stadtverwaltung Amateur-Kompetenz zu. Es wird nicht erwartet, dass das Video professionell aufbereitet ist, weder hinsichtlich des Gesangs noch der Videobearbeitung, vielmehr macht nach dieser Bewertung gerade der geringe Grad an Professionalisierung den humorvollen Charme des Videos aus („dass wir von Herzen lachen konnten“).

Auffallend ist der epistemische Anspruch, mit einem wir für eine Gruppe zu sprechen bzw. die Evaluierung im Namen einer Gruppierung vorzunehmen, wobei die Extension dieser Gruppe aber vage bleibt. Wir könnte in diesem Fall die Kommentarautor*in und sein*ihre persönliches Umfeld umfassen, ebenso aber könnte wir sich auf die Bürger*innen von Viernheim beziehen, oder aber – in der größtmöglichen Extension – auf die (potenziellen) Rezipierenden des Videos. Mit steigender Extension des wir steigt in der Interpretation auch die evaluative Autorität der Autor*in, indem die Bewertung für immer größere Gemeinschaften als gültig erklärt wird.

Dieser Kommentar ist einer der wenigen, in dem die Stadtverwaltung direkt (und nicht lediglich rhetorisch wie im vorherigen Kommentar adressiert wird im Sinne von Interaktion miteinander und nicht übereinander, und auch, indem Dank zurückgegeben wird: „Vielen Dank dafür“. Dieses kommunikative Verhalten erinnert an traditionell durchgeführte Rituale, bei denen der Dank häufig auch in irgendeiner Form erwidert wird (vgl. Antos 1986: 61).

4.2.4 Kontroverse Kommentare

Die Rezipierenden treten unter dem Video weniger häufig miteinander durch Kommentarantworten in Interaktion als durch Likes. Wird die Interaktionsmöglichkeit durch Kommentare genutzt, entstehen mitunter Kontroversen unter den Kommentierenden:

Kommentar: Himmel hilf! Man schämt sich abgrundtief fremd...wie wäre es mit schönen Plakaten, einem Daumenkino o.ä. gewesen?

Reply: Du bist kein wahrer Viernheimerr (YouTube, private Profile, Datum unbekannt), Kommentar [6]

Die Evaluierung durch Autor*in des Ausgangskommentars stellt dem Video ein eindeutig schlechtes Zeugnis aus, was durch verschiedene, pejorativ eingesetzte sprachliche Mittel verstärkt wird („Himmel hilf!“, „schämt sich abgrundtief fremd“). Für diese Bewertung erhebt die Autor*in einen allgemeinen Gültigkeitsanspruch, ausgedrückt durch das Pronomen man. Die Autor*in beansprucht Epistemic authority in der Frage, was für eine Stadtverwaltung als angemessene Kommunikation zu gelten habe. Diese Selbstpositionierung wird vorgenommen, indem Alternativvorschläge („schön[e] Plakat[e]“, „Daumenkino“) zu dem Gezeigten gemacht werden. Die Epistemic authority dient auch als Rechtfertigung für die eingenommene Evaluative stance, indem sie nicht als reines Geschmacksurteil realisiert wird, für die kein allgemeiner Gültigkeitsanspruch erhoben werden kann (vgl. Hrnca 2020: 13).

Die Autor*in der Reply teilt die im Ausgangskommentar vertretene Meinung nicht und widerspricht aktiv. Der dort erhobene Anspruch auf Epistemic authority wird in der Reply nicht akzeptiert mit der Begründung, die Autor*in des Ausgangskommentars sei „kein wahrer Viernheimerr“. Durch diese Fremdpositionierung außerhalb des inneren Kreises der Viernheimer wird die erste Kommentarautor*in gezielt ausgegrenzt und ihm*ihr der Anspruch auf Epistemic authority in dieser Hinsicht aberkannt, wodurch auch die Rechtfertigung der Evaluierung hinfällig wird. Die Zugehörigkeit zur Viernheimer Kommune wird als (in diesem Fall nicht vorhandene) Bewertungsvoraussetzung behandelt. Gleichzeitig positioniert sich die Autor*in der Reply innerhalb des Kreises der Viernheimer*innen, wodurch die Epistemic und die Evaluative authority zu ihm*ihr selbst verschoben wird, da er*sie im Gegensatz zur Autor*in des Ausgangskommentars die nötigen Voraussetzungen erfülle.

5 Beispiel 2: Facebook – „Hamsterkauf“

5.1 Posting des Bürgermeisters

Beispiel 2 dokumentiert den Versuch des Bürgermeisters, unter Corona-Distanzbedingungen Zusammenhalt stiftende Rituale in den Kontext sozialer Medien zu übertragen und die Rituale dabei zu popularisieren und zu demokratisieren.¹⁰ Der öffentliche Dank an verdiente Bürger*innen und organisationale Agierende, die sich in der Krise verdient gemacht haben, soll nicht nur durch den Amtsträger in Form performativer Sprechakte erfolgen – vielmehr wird jede*r Bürger*in eingeladen, öffentlich auf der Facebook-Seite des Bürgermeisters, anderen Bürger*innen Dank zu zollen und sie auf diese Weise zu ehren. Das „mehrfach rückgekoppelte System von Geben und Nehmen“, das Antos (1987: 19) für traditionelle Grußworte ausgemacht hat, erreicht so eine neue Komplexitätsstufe. Das Posting des Bürgermeisters und hierauf bezogene Kommentare einschließlich Interaktionen unter den Kommentierenden wurden durch Screenshots dokumentiert, wobei personenbezogene Daten mit Ausnahme von Personen des

¹⁰ Vgl. für eine frühere Analyse, die hier mit Blick auf die epistemische Dimension fortgeführt wird, Habscheid/Vogel 2021, Abschnitt 3.3.

In einem Diskurskontext zu Beginn der Pandemie, in dem viel von problematischen „Hamsterkäufen“ die Rede war, leitet der Bürgermeister zur Gewinnung von Aufmerksamkeit ein solches neuartiges Dankesritual scherzhaft mit einem Verweis auf den Hamsterkauf-Diskurs ein („Mal ein wirklich sinnvoller Hamsterkauf [...]“):



(Facebook, Dirk Hilbert, 2020-03-23)

Abb. 1: „Hamsterkauf“ – Posting des Bürgermeisters [Ausschnitt]

Die Auswahl der Geehrten („Gesundheitsamt“, „Infotelefon“) und der Hashtag-Bezug auf die Kampagne der Stadt für Zusammenhalt in der Krise, „#Ansteckender als Corona“, dient einer auf die Pandemie-Krise bezogenen, spezifischen Kontextualisierung des Dankesrituals. Der Post schließt mit der Aufforderung an die Bürger*innen, ihrerseits mit dem Rückenwind des Amtsträgers öffentliche Dankesrituale zu realisieren. Auch die medienabhängige Möglichkeit, den Dank anderer durch Likes öffentlich zu bekräftigen, trägt zu dieser Demokratisierung der öffentlichen Rituale bei, die Zusammenhalt stiften sollen.

Im Sinn der Epistemic stance stellt der Bürgermeister eine positionierende Relation zwischen sich selbst, den geehrten Mitarbeitenden und dem Publikum her. In der Dimension epistemischer Modalität wird durch den gradierenden Ausdruck wirklich große Gewissheit ausgedrückt. Die epistemische Autorität wird durch den primären bzw. exklusiven Zugang zu innerorganisatorischem Wissen ausgedrückt, aus der sich auch wissensbezogene Rechte und Verantwortlichkeiten ergeben. Zur Begründung des Dankes muss dieses Wissen hier expliziert werden.

Sehr ähnliche Relationen bestehen auch in der evaluativen Dimension, wobei mit Blick auf die deklarativen Gelingensbedingungen für den Sprechakt gleichsam Bewertungsrechte an die Bürger*innen delegiert werden, unter Beibehaltung der medialen Situation.

5.2 Ausgewählte Kommentare

Die Anschlusskommunikation ist, wie auch im Fall der YouTube-Kommentare gekennzeichnet durch Pluralität: Viele Bürger*innen setzen das Dankesritual des Bürgermeisters durch eigene öffentliche Dankesbekundungen an Personen in ihren persönlichen Netzwerken fort (vgl. z.B. die Äußerungen in Abb. 10) und begrüßen diese Praktiken wechselseitig (vgl. z.B. das an D051 adressierte Emoji in D052). Dabei stellen sie, im Sinne einer evaluativen und epistemischen Positionierung teils explizit, teils implizit eine vierstellige Relation zwischen sich selbst (Bürger*innen), dem BM (als eine Art Principal¹² für den generellen Sprechakt des kommunalen Dankes), den Gelobten und dem Publikum her.

12 Vgl. Goffman 1981: 144f. Dabei wird im Sinn eines Groundings implizit auch die traditionelle, asymmetrische Rollenverteilung bestätigt.



(Facebook, private Profile, Datum unbekannt)

Abb. 2: „Hamsterkauf“ – Kommentare [1]

In D048 wird durch den Ausdruck „ganz klar“ große Gewissheit im Sinn epistemischer Modalität hergestellt. Primäre Autorität mit Blick auf den exklusiven Zugang zu relevantem Wissen (K+) stützt sich in den Dankesritualen der Bürger*innen auf deren individuelle Alltagserfahrung, was durch Possessiv- und Personalpronomina der 1. Person Singular (mich, D048 und D051; ich, D052) angezeigt wird.

Der expressive Charakter des Sprechakts, der im Unterschied zum deklarativen eine offiziell legitimierte Rolle nicht voraussetzt, kann, wie im Beitrag von D053 (Abb. 11), durch Emojis und nicht-standardsprachliche Interpunktion in informeller Schriftlichkeit (vgl. zur Iteration von Ausrufezeichen Androutsopoulos 2018: 725) unterstrichen werden. Anders als in offiziellen, mündlichen und schriftlichen Dankesritualen kann es, wie in D275, zu Verschiebungen von Thema und Handlungsqualitäten kommen, wobei ganz andere Wissensbestände als Ressourcen herangezogen werden.

- D053**
 ♥️♥️ icken!!!! DANK!!!!
 an meine Kollegen in der Kita und alle anderen Pädagogischen Fachkräften!!!! Die, die Stellung halten und arbeiten, so nah mit den Kindern in der Notbetreuung zusammen!

1 J. Gefällt mir Antworten 1 🍌
- D055**
 Den Erzieherinnen, die ihre Gesundheit aufs Spiel setzen, um die (inzwischen ausgeweitete) Notbetreuung abzusichern. Ohne Schutz.

1 J. Gefällt mir Antworten 11 🍌🍌🍌
- D275**
 D055 ohne Schutz?
 Händewaschen und Desinfektion reichen doch aus...oder wollt ihr euch den kleinen Mäusen mit Mundschutz gegenüber setzen?

1 J. Gefällt mir Antworten 2 🍌🍌

(Facebook, private Profile, Datum unbekannt)
 Abb. 3: „Hamsterkauf“ – Kommentare [3]

Andere Bürger*innen äußern – ebenfalls im Rückgriff auf andere Wissensbestände, die aber kohärent in die Kommentierung des Dankesrituals eingebunden werden – die Kritik, dass es sich bei diesem Dank um eine nur symbolische und zwischenmenschliche Geste („eine Packung Süßigkeiten“) und nicht um eine organisationale Maßnahme im Umgang mit dem städtischen Personal („Weihnachtsgeld“) handelt. Solche Äußerungen stoßen ihrerseits auf Widerspruch, wobei der von populistischer Simplifizierung geprägte Charakter der Kritik ebenso zurückgewiesen wird wie die Exkludierung des Persönlichen im organisationalen Kontext (vgl. die Redensart „Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft“ in der Äußerung von D042).

- D040**
 Ich glaube, dass die Kolleginnen und Kollegen sich über ein paar Euro mehr Weihnachtsgeld sicher mehr freuen würden als über eine Packung Süßigkeiten.

1 J. Gefällt mir Antworten 15 🍌🍌🍌

D041
D040 Das Weihnachtsgeld bzw. die Jahressonderzahlung ist tariflich vorgegeben und kann nicht einfach willkürlich angepasst werden. Schließlich werden die MitarbeiterInnen von Steuergeldern finanziert. Des Weiteren glaube ich, dass jede Form der Aufmerksamkeit und Anerkennung begrüßenswert ist, auch wenn es sich dabei nicht um Geld handelt.

1 J. Gefällt mir Antworten 21

D042
D040 kleine Geschenke erhalten die Freundschaft 😊

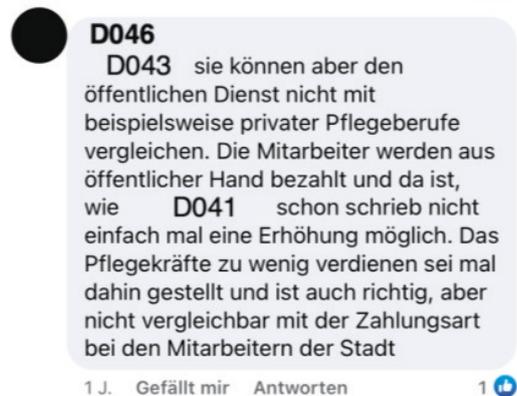
1 J. Gefällt mir Antworten 2

[...]

D043
D044 scheiß auf Anerkennung, wenn wie im Einzelhandel oder der Pflege, Menschen gerade so von ihrem "Lohn" Leben können bringt denen ein Dankeschön, von den Politikern die für diese desaströsen Zustände verantwortlich sind, herzliche wenig 🙄

1 J. Gefällt mir Antworten 1

D043
D044 meinen persönlichen Wert mache ich auch nicht an meiner Arbeit fest. Dennoch ist Anerkennung im Beruf etwas schönes, bringt nur nichts solange ich vom Gehalt nicht Miete mit allen Lebenshaltungskosten bezahlen kann. Geht auch nicht um irgendwas mit Nachhinein, sonder um endlich mal anständige Löhne in diesem Land und die deckelung von süffisanten Vorstandsgehältern!



(Facebook, private Profile, Datum unbekannt)
Abb. 4: „Hamsterkauf“ – Kommentare [2]

Die epistemische Modalisierung ist in der kontroversen Diskussion teilweise durch zurückhaltende Wissensansprüche geprägt, wenn etwa durch das Verb glauben in Verbindung mit einer ausdrücklichen sprachlichen Perspektivierung und Selbstpositionierung (vgl. Sandig 1986) ein geringerer Grad an Gewissheit angezeigt und so Verständigungsbereitschaft zum Ausdruck gebracht wird (D040, D041). Andere Äußerungen (z.B. von D046) und Teile von Äußerungen (z.B. die ersten Sätze in der Äußerung von D041) werden in einem Ton der Bestimmtheit und epistemischen Autorität (K+), z.T. auch evaluativ und epistemisch betont kompromisslos (z.B. im Fall der Äußerung von D043) vorgetragen. In beiden Fällen kommt es zu Zustimmung und Widerspruch. Den Gesamteindruck bestimmen kontroverse epistemische und evaluative Zuschreibungen und Positionierungen.

6 Popularisierung von Dankesritualen

Abschließend sollen die in der Analyse gewonnenen Erkenntnisse zur Transformation von Dankesritualen der Bürgermeister*innen-Kommunikation durch Verlagerung von traditionellen Ritualen in Soziale Medien und deren Eigenlogik vergleichend zusammengefasst werden. Zunächst lassen sich in den beiden Beispielen zwei unterschiedliche Popularisierungsstrategien erkennen, die sich unterschiedliche mediale Möglichkeiten der Sozialen Medien zu Nutze machen: Viernheim verfolgt die Strategie, popkulturelle Elemente und Humor in Verbindung mit den audiovisuellen Ressourcen von YouTube zu verwenden und setzt auf deren Attraktivität für die Generierung von – ihrerseits multimodaler – Kommentarinteraktion. Im Dresdner „Hamsterkauf“-Beispiel wird der Versuch unternommen, epistemische und evaluative Autorität, Zugänge, Rechte etc. an die Nutzenden des Sozialen Mediums zu delegieren. Der Bürgermeister fordert die mit ihm vernetzten Nutzenden auf, im Rahmen seines Facebook-Auftritts und unter seinem Posting ihrerseits wichtigen Mitmenschen für Leistungen im Kontext der Pandemie zu danken. In der Folge kommen noch mehr als im Fall Viernheims die sozialen und soziotechnischen Interaktionsverpflichtungen von Facebook zum Tragen. Die Anerkennungsrituale selbst werden hierbei, im Sinn einer Popularisierung 2. Ordnung, weiter demokratisiert und zugleich veralltäglich.

Dabei gibt der traditionelle Gatekeeper¹³ gleichsam freiwillig das Heft bis zu einem gewissen Grad aus der Hand, die prinzipielle normative Egalität der Bürger*innen in der Demokratie (vgl. Anm. 3) – einschließlich der auf Zeit gewählten Amtsträger*innen – wird zumindest im Kontext der Anerkennungsrituale symbolisch betont. Gleichzeitig büßen die Rituale an Exklusivität ein: Handelt es sich bei dem öffentlichen Dank und Lob des Bürgermeisters an bestimmte Mitarbeiter*innen der Verwaltung immerhin noch um eine besondere Würdigung im beruflichen Kontext, so erscheint das Lob der vielen für die vielen im Strom des Alltagslebens zwar immer noch bis zu einem gewissen Grad, aber deutlich weniger hervorgehoben. Gleich ist beiden Strategien, dass das Gelingen des Rituals bzw. dessen Popularisierung von den Nutzenden der Social Media-Plattformen öffentlich verhandelt werden. Prinzipiell können sich alle an den Aushandlungen beteiligen, die die jeweiligen Sozialen Medien als Registrierte nutzen und, im Fall von Facebook, entsprechend vernetzt sind. Hauptsächlich geschieht das durch Kommentare, auf die dann wiederum mit Kommentarantworten bzw. Repls reagiert werden kann. Die Obligation, auf Bewertungen mit Folgebewertungen zu antworten, ist im Fall interpersonaler Anreden höher als bei der Adressierung eines anonymen Kollektivs, aber auch dann nicht ganz aufgehoben.

Im Dresden-Beispiel wird durch die indirekte Aufforderung „Wem möchten Sie in diesen Tagen Danke sagen?“ der Zugzwang erhöht. Mit Blick auf die epistemische Dimension unterscheiden sich Soziale Medien von privater Face-to-Face-Kommunikation auch dadurch, dass eine geteilte interpersonale Kommunikationsgeschichte seltener gegeben und die Anzahl der (potenziell) an der Interaktion Beteiligten sowie ihre soziokulturelle Diversität typischerweise höher ist. Über geteiltes Wissen bzw. Common Ground, auf dessen Basis das Stance taking erfolgt, können von den Beteiligten daher oft (zunächst) nur vage Annahmen getroffen werden.

In diesem Zusammenhang lässt sich an dem hier untersuchten Material die Beobachtung machen, dass die epistemischen und evaluativen Positionierungen der einzelnen Nutzenden sehr heterogen sind und teilweise äußerst kontrovers aufeinandertreffen. Die oft befürchteten „Blasen“ („Bubbles“), in denen eine einheitliche Meinung bzw. Einstellung gegenüber bestimmten Dingen, Personen und Sachverhalten vorherrscht (vgl. Bruns 2022: 33), lassen sich im vorliegenden Material gerade nicht ausmachen.

Neben der öffentlichen Verhandlung des Rituals stellt sich mit der Popularisierung vielmehr eine möglicherweise problematische Diskrepanz ein, nämlich die zwischen einem begrenzten Adressatenkreis (Bedankte, Bürger*innen einer Kommune etc.) und den breiten medialen Öffentlichkeiten der Sozialen Medien. Das kann bei der Verhandlung des Rituals, z.B. bezüglich der Angemessenheit von Handlungsrepertoire und Stil, zum Tragen kommen.

Die Frage nach der stilistischen Angemessenheit stellt sich auch angesichts der gegenüber traditionellen Ritualen vielfältigeren Kompositionsmuster ‚popularisierter‘ Rituale. Was in bestimmten Ritualen enthalten sein muss, was enthalten sein kann, was als angemessene Übermittlung gilt, ist nicht mehr bestimmten Traditionen unterworfen und daher weniger vorher-sagbar, als es in herkömmlichen Ritualen der Fall ist (vgl. Antos 1987: 20). Neue Kompositionsmuster müssen erprobt und mit bzw. in der Anschluss-

kommunikation unter Rezipierenden ausgehandelt werden, bevor eine Aussage über ihr Gelingen getroffen werden kann. Wie besonders im Fall des Dresdener Beispiels können die Gelingensbedingungen für deklarative Sprechakte im Zuge der Popularisierung und Demokratisierung der Rituale herabgestuft werden. Festhalten lässt sich aber, dass auch in popularisierten Ritualen die Expressivität als ein Hauptmerkmal der Rituale erhalten bleibt (vgl. Antos 1987: 11).

An dieser Stelle nicht zu beantworten ist die Frage, ob es sich bei den beobachteten Formen der Popularisierung nur um eine vorübergehende Anpassung an die Corona-Krise handelte oder zugleich auch um Beispiele für einen Umgang mit der Krise der politischen Repräsentation (landläufig diskutiert unter dem Begriff „Populismus“), die durch Corona nur verschärft wurde.¹⁴ Auch muss die Frage einstweilen offen bleiben, ob es sich bei den beobachteten mediengebundenen Popularisierungsverfahren für Dankesrituale auf einer abstrakteren Ebene um Trends in der Ausbildung von Praktiken im Kontext der Transformationen des Populären handelt. Zur Beantwortung dieser Fragen sind Untersuchungen anhand weiterer Daten zur Bürgermeisterkommunikation in Sozialen Medien erforderlich, solche Untersuchungen können auf der Basis der im vorliegenden Beitrag entwickelten und erprobten Heuristik, Methodik und Kategoriensysteme angegangen werden.

7 Literatur

- Androutsopoulos, Jannis (2018): „Digitale Interpunktion: Stilistische Ressourcen und Soziolinguistischer Wandel in der Informellen Digitalen Schriftlichkeit von Jugendlichen“, in: Ziegler, Arne (Hg.): *Jugendsprachen/ Youth Languages. Aktuelle Perspektiven internationaler Forschung/Current Perspectives of International Research*. Berlin, Boston: de Gruyter, S. 721–748.
- Antos, Gerd (1987): „Grußworte in Festschriften als ‚institutionale Rituale‘“, in: Klein, Wolfgang (Hg.): *Sprache und Ritual. Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik (LiLi) 65*, S. 9–40.
- Antos, Gerd (1986): „Zur Stilistik von Grußworten“, in: *Zeitschrift für germanistische Linguistik 14*, S. 50–81.
- Auer, Peter/Uhmann, Susanne (1982): „Aspekte der konventionellen Bewertung“, in: *Deutsche Sprache 10*, S. 1–32.
- Bachtin, Michail (1969): *Literatur und Karneval. Zur Romantheorie und Lachkultur*. München: Hanser.
- Bruns, Axel (2022): „Echo Chambers? Filter Bubbles? The Misleading Metaphors that Obscure the Real Problem“, in: Pérez-Escobar, Marta/Noguera-Vivo, José Manuel (Hg.): *Hate Speech and Polarization in Participatory Society*. Milton Park, Abingdon, Oxon, New York: Routledge, S. 33–48.
- Clark, Herbert H. (1996): *Using Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Döring, Jörg et al. (2021): „Was bei vielen Beachtung findet. Zu den Transformationen des Populären“, in: *Kulturwissenschaftliche Zeitschrift 6*, Nr. 2, 1–24. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/18843>.
- Du Bois, John W. (2007): „The stance triangle“, in: Englebretson, Robert (Hg.): *Stancetaking in Discourse*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins, S. 139–182.
- Gehne, David H. (2012): *Bürgermeister. Führungskraft zwischen Bürgerschaft, Rat und Verwaltung*. Stuttgart: Boorberg.

14 Zur zweifachen Krise Habscheid/Vogel 2021.

Goffman, Erving (1981): *Forms of Talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Habscheid, Stephan/Vogel, Friedemann (2021): „Eine Krise in der Krise: Corona-Krisenkommunikation von Bürgermeister*innen in Deutschland“, in: *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 51, S. 505–528. <https://doi.org/10.1007/s41244-021-00208-0>.

Holmes, Janet (2005): “When Small Talk is a Big Deal: Sociolinguistic Challenges in the Workplace”, in: Long, Michael H. (Hg.): *Second Language Needs Analysis*. New York: Cambridge University Press, S. 344–372.

Hrnčal, Christine (2020): *Bewertungsinteraktionen in der Theaterpause. Eine gesprächsanalytische Untersuchung von Pausengesprächen im Theaterfoyer*. Berlin, Boston: de Gruyter.

Kotthoff, Helga (2007): „Oral Genres of Humor: On the Dialectic of Genre Knowledge and Creative Authoring“, in: *Pragmatics* 17/2, S. 263–296.

Marx, Konstanze/Weidacher, Georg (2014): *Internetlinguistik. Ein Lehr- und Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr.

Mondada, Lorenza (2013): „Displaying, contesting and negotiating epistemic authority in social interaction: Descriptions and questions in guided visits“, in: *Discourse Studies* 15/5, S. 597–626.

Ochs, Elinor (1996): “Linguistic Resources for Socializing Humanity”, in: Gumperz, John Joseph (Hg.): *Rethinking Linguistic Relativity*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 407–438.

Osterroth, Andreas (2019): „How to do things with memes? – Internet-Memes als multimodale Sprechakte“, in: Bülow, Lars/Johann, Michael (Hg.): *Politische Internet-Memes – Theoretische Herausforderungen und empirische Befunde*. Berlin: Frank & Timme, S.41–60.

Panagl, Oswald (1998): „Fahnenwörter, Leitvokabeln, Kampfbegriffe: Versuch einer terminologischen Klärung“, in: Panagl, Oswald (Hg.): *Fahnenwörter der Politik. Kontinuitäten und Brüche*. Wien, Köln, Graz: Böhlau, S. 13–22.

Reineke, Silke (2016): *Wissenszuschreibung in der Interaktion. Eine gesprächsanalytische Untersuchung impliziter und expliziter Formen der Zuschreibung von Wissen*. Heidelberg: Universitätsverlag Winter.

Sandig, Barbara (1996): „Sprachliche Perspektivierung und perspektivierende Stile“, in: *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 26 (102), 36–63.

Selting, Margret et al. (2009): *Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2 (GAT 2)*. <http://www.gespraechsforschung-ozs.de/heft2009/px-gat2.pdf>.

Stollberg-Rilinger, Barbara (2013): *Rituale*. Frankfurt, New York: Campus.
van Rahden, Till (2019): *Demokratie. Eine gefährdete Lebensform*. Frankfurt am Main: Campus.

Weiser-Zurmühlen, Kristin (2021): *Vergemeinschaftung und Distinktion. Eine gesprächsanalytische Studie über Positionierungspraktiken in Diskussionen über TV-Serien*. Berlin, Boston: de Gruyter.

8 Online-Quellen

Facebook, Dirk Hilbert, 2020-03-23, <https://www.facebook.com/Stadt.Dresden.Oberbuergemeister/> [letzter Zugriff 23.02.2023].

giga.de, Martin Maciej, 2015-10-21, 09:58: „It’s over 9000: Bedeutung des Memes“. <https://www.giga.de/extra/netzkultur/specials/it-s-over-9000-bedeutung-des-memes/> [letzter Zugriff: 23.02.2023].

giga.de, Martin Maciej, 2021-10-13, 15:09: „Was heißen ‚scurr‘, ‚skrrt‘ oder

„skr skr?“: <https://www.giga.de/extra/netzkultur/specials/was-heisst-scurr/> [letzter Zugriff: 23.02.2023].
YouTube, private Profile, Datum unbekannt. [letzter Zugriff: 23.02.2023, Video zum Zeitpunkt der Veröffentlichung nicht mehr öffentlich gelistet].
YouTube, Stadt Viernheim, 2020-12-05: „Bürgerschaftliches Engagement/ Internationaler Tag des Ehrenamts: ‚Die Stadt sagt DANKE‘“. [letzter Zugriff: 23.02.2023; Video zum Zeitpunkt der Veröffentlichung nicht mehr öffentlich gelistet].

20/20

9 Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: „Hamsterkauf“ – Posting des Bürgermeisters [Ausschnitt]
Facebook, Dirk Hilbert, 2020-03-23. <https://www.facebook.com/Stadt.Dresden.Oberbuergemeister/> [letzter Zugriff 23.02.2023].
Abb. 2: „Hamsterkauf“ – Kommentare [1]
Facebook, private Profile, Datum unbekannt. <https://www.facebook.com/Stadt.Dresden.Oberbuergemeister/> [letzter Zugriff 23.02.2023].
Abb. 3: „Hamsterkauf“ – Kommentare [3]
Facebook, private Profile, Datum unbekannt. <https://www.facebook.com/Stadt.Dresden.Oberbuergemeister/> [letzter Zugriff 23.02.2023].
Abb. 4: „Hamsterkauf“ – Kommentare [2]
Facebook, private Profile, Datum unbekannt. <https://www.facebook.com/Stadt.Dresden.Oberbuergemeister/> [letzter Zugriff 23.02.2023].