



# Studienabschlussarbeiten

Fakultät für Sprach- und  
Literaturwissenschaften

Lepka, Diana:

Digitales Stance Taking als Metasprachliche  
Identitätsarbeit in Sozialen Medien

## **Masterarbeit, Sommersemester 2023**

Gutachter\*in: Werani, Anke

Fakultät für Sprach- und Literaturwissenschaften

Department 2

M.A. Cultural and Cognitive Linguistics

Ludwig-Maximilians-Universität München

<https://doi.org/10.5282/ubm/epub.108436>



LUDWIG-  
MAXIMILIANS-  
UNIVERSITÄT  
MÜNCHEN



# **Phonetik & Psycholinguistik**

## **Münchner Beiträge zur Sprachwissenschaft**

Abschlussarbeiten zur Erlangung des akademischen Grades  
eines Master of Arts (M.A.)

### **Digitales Stance Taking als Metasprachliche Identitätsarbeit in Sozialen Medien**

**Diana Lepka**

**betreut von Prof. Dr. Anke Werani**

**Band 5**

**2023**

## Kurzfassung

Die stetige Digitalisierung und die wachsende Bedeutung von sozialen Medien haben neue Dimensionen für die Positionierung und Identitätskonstruktion hervorgebracht, da das technische Interface verschiedene semiotische Ressourcen zur Verfügung stellt. Dies spiegelt sich in der Art und Weise wider, wie persönliche Meinungen online vermittelt und konstruiert werden. Diese Erkenntnisse werfen die Frage auf, wie der Positionierungsprozess bzw. das stance taking (Du Bois 2007; Spitzmüller 2013) von den Akteuren in einer digitalen Umgebung gestaltet wird.

Diese Studie untersucht verschiedene theoretische Ansätze, darunter Metapragmatik (Silverstein 1993; Spitzmüller 2013), Multimodalität (van Leeuwen 2005), narrative Identität (Lucius-Hoene & Deppermann 2000), digitales Selbst (Zhao 2005), Patchwork-Identität und moderne Kohärenz (Keupp 1997; 2003; 2005), um das digitale stance taking in sozialen Medien zu analysieren. Die Forschungsfrage konzentriert sich darauf, wie digitales stance taking in sozialen Medien umgesetzt wird. Dabei wird nicht nur der verbale, sondern auch der metasprachliche Aspekt von technischen Reaktionsmöglichkeiten wie Likes, Kommentaren und Shares beleuchtet.

Die Forschung zielt darauf ab, ein tieferes Verständnis für die praktische Umsetzung des digitalen stance takings und dessen Auswirkungen auf die metasprachliche Identitätsarbeit zu entwickeln. Dies bedeutet, digitale Positionierung nicht nur auf der verbalen Ebene zu betrachten, sondern auch dahingehend, wie es mittels metasprachlicher Instrumente – Like-, Kommentar- oder Share-Angaben – gestaltet wird.

Die Ergebnisse dieser Arbeit werden in einem theoretisch konzeptionellen Modell zusammengeführt, um einen umfassenden Einblick in die komplexen Prozesse des digitalen stance takings und der metasprachlichen Identitätsarbeit zu bieten.

**Schlagwörter:** digitales Selbst, Identitätsarbeit, Metapragmatik, Multimodalität, Positionierung, stance taking

## Abstract

Constant digitalization and the growing importance of social media have created new dimensions for positioning and identity construction, since the technical interface provides various semiotic resources. This is reflected in the way personal opinions are communicated and constructed online. These findings raise the question of how the positioning process or stance taking (Du Bois 2007; Spitzmüller 2013) is shaped by actors in the digital environment.

This study explores various theoretical approaches, including metapragmatics (Silverstein 1993; Spitzmüller 2013), multimodality (van Leeuwen 2005), narrative identity (Lucius-Hoene & Deppermann 2000), digital self (Zhao 2005), patchwork identity and modern coherence (Keupp 1997; 2003; 2005), to analyze digital stance taking in social media. The research question focuses on how digital stance taking is implemented in social media. Not only the verbal, but also the meta-linguistic aspects of technical reactions such as likes, comments and shares are analyzed.

The research aims to develop a deeper understanding of the practical implementation of digital stance taking and its effects on meta-linguistic identity work. This means considering digital positioning not only on a verbal level, but also in terms of how it is shaped by means of meta-linguistic tools such as likes, comments and shares.

The results of this work are summarized in a theoretical conceptual model to provide a comprehensive insight into the complex processes of digital stance taking and meta-linguistic identity work.

**Keywords:** digital self, identity work, metapragmatics, multimodality, positioning, stance taking

# Inhaltsverzeichnis

<b>Kurzfassung</b> .....	<b>2</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>3</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>4</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>6</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>7</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>8</b>
<b>2 Grundannahmen der Positionierungs- und Identitätsforschung</b> .....	<b>11</b>
2.1 Zur Entwicklung der Positionierungstheorie .....	11
2.2 Theoretischer Rahmen der modernen Identitätsforschung .....	14
2.2.1 Narrative Identität.....	15
2.2.2 Digitales Selbst.....	17
2.2.3 Patchwork-Identität .....	19
2.3 Beurteilung der modernen Kohärenz und anderen relevanten Konzepten für die Identitätsforschung.....	22
2.4 Zu den modernen digitalen „Kohärenz“-Bedingungen .....	23
<b>3 Theoretische Grundlagen des Stance Takings</b> .....	<b>25</b>
3.1 Unterschiedliche Auffassungen des Stance-Konzepts .....	25
3.2 Wissenschaftliche Modellierung des stance takings .....	29
3.3 Stance taking als ein metapragmatischer Prozess .....	32
3.4 Zum Zusammenhang zwischen dem metapragmatischen stance taking und moderner Kohärenz.....	35
<b>4 Methode</b> .....	<b>37</b>
4.1 Fragestellung und Hypothese.....	37
4.2 Studiendesign.....	38

---

4.3 Rekrutierung und Beschreibung der Stichprobe .....	42
4.4 Auswertungsmethode .....	46
<b>5 Ergebnisse der statistischen Datenauswertung .....</b>	<b>49</b>
5.1 Deskriptive Ergebnisse der Likert-Skala-Auswertung .....	49
5.2 Ergebnisse der Clusterbildung und der inferenzstatistischen Auswertung .....	53
<b>6 Diskussion .....</b>	<b>57</b>
6.1 Like-, Kommentar- und Share-Angaben als Stance-Ausdrucksformen .....	57
6.2 Metasprachliche digitale Positionierung .....	58
6.3 Digitales stance taking als metasprachliche Identitätsarbeit .....	59
6.4 Einschränkungen und Ausblick .....	61
<b>7 Fazit .....</b>	<b>63</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>65</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Die Konstruktion der narrativen Identität (Lucius-Hoene & Deppermann 2000, S. 211).....	17
Abbildung 2: Patchwork-Identität (Keupp u.a. 2002, S. 10).....	20
Abbildung 3: Stance-Dreieck, nach Du Bois (2007, S. 163).....	30
Abbildung 4: Metapragmatische Positionierung (Spitzmüller 2013, S. 273) .....	33
Abbildung 5: Beitrag 1 „Wirkungen der Corona-Impfungen“ .....	40
Abbildung 6: Beitrag 2 „Kauf eines neuen Fahrrades“ .....	40
Abbildung 7: Beitrag 3 „Prognose für die globale Erwärmung“ .....	40
Abbildung 8: Private Aktivitäten in sozialen Medien.....	45
Abbildung 9: Ergebnisse der Likert-Skala-Auswertung .....	52
Abbildung 10: Ergebnisse der Clusterbildung von Ranking-Daten .....	55
Abbildung 11: Anpassung des Modells von Spitzmüller (2013).....	59
Abbildung 12: Digitales stance taking als metasprachliche Identitätsarbeit .....	60

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Untersuchungsleitende Hypothese .....	38
Tabelle 2: Übersicht der Items zur Selbstreflexion.....	41
Tabelle 3: Soziodemographische Merkmale der Stichprobe.....	42
Tabelle 4: Private Nutzung der sozialen Medien.....	44
Tabelle 5: Selbstreflexion (5-stufige Likert-Skala) .....	49
Tabelle 6: Mittelwertvergleich zwischen zwei Clustern von Ranking-Daten.....	53
Tabelle 7: Friedman-Test zur Überprüfung der Unterschiede hinsichtlich der Betrachtung von technisch bedingten Stance-Ausdrücken .....	55



## 1 Einleitung

Die diskursiven Praktiken, mit denen Menschen sich selbst und andere in der Kommunikation bewerten und darstellen, erweisen sich häufig als kompliziert und ambivalent. In einem solchen dialogischen Zusammenspiel zwischen Individuen und ihrem sozialen Umfeld werden persönliche Meinungen nicht nur vermittelt, sondern auch aktiv mitgestaltet. Dabei spiegelt sich die Fähigkeit, eigene Position an einen bestimmten Kontext anzupassen, in der Identitätsarbeit der Individuen wider, weil neue Bedingungen auch neue Akteursrollen voraussetzen. Eine wissenschaftliche Konzeption des Positionierungsprozesses ermöglicht daher einen empirischen Zugriff auf den verwandten Identitätsbegriff und lässt die Identitätsarbeit sowie die Dynamik des Identitätskonstrukts anhand der Kommunikation erforschen. Solche Analysen werden häufig im Rahmen der soziolinguistischen Theorie vom *stance taking* durchgeführt (Du Bois 2007; Spitzmüller 2013).

Durch die stetige Digitalisierung und die zunehmende Relevanz von sozialen Medien sind heutzutage neue Dimensionen der Positionierung und Identitätskonstruktion entstanden. Dies führt zu der Annahme, dass das *stance taking* im digitalen Umfeld anders gestaltet wird, weil das technische Interface verschiedene semiotische Ressourcen – neue Positionierungsmittel – zur Verfügung stellt. Gemäß der semiotischen Perspektive von van Leeuwen (2005) wird eine solche Bedeutungskonstruktion nicht nur durch verbale, sondern auch nonverbale Elemente wie Bilder, Likes, Kommentare und Shares geprägt. Darüber hinaus bedeutet das, dass die Art und Weise, wie diese semiotischen Ressourcen bzw. neue Positionierungsmittel verwendet werden und welche Bedeutung sie in einer Interaktion haben, von den sozialen Normen, kulturellen Werten und individuellen Interpretationen abhängen. Dementsprechend ist die Forschung im Bereich des digitalen *stance taking*s von großer Relevanz, da sie ein tieferes Verständnis dafür geben könnte, wie die Positionierung und die Identitätsarbeit in der digitalen Welt verwirklicht werden.

Daher lautet die Forschungsfrage dieser Masterarbeit folgendermaßen: Wie wird digitales *stance taking* in den sozialen Medien praktisch umgesetzt? Um eine solche explorative Fragestellung zu beantworten, werden in dieser Arbeit verschiedene wissenschaftliche Ansätze angewendet, u.a. Metapragmatik (Silverstein 1993; Spitzmüller 2013), Multimodalität (van Leeuwen 2005), narrative Identität (Lucius-Hoene & Deppermann 2000), digitales Selbst (Zhao 2005), Patchwork-Identität und moderne Kohärenz (Keupp 1997; 2003; 2005). Diese theoretischen Blickwinkel ermöglichen es, das Phänomen des

digitalen stance takings aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten und zusätzlich das metasprachliche Wesen von technischen Reaktionsmöglichkeiten zu begründen, um einen umfassenden Einblick in die praktische Umsetzung der Positionierung in den sozialen Medien zu gewinnen.

Um die Forschungsfrage evidenzbasiert zu beantworten und die damit verbundenen Hypothesen zu testen, wurde eine Online-Umfrage erstellt. Dabei wird die Annahme zugrunde gelegt, dass Like-, Kommentar- und Share-Angaben im Hinblick auf Silversteins Metapragmatik (1993) als metasprachliche Instrumente fungieren. Dies bedeutet, dass diese Reaktionsmöglichkeiten in den sozialen Medien nicht nur als Teile des technischen Interfaces dienen, sondern auch im Rahmen der Stance-Dyade reflexiv auf eine Art der Positionierung hinweisen. Die statistischen Ergebnisse der Umfrage dienen als empirische Grundlage der Arbeit, um die praktische Umsetzung des digitalen stance takings in den sozialen Medien zu erforschen und die Erkenntnisse aus der Theorieliteratur zu überprüfen.

Anhand der kritischen Auseinandersetzung mit den bereits vorhandenen Positionierungs- und Identitätstheorien sowie der statistischen Analyse bezogen auf die subjektive Wahrnehmung der technischen Reaktionsmöglichkeiten soll in dieser Arbeit versucht werden, eine Erweiterung des stance takings zu schaffen, mit dem expliziten Fokus auf den Positionierungsprozessen unter digitalen Bedingungen und damit verbundener Identitätsarbeit. Dies bedeutet unweigerlich, stance taking nicht nur als einen verbalen Kommunikationsakt zu betrachten, sondern auch dahingehend, wie es mittels metasprachlicher Instrumente – Like-, Kommentar- oder Share-Angaben – gestaltet wird. Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, relevante theoretische Erkenntnisse sowie Schlussfolgerungen der statistischen Auswertung in ein theoretisch konzeptionelles Modell einzugliedern, um der Erläuterung des digitalen stance takings in Bezug auf die metasprachliche Identitätsarbeit näher zu kommen.

Diese Arbeit ist wie folgt aufgebaut: Zunächst wird der aktuelle Stand der Positionierungs- und Identitätsforschung dargestellt. Als Nächstes wird eine kritische Auseinandersetzung mit der Theorie vom stance taking (Du Bois 2007), deren metapragmatischer Erweiterung (Spitzmüller 2013) und diversen wissenschaftlichen Auffassungen des Stance-Konzepts präsentiert. Dann folgt ein empirischer Teil der Arbeit zur Untersuchung der Rolle von Like-, Kommentar- und Share-Angaben bei der Online-Positionierung. Hierfür werden die Ergebnisse der erstellten Umfrage statistisch ausgewertet und

---

mit den theoretischen Erkenntnissen verglichen. Durch die Kombination vom theoretischen Hintergrundwissen und empirischer Datenerhebung wird abschließend ein Modell entwickelt, um die komplexe Natur des digitalen stance takings und seine Verbindung zur Identitätsarbeit in den sozialen Medien darzustellen. Dabei werden auch metasprachliche Aspekte der digitalen Dimension und der patchworkartigen Konstruktion von Identität berücksichtigt. Dadurch wird die Forschungsfrage, wie das digitale stance taking in den sozialen Medien praktisch umgesetzt wird, beantwortet.

## 2 Grundannahmen der Positionierungs- und Identitätsforschung

### 2.1 Zur Entwicklung der Positionierungstheorie

Grundlegende Arbeit zum Begriff der Positionierung hat Hollway (1984) unter Bezug auf Foucaults (1981) „Subjektposition“ geleistet, mit dem Ziel zu verstehen, wie kontrastive Diskurse unterschiedliche Positionen für Individuen zur Verfügung stellen. In diesem Paradigma wird entsprechend davon ausgegangen, dass die Subjektpositionen an diverse Machtverhältnisse angepasst werden. Dementsprechend sind die verorteten Deutungs- und Reflexionsfähigkeiten von dem eingesetzten Diskurs begrenzt, jedoch verursacht eine gewisse Multiplizität von möglichen Diskursen unterschiedliche Wahrnehmungs- und Interpretationsmuster, die ein dezentriertes Subjekt zur Folge haben:

*In der vorgeschlagenen Analyse manifestieren die verschiedenen Modalitäten der Äußerung, anstatt auf die Synthese oder auf die vereinheitlichende Funktion eines Subjekts zu verweisen, seine Dispersion. In den verschiedenen Statuten, an den verschiedenen Plätzen, in den verschiedenen Positionen, die es innehaben oder erhalten kann, wenn es einen Diskurs hält. In der Diskontinuität der Ebenen, von wo aus es spricht. Und wenn diese Ebenen durch ein Bezugssystem verbunden sind, wird dieses nicht durch die synthetische Aktivität eines mit sich selbst identischen, stummen oder jedem Sprechen vorhergehenden Bewusstseins hergestellt, sondern durch die Spezifität einer diskursiven Praxis. [...] man wird darin eher ein Feld von Regelmäßigkeit für verschiedene Positionen der Subjektivität sehen (Foucault 1981, S. 81-82).*

Foucaults Sichtweise betont die Vielschichtigkeit und kontextuelle Natur von Positionierungen eines Subjekts. Sein Ansatz legt nahe, dass die Positionierungen nicht durch ein einheitliches und stabiles Bewusstsein geprägt werden, sondern auch als Ergebnisse einer komplexen und dynamischen diskursiven Praxis betrachtet werden sollen, die von verschiedenen Faktoren und sozialen Normen beeinflusst werden. Die weiteren Aspekte der Diskursabhängigkeit von Subjekten wurden von Hollway (1984) beschrieben. Dabei wurde vorausgesetzt, dass ein genderspezifischer Diskurs a priori bestimmte Positionen für Männer und Frauen konstruiert, jedoch können die Subjekte diese Positionen mittels diskursiver Praktiken selbst aktiv herstellen:

*Discourses make available positions for subjects to take up. These positions are in relation to other people. Like the subject and object of a sentence (and indeed expressed*

*through such a grammar), women and men are placed in relation to each other through the meanings which a particular discourse makes available (Hollway 1984, S. 236).*

Somit unterstützt Hollway (1984) die Grundannahme von Foucault (1981), dass subjektive Positionen diskursiv produziert wurden. Im Vergleich zu Foucaults Perspektive, die die Vielfalt und Komplexität von Äußerungen und Diskursen betont, legt Hollway jedoch den Fokus auf die spezifischen Positionen und Beziehungen, die durch Diskurse geschaffen werden. Daher wurde die Positionierung laut Hollway (1984) teilweise von Akteuren mitgestaltet, was eine Rolle von individuellen Erfahrungen und Dispositionen hervorhebt. Beide Ansätze ergänzen sich und pointieren die soziale Konstruktion von Identitäten und die Rolle, die Diskurs in diesem Prozess spielt.

Eine wissenschaftliche Wende zur subjektzentrischen Betrachtung der Positionierung wurde von Davies und Harré (1990) in ihrem Aufsatz *Positioning: The Discursive Production of Selves* erreicht, indem Diskurse selbst als produzierte *story lines* von Subjekten fungieren:

*Positioning, as we will use it is the discursive process whereby selves are located in conversations as observably and subjectively coherent participants in jointly produced story lines. There can be interactive positioning in which what one person says positions another. And there can be reflexive positioning in which one positions oneself (Davies & Harré 1990, S. 48).*

Während Foucaults Ansatz (1981) die komplexen und sich wandelnden Dimensionen des Subjekts in den Vordergrund stellt, legt die neue Erklärung der Positionierung (vgl. Davies & Harré 1990, S. 48) den Schwerpunkt auf die aktive Konstruktion von Identitäten und Selbstbildern in sozialen Interaktionen und Gesprächen. Unter der Prämisse, dass das eigene Selbst subjektiv kohärent konstruiert wird, tragen interaktive und reflexive Positionierungsarten (vgl. Davies und Harré 1990) zu der konversationspezifischen Definition des Phänomens bei. Hierbei wird Positionierung als Akt der Wechselbeziehung betrachtet. Dabei bauen Kommunikanten eigene Aussagen auf die Positionen voneinander und gestalten somit eine kohärente, sequenzielle Interaktion.

Auf eine besondere Rolle des Diskurses, in Zusammenhang mit Positionierung, wurde auch in der Definition von Lucius-Hoene und Deppermann (2004) hingewiesen, laut der ein Diskurs einen gewissen Einfluss auf die Handlungsmöglichkeiten einer Interaktion hat:

*Unter Positionierung verstehen wir die diskursiven Praktiken, mit denen Menschen sich selbst und andere in sprachlichen Interaktionen aufeinander bezogen als Personen her- und darstellen, welche Attribute, Rollen, Eigenschaften und Motive sie mit ihren Handlungen in Anspruch nehmen und zuschreiben, die ihrerseits funktional für die lokale Identitätsher- und -darstellung im Gespräch sind (Lucius-Hoene & Deppermann 2004, S. 168).*

Zusammenfassend beschreibt die angegebene Definition die enge Verbindung zwischen Diskurs und Positionierung, weil ein Diskurs die sprachlichen Ressourcen bereitstellt, mit denen Individuen ihre Identität und Rollen in sprachlichen Interaktionen konstruieren und ausdrücken können. Diese Perspektive unterstreicht die zentrale Rolle des Diskurses bei der Konstruktion von Identitäten und Positionen in der Interaktion.

Damit lässt sich der Begriff der Positionierung in diesen Bezugspunkten als ein Komplex, welcher kontinuierliche Handlungen und Anpassungen beinhaltet, die zur Selbstdefinierung beitragen. In diesem Paradigma ermöglicht eine wissenschaftliche Konzeption der Positionierung einen empirischen Zugriff auf das Identitätskonstrukt und führt zur klassischen Identitätsfrage: „Was bin ich für ein Mensch, als was für ein Mensch möchte ich von meinem Interaktionspartner betrachtet und behandelt werden?“ (Lucius-Hoene & Deppermann 2004, S. 168). Eine solche Fragestellung hebt auch die grundlegende Bedeutung der Anpassungsfähigkeit von Kommunikanten, und somit die Flexibilität des gesamten Identitätskonstrukts hervor. Es wurde gleichzeitig impliziert, dass die diskursbezogenen Grenzen von Positionen fließend sind, weil sie erst im Laufe der Interaktion festgestellt wurden. Diese Prämisse weist zusätzlich auf den hochindexikalischen<sup>1</sup> Charakter von Sprechhandlungen hin. Dabei ermöglicht das indexikalisch vorhandene Wissen eine interpretative Beschreibung von unterschiedlichen Querverbindungen bzw. Wechselbeziehungen von produzierten Positionen.

Obwohl es Unterschiede in den angegebenen Schwerpunkten zur Positionierung gibt, die sich möglicherweise durch die historische Entwicklung der Positionierungstheorie erklären lassen, heben sowohl Foucault (1981) als auch Hollway (1984), Lucius-Hoene und

---

<sup>1</sup> Der Begriff der Indexikalität stammt aus der Semiotik (Silverstein 2003). Aus dieser Sichtweise sind sprachliche Merkmale ein System von Zeichen, die bestimmte Qualitäten indizieren, seien es abstrakte Bedeutungen oder eine soziale Zugehörigkeit. Im Gegensatz zu einer traditionellen Konzeption der Indexikalität als ein linearer Prozess, kann laut Eckert (2012, S. 94) eine indexikalische Ordnung in mehrere Richtungen verlaufen. Auf solche Weise wurden bestimmte Clustern kreiert, die Eckert (2012) als indexikalisches Feld bezeichnet: „a constellation of ideologically-linked meanings, any region of which can be invoked in context“ (Eckert, 2012, S. 94). Abgeleitet davon erklärt der Begriff eines indexikalischen Feldes die Existenz von den vielfältigen potenziellen Bedeutungen, die entweder einzeln oder gleichzeitig von Gesprächsteilnehmer umgesetzt werden können.

Deppermann (2004) die Bedeutung des Diskurses und der sprachlichen Interaktionen für die Konstruktion von Identitäten und Positionen hervor. Dabei beachten Foucault und Hollway die Vielfalt und Komplexität von Äußerungen und Diskursen, während Lucius-Hoene und Deppermann die spezifischen sprachlichen Praktiken und Positionen in der Interaktion in den Vordergrund stellen. Diese Theoretiker haben dazu beigetragen, das Verständnis von Identität als sozial konstruiertes und diskursives Phänomen zu erweitern. Eine solche Perspektive hatte einen unweigerlichen Einfluss auf die verwandte Identitätsforschung.

## 2.2 Theoretischer Rahmen der modernen Identitätsforschung

Traditionelle Ansätze der Identitätsforschung betonen die Einheitlichkeit, Kontinuität und zeitlichen Begrenzungen von Identität (Freud 1923; Erikson 1973). Nichtsdestotrotz lässt sich die derzeitige Identitätsarbeit nach den postmodernen Theorien durch ständige Anpassung, Multiplizität und Flexibilität definieren. Dabei wurden individuelle Identitätsprojekte durch interaktionellen Charakter kenngezeichnet, jede Handlung, sei es allein oder in Gesellschaft anderer, trägt dazu bei, Bedeutungen darüber zu etablieren, zu verändern oder in Anspruch zu nehmen, welche Art von Person jemand ist oder sein möchte (vgl. Schwalbe 1996). Daher betonen jüngere Identitätskonzepte, die den Konstruktionscharakter von Identität hervorheben, die Funktion dialogischer Interaktion und narrativer sowie diskursiver Formen des kommunikativen Austauschs für die Identitätsherstellung (Keupp u. a. 1999).

Die Instabilität und lebenslange Unabgeschlossenheit des Identitätskonstrukts unterstützen nicht unbedingt die Idee, dass traditionelle Identitätsmodelle falsch waren. Letztendlich beinhaltet moderne Identitätsarbeit auch zum Teil die Feststellung von *identity archetypes* (Ashforth u.a. 2010), die in der Identitätsarbeit von Individuen vorkommen können. Diese Archetypen könnten bestimmte Grundthemen oder dominante Merkmale in der Identitätskonstruktion darstellen, die sich über verschiedene Kontexte hinweg zeigen.

Trotz alledem kann die Aktualität dieser traditionellen Ansätze in der Identitätsforschung (Freud 1923; Erikson 1973) diskutiert werden, denn moderne Identitätskonstruktion ist per se eine dynamische und sich ständig weiterentwickelnde Leistung, die kontinuierlich in Reaktion auf Inkonsistenzen, Spannungen und Veränderungen konstruiert wird (vgl. Thomas & Davies 2005). Solche Erkenntnisse zeigen, dass moderne Identität stark von der Entwicklung der Gesellschaft abhängt und dass sich alle Veränderungen in der

sozialen Umgebung in bestimmten Formen des Identitätskonstrukts widerspiegeln. Dadurch entstehen in der fluiden Gesellschaft, wo der Wertewandel und Mobilität zu einer Konstante geworden sind, „flexible Menschen“ (Sennett 1998, S. 11).

Neben der Instabilität und Dynamik der modernen Gesellschaft, spielt die Ambivalenz der heutigen Lebenserfahrungen eine gewisse Rolle für die Identitätskonstruktion. Die modernen Realien können dabei folgendermaßen aufgefasst werden: „die Entbindung aus einer stärker integrierten Lebenswelt entlässt die Einzelnen in die Ambivalenz wachsender Optionsspielräume“ (Habermas 1998, S. 126-127). Somit beeinflussen die wachsenden Optionsräume nicht nur die entstehenden Akteursrollen, sondern auch die Entscheidungen, die von Individuen, bezüglich der Relevanz von bestimmten Positionen, getroffen wurden. Daraus kann die Schlussfolgerung gezogen werden, dass die Identitätsarbeit heute eine Sequenz von situativ erzeugten Positionierungen bzw. Entscheidungen ist, in der Individuen zwischen mehreren verfügbaren Optionen wählen, um dadurch die Mehrdeutigkeit zu reduzieren. Folglich bleibt, trotz der Multiplizität der Optionen, die moderne Identität auch kohärent und authentisch. Dies führt zu einer anderen Bedeutung der „modernen“ Kohärenz, die laut Keupp (1998) „für Subjekte auch eine offene Struktur“ haben kann (S. 245).

Das Gesamtbild, das sich dabei ergibt, setzt sich aus diversen gegenwärtigen Identitätstheorien zusammen, die das eigentliche Selbst als ein bewegliches Konstrukt definieren. Da dieses Konstrukt kontextabhängig ist, ist es auch fragmentarisch, weil es sich auf spezifische Ausschnitte aus dem kommunikativen Repertoire einer Gesellschaft oder Kultur stützt. Das bedeutet, dass Identität nicht isoliert betrachtet werden kann, sondern immer in Bezug auf ihre kulturellen, sozialen und historischen Kontexte verstanden werden muss.

Um ein besseres Verständnis der modernen Identitätskonstruktion aus diversen Blickwinkeln zu schaffen, werden im Rahmen dieser Arbeit unterschiedliche wissenschaftliche Ansätze, u.a. narrative Identität, Digitales Selbst, und Patchwork-Identität, einbezogen, um sowohl soziale als auch interaktionsbezogene Charakteristika der Selbstkonstruktion hervorzuheben.

### **2.2.1 Narrative Identität**

Eine moderne Identitätsentwicklung kann durch das Narration-Prisma betrachtet werden. Die Erkenntnis von Lanza (2012) besagt: „narratives provide a window to the study of



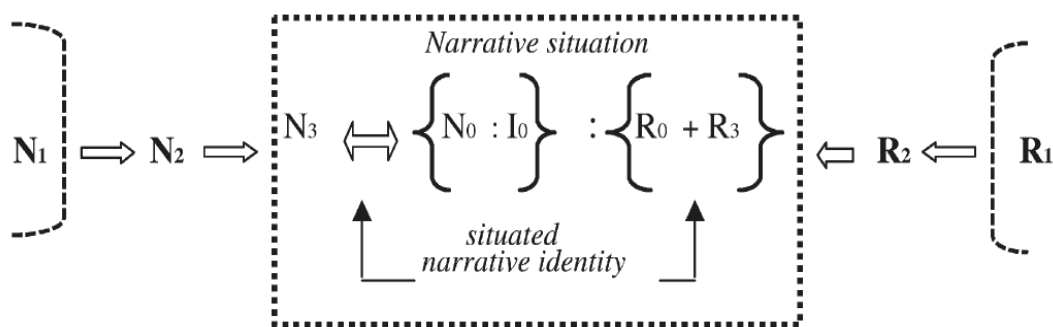
identity” (S. 287). Auch zahlreiche Ansätze haben sich mit den Überschneidungen von Erzählung und Identität auseinandergesetzt, in dem die autobiografische und die konversationsanalytischen Traditionen ausdifferenziert wurden (De Fina 2003). Das autobiografische Paradigma stützt sich primär auf die (Re)Konstruktion des Selbst, die oft als prozesshaft und reflexiv verstanden wird, z. B. wenn persönliche Erfahrungen vermittelt werden (Brockmeier & Carbaugh 2001). Im Gegensatz dazu postuliert der konversationsanalytische Ansatz, dass Identität erst in einer Interaktion entsteht, daher wurde eine Identitätsarbeit als Cluster von interaktionellen Versuchen verstanden, in denen bestimmte Identitätskategorien zugeschrieben, angenommen oder abgelehnt werden (Wilkinson & Kitzinger 2003). In diesem Paradigma sind Identitäten stark situativ bedingt und haben außerhalb der jeweiligen Interaktion keine Bedeutung.

Das autobiografische Paradigma im Rahmen der modernen Identitätsforschung unterstützt die Konzeption einer narrativen Identität (Ricoeur 1996; Lucius-Hoene & Deppermann 2002), die mittels einer autobiografischen Narration dargestellt und hergestellt wird (Ricoeur 1991). Generell lässt sich der angesprochene Begriff folgend definieren:

*Unter „narrativer Identität“ verstehen wir eine lokale und pragmatisch situierte Identität, die durch eine autobiografische Erzählung hergestellt und in ihr dargestellt wird. Dies ist eine Identität, die für die jeweilige Situation und ihren Handlungsbedarf aus den bestehenden Ressourcen der Person geschaffen wird und deren Gültigkeit auch von den spezifischen Gegebenheiten ihrer Entstehungssituation abhängt (Lucius-Hoene & Deppermann 2002, S. 55).*

Die formellen Fragen nach der Essenz einer solchen narrativen Identitätsarbeit folgen der Annahme, dass jede Positionierungsaktivität sowohl eine überzeitlich bestehende als auch eine in der Situation etablierende Identität beansprucht (Lucius-Hoene & Deppermann 2004). Daher ist narrative Identität ein Resultat von Selbst- und Fremdpositionierungen und enthält persönliche, soziale, rollenbedingte und moralische Attribute.

Zur besseren Verständlichkeit ist die Konstruktion der narrativen Identität während eines autobiographischen Interviews in Abbildung 1 graphisch dargestellt:



**Abbildung 1: Die Konstruktion der narrativen Identität (Lucius-Hoene & Deppermann 2000, S. 211)**

Das Modell zeigt die aufeinanderfolgenden Phasen (indexiert von 1 bis 3) der Interaktion zwischen dem Erzähler (im Englischen ‚Narrator‘) und dem Forscher (im Englischen ‚Researcher‘). Die befragte Person und somit das ‚erzählende Selbst‘ (N3), das dem Forscher eigene Geschichten übermittelt, ist gleichzeitig der Protagonist, und repräsentiert demgemäß das ‚erzählte Selbst‘ (N0). Die dargestellten Positionierungsaktivitäten des ‚erzählenden Selbst‘ mit unterschiedlichen Interaktionspartnern (I0) bilden die Grundlage der erzählten Biographie. Deren narrative Konstruktion wird demzufolge durch den vom Interviewer hergestellten Kontext beeinflusst, da die Positionen vom Erzähler teilweise durch die Aufforderungen des Interviewers bestimmt werden.

Mit ihrem Modell vertreten Lucius-Hoene und Deppermann (2000) die konstruktivistische Hypothese, dass narrative Identität kein zuvor geleistetes Selbst-Konzept ist, sondern ein Resultat einer narrativen Herstellung, die sich durch Selbst- und Fremdpositionierungen (2004) von beiden (oder mehreren) Interaktionspartnern in verschiedenen Facetten einer narrativen Identitätskonstruktion ergibt.

### 2.2.2 Digitales Selbst

Wenn Identität als eine kommunikativ konstruierte kontextabhängige Gestalt interpretiert wird (vgl. Lucius-Hoene & Deppermann 2000), entsteht die Prämisse, dass bei einer Narration in den digitalen Medien eine neue Art der Identität entsteht, weil die neu konzipierten Bedeutungen zusätzlich von Medien der jeweiligen Informationsvermittlung beeinflusst werden. Dabei umfasst der Begriff ‚Medien‘ sowohl die konventionellen Medienkanäle, wie papierbasierte Zeitungen und Zeitschriften als auch die sogenannten ‚digitalen‘ Medien sowie Social-Media-Plattformen, da sie oft als eine vollständige Informationsquelle betrachtet wurden. Die Einbeziehung der digitalen Medien im Rahmen der

Identitätsforschung führt zu der Annahme, dass eine Interaktion in der Online-Umgebung in einem digitalen Selbst resultiert (vgl. Zhao 2005) – „eine technische Lösung zur Identifikation“ (Humer 2008, S. 190).

Die Theorie des digitalen Selbst bezieht sich darauf, dass digitale Präsenz und Interaktionen im Online-Diskurs einen signifikanten Einfluss auf die Bildung und Konstruktion des Selbst eines Individuums haben können. Dabei ist es wichtig anzumerken, dass das digitale Selbstkonstrukt nicht als getrennte oder unabhängige Entität betrachtet wird, sondern als ein Teil der gesamten Identität, der durch digitale Interaktionen beeinflusst wird und andere Facetten des Selbst zeigt (vgl. Zhao 2005).

Dementsprechend impliziert das Konzept des digitalen Selbst die Anerkennung der Rolle, die digitale Technologien bei der Konstruktion von Identitäten und sozialen Interaktionen spielen. An dieser Stelle ist der semiotische Ansatz zur Interpretation der multimodalen digitalen Medien besonders relevant (vgl. Poulsen u.a. 2018), um zu erklären, wie digitale Interaktionen über verschiedene Formen von sozialen Medien entfaltet werden. Er zeigt auf, wie diese semiotischen Praktiken sowohl die Interaktion zwischen den Nutzern selbst als auch zwischen Nutzer und System einschließen. Eine mögliche Erklärung solcher Interaktion basiert auf der multimodalen Erläuterung von van Leeuwen (2005), dass diverse semiotische Ressourcen aus „the actions, materials and artefacts we use for communicative purposes“ (S. 4) bestehen und bei der Bedeutungskonstruktion sozial und kulturell geprägt werden. Im Social-Media-Kontext umfassen solche Modi beispielweise ein Text-Format, Bilder, sowie nutzer-definierte Bestandteile des technischen Interfaces, wie beispielweise Likes, Kommentare, Hashtags und Standort-Angaben, die von Internet-Nutzern situativ bedingt ausgewählt werden können (vgl. van Leeuwen 2005).

Dies führt zu der Annahme, dass die Relation zwischen digitalen Medien und Identitätsarbeit ein facettenreiches Gebiet darstellt, da die individuellen Merkmale der Kultur und des Denkens zwangsläufig zum Ausdruck gebracht werden, auch wenn sie auf die virtuelle Dimension beschränkt sind und durch verschiedene multimodale Mittel umgesetzt werden. Es verdeutlicht die Bedeutung der digitalen Dimension in der Identitätsentwicklung und unterstreicht die Dynamik und Vielfalt, welche die moderne Identitätsarbeit prägt.

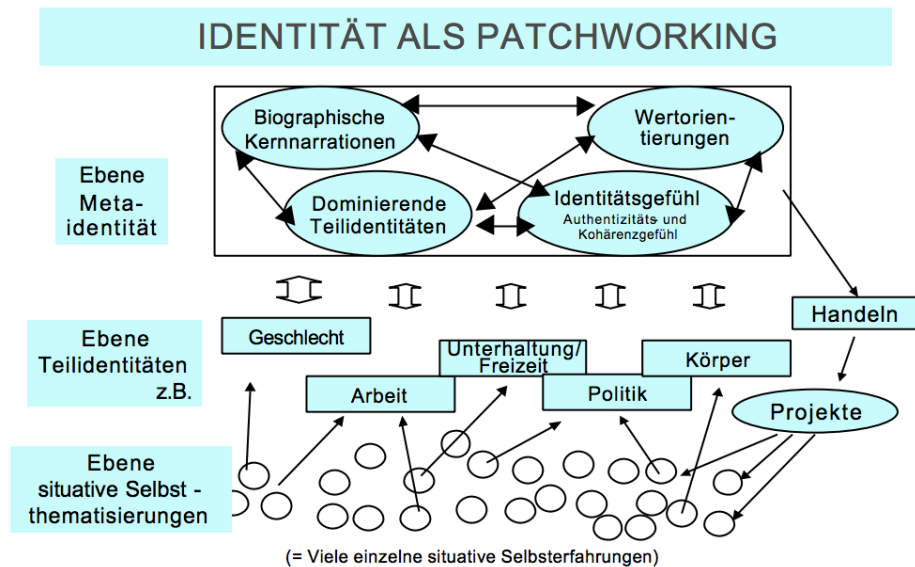
### 2.2.3 Patchwork-Identität

Die Erkenntnis, dass Identität keine individuelle Eigenschaft ist, sondern mit gesellschaftlichen Gegebenheiten verwoben sein kann und durch einen beziehungsmäßigen Kontakt definiert wurde, zieht sich durch viele moderne Identitätstheorien, u.a. narrative Identität und digitales Selbst. Dabei betonen die modernen Ansätze eine bestehende dialogische Deutung des Phänomens, die den prozessualen Charakter des fluiden Identitätskonstrukts hervorhebt. Eine solche Interpretation entsteht im Gegensatz zu der vorherigen (Freud 1923; Erikson 1973), überwiegend monologischen Begründung des Identitätskonstrukts:

*Identität entsteht in einem dialogischen Prozess, wird aber in unserer Kultur monologisch gedeutet und erzählt [...]. Diese ideologische Ichbezogenheit und -befangenheit unterschlägt die große Bedeutung der anderen/des anderen und die Prozesse der dialogischen Anerkennung, die in Ich-Du- oder Ich-Wir-Bezüge begründet sind (Keupp 1997, S. 13).*

Die dialogische Perspektive zur Identitätsarbeit, wie von Keupp (1997) beschrieben, bezieht sich ähnlich wie das narrative Identität-Modell (Lucius-Hoene & Deppermann 2004) auf die klassische Identitätsfrage und spiegelt die Suche nach Selbstverständnis und Selbstdefinition wider. Individuen reflektieren darüber, wer sie sind, welche Eigenschaften, Merkmale und Rollen sie besitzen und wie sie sich selbst sehen. Dabei ist die Selbstwahrnehmung oft eng mit der Wahrnehmung und Bewertung durch andere Menschen verbunden.

Zum Verständnis einer solcher Identitätsbildung, schlägt Keupp (1997) ein eigenes Modell vor, in dem Identitätsarbeit als *Patchworking* konzipiert wurde (Abbildung 2):



**Abbildung 2: Patchwork-Identität (Keupp u.a. 2002, S. 10)**

Keupps Auffassung (2005) der Patchwork-Identität basiert auf der Annahme, dass die Herstellung des eigenen Selbst eine kontinuierliche Verwebung zwischen multiplem Innen und pluralem Außen impliziert. Eine solche Konturlosigkeit des Identitätskonstrukts ist laut Keupp (2006) eine Ausprägung der modernen gesellschaftlichen Bedingungen, die das Erfahrungsspektrum einer Person definieren:

*Begriffe wie Kontingenz, Diskontinuität, Fragmentisierung, Bruch, Zersplitterung, Reflexivität oder Übergänge sollen zentrale Merkmale der Welterfahrung thematisieren. Es wird davon ausgegangen, daß Identitätsbildung von ihnen durch und durch bestimmt wird (Keupp 2006, S. 30).*

Der von Keupp propagierte Algorithmus der patchworkartigen Identitätsarbeit beruht, im Gegensatz zu Eriksons „egozentrischem Weltmodell“ (1973), auf dem Gedanken der Selbstorganisationsdynamik (Keupp 1998, S. 66), dass Individuen in Eigenregie ihre Persönlichkeit herstellen:

*Es war ein Versuch, sich von einer substantialistischen Vorstellung von Identität zu verabschieden, die als ‚Akkumulation innerer Besitzstände‘ zu charakterisieren wäre, und eher die alltägliche ‚Identitätsarbeit‘ ins Zentrum zu rücken, in der Subjekte ihr Gefühl für beziehungsweise Verständnis von sich selbst suchen und konstruieren (Keupp 1998, S. 12).*

Die Metapher des Flickenteppichs, die als ein Ausgangspunkt der Patchwork-Identität fungiert, ist in diesem Zusammenhang selbst dual und ambivalent, denn „Patchwork“

präsupponiert bestimmte Grenzen der „Identitätsbestandteile“, Abgeschlossenheit der Identitätsarbeit, während das von Keupp geprägte Konzept von Offenheit der Identitätsentwicklung ausgeht. In dieser Hinsicht werden im Rahmen des Modells alle Fähigkeiten zur Selbstorganisation dynamisch prozessiert, was zur Individualität und Unabhängigkeit führt. Das Patchworking-Modell ist ein Versuch die Multiplizität von möglichen Akteursrollen und ständiger Perspektiv-Wechsel mithilfe der Kohärenz zu befassen, die Keupp als ein Bestandteil der modernen Identitätsarbeit ansieht.

Der Aspekt der Ambivalenz ist in besonderer Weise für die Fragestellung relevant, da fluide Akteursrollen auch durch selbst konstruierte Frames aufgrund der ambivalenten individuellen Erfahrungen erklärt werden können:

*In ihren Identitätsmustern fertigen Menschen aus den Erfahrungsmaterialien ihres Alltags patchworkartige Gebilde und diese sind Resultat der schöpferischen Möglichkeiten der Subjekte (Keupp 2006, S.294).*

Der Schwerpunkt solcher Erklärungsansätze ist auf der mentalen Ebene angesiedelt, da die konstruierten Identitätsmuster eng mit der inneren und äußeren Wirklichkeit von Individuen verbunden sind, was sich auf die kontextabhängige Dynamik von erwähnten Erfahrungsmaterialien stützt. Dennoch wurden die situativen Selbstthematizierungen nicht wie zuvor als voneinander abgegrenzte Einheiten oder ausgeformte „Fertigteile“ des Identitätskonstrukts betrachtet, sondern sie sind, im Hinblick auf Keupps Theorie, flexiblere Repräsentationsmuster, die individuelle Reflexionsfähigkeiten widerspiegeln. In diesem Zusammenhang kann die situative Selbstanpassung und somit der Erwerb von neuen mentalen Erfahrungen als eine weitere Stufe in der patchworkartigen Identitätsarbeit betrachtet werden, was auch die gleichzeitige Einbeziehung der bereits existierenden Sequenz des Wissens impliziert. Abgeleitet davon sind die erwähnte Fluidität der Patchwork-Identität und die übergeordnete Kohärenz entscheidende Voraussetzungen für die Identitätsarbeit unter modernen Bedingungen.

Ein wichtiger Impuls, der von diesen Ansätzen ausgeht, ist, dass Identitätsarbeit insofern als ein Prozess charakterisiert werden kann, solange sie instabil und nicht vorbestimmt bleibt. Dies bedeutet, dass Instabilität und Fluidität als Zeichen der individuellen Wechselwirkungen mit der Umgebung fungieren. Dadurch entstehen neue Eigenschaften, neue Phänomene und Interpretationsmuster, auf die Subjekte unweigerlich reagieren. Dies schließt auch die Konzepte der offenen Kohärenz und Selbstorganisationsdynamik mit ein, deren primäre Rolle bereits von Keupp (1998; 2005) definiert wurde.

### 2.3 Beurteilung der modernen Kohärenz und anderen relevanten Konzepten für die Identitätsforschung

Die Offenheit von moderner Kohärenz, die schon in Keupps Werken (2003; 2005) erwähnt wurde, trägt dazu bei, dass keine Hierarchie von Akteursrollen entsteht. Je nach Alter, Tätigkeit und sozialer Umgebung können bestimmte Identitätsmuster prävalieren. Jedoch hat dies eher einen quantitativen Charakter und verursacht keine Unterordnung innerhalb der individuellen Patchwork-Identität-Struktur. Dementsprechend bleibt theoretisch jeder notwendige Rollen-Wechsel möglich, weil dessen Zweck situativ erzeugt wurde. Individuen bleiben demzufolge flexibel und kreativ, was für moderne Identitätsarbeit wichtig ist. So wurde die Relevanz von der offenen Kohärenz schon von Keupp (2005) zusammengefasst:

*Identitätsarbeit hat als Bedingung und als Ziel die Schaffung von Lebenskohärenz. In früheren gesellschaftlichen Epochen war die Bereitschaft zur Übernahme vorgefertigter Identitätspakete das zentrale Kriterium für Lebensbewältigung. Heute kommt es auf die individuelle Passungs- und Identitätsarbeit an, also auf die Fähigkeit zur Selbstorganisation, zum „Selbsttätigwerden“ oder zur „Selbsteinbettung“. Das Gelingen dieser Identitätsarbeit bemisst sich für das Subjekt von Innen an dem Kriterium der Authentizität und von Außen am Kriterium der Anerkennung (Keupp 2005, S. 9).*

Diesen Ansätzen liegt die Annahme zugrunde, dass soziale Kohärenzgarantien des Subjekts in die Lebensbedingungen eingebettet werden und als Grundlage sozialer Normen von Gesellschaft zu Subjekt weitergegeben wurden. Dennoch haben die modernen Kohärenzgarantien im Hinblick auf kreatives Patchworking ihren quasi „natürlichen“ Charakter als Kernbausteine der Identitätskonstruktion verloren. Daher ist offene Selbstkonstruktion, unabhängig von den früher angekündigten Kohärenzgarantien, eine wichtige Voraussetzung für gelingende Identität:

*Das Gefühl der Kohärenz der eigenen Lebenssituation entsteht gerade nicht nur durch die Reproduktion von vorgezeichneten Lebensentwürfen, sondern aus dem kreativen Patchwork einer zukunfts offenen Identitätsarbeit (Keupp 1989, S. 68).*

Allerdings weist Keupp keineswegs auf die negativen Konsequenzen der konturlosen Identität hin. Auf die Selbstentwicklung übertragen ist eine offenere Kohärenz eher ein Wertzuwachs, in Bezug auf „kreative Lebensmöglichkeiten, denn eine innere Kohärenz ist der Patchwork-Identität keineswegs abhanden gekommen“ (Keupp 1998, S. 18).

Abgeleitet davon kann vermutet werden, dass der Schwerpunkt solcher Erklärungsansätze auf der Meta-Ebene angesiedelt ist, da die modernen Individualisierungsprozesse zur unweigerlichen Spaltung der Gesellschaft beitragen. Daher ist die potenzielle weitere Marginalisierung eine auflösende Bedingung für die Vermehrung von möglichen Identitätsrollen, da die Medien der Selbstidentifizierung ständig steigen. Anders formuliert, kann die Beweglichkeit des eigenen Selbst und somit Patchworking eine „geeignete“ Option der Persönlichkeitsentwicklung werden, denn ein Individuum „darf sich nicht festlegen, sondern muß beweglich bleiben, offen und anpassungsfähig“ (Keupp 1989, S. 63).

Dennoch liegen im Erfassen der von Keupp geprägten Konzepte (1989; 1998; 2005), u.a. Patchworking, moderne Kohärenz sowie Selbstorganisationsdynamik, terminologische und theoretische Ambivalenzen verborgen, zumal die theoretischen Rahmen, in denen sie entwickelt wurden, nach wie vor vage sind. Trotzdem oder genau deswegen lassen sich neu entstandene gesellschaftliche Prozesse durch das Prisma von Patchworking vernünftig erklären. Demzufolge kann wiederum vermutet werden, dass auch die neu entstandenen Konzepte, wie digitale Medien oder digitales Selbst, eine neue Interpretation erfahren können, wenn die von Keupp geprägten Kohärenz-Bedingungen einbezogen werden.

## **2.4 Zu den modernen digitalen „Kohärenz“-Bedingungen**

Wie im Abschnitt 2.2.2 umrissen, wurden moderne digitale Medien zur neuen Dimension der Kommunikation und Identitätsbildung. Die gewisse wissenschaftliche Signifikanz der neuen digitalen Dimension spiegelt sich in der Entstehung neuer identitätsrelevanter Konzepte wider, u.a. Digitales Selbst (Zhao 2005). Jedoch bleibt die Einbeziehung von Keupps Betrachtung der Identität und deren Charakteristika weiterhin essenziell, da Patchworking und Kohärenz als Ausgangspunkte für die Erklärung neuer Ausdrucksformen dienen können. Beispielsweise in der heutigen Realität, wo die Subjektivierungsprozesse häufig online stattfinden, kann vermutet werden, dass Patchworking sogar ein Lösungsweg ist – sowohl für eine kohärente Selbstkonstruktion als auch für einen asymmetrischen Zyklus von Akteursrollen, die sich auf Modifizierung und Herausbildung von heute noch bestehenden Identitätsmustern stützen. Dies ist auch in den neuen, überwiegend digitalen kommunikativen Vernetzungsprozessen angesiedelt, beispielsweise in den sozialen Medien, wo das Grundbedürfnis nach Anerkennung und Zugehörigkeit als Grundalgorithmus wahrgenommen wird.



Es lässt sich also festhalten, dass der von Keupp (2003) konzipierte Kohärenzbegriff auf die gegenwärtigen Realien leicht übertragbar ist, da ein Modus der situativen Selbstthematisierungen von den individuellen Erfahrungsmaterialien und den kommunikativen Bedingungen bestimmt wurde. Der entsprechende Ausdruck von neu konstruierten Identitätsmustern basiert auf diversen Faktoren der objektiven und subjektiven Realität, die als dynamisch charakterisiert werden können. Infolgedessen spiegelt sich die heutige Identitätsarbeit unterschiedlich u.a. sowohl verbal als auch nonverbal wider, da die situativ erzeugten Bedingungen eng mit der Selbstorganisationsdynamik verbunden sind.

Da Patchworking sich jedoch stark im Verhalten – so auch mithilfe der Sprache – äußert, werden unterschiedliche situativ erzeugte Identitätsmuster zum Ausdruck gebracht. Die damit verbundenen Äußerungen von eigenen Einstellungen sind in der Identitätsarbeit integriert und können vermutlich als Medien funktionieren, um zwischen verschiedenen Identitätsrollen im Laufe einer Interaktion zu wechseln. In diesem Aspekt zeigt die vorliegende Arbeit auf, dass eine sozialwissenschaftliche Hinsicht auf Identitätsarbeit und ein linguistisch fundiertes Modell der Positionierung, im Weiteren auch stance taking (Du Bois 2007; Spitzmüller 2013), einen vielversprechenden Ansatz zur Erklärung von Identitätskonstruktion und Auswirkungen von modernen digitalen „Kohärenz“-Bedingungen auf Positionierungsprozesse darstellen kann. Dabei könnte eine Kombination aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Traditionen zielführend sein, um die empirische Validität von Ergebnissen, die sich auf multimodale Aspekte der digitalen Medien stützen, zu erhöhen.

## 3 Theoretische Grundlagen des Stance Takings

### 3.1 Unterschiedliche Auffassungen des Stance-Konzepts

Ähnlich der Patchwork-Identität ist Stance ein Begriff, der selbst ziemlich ambivalent ist und folglich nicht deutlich definiert werden kann. In den wissenschaftlichen Studien werden Stance und das verwandte Konzept vom stance taking oft als Synonyme verwendet. Jedoch wird in dieser Arbeit zwischen den beiden Begriffen differenziert: Stance taking bezeichnet einen Prozess der Positionierung, denn „it is intersubjectively negotiated in interaction“ (Kiesling 2022, S. 410); und das Stance-Konzept wird dementsprechend als ein Ergebnis vom stance taking betrachtet, obwohl „a stance is never really finished being taken“ (Kiesling 2009, S. 173).

Multiple moderne Auffassungen des Stances betonen unterschiedliche Facetten des Konzepts. Zum Beispiel definiert Kiesling (2016) Stance als „a relationship of a speaker (animator) to some discursive figure“ (S. 20). Auf diese Weise stellt er heraus, dass Stances stark von Diskursen beeinflusst werden. Zugleich weist Kiesling darauf hin, dass Stance sich auf eine physische Metapher stützt, wie Menschen sich zusammensetzen und/oder präsentieren (vgl. Kiesling 2022). Somit legt er den Ausgangspunkt vom stance taking als eine individuelle Positionierung einer dreidimensionalen Realität zugrunde. Diesbezüglich führt Kiesling das folgende Beispiel an:

*[...] a physically defensive stance indicates that a person (or animal) is readying for conflict, and a submissive stance can be one that indicates the other person is not willing to fight. Of course, the word is also used informally in its metaphorical sense, and these uses are often related to positions a person or other entity (such as a state or a corporation) takes regarding an idea or a claim (Kiesling 2022, S. 410).*

Eine solche metaphorische Bedeutung des Stances bezieht sich auf die ursprüngliche Konzeption der Weltanschauung und bezeichnet „a way of categorizing and judging experience particular group or individual that turns on some notion of the good or true“ (Kockelman 2004). In der modernen Sprachwissenschaft wird ein Stance daher als eine Art und Weise betrachtet, wie eine Positionierung im Kommunikationsprozess in Bezug auf die Überzeugungen und Ideen, die früher von anderen Sprechern geäußert wurden, gestaltet wird. Dementsprechend betrachtet Jaffe (2009) eine Fähigkeit zur Positionierung als eine der grundlegenden Kommunikationseigenschaften und erhebt das Stance-Phänomen sogar zu „primitive of language variation“ (vgl. Burkette 2016, S. 333).

In diesem Zusammenhang ist es wichtig daneben nicht nur auf den interaktionellen Aspekt von Stance, sondern auch auf den kontrastiven Charakter des Phänomens hinzuweisen. Da die Positionierung in der Interaktion stattfindet, kann ein geringfügiger Unterschied von Meinungen nur in kontrastiver Relation – im Vergleich mit anderen Aussagen – erkannt werden. Dementsprechend markieren Stances jede sequenzielle Meinungsabweichung, und somit einen Perspektivenwechsel, der im Laufe des Gesprächs stattfindet. Daher können auch nicht prototypische Dispositionen mithilfe des stance takings, d.h. Positionierung oder Positionswechsel, hervorgehoben werden (vgl. Lempert 2008).

Was zusätzlich geklärt werden soll, sind die Fragen, wie und in welchem Ausmaß Stances mit dem Kontext zusammenhängen, in dem sie geäußert werden; und ob eine Möglichkeit besteht, unter den gleichen Umständen ähnliche Stances produzieren zu können. Bedenklich ist hierbei, dass die kontextbasierte Interpretation vom Stance gewissermaßen mit dem Stil-Begriff aus der variationsorientierten Soziolinguistik (Labov 1972) überlappt. Die von Labov abgeleiteten theoretischen Ansätze (Schilling-Estes 1998) weisen darauf hin, dass ein Stil ein Leistungsregister ist, weil Individuen flexibler sind, wenn es darum geht, den Stil zu wechseln, da er ihnen ermöglicht, die projizierten Selbstbilder zu verändern. Dementsprechend bedeutet der Stilwechsel, bezogen auf das Stance-Konzept, einen Übergang zu einer anderen Position<sup>2</sup>.

Da sie einer gemeinsamen Funktion dienen (z. B. evaluativen), werden verschiedene Stances nicht immer bewusst in jeder neuen Situation konstruiert. Daher verwenden Individuen, laut Johnstone (2009), im Kommunikationsprozess „already-made generalizations about the stance features that instantiate a particular style“ (S. 33). Biber und Finegan (2001) bezeichnen diese sich wiederholenden Stile, die mit bestimmten kontextuellen Faktoren verbunden sind und konkrete sprachliche Muster voraussetzen, als Register. Die Forscher ermittelten statistische Cluster, die gemeinsam auftretende Stance-Marker enthalten, und interpretierten diese Cluster in Bezug auf funktionale Anforderungen, die durch die Situations- und Partizipationsstruktur entstehen (Biber & Finegan 1989)<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Moderne Arbeiten zum Thema Stil (Schilling-Estes 1998; Eckert 2000; Eckert & Rickford 2001) befassen sich eingehend mit der Rolle des soziolinguistischen Kontexts und der Intersubjektivität, und aufgrund der Wiederholung bestimmter sprachlicher Muster erhalten bestimmte interaktionelle Stances eine soziale Gruppenbedeutung. Diese wiederholten Bündel von Positionen können als relativ stabiles Repertoire betrachtet werden und werden daher manchmal als Stile bezeichnet (Bauman 2001).

<sup>3</sup> Nach Biber und Finegan (1989) ist der sprachliche Ausdruck einer persönlichen Einstellung mit den Begriffen der Evidentialität und des Affekts verbunden. Während sich Affekt auf den Ausdruck eines breiten

Dies bedeutet, dass Individuen während einer Interaktion ihre Einstellungen anpassen können, wenn sie ihre Positionen ändern sollen. Daraus ergibt sich die Idee, dass es regelmäßige kontextuell vorgegebene Bedingungen geben könnte, welche die Art der Positionierung beeinflussen können. Aufgrund der statistisch signifikanten Wiederholung bestimmter Haltungen unter diesen Bedingungen können Stances, Stile oder, bezogen auf Goffman (1981)<sup>4</sup>, Footings bestimmt werden. Andere Forscher bezeichneten ein Bündel bestimmter Positionen auch als Framing (Tannen & Wallat 1987), Dialekt, Variation, „wogspeak“ (Kiesling 2005) oder „Pittsburghese“ (Johnstone & Baumgardt 2004).

Eine weitere relevante Studie, deren Ergebnisse auf einen gewissen Zusammenhang zwischen den Stil- und Stance-Begriffen hinweisen, ist der Beitrag von Eckert und ihren Studenten, in dem die Verwendung einiger sprachlicher Variablen durch einen Sprecher untersucht wird (Eckert, 2000). In dieser Studie wird eine sprachliche Variable als Bestandteil der Person behandelt, welche verschiedene Stile umfasst, die durch unterschiedliche soziale Praktiken (sowohl verbale als auch nonverbale) erzeugt werden:

*While the individual variables available in a dialect may correlate with various aspects of social membership and practice, most of them take on interpretable social meaning only in the context of the broader linguistic styles to which they contribute (Eckert 2000, S. 213).*

Während die einzelnen Variablen, die in einem Stil vorhanden sind, mit verschiedenen Aspekten der sozialen Zugehörigkeit und Praxis korrelieren können, erhalten die meisten Aspekte im Kontext der breiteren linguistischen Stile eine interpretierbare soziale Bedeutung (Eckert 2000, S. 213). Ausgehend von dieser Aussage und der Vorstellung, dass Stil-Cluster ähnliche Positionen umfassen, bedeutet das gesamte stance taking eine Aushandlung zwischen Sprechern. Dieser Gedanke richtet sich auch an Eckerts Definition der *Community of Practice* aus:

---

Spektrums persönlicher Einstellungen, einschließlich Emotionen, Gefühle, Stimmungen und allgemeiner Dispositionen (Biber & Finegan 1989) bezieht, wird Evidentialität als die vom Sprecher zum Ausdruck gebrachte Position gegenüber der Zuverlässigkeit des Wissens selbst, der Art des Wissens und der Wissensquelle betrachtet (Chafe 1986).

<sup>4</sup> Eine ähnliche Untersuchung des Stils wurde bereits von Goffman (1981) durchgeführt, der die Wiederholung von Subjektpositionen, die mit ihren sprachlichen Darstellungen verbunden sind, als „Footing“ bezeichnete: [...] the alignment we take up to ourselves and the others present as expressed in the way we manage the production or reception of an utterance (Goffman 1981, S. 128).

[...] an aggregate of people who come together around some enterprise. United by this common enterprise, people come to develop and share ways of doing things, ways of talking, beliefs, values – in short, practices – as a function of their joint engagement in activity. (Eckert 2000, S. 35).

Die erwähnten Ambivalenzen in Bezug auf den Zusammenhang zwischen den Stance- und Stil-Begriffen liegen unter anderem auch darin begründet, dass Stances nicht einfach situative Manifestationen oder einzelne Varianten von Stilen sind. Vielmehr können Positionen durch eine Vielzahl von sozialen Praktiken – sowohl verbale als auch paraverbale, ausgedrückte und implizierte – veranschaulicht werden, die sich aus den Aushandlungsprozessen innerhalb einer *Community of Practice* (Eckert, 2000) ergeben. Die Frage, ob es ähnliche oder sogar dieselben Stile und/oder Stances geben kann, bleibt jedoch offen.

Eine weitere Kernannahme bezüglich der Überlappung von Stance- und Stil-Konzepten besagt, dass es direkte indexikalische Verbindungen zwischen Sprache und Stances, sozialen Handlungen und Aktivitäten existieren. Beispielweise werden aggressive Stances in einem bestimmten Kontext konstruiert. Wenn ein solcher Stance ideologisch auf eine soziale Kategorie, z. B. Männer, ausgedehnt wird, entsteht eine indirekte Indexikalität, die natürlich nur dann entstehen kann, wenn die gleiche soziale Gruppe einen bestimmten Stance in bestimmten Interaktionen und Kontexten wiederholt einnimmt (Ochs 1992). Unter diesen Umständen kann es zu einer *Stance Accretion* kommen (Du Bois 2002; Rauniomaa 2003), d.h., Stances werden zu dauerhafteren Identitätsstrukturen umgewandelt und durch das wiederholte Einnehmen derselben Position bilden sich Stile heraus (Kiesling 2009).

Da sich die verschiedenen Arten der Positionierung nicht gegenseitig ausschließen und in einer Äußerung gemeinsam auftreten können, wird stance taking im Rahmen dieser Arbeit als ein facettenreiches Phänomen behandelt, zumal dessen Analyse weder auf eine syntaktische, noch auf eine semantische oder eine pragmatische Ebene begrenzt werden kann. Daher sollte jeder Ansatz zur Analyse des stance takings auf den Bezugsrahmen der Äußerung beruhen, d.h. dem physischen, linguistischen, sozialen und epistemischen Kontext.

Insgesamt betrachtet betont die Überlappung von Stil und Stance, dass die sprachliche Gestaltung der Kommunikation eng mit der inhaltlichen Positionierung und Haltung verbunden ist. Sie zeigt, dass die Art und Weise des stance takings nicht nur eine neutrale

Darstellung von Inhalten ist, sondern auch eine aktive und bedeutsame Rolle dabei spielt, wie Positionen und Haltungen kommuniziert und interpretiert werden. Eine solche dynamische Natur von Stance wird im Folgenden anhand des Stance-Dreiecks von Du Bois (2007) veranschaulicht.

### 3.2 Wissenschaftliche Modellierung des stance takings

Die Theorie des stance takings wurde maßgeblich von John Du Bois entwickelt. Dennoch gibt Du Bois selbst (2007) keine exakte Definition von Stance: „I evaluate something, and thereby position myself, and thereby align with you“ (S. 163). Die Erklärung verdeutlicht, dass Stance eine Ausprägung von Emotionen und Gedanken ist, die in Beziehung zu anderen Ausdrücken gestaltet wird. Die Betonung der Beziehungsebene im stance taking von Du Bois zeigt, dass Stance nicht nur als individuelle Ausdrucksform betrachtet werden kann, sondern auch als soziales Phänomen, bei dem die Positionierung in Bezug auf andere Menschen und ihre Äußerungen erfolgt. Da Du Bois keine eindeutige Definition von Stance gibt, ermöglicht seine Betonung des Bewertungs-, Positionierungs- und Beziehungsprozesses eine offene und flexible Perspektive auf das Konzept. Daher beinhaltet eine solche Erklärung drei wichtige Aspekte, die das stance taking aus einer diskurslinguistischen Perspektive in den Blick nehmen (vgl. Du Bois 2007):

1. Evaluation, die inhärente Bewertung eines Objekts (z. B. Ideen, Tätigkeiten, Gegenstände, Handlungen oder Gedanken);
2. Positionierung von Individuen bezüglich eines Objekts, das entweder explizit genannt oder generell im Kontext erwähnt wird;
3. Ausrichtung und somit Zustimmung (*Alignment*) oder Ablehnung (*Disalignment*) der Standpunkte verschiedener Akteure in Bezug auf ein spezifisches Objekt.

Für die vorliegende Analyse ist relevant, dass die zugrunde liegende Struktur vom stance taking mit einem Schema repräsentiert werden kann, obwohl Stances situativ erzeugt werden. In dieser Hinsicht wurden die drei fundamentalen Aspekte mithilfe des Stance-Dreiecks in Abbildung 2 visualisiert:

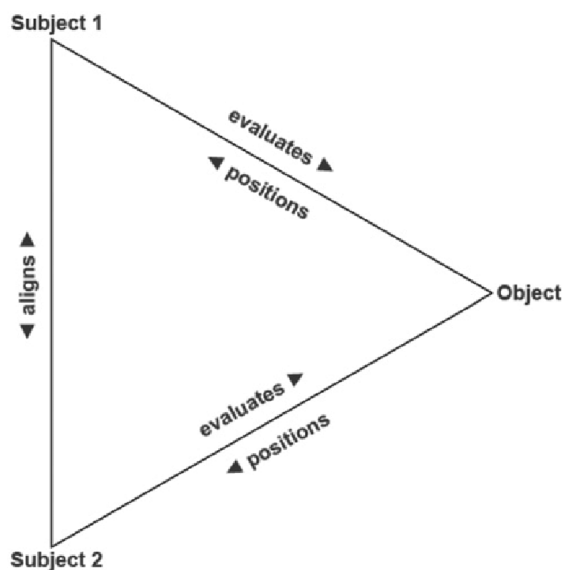


Abbildung 3: Stance-Dreieck, nach Du Bois (2007, S. 163)

Die Struktur des Dreiecks stellt die Gestaltung der Äußerung dar, in welcher das Subjekt 1 die Interaktion leitet, da seine Aussage den ersten *Turn* im Gespräch kennzeichnet und als Ausgangspunkt für weitere Positionierungen fungiert. Das Hauptthema oder der Bedeutungsträger wurde von Du Bois als Stance-Objekt bezeichnet, welches er als „what the evaluation is about“ definiert (Du Bois 2007, S. 149).

Die Äußerung des Subjekts 2 ist auch ein Akt von Positionierung bezüglich des Stance-Objekts und baut bereits auf die Äußerung des Subjekts 1 auf. Die miteinander wechselseitig verbundenen Aussagen von beiden Subjekten kreieren eine prototypische Dyade, die zur Zustimmung oder Ablehnung des Stance-Objekts und somit zur Gestaltung der Interaktion beiträgt. Die *Alignment*- und *Disalignment*-Prozesse, dargestellt durch die vertikale Linie auf der linken Seite (Abbildung 3), tragen zur Kohärenz einer kommunikativen Situation und der gesamten Interaktion bei. Die dabei hergestellte Intersubjektivität zeigt den situationsbedingten Charakter des Stance-Konzepts und den damit verbundenen Begriff von Positionierung. Der offensichtliche Vorteil des Modells von Du Bois besteht darin, dass es von Natur aus dialogisch ist, da die Haltungen nur in Bezug zueinander unterschieden werden können. Daher besteht die primäre Voraussetzung des Modells darin, dass mehr als eine Äußerung vorhanden ist, um genau zu verstehen, worauf sich die geäußerten Stances beziehen (Kiesling u.a. 2018).

Da Stances nicht isoliert betrachtet werden können, sondern in Verbindung mit anderen Haltungen und Positionierungen stehen, ist das Modell darauf ausgerichtet, die dynamischen Wechselwirkungen zwischen den Standpunkten verschiedener Akteure zu erfassen.

Ein weiterer Vorteil des dialogischen Ansatzes ist, dass er ermöglicht, die Vielfalt der Standpunkte und Perspektiven in einer gegebenen Situation oder Diskussion zu erfassen. Ein Stance ist keine homogene Einheit, sondern kann verschiedene Ausdrucksformen und Nuancen annehmen, die in einem dialogischen Kontext besser verstanden und analysiert werden können (vgl. Du Bois 2007).

Solche theoretischen Überlegungen bezüglich des stance takings im Hinblick auf das Modell von Du Bois (2007) wurden von Kiesling weiterentwickelt (2011, 2016). Er weist darauf hin, dass drei andere Komponenten des stance takings unterschieden werden können, nämlich *Affect*, *Alignment* und *Investment* (vgl. Kiesling 2011):

1. *Affect* bezieht sich auf die Polarität oder Qualität der Positionierung. Es umfasst die Bewertung oder emotionale Einstellung eines Akteurs zu einem Thema, welche sich beispielweise in einer positiven, negativen oder ambivalenten Positionierung widerspiegeln kann.
2. Mit einem *Alignment* bezeichnet Kiesling (2011), wie sich ein Akteur in Bezug auf seinen Interaktionspartner ausrichtet. Es umfasst sowohl die epistemische Ausrichtung (wie der Sprecher sich zum Wissen des Gesprächspartners positioniert) als auch die interaktionelle Ausrichtung (wie sich der Sprecher in Bezug auf die soziale Rolle des Gesprächspartners positioniert).
3. *Investment* bezieht sich auf die epistemische Modalität, also wie stark der Sprecher in seine Aussagen oder Meinungen involviert ist und wie stark er sie verteidigen würde.

Ein wichtiges Merkmal von *Affect*, *Alignment* und *Investment* ist, dass sie scheinbar unabhängig voneinander sind, d.h. die Variation von einer Achse verursacht keine direkte Abweichung von der anderen. Daher sind die erwähnten Komponenten wichtige Mittel, die einerseits ermöglichen, ein Stance theoretisch zu begreifen, jedoch, andererseits zugleich günstige Bedingungen für eine empirische Analyse des Konzepts kreieren. Die Berücksichtigung von *Affect*, *Alignment* und *Investment* trägt dazu bei, ein umfassenderes Bild davon zu erhalten, wie Akteure ihre Positionen ausdrücken und wie diese in sozialen Interaktionen und Diskursen verhandelt werden.

Die grundlegende Konzeption des stance takings (Du Bois 2007) sowie die Weiterentwicklung des Modells durch Kiesling (2011; 2016) trägt somit zu einem tieferen Verständnis des Phänomens und seiner komplexen Dynamik bei. Der Unterschied in der Betonung der sozialen Dimension zwischen Kieslings Ansatz und Du Bois' Konzept des



Stances als sozialer Praxis spiegelt sich in ihrer jeweiligen Perspektive auf die Verbindung zwischen Stance-Ausprägungen und sozialen Strukturen wider. Während Kiesling sich auf individuelle Ausdrucksweisen und Ausrichtungen zu Interaktionspartnern konzentriert, legt Du Bois den Schwerpunkt darauf, wie Stances in größeren sozialen Strukturen eingebettet sind und zur Konstruktion sozialer Bedeutung beitragen.

Im Rahmen dieser Arbeit wird die Interpretation von Du Bois (2007) bevorzugt, da sein Fokus auf der sozialen Praxis und der umfassenden Einbettung individueller sprachlicher Handlungen in größere soziale Kontexte mit den Forschungszielen harmoniert. Der metasprachliche Ansatz nach Spitzmüller (2013) weist Ähnlichkeiten mit Du Bois' Konzept des Stances als sozialer Praxis auf.

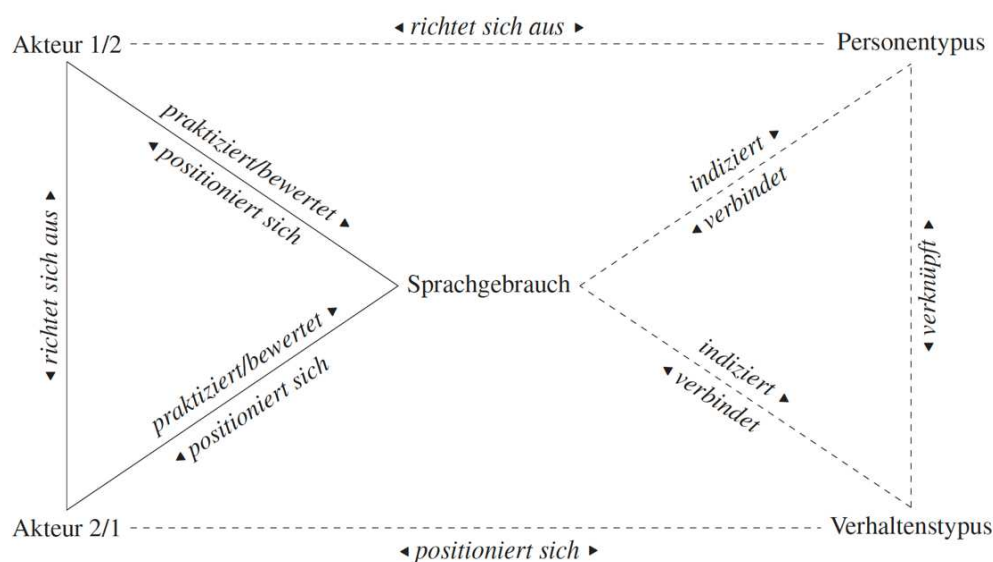
### **3.3 Stance taking als ein metapragmatischer Prozess**

Die von Du Bois (2007) und Kiesling (2011) geprägte Prämisse, dass Stances grundlegend relational sind und nicht auf einzelne situative Verbalisierungen reduziert werden können (vgl. Kärkkäinen 2006), beweist eine inhärente Ambivalenz des Stance-Konzepts und die Unmöglichkeit dessen exakter Klassifizierung. Die erwähnten Aspekte wurden bereits von Du Bois (2007) festgestellt, welcher bezweifelte, ob unterschiedlich verbalisierte Positionen verschiedene Typen oder lediglich diverse Facetten eines Stances repräsentieren. Dennoch wurde dieses Dilemma bisher nicht gelöst. Es ist daher höchst umstritten, ob Forscher zwei unterschiedliche Muster des stance takings in dieselbe Kategorie einordnen können, ohne ihr subjektives Urteil anzuwenden, damit die Voraussetzungen für einen Vergleich verschiedener Stances geschaffen werden (Kiesling 2009, S. 163). Dies erfolgt aus dem Grund, dass es keine einheitliche Liste von Stances gibt und selbst ein Stance für verschiedene Personen leicht abweichen kann (Kiesling 2009). In diesem Zusammenhang schlägt Lempert (2008) vor: „[to] maintain the trope of ‘stance’ in all its alluring polysemy“ (S. 571), da beispielweise propositionale Stances *Construals* von interaktionalen Stances motivieren können, wodurch die Parallelität von Äußerungen manifestiert wird.

Die erwähnte Parallelität und der prävalierende Fokus auf der verbalen Form eines Stances in der modernen Sprachwissenschaft (Kiesling 2009; Lempert 2008; Spitzmüller 2013) tragen wiederum dazu bei, dass das Stance-Konzept auf die Sprachgebrauchsebene reduziert wurde. Dies stützt sich weiterhin auf die Annahme, dass eine gewisse Überlappung zwischen den Stance- und den Stil-Begriffen vorhanden ist, da sich Individuen

mittels einer Stilisierung<sup>5</sup> von dem konkreten Sprachgebrauch distanzieren können und dadurch andere soziale Werte zum Ausdruck bringen (vgl. Spitzmüller 2013).

Nach Spitzmüller (2013) ermöglicht eine Stilisierung eine andere Art der Positionierung, in der die Sprecher sich mittels einer bestimmten Sprachwahl beispielweise an eine Gruppe annähern können. Somit können laut Spitzmüller (2013) adäquate, distinkte, authentische, unnatürliche, legitime oder illegitime Stilisierungspraktiken (Bucholtz & Hall 2006) umgesetzt werden, was diverse Arten eines sozialen stance takings verursacht. Dementsprechend schlägt Spitzmüller (2013) vor, stance taking als einen metapragmatischen Prozess zu verstehen. Spitzmüllers Erweiterung des Stance-Dreiecks von Du Bois (2007) kann folglich grafisch dargestellt werden (vgl. Abbildung 4):



**Abbildung 4: Metapragmatische Positionierung (Spitzmüller 2013, S. 273)**

Mittels des neuen Ansatzes zum stance taking bezieht sich Spitzmüller (2013) auf Silversteins (1979; 1993) sprachanthropologisches Konzept der Metapragmatik<sup>6</sup>, dessen

<sup>5</sup> Unter Stilisierung wurden dabei unterschiedliche Sprachgebräuche verstanden, die Individuen im Gespräch praktizieren können. Dazu gehören nach Bucholtz und Hall (2006, S. 382): 1) Adäquation und Distinktion, bzw. ein Versuch Ähnlichkeiten oder eine Abgrenzung von den anderen Akteuren zu schaffen; 2) Authentifizierung und Denaturalisierung bzw. eine Konstruktion der Authentizität oder Künstlichkeit durch bestimmte soziale Prozesse; 3) Autorisierung und Delegitimierung einer sozialen Position, beispielweise eine Machtausübung.

<sup>6</sup> Silversteins Metapragmatik (1979; 1993) geht auf Jakobsons (1971) metasprachliche Funktion zurück und konzentriert sich auf die Fähigkeit einer Sprache, auf der Metaebene über sich selbst zu reflektieren. Abgeleitet davon charakterisiert Silverstein (1979; 1993) die metasprachliche Funktion von Zeichen als deren Fähigkeit auf kommunikative Praktiken reflexiv zu verweisen: „Signs functioning metapragmatically have pragmatic phenomena – indexical sign phenomena – as their semiotic objects; they thus have an

primäre Voraussetzung darin besteht, dass der inhärent indexikalische Charakter allen sprachlichen Handelns mit bestimmten Ausdruckstokens im Kontext verbunden werden kann (vgl. Silverstein 1979). Dementsprechend fokussiert sich Spitzmüller in seinem erweiterten Modell auf eine reflexive Beziehung zur indexikalischen Dimension der Sprache und bringt stance taking in Verbindung mit Sprachideologie.

Spitzmüllers (2013) Erweiterung des Stance-Dreiecks (Abbildung 4), die das Stance-Objekt explizit auf die kommunikative Ebene beschränkt und durch „Sprachgebrauch“ ersetzt, bleibt in gewisser Hinsicht umstritten. Es gibt Raum für Diskussion darüber, ob eine solche Fokussierung ausreicht, um die Vielfalt und die subtilen Nuancen von Stance vollständig zu erfassen, insbesondere wenn Stance in verschiedenen sozialen Kontexten betrachtet wird, in denen nonverbale Elemente und andere Faktoren eine Rolle spielen können.

Durch gewisse Stilisierung bzw. Praktizierung des konkreten Sprachgebrauchs findet zugleich der Bewertungsprozess statt. Die Art und Weise der initialen Stilisierung verursacht, laut Spitzmüller (2013), die Positionierung des Akteurs zum Sprachgebrauch und die Ausrichtung in Bezug auf die Positionen von den anderen Akteuren. Damit zeigt Spitzmüller (2013) mittels der Spiegelung vom Stance-Dreieck, dass Personen- und Verhaltenstypen sowohl an einen Sprachgebrauch gebunden sind als auch durch das Register in einem semiotischen Beziehungsverhältnis zueinander stehen. Dementsprechend bedeutet die Ausrichtung eines Akteurs ein stance taking in Bezug auf typisierte Personengruppen und Verhaltensformen, deren Zuschreibung durch den Sprachgebrauch indiziert wird. Somit erfasst Spitzmüller (2013) soziales stance taking als einen metapragmatischen Prozess. Eine solche metapragmatische Positionierung verursacht eine soziale Zuschreibung und somit eine soziale Indexikalität, die im Hinblick auf einen Register und sprachliche Performanz verwirklicht werden.

Anzunehmen ist, dass Spitzmüllers (2013) Interpretation der Positionierung gewisse soziale Verortung von sprachlichen Handlungen in Betracht zieht und stance taking aus der Perspektive der Diskursforschung darstellt. Die Einbeziehung des anthropologischen Begriffs von Metapragmatik (Silverstein 1979) betont, dass Positionierung trotz der Einbettung von Personen- und Verhaltenstypen immer unter indexikalischen Umständen stattfindet bzw. dass einzelne Stances situativ abhängig produziert werden. Daher kann

---

inherently ‚framing‘, or ‚regimenting‘, or ‚stipulative‘ character with respect to indexical phenomena“ (Silverstein 1993, S. 33).

vermutet werden, dass eine Beibehaltung der metapragmatischen Ansicht die anderen Aspekte des stance takings erläutern kann, ohne den Prozess auf die rein kommunikative Ebene zu beschränken. Diese Überlegung bedarf zurzeit jedoch noch weiterer Ausarbeitung und wissenschaftlicher Umsetzung. Eine kritische Evaluation von Spitzmüllers Modell vom stance taking (2013) ist daher unabdingbar, um dem wissenschaftlichen Anspruch gerecht zu werden und eine umfassendere Erweiterung der Theorie vom stance taking evidenzbasiert zu schaffen.

### **3.4 Zum Zusammenhang zwischen dem metapragmatischen stance taking und moderner Kohärenz**

Unter Berücksichtigung des metapragmatischen stance takings (Spitzmüller 2013) und des ursprünglichen Ansatzes von Du Bois (2007) lässt sich stance taking als ein komplexer Prozess definieren, der auf mehreren Ebenen stattfinden kann. Gerade metapragmatische Aspekte vom stance taking haben einen wichtigen Einfluss auf die Betrachtung der Positionierung im sozialen Kontext und damit gesellschaftlicher Prozesse, indem sie eine Indexikalität schaffen, die auch außersprachliche ideologische Konstrukte ‚enthüllt‘ (Silverstein 1995). Diese Erkenntnisse könnten im Rahmen der Theorie vom stance taking künftig stärker einbezogen werden, da die enthüllten Konstrukte primär verbale Formen haben, die mit metasprachlicher Funktion indexikalisch auf prototypische Verhaltensformen in Gesellschaft verweisen (vgl. Silverstein 1993). Somit sind Metapragmatik und Indexikalität sowie eine Auffassung vom stance taking als semiotisch komplexer Prozess notwendige Grundlagen für ein umfassendes Positionierungsmodell, da sie sowohl den sozialen Einfluss, als auch die metapragmatische Einbettung des stance takings betonen.

Darüber hinaus zeigt sich, dass diverse Stances im Diskurs durch die situativen Bedingungen der Positionierung generiert werden (vgl. Spitzmüller 2013). Entsprechend spielen, neben ideologischen Faktoren bzw. Traditionen, sprachlichen Normen und kulturellen Werten (Spitzmüller 2013), die in den Abschnitten 2.3 und 2.4 umrissenen Kohärenzbedingungen (Keupp 2003; 2005) eine entscheidende Rolle bei der Bewertung, Positionierung und Ausrichtung (Du Bois 2007), die durch eine empirische Analyse klarer aufgezeigt werden können. In diesem Zusammenhang bleibt stance taking zum einen mit der modernen Kohärenz strukturgebunden bzw. bietet bestimmte Ausprägungsmittel, die konkrete Identitätsmuster verwirklichen und dadurch logische Interaktionen gestalten.

Zum anderen jedoch tragen Stances zu Offenheit und kreativem Patchworking bei, da keine ähnlichen oder gar gleichen Stances produziert werden.

Angesichts der Relevanz der modernen Kohärenz ist es nachteilig, dass die Erweiterung des Stance-Dreiecks (Spitzmüller 2013) nur die verbalen Äußerungen als Stances wahrnimmt, mit denen Gesprächsteilnehmer sich in einer Interaktion positionieren. Dies legt einen expliziten Fokus auf den Sprachgebrauch und resultiert in der Prämisse, dass stance taking ausschließlich ein verbaler Akt ist. Allerdings werden andere mögliche non-verbale Positionierungsmittel, die moderner digitaler Diskurs zur Verfügung stellt, ausgeschlossen. Dies widerspricht jedoch den Grundlagen der Metapragmatik (Silverstein 1979) und dem in Abschnitt 2.2.2 umrissenen sozial semiotischen multimodalen Ansatz (Poulsen u.a. 2018).

Die Kombination dieser beiden Perspektiven könnte im Rahmen des stance takings dazu beitragen, das Verständnis für die komplexe Natur der digitalen Online-Umgebung zu erweitern, ohne Positionierung auf die verbale Ebene zu beschränken. Zu diesem Zweck können die Bestandteile des technischen Interfaces, wie Like-, Kommentar- und Share-Angaben, als metasprachliche Phänomene betrachtet werden, welche online als einzelne Stance-Ausdrücke fungieren. Dadurch könnte beim stance taking unterstellt werden, dass sowohl verbale als auch non-verbale Positionierungsmittel im digitalen Diskurs von Akteuren genutzt werden können. Folglich könnte die Verbindung zwischen den existierenden Modellen zum stance taking (Du Bois 2007; Spitzmüller 2013) und der Metapragmatik die Positionierungsprozesse in den digitalen Medien aufzeigen und als digitales stance taking bezeichnet werden.

Abgeleitet von diesen Vermutungen erscheint die Betrachtung des digitalen stance takings unter Einbeziehung der technischen Bedingungen der sozialen Medien als ein weiterer vielversprechender Ansatzpunkt zum besseren Verständnis der modernen Positionierung und Identitätsarbeit. Um dies für das digitale stance taking in sozialen Medien zu gewährleisten, werden im Folgenden individuelle Positionierungen mittels einer Umfrage empirisch getestet. Die vorliegende Untersuchung konzentriert sich dabei auf die technischen Reaktionsmöglichkeiten in sozialen Medien sowie Like-, Kommentar-, und Share-Angaben, die innerhalb des Modells vom stance taking als einzelne metasprachliche Stance-Ausdrücke fungieren.

## 4 Methode

### 4.1 Fragestellung und Hypothese

Wie in den Kapiteln 2 und 3 dargelegt wurde, weisen die bereits vorhandenen Studien (Lucius-Hoene & Deppermann 2002; Keupp 2003; Du Bois 2007; Spitzmüller 2013) darauf hin, dass Positionierung und die darauf basierende Identitätsarbeit von verschiedenen Faktoren beeinflusst wird. Diese Faktoren inkludieren Personen- und Verhaltenstypen (Spitzmüller 2013), soziale Kategorien und Stile (Kiesling 2009) sowie soziale Kontexte, moderne Kohärenz und Selbstorganisationsdynamik (Keupp 2003; 2005). Ein solcher komplexer Einfluss spiegelt sich in den Ausprägungsmitteln einzelner Positionen und Akteursrollen wider und beweist, dass Positionierung und Identitätsarbeit facettenreiche Prozesse sind. In dieser Hinsicht tragen die zentralen Merkmale des modernen Identitätsbegriffs – Unabgeschlossenheit und Indexikalität – dazu bei, dass in diesem Kontext das Kohärenz-Modell bzw. die Betrachtung der Identitätsarbeit als Patchworking von Keupp (1998) selbstausrichtend ist. Um eine höhere Kontextbezogenheit der patchworkartigen Identitätsarbeit in Verbindung mit den digitalen Aspekten der sozialen Medien gewährleisten zu können, wird in der vorliegenden Untersuchung erstmalig auf die technischen Möglichkeiten der Positionierung eingegangen, die im Rahmen dieser Arbeit als digitales stance taking bezeichnet wird.

Die darauf basierende Forschungsfrage lautet: Wie wird digitales stance taking in den sozialen Medien praktisch umgesetzt? Um diese Frage zu beantworten, wird untersucht, ob klare Gruppen von Probanden anhand ihrer Positionierungen zu den vorgeschlagenen Online-Beiträgen differenziert werden können. Es wird geprüft, ob es mindestens zwei verschiedene Gruppen von Probanden gibt, die sich in ihren Positionierungen zu den Online-Beiträgen unterscheiden.

Die Bestätigung dieser Annahme würde darauf hindeuten, dass es im digitalen Diskurs systematische Variationen in der Wahrnehmung einzelner Stance-Ausdrücke gibt, die auf unterschiedlichen Positionierungen basieren können. Aus einer solchen explorativen Vorgehensweise resultiert die untersuchungsleitende Hypothese, die sich auf Erkenntnissen aus der im Theorieteil beschriebenen Literatur gründet:

**Tabelle 1: Untersuchungsleitende Hypothese**

---

**Hypothese**

H<sub>0</sub>: Die subjektive Wahrnehmung der einzelnen technischen Positionierungsmöglichkeiten zeigt sich in keinen signifikanten Trends.

H<sub>1</sub>: Die subjektive Wahrnehmung der einzelnen technischen Positionierungsmöglichkeiten zeigt sich in signifikanten Trends.

In dieser Studie wird die leitende Hypothese untersucht, wobei die Probanden ihre persönlichen Erfahrungen und Ansichten zur digitalen Positionierung teilen. Diese Erkenntnisse agieren im Weiteren als wichtige Argumentationspunkte zur Begründung der Auswirkungen von sozialen Medien auf die moderne Identitätsarbeit.

**4.2 Studiendesign**

Bei der vorliegenden Untersuchung handelt es sich um ein Mixed-Methods-Studiendesign. Die Daten wurden mittels einer anonymen, schriftlichen Fragebogenumfrage erhoben. Vom Fragebogen gab es eine Online-Version. Die Umfrage erfolgte im Zeitraum vom 18. Mai 2023 bis 15. Juni 2023 über Befragungssoftware der LMU SoSci Survey. Die Methode der Online-Befragung wurde einerseits deshalb gewählt, da moderne Kohärenz-Bedingungen im Rahmen der Identitätsforschung stark von digitalen Medien beeinflusst wurden; daher hat eine Online-Umfrage es ermöglicht das technische Format moderner Medien zu übernehmen. Andererseits konnte mit dieser Methode ein Fokus auf digitales stance taking gelegt werden, das in dieser Arbeit begründet wurde.

Der bestehenden Datenschutz-Grundverordnung (Moos u.a. 2018) zufolge wurde vor Beginn der Umfrage die Einverständniserklärung angegeben, die detaillierte Informationen zu den Teilnahmebedingungen und zur Handhabung der erhobenen Daten übermittelte und der von allen Teilnehmenden zugestimmt werden sollte.

Die Umfrage wurde in einem Pretest von fünf Personen mit unterschiedlichem Bildungshintergrund sowie Häufigkeit der Nutzung von sozialen Medien geprüft. Aufgrund von Rückmeldungen wurden gewisse Anpassungen in der Formulierung der Fragestellungen gemacht.

Da für digitales stance taking keine standardisierten Erhebungsinstrumente vorhanden sind, wurde die Umfrage aus verschiedenen Instrumenten der empirischen Sozialforschung zusammengestellt. Dabei wurden auch eigene für die Studie relevante Fragen ergänzt. Der Fragebogen besteht mehrheitlich aus Auswahlaufgaben mit Mehrfachwahlaufgaben, bei denen eine zutreffende Antwort aus mehreren Optionen auszuwählen ist; sowie aus quantitativen Rating-Fragen mit vorgegebenen Antwortkategorien. Die Multiple-Choice-Aufgaben wurden vereinzelt mit offenen Fragen ergänzt, um zusätzliche Hintergrund-Informationen zu gewinnen und eine möglichst realistische Online-Umgebung zu simulieren.

Die Umfrage gliedert sich in die folgenden drei Hauptteile: 1) personengebundene Daten, darunter sozial-demographische Aspekte und private Nutzung der Social-Media-Plattformen; 2) prozessbedingte Wahl der Like-, Kommentar- und Share-Angaben in Hinblick auf 3 angegebene Beiträge; 3) Selbstreflexion der Teilnehmenden, bezogen auf technisch bedingte Positionierung in sozialen Medien. Dabei enthielten die Teile 2 und 3 ausschließlich die Pflichtfragen, um den tatsächlichen Wissensstand abzufragen und Antwortverzerrungen zu minimieren.

### ***Teil 1: Sozial-demographische Daten und private Nutzung der Social-Media-Plattformen***

Es wurden vier soziodemographische Daten (Geschlecht, Alter, Beruflicher /Ausbildungsstatus, Studienfach), sowie vier Daten bezüglich der privaten Nutzung der Social-Media-Plattformen erfragt. Diese sind vor allem deshalb wichtig, um ein umfassendes Bild der Stichprobe zu erhalten.

### ***Teil 2: Prozessbedingte Wahl der Like-, Kommentar- und Share-Angaben***

Die Fragen 9, 11 und 13 erfolgten in der Form einer Mehrfachwahl von drei verfügbaren Reaktionsmöglichkeiten („Like“, „Kommentar“, „Share“), die sich auf den angegebenen Beitrag bezog. Die Beiträge (vgl. Abbildungen 5, 6, 7) wurden eigenständig konstruiert und entsprachen drei Themen, u.a. mögliche Wirkungen der Corona-Impfungen, Kauf eines neuen Fahrrades, Prognose für die globale Erwärmung. Bei der Erstellung jedes Beitrags wurde das Twitter-Format übernommen. Dies ermöglichte die Verwendung von Hashtags und Emoticons, die als Teil des technischen Interfaces fungieren.





Abbildung 5: Beitrag 1 „Wirkungen der Corona-Impfungen“



Abbildung 6: Beitrag 2 „Kauf eines neuen Fahrrades“



Abbildung 7: Beitrag 3 „Prognose für die globale Erwärmung“

Nach der dreiteiligen Mehrfachwahl von Like-, Kommentar- und Share-Angaben zu jedem Beitrag erfolgte eine offene Pflichtfrage, in der die Probanden unabhängig von der ausgewählten Reaktion den Beitrag maximal in 280 Zeichen kommentieren sollten. Dadurch wurden die qualitativen Daten erfasst, die im Anschluss zum Clustering der im Teil 3 erhobenen quantitativen Daten verwendet wurden.

### ***Teil 3: Selbstreflexion zum technisch bedingten stance taking***

Insgesamt umfasste der Fragebogen 27 Fragen. Davon entfielen 13 Items in Teil 3 auf eine Selbstreflexion bezogen auf die individuelle Betrachtung der Like-, Kommentar- und Share-Angaben, die auf einer 5-stufigen Likert-Skala bewertet werden sollten (vgl. Tabelle 2):

**Tabelle 2: Übersicht der Items zur Selbstreflexion**

<b>Beschriftung im Datensatz</b>	<b>Item (n = 13)</b>
<b>B201_04</b>	Ich habe bei der Like-/Kommentar-/Share-Auswahl nachgedacht, wie ich meine Meinung zum Beitrag besser zeigen kann.
<b>B201_01</b>	Es ist mir bewusst, dass meine Online-Einstellungsäußerungen technisch begrenzt sind.
<b>B201_03</b>	Ich denke, dass ich mittels Like-/Kommentar-/Share-Angaben unterschiedliche Positionen äußern kann.
<b>B201_05</b>	Meiner Meinung nach kann ich mit dem Like meine Zustimmung zu den im erwähnten Beitrag erwähnten Ideen zeigen.
<b>B201_06</b>	Ich denke, dass ich mit der Share-Angabe meine Zustimmung zu den im erwähnten Beitrag erwähnten Ideen zeigen kann.
<b>B201_07</b>	Meiner Meinung nach wird meine Zustimmung schwächer ausgeprägt, wenn ich auf den Like drücke.
<b>B201_08</b>	Meiner Meinung nach wird meine Zustimmung stärker ausgeprägt, wenn ich die Share-Angabe auswähle.
<b>B201_09</b>	Ich denke, dass meine Zustimmung sowohl mit dem Like als auch mit dem Share genauso stark ausgeprägt wird.
<b>B201_13</b>	Ich denke, dass ich mit der Share-Angabe meine Ablehnung zu den im erwähnten Beitrag erwähnten Ideen zeigen kann.
<b>B201_10</b>	Ich denke, dass ich mittels einer Kommentar-Angabe sowohl die Zustimmung als auch die Ablehnung der im erwähnten Beitrag erwähnten Ideen zeigen kann.
<b>B201_11</b>	Ich denke, dass ich mich mittels einer Kommentar-Angabe auch neutral positionieren kann.
<b>B201_12</b>	Die Kommentar-Option gibt mir gewisse Flexibilität, wenn ich meine Meinung online äußern will.
<b>B201_02</b>	Ich denke, dass Like-/Kommentar-/Share-Angaben nicht mit der Positionierung verbunden sind.

Die Verwendung der Likert-Skala im Teil 3 stützt sich auf den Zweck der Umfrage, die zur Feststellung von möglichen technischen Positionierungsarten dienen sollte. Dementsprechend enthielten die abgefragten Merkmale die nuancierten Items bezogen auf das technisch bedingte stance taking in sozialen Medien (vgl. Tabelle 1). Die Merkmale wurden in der logischen Reihenfolge präsentiert. Die Bewertungsskala entstand als eine Mischform aus numerischer Skalierung mit steigendem Zufriedenheitsgrad (1-5) und verbal benannten Endpunkten. Ein solches 5-stufiges Bewertungsmodell erlaubte eine neutrale Auswahlmöglichkeit in der Mitte der Skala (Nummer 3), wenn weder die Einordnung zum negativen noch zum positiven Pol bevorzugt wurde. Auf diese Weise wurde der Bias reduziert, von den Probanden, die keine eindeutige Aussage treffen wollten.

Die Merkmalsausprägung lag zwischen *stimme gar nicht* und *stimme voll zu*. Diese ermöglichte es, die subjektiven Gefühle und Wahrnehmungen der Probanden in ordinalskalierte messbare Variablen herunterzubrechen.

### 4.3 Rekrutierung und Beschreibung der Stichprobe

Die Zielgruppe wurde bezüglich des Alters sowie der Bildung nicht limitiert, da moderne soziale Medien unterschiedliche Akteure inkludieren. Die einzige Ausnahme waren minderjährige Personen unter 18 Jahren. Als Pflichtvoraussetzung für die Zielgruppe galten ausreichende Deutschkenntnisse.

Zur Rekrutierung der Stichprobe wurde der E-Mail-Dienst „LMU-Infodienst“ genutzt, wodurch die Umfrage an alle Studierenden und Mitarbeiter der LMU weitergeleitet wurde. Die abschließende Stichprobe bestand somit aus 52 gültigen Fällen (n=52).

#### *Analyse der Stichprobe anhand soziodemographischer Kriterien*

Als Vergleichsdimensionen dienen zunächst die soziodemographischen Merkmale: Geschlecht, Alter, Ausbildungsstatus und Studienfach. Die Zusammensetzung der Stichprobe angesichts der erwähnten Merkmale ist Tabelle 3 zu entnehmen:

**Tabelle 3: Soziodemographische Merkmale der Stichprobe**

Variable		Gesamt (n=52)	
		absolut	relativ
Geschlecht	Weiblich	36	69.2
	Männlich	12	23.1
	Divers	4	7.7

	<b>absolut</b>	<b>relativ</b>	
<b>Alter</b>	18 bis 22 Jahre	18	34.6
	23 bis 27 Jahre	18	34.6
	28 bis 32 Jahre	9	17.3
	33 bis 37 Jahre	4	7.6
	43 bis 47 Jahre	1	1.9
	63 bis 67 Jahre	1	1.9
	68 Jahre oder älter	1	1.9
	<b>absolut</b>	<b>relativ</b>	
<b>Ausbildungsstatus</b>	Auszubildende:r	1	1.9
	Student:in	42	80.8
	Berufstätig (ohne abgeschlossenes Studium)	1	1.9
	Berufstätig (mit abgeschlossenem Studium)	6	11.5
	Derzeit nicht berufstätig (ohne abgeschlossenes Studium)	0	0
	Derzeit nicht berufstätig (mit abgeschlossenem Studium)	2	3.9
	<b>absolut</b>	<b>relativ</b>	
<b>Studienfach</b>	Naturwissenschaften	10	19.2
	Ingenieurwissenschaften	0	0
	Lebenswissenschaften	4	7.7
	Sozialwissenschaften	10	19.2
	Geisteswissenschaften	28	53.9

Demnach wurden 52 Personen in die Stichprobe aufgenommen, davon waren 36 weiblich (69.2 %), 12 männlich (23.1 %) und 4 divers (7.7 %). Das Alter der Probanden lag überwiegend zwischen 18 und 27 Jahren. Zur Zeit der Umfrage waren 80.8% Probanden Student:innen. Die Teilnehmenden hatten ihre akademische Spezialisierung in Naturwissenschaften (Mathematik, Physik, Chemie), Lebenswissenschaften (Medizin, Biologie, Agrar- und Forstwissenschaft), Sozialwissenschaften (Psychologie, Politikwissenschaften, Rechtswissenschaften), Geisteswissenschaften (Linguistik, Geschichte, Literaturwissenschaften, Philosophie). Ein geisteswissenschaftliches Studienfach belegten 53.9 % der Befragten.

### *Analyse der Stichprobe anhand der Nutzung der sozialen Medien*

Da die Studie eine Untersuchung der digitalen Positionierung anstrebte, wurden im Rahmen der Umfrage persönliche Angaben zur Nutzung der sozialen Medien erhoben. Dabei wurden die Häufigkeit der privaten Nutzung von Social-Media-Plattformen sowie das Veröffentlichen von Bildern, Kommentaren usw. in den persönlichen Social-Media-Konten in den Vordergrund gestellt. Die weiteren Angaben umfassten die Vorlieben von Teilnehmenden bezogen auf die einzelnen Social-Media-Plattformen (beispielweise Facebook, Twitter, Instagram, Discord). Die folgende Tabelle 4 gibt eine Übersicht über die erfassten Variablen.

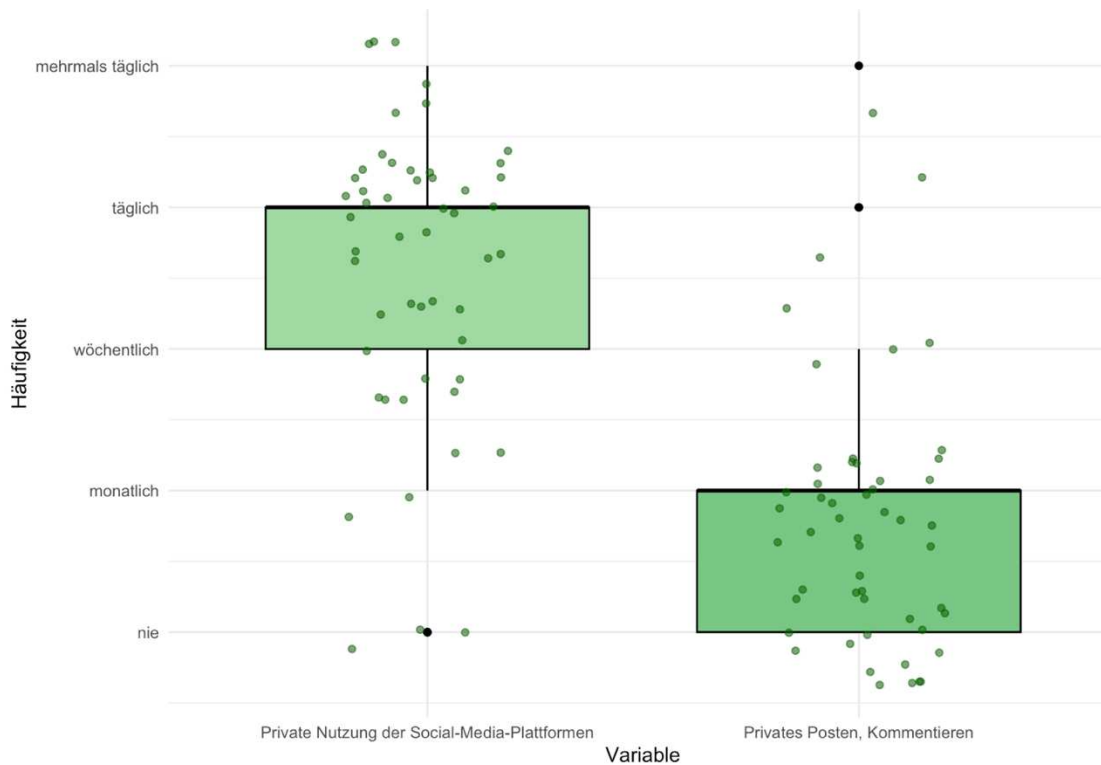
**Tabelle 4: Private Nutzung der sozialen Medien**

Frage	Plattform	Gesamt	
		absolut	relativ
Bei welcher der folgenden Social-Media-Plattformen haben Sie derzeit ein Konto?	Facebook	31	59.6
	Twitter	23	44.2
	Instagram	39	75
	Discord	30	57.7
Welche der folgenden Social-Media-Plattformen besuchen Sie in einer Woche am häufigsten?	Facebook	7	13.4
	Twitter	5	9.6
	Instagram	34	65.3
	Discord	11	21.1

Bei der Frage nach den aktuellen Konten auf verschiedenen Social-Media-Plattformen zeigt sich, dass Instagram mit 39 Personen (75% der Befragten) die beliebteste Plattform ist. Facebook folgt knapp dahinter mit 31 Personen (59.6% der Befragten). Im Rahmen dieser Umfrage haben Discord und Twitter jeweils eine etwas geringere Nutzerbasis mit 30 Personen (57.7%) und 23 Personen (44.2%).

In Bezug auf die wöchentlichen Besuche der Social-Media-Plattformen zeigt sich ein ähnliches Muster. Instagram wird von 34 Personen (65.3% der Befragten) am häufigsten in einer Woche besucht, gefolgt von Discord mit 11 Personen (21.1%). Facebook und Twitter haben mit 13.4% und 9.6% der Befragten eine vergleichsweise geringere

wöchentliche Nutzung. Diese Interpretationen deuten darauf hin, dass Facebook und Instagram die beiden beliebtesten Social-Media-Plattformen unter den Befragten sind. Instagram hat nicht nur eine hohe Anzahl von Konten, sondern wird auch regelmäßig in einer Woche besucht. Die Abbildung 8 bietet eine präzisere Darstellung der Häufigkeit von privaten Online-Aktivitäten:



**Abbildung 8: Private Aktivitäten in sozialen Medien**

Bei Betrachtung der zwei Boxplots in Abbildung 8 ist die klare Tendenz zu erkennen, dass die allgemeine Nutzung der Social-Media-Plattformen nicht per se das Posten oder Kommentieren inkludiert. Die meisten Befragten (26 Personen) geben an, dass sie soziale Medien täglich nutzen. Eine beträchtliche Anzahl der Teilnehmenden (13 Personen) nutzt soziale Medien wöchentlich. Nichtsdestotrotz hat die Mehrheit der Befragten (24 Personen) angegeben, dass sie nur monatlich online posten oder kommentieren. Gefolgt wird die monatliche Häufigkeit der „nie“-Kategorie, bei der 21 Personen abgestimmt haben.

Diese Interpretationen zeigen, dass die Mehrheit der Probanden soziale Medien regelmäßig nutzt. Beim Posten und Kommentieren sind die meisten Befragten jedoch weniger aktiv, möglicherweise aus Gründen der Privatsphäre oder des persönlichen Komforts. Sie verwenden soziale Medien eher als passive Zuschauer und vermeiden es, persönliche Inhalte zu teilen oder in Diskussionen aktiv zu werden.

## 4.4 Auswertungsmethode

Der Fokus dieser Studie liegt auf der Ausarbeitung des Zusammenhangs zwischen dem stance taking und metasprachlicher Identitätsarbeit durch Onlineaktivitäten, vor allem Like-, Kommentar- und Share-Angaben. Um diese Verbindung zu untersuchen, wurde zur Auswertung ein Mixed-Methods-Ansatz gewählt. Die statistische Datenauswertung und Visualisierung wurde mit Hilfe von RStudio durchgeführt, das als grafische Benutzeroberfläche für die Statistik-Programmiersprache R (Version 4.3.1 für macOS Monterey Nutzer) diente. Nicht vollständig beendete Fragebögen wurden vor der Auswertung aus dem Datensatz entfernt.

Die im Teil 3 mittels der Likert-Skala erhobenen Ranking-Daten werden ordinalskaliert, da hohe Wahrscheinlichkeit besteht, dass die Abstände zwischen den Antworten von Teilnehmenden (Ranking-Daten) nicht als gleich wahrgenommen wurden. Die Ordinalskalierung der quantitativen Daten bestimmte die angewendeten statistischen Auswertungsmethoden, die im Weiteren erklärt werden.

Die Datenanalyse umfasste neben der Berechnung der deskriptiven Statistiken aller verwendeten Variablen die Ausführung zweier weiterer inferenzstatistischer Verfahren: a) der Shapiro-Wilk-Test; b) der Friedman-Test. Der Friedman-Test erfolgte nach der Unterteilung von Ranking-Daten in zwei Cluster. Dementsprechend umfasste die statistische Datenauswertung die folgenden drei Phasen:

### ***Phase 1: Der Shapiro-Wilk-Test***

Der Shapiro-Wilk-Test diente im Rahmen der Datenauswertung zur Überprüfung aller 13 Variablen zur Selbstreflexion auf Normalverteilung. Dieser Signifikanztest wurde aufgrund einer relativ kleinen Stichprobe ( $n=52$ ) ausgewählt (Shapiro & Wilk 1965). Dabei besagte die Nullhypothese, dass eine Normalverteilung vorliegt. Da der p-Wert von allen 13 Items nach der Durchführung des Shapiro-Wilk-Tests unter dem Alphaniveau 0.05 lag, musste die Nullhypothese verworfen werden. Daher wird im Weiteren davon ausgegangen, dass die mittels der Likert-Skala erhobenen Ranking-Daten nicht normalverteilt sind.

### ***Phase 2: Clustering von qualitativen Daten***

Um die Forschungsergebnisse genauer zu veranschaulichen und die Hypothese überprüfen zu können, wurden Cluster für die im Teil 2 erhobenen Kommentare gebildet. Zudem war das Clustering der qualitativen Daten ein sinnvoller Anfangspunkt für den Friedman-

Test, der in Phase 3 erfolgte. Die Bildung der Cluster bestand in der Kategorisierung von Kommentaren anhand der Positionierungspraktiken der Probanden. Unter Positionierung wurde dabei die Zustimmung (z. B. „*Das stimmt – warten wir’s mal ab...*“) oder Ablehnung (z. B. „*Dieser Kommentar stimmt nicht. Es gibt Studien, welche zeigen, dass nach ca. 4-6 Wochen man die Corona-Impfung nicht mehr nachweisen kann.*“) der im Beitrag präsentierten Ideen verstanden. Aufgrund der qualitativen Analyse wurden die Kommentare manuell in die folgenden vier Kategorien unterteilt:

1) Ablehnung-Zustimmung-Ablehnung (n=21):

„*Nein, aber so ist es bei allen Impfstoffen. Immer noch besser als gar keine.*“  
 „*Sehr gut! Was für ein Fahrrad ist es denn?*“  
 „*unbewiesen, spekulativ*“

2) Zustimmung-Zustimmung-Zustimmung (n=4):

„*Das stimmt, dafür reichen die derzeitigen Daten und Untersuchungen nicht aus.*“  
 „*Cool, ab jetzt öfters eine Fahrradtour oder mit dem Fahrrad zur Arbeit?*“  
 „*Ja, uns steht noch einiges an Arbeit zuvor...*“

3) Ablehnung-Zustimmung-Zustimmung (n=24):

„*Nein, man erlebt doch jeden Tag Herausforderungen.*“  
 „*Super!*“  
 „*Man sollte ab sofort Nachhaltigkeit beachten und etwas für die Umwelt tun.*“

4) Zustimmung-Zustimmung-Ablehnung (n=3):

„*Ja, wir wissen vieles nicht, auch, was eine Corona-Infektion mit sich bringt in 10 Jahren.*“  
 „*Freut mich, viel Spaß beim Fahren :)*“  
 „*Das scheint mir eine extreme Erhöhung zu sein, Leben auf der Erde wäre so nicht mehr möglich.*“

Damit wurden insgesamt vier Cluster gebildet, darunter zwei mit der vergleichsweise geringeren Menge der Abstimmungen (n=4 und n=3). Sie werden im Weiteren als Ausreißer betrachtet und in der Phase 3 aus dem Datensatz ausgeblendet. Die gebildeten Cluster von qualitativen Daten (Cluster 1: Ablehnung-Zustimmung-Ablehnung (n=21); Cluster 2: Ablehnung-Zustimmung-Zustimmung (n=24)) wurden symmetrisch auf die



Ranking-Daten von Teil 3 übertragen. Auf diese Weise wurden geeignete Bedingungen für den Friedman-Test geschaffen.

### ***Phase 3: Der Friedman-Test***

Der parameterfreie Friedman-Test wurde in Phase 3 für die Auswertung ausgewählt, da die vorhandenen Ranking-Daten ordinalskaliert und nicht normalverteilt waren. Der Friedman-Test wird in der aktuellen Studie angewendet, um zu überprüfen, ob zwei Cluster signifikante Unterschiede in Bezug auf Ranking-Trends einzelner Items haben (Hypothesenprüfung). Die statistisch signifikanten Ergebnisse würden auf das Vorhandensein einiger systematischer Trends oder Variationen in den Daten hinweisen, ohne die spezifischen Muster festzustellen (vgl. Bortz & Lienert 2008).

## 5 Ergebnisse der statistischen Datenauswertung

### 5.1 Deskriptive Ergebnisse der Likert-Skala-Auswertung

Die erlangten Ergebnisse der umfassenden deskriptiven Analyse werden in Tabelle 5 präsentiert, um einen klaren Überblick über die Charakteristiken der Likert-Skala-Daten zu gewährleisten. Von den einzelnen technischen Stance-Ausdrücken wurden jeweils Mittelwerte, Standardabweichung, und Rang-Verteilung berechnet und damit eine Rangfolge erstellt (vgl. Tabelle 5). Diese nimmt zusätzlich die Homogenität der Rangdaten in Betracht.

**Tabelle 5: Selbstreflexion (5-stufige Likert-Skala)**

Items	Mittelwert	Standard- abweichung (SD)	Prozentuelle Verteilung des Ranks				
			1	2	3	4	5
1. Die Kommentar-Option gibt mir gewisse Flexibilität, wenn ich meine Meinung online äußern will.	<b>4.57</b>	0.6	0	0	5.8	30.7	63.5
2. Ich kann mittels einer Kommentar-Angabe sowohl die Zustimmung als auch die Ablehnung der im erwähnten Beitrag erwähnten Ideen zeigen.	<b>4.67</b>	0.75	1.9	0	5.8	13.4	78.9
3. Ich kann mit dem Like meine Zustimmung zu den im erwähnten Beitrag erwähnten Ideen zeigen.	<b>4.44</b>	0.72	0	1.9	7.7	34.6	55.8
4. Meine Online-Einstellungsäußerungen sind technisch begrenzt.	<b>4.42</b>	0.93	0	7.7	7.7	19.3	65.3
5. Ich habe bei der Like-/Kommentar-/Share-Auswahl nachgedacht, wie ich meine Meinung zum Beitrag besser zeigen kann.	<b>4.01</b>	1.24	5.8	9.6	11.5	23.1	50
6. Ich kann mich mittels einer Kommentar-Angabe auch neutral positionieren.	<b>4.15</b>	1.17	1.9	11.5	15.4	11.5	59.7

7. Ich kann mittels Like-/Kommentar-/Share-Angaben unterschiedliche Positionen äußern.	<b>3.63</b>	1.13	1.9	19.2	19.2	32.8	26.9
8. Ich kann mit der Share-Angabe meine Zustimmung zu den im erwähnten Beitrag erwähnten Ideen zeigen.	<b>3.42</b>	1.3	9.6	15.4	25	23.1	26.9
9. Meine Zustimmung wird stärker ausgeprägt, wenn ich die Share-Angabe auswähle.	<b>2.98</b>	1.56	26.9	15.4	15.4	17.3	25
10. Meine Zustimmung wird sowohl mit dem Like als auch mit dem Share genauso stark ausgeprägt.	<b>2.42</b>	1.41	32.7	30.7	13.4	7.7	15.5
11. Ich kann mit der Share-Angabe meine Ablehnung zu den im erwähnten Beitrag erwähnten Ideen zeigen.	<b>2.21</b>	1.37	48	11.6	19.3	13.4	7.7
12. Meine Zustimmung wird schwächer ausgeprägt, wenn ich auf den Like drücke.	<b>2.23</b>	1.27	40.4	21.1	19.2	13.5	5.8
13. Like-/Kommentar-/Share-Angaben sind mit der Positionierung nicht verbunden.	<b>1.8</b>	0.99	53.8	17.3	23.2	5.7	0

\* **Ranks: 1 - stimme gar nicht zu; 2 - stimme nicht zu; 3 - weder noch; 4 - stimme zu; 5 - stimme voll zu**

Nach der Berechnung des Wertes der Likert-Daten ergibt sich, wie in der Tabelle 5 zu sehen, eine diversifizierte Wahrnehmung der technischen Stance-Ausdrücke in sozialen Medien. Die Betrachtung der Kommentar-Option als Mittel sowohl für die Zustimmung als auch für die Ablehnung zeigt einen hohen Mittelwert von 4.57 und die Standardabweichung von 0.6, was darauf hindeutet, dass es innerhalb der Stichprobe eine geringe Variation der darauf bezogenen Antworten gibt. Ein vergleichsweise ähnlicher Mittelwert von 4.67 ergibt sich bei der Analyse des anderen Kommentar-bezogenen Items 2, das besagt, dass diese Angabe sowohl die Zustimmung als auch die Ablehnung des Beitrags ermöglicht. Dementsprechend ist in der Betrachtung einer Kommentar-Option eine gewisse Homogenität zu sehen, die durch die niedrige Standardabweichung der Items 1 (SD=0.6) und 2 (SD=0.75) veranschaulicht werden kann. Im

Gegensatz dazu ist eine moderate Variation von Antworten am Beispiel des Items 10 ( $SD=1.41$ ) und 8 ( $SD=1.3$ ) zu sehen, welche die Like- und Share-Abgaben als Instrumente der Zustimmung wahrnehmen.

Der niedrigste Mittelwert von 1.8 wurde dem Item 13 zugeordnet, das auf keinen Zusammenhang zwischen den Like-, Kommentar-, Share-Angaben und Positionierung hinwies. Die niedrige subjektive Rangzuordnung des Items 13 ist im Rahmen der Studie besonders wichtig, da sie die Relevanz der Forschungsfrage bestätigt, die in der Untersuchung des Zusammenhangs zwischen den technischen Reaktionsmöglichkeiten (Like, Kommentar, Share) und der Positionierung (Stance-Ausdrücke) in sozialen Medien besteht.

Zum besseren Verständnis der Unterschiede in der Auswertung der Likert-Daten wurden die Ergebnisse in Abbildung 9 veranschaulicht. Dabei liegt der Fokus mehr auf der prozentuellen Verteilung der einzelnen Ränge.

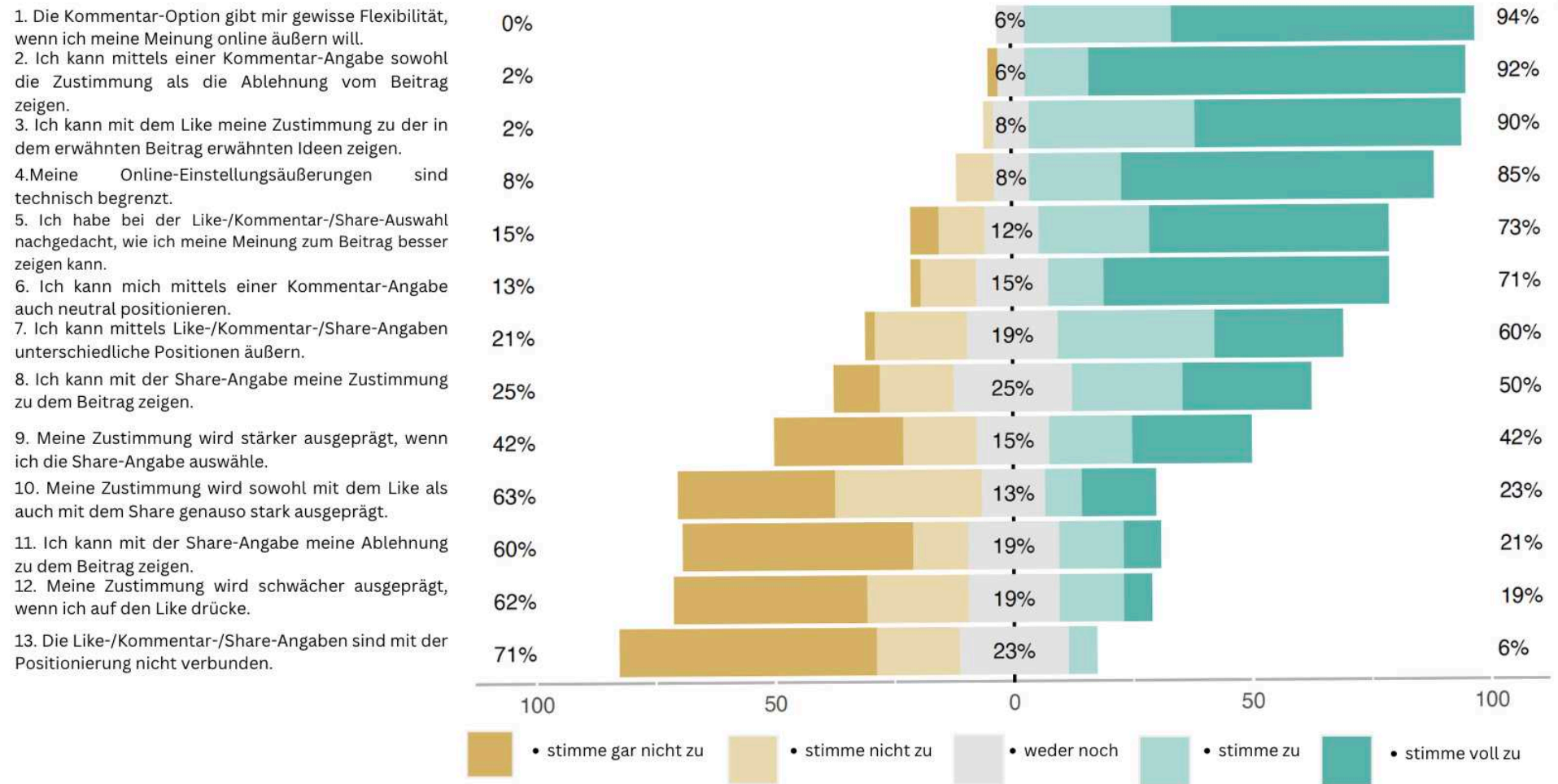


Abbildung 9: Ergebnisse der Likert-Skala-Auswertung

Die angezeigten Ergebnisse der Likert-Skala-Auswertung (vgl. Abbildung 9) deuten darauf hin, dass es keine universelle Deutung der Like-, Kommentar- und Share-Angaben innerhalb der Stichprobe gibt. Alle drei Reaktionsmöglichkeiten wurden von den Probanden als Mittel sowohl für die Zustimmung als auch für die Ablehnung betrachtet. Dabei kann mithilfe der Kommentar-Angabe auch eine neutrale Position geäußert werden. Insgesamt betrachtet bleibt eine solche Wahrnehmung der technischen Reaktionsmöglichkeiten jedoch stark subjektiv. Diese Subjektivität hat daher einen unweigerlichen Einfluss auf die praktische Umsetzung der digitalen Positionierung und wird bei der Clusterbildung und dem Friedman-Test sowie der darauf beruhenden Diskussion in Betracht gezogen.

## 5.2 Ergebnisse der Clusterbildung und der inferenzstatistischen Auswertung

Die Phase 2 der Datenauswertung, die aus der Clusterbildung der qualitativen Daten bzw. der Kommentare in Teil 2 bestand, trug dazu bei, die Vielfalt von Positionierungen innerhalb der Stichprobe zu erkennen. Damit wurde die Grundannahme bestätigt, die darauf abzielte, dass es Unterschiede in den ausgewählten Positionierungen gab, welche die Gruppierung der Kommentare ermöglicht haben. Die Clusterbildung der qualitativen Daten wurde symmetrisch auf die Ranking-Daten projiziert, um unterschiedliche Perspektiven besser veranschaulichen zu können (Tabelle 6):

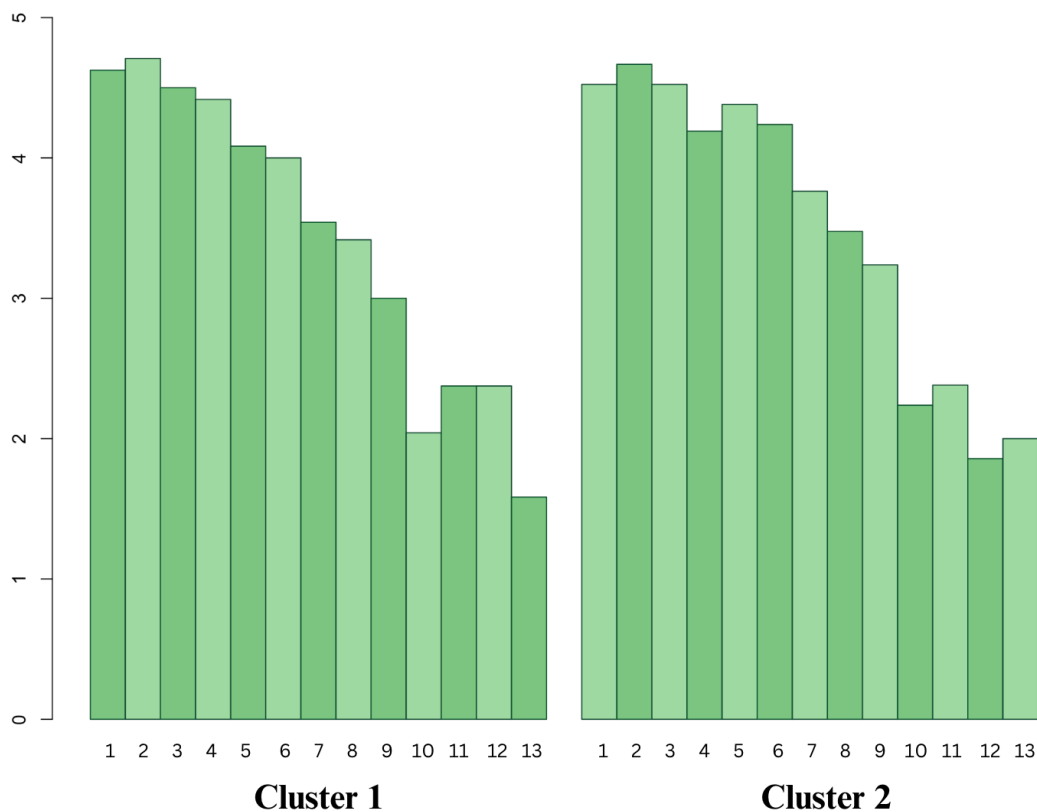
**Tabelle 6: Mittelwertvergleich zwischen zwei Clustern von Ranking-Daten**

Items	Cluster 1	Cluster 2
	Mittelwert	
1. Die Kommentar-Option gibt mir gewisse Flexibilität, wenn ich meine Meinung online äußern will.	4.625000	4.523810
2. Ich kann mittels einer Kommentar-Angabe sowohl die Zustimmung als auch die Ablehnung der im erwähnten Beitrag erwähnten Ideen zeigen.	4.708333	4.666667
3. Ich kann mit dem Like meine Zustimmung zu den im erwähnten Beitrag erwähnten Ideen zeigen.	4.500000	4.523810
4. Meine Online-Einstellungsäußerungen sind technisch begrenzt.	4.416667	4.190476
5. Ich habe bei der Like-/Kommentar-/Share-Auswahl nachgedacht, wie ich meine Meinung zum Beitrag besser zeigen kann.	4.083333	4.380952
6. Ich kann mich mittels einer Kommentar-Angabe auch neutral positionieren.	4.000000	4.238095

<b>7.</b> Ich kann mittels Like-/Kommentar-/Share-Angaben unterschiedliche Positionen äußern.	3.541667	3.761905
<b>8.</b> Ich kann mit der Share-Angabe meine Zustimmung zu den im erwähnten Beitrag erwähnten Ideen zeigen.	3.416667	3.476190
<b>9.</b> Meine Zustimmung wird stärker ausgeprägt, wenn ich die Share-Angabe auswähle.	3.000000	3.238095
<b>10.</b> Meine Zustimmung wird sowohl mit dem Like als auch mit dem Share genauso stark ausgeprägt.	2.041667	2.238095
<b>11.</b> Ich kann mit der Share-Angabe meine Ablehnung zu den im erwähnten Beitrag erwähnten Ideen zeigen.	2.375000	2.380952
<b>12.</b> Meine Zustimmung wird schwächer ausgeprägt, wenn ich auf den Like drücke.	2.375000	1.857143
<b>13.</b> Like-/Kommentar-/Share-Angaben sind mit der Positionierung nicht verbunden.	1.583333	2.000000

Basierend auf den Mittelwerten lässt sich sagen, dass die Bewertungen in beiden Clustern insgesamt positiv ausfallen. Die durchschnittlichen Werte für die meisten Items in beiden Clustern liegen über 3, was darauf hindeutet, dass die Befragten tendenziell die Kommentar-, Like- und Share-Optionen nutzen, um ihre Meinung online auszudrücken und Zustimmung oder Ablehnung von Ideen zu zeigen.

Es scheint jedoch, dass die Bewertungen in Cluster 1 bezogen auf die Kommentar-Angabe etwas höher sind als in Cluster 2. Dies bedeutet, dass die Befragten in Cluster 1 tendenziell die Flexibilität und die Möglichkeiten der Kommentarfunktion stärker schätzen als die Befragten in Cluster 2. Auffällig ist, dass die Bedeutung von Likes und Shares in Cluster 2 geringfügig höher im Vergleich zu den Abstimmungen in Cluster 1 ist. Die Abbildung 10 bietet eine Darstellung der Unterschiede zwischen zwei Clustern:



\*Die Zahlen unter jedem Balken entsprechen der Nummer der Items in Tabelle 6

**Abbildung 10: Ergebnisse der Clusterbildung von Ranking-Daten**

Die dargestellten Unterschiede zwischen den zwei Clustern wurden mithilfe des Friedman-Tests überprüft. Dabei wurde die Hypothese getestet (vgl. Tabelle 7):

**Tabelle 7: Friedman-Test zur Überprüfung der Unterschiede hinsichtlich der Betrachtung von technisch bedingten Stance-Ausdrücken**

Friedman-Test	$\chi^2$	df	Signifikanz
	23.504	12	0.02374

\*Signifikanz auf einem Niveau von 0.05

Dass der Chi-Quadrat-Wert 23.504 beträgt, deutet darauf hin, dass die beobachteten Unterschiede zwischen den Gruppen in der Betrachtung der technisch bedingten Stance-Ausdrücke größer als erwartet sind, wenn es keine wirklichen Unterschiede gäbe. Dies unterstützt die Idee, dass es tatsächlich signifikante Unterschiede in der subjektiven Wahrnehmung der einzelnen Reaktionsmöglichkeiten gibt, da die beobachtete Abweichung umso stärker ist, je größer der Chi-Quadrat-Wert ist.

Dabei zeigte sich, dass der p-Wert mit 0.02374 kleiner als das festgelegte Signifikanzniveau ( $\alpha = 0.05$ ) ist. Daher kann die Nullhypothese zugunsten der Alternativhypothese



verworfen werden. Angesichts der Alternativhypothese, dass die subjektive Wahrnehmung der einzelnen technischen Positionierungsmöglichkeiten signifikanten Trends aufweist, können der hohe Chi-Quadrat-Wert und der niedrige p-Wert als Hinweis darauf interpretiert werden, dass es tatsächlich signifikante Unterschiede zwischen den zwei Clustern gibt, die sich auf die subjektive Wahrnehmung der technisch bedingten Stance-Ausdrücke beziehen.

Die festgestellten Unterschiede können als Indiz für Trends interpretiert werden, da sie auf Tendenzen hindeuten, die zwei Cluster voneinander unterscheiden und auf gemeinsame Wahrnehmungs- oder Verhaltensmuster hinweisen. Die statistische Signifikanz stärkt die Schlussfolgerung, dass diese Unterschiede nicht auf zufällige Schwankungen zurückzuführen sind, sondern tatsächliche Phänomene widerspiegeln. Jedoch sind Post-hoc-Analysen nötig, um die spezifischen Muster und Tendenzen genauer erfassen zu können.

## 6 Diskussion

### 6.1 Like-, Kommentar- und Share-Angaben als Stance-Ausdrucksformen

Die Clusterbildung der erhobenen qualitativen Daten und die signifikanten Unterschiede zwischen den gebildeten Clustern, die durch den Friedman-Test aufgedeckt wurden, deuten darauf hin, dass technische Reaktionsmöglichkeiten einen Einfluss auf die Art und Weise haben, wie Stance-Ausdrücke in sozialen Medien erfolgen. Solche Erkenntnisse sind im Rahmen der Forschungsfrage zur praktischen Umsetzung des digitalen stance takings besonders relevant, da sie als Indiz für den Zusammenhang zwischen der Positionierung und deren technischen Bedingungen interpretiert werden können.

Angesichts der Existenz von Trends und unter Berücksichtigung des angenommenen metapragmatischen Blickwinkels (vgl. Abschnitt 3.4) kann daher theoretisiert werden, dass die Wahl von Likes, Kommentaren und Shares in sozialen Medien eng mit der Gestaltung des digitalen stance takings verbunden ist. Zunächst lässt sich dabei festhalten, dass selbst die Like-, Kommentar- und Share-Angaben als Stance-Ausdrucksformen im digitalen Diskurs fungieren und angesichts der statistischen Ergebnisse als solche von den Probanden wahrgenommen werden und sowohl verbale (Kommentar) als auch non-verbale (Like, Share) Bewertung des Stance-Objekts ermöglichen. Aufgrund ihrer technischen Gebundenheit sind jedoch alle Angaben auf der metasprachlichen Ebene angesiedelt und verweisen reflektiv im Rahmen der Stance-Dyade auf die konkrete Art der Positionierung. Dabei spielt jedoch die subjektive Wahrnehmung der technischen Reaktionsmöglichkeiten eine wichtige Rolle bei der Entscheidung, ob ein Like, Kommentar oder Share der Zustimmung oder der Ablehnung zugeordnet wird. Eine solche Behauptung resultiert aus den statistischen Ergebnissen (Abschnitt 5.2), da die signifikanten Unterschiede (vgl. Tabelle 7) in Bezug auf Ranking-Trends sich erst nach der Clusterbildung ergeben haben. Dabei wurde die Art der Positionierung als Hauptkriterium für die Bildung der Cluster gewählt. Dies legt nahe, dass die Interpretation der technischen Reaktionsmöglichkeiten von individuellen Perspektiven und, wie bereits angemerkt, von der subjektiven Wahrnehmung der Nutzer abhängt.

Aufgrund der Vielfalt der möglichen Wahrnehmungen ist der metapragmatische Ansatz (Silverstein 1979; Spitzmüller 2013) für das digitale stance taking selbstausrichtend, da er den Fokus auf die Selbstreflexion und Selbstausrichtung der Positionierung legt. Zumal die Akteure bewusst entscheiden, welche technischen Reaktionsmöglichkeiten sie in

bestimmten Situationen nutzen, um ihre Meinungen und Positionen effektiv zu kommunizieren, kann die Art und Weise, wie Likes, Kommentare oder Shares verwendet werden, variieren und ist nicht durch feste Regeln oder Bedeutungen festgelegt.

## 6.2 Metasprachliche digitale Positionierung

Die bis hierhin genannten Erkenntnisse lassen sich nun zu einem modifizierten Modell des digitalen stance takings zusammenfügen. Dieser Vorschlag stützt sich auf Spitzmüllers Erweiterung des Stance-Dreiecks (2013) sowie auf die erwähnten Aspekte der sozialen Medien und legt die metapragmatische Betrachtung des digitalen stance takings unter Einbeziehung von technischen Reaktionsmöglichkeiten nahe. Ausgangspunkt hierfür ist ein modifiziertes Stance-Dreieck, bei dem abweichend von Spitzmüller (2013) die zentrale Stelle des Dreiecks, wie im Modell von Du Bois (2007), weiterhin mit dem Stance-Objekt besetzt wird (vgl. Abbildung 4), da eine digitale Positionierung entgegen Spitzmüllers Modell nicht ausschließlich auf der verbalen Ebene angesiedelt ist. Dabei indiziert das Stance-Objekt als Bedeutungsträger einerseits eine Art der Positionierung, die auf die Stance-Dyade von Du Bois (2007) führt, und andererseits technisch bedingte Reaktionen (Like-, Kommentar- oder Share-Angaben). Die Art der Positionierung (Zustimmung oder Ablehnung des Bedeutungsträgers) und die technische Reaktion stehen miteinander in einem indexikalischen Verhältnis, das durch einzelne metasprachliche Stances zum Ausdruck gebracht wird (vgl. Abbildung 11):

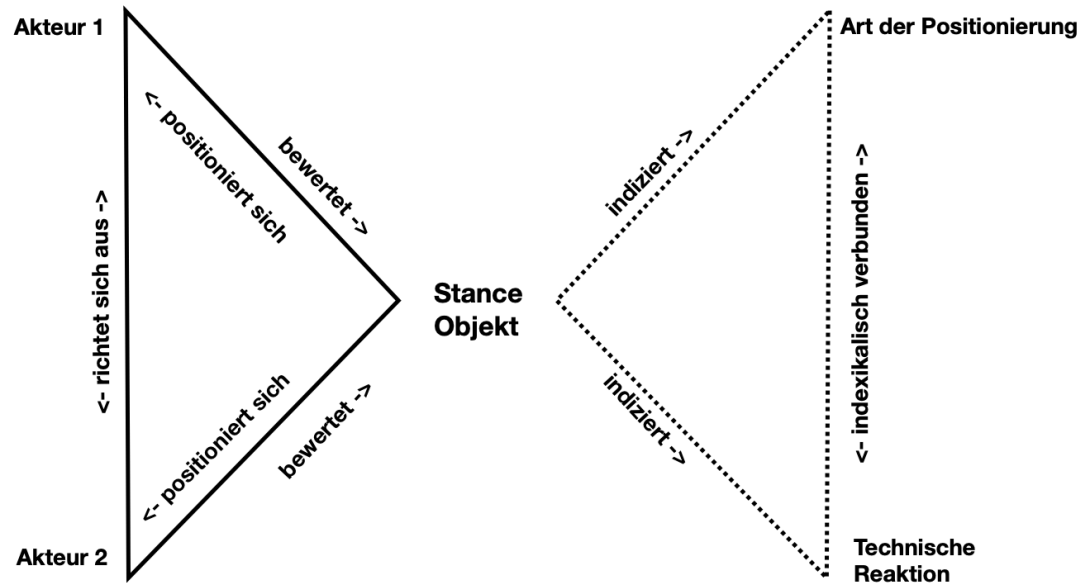


Abbildung 11: Anpassung des Modells von Spitzmüller (2013)

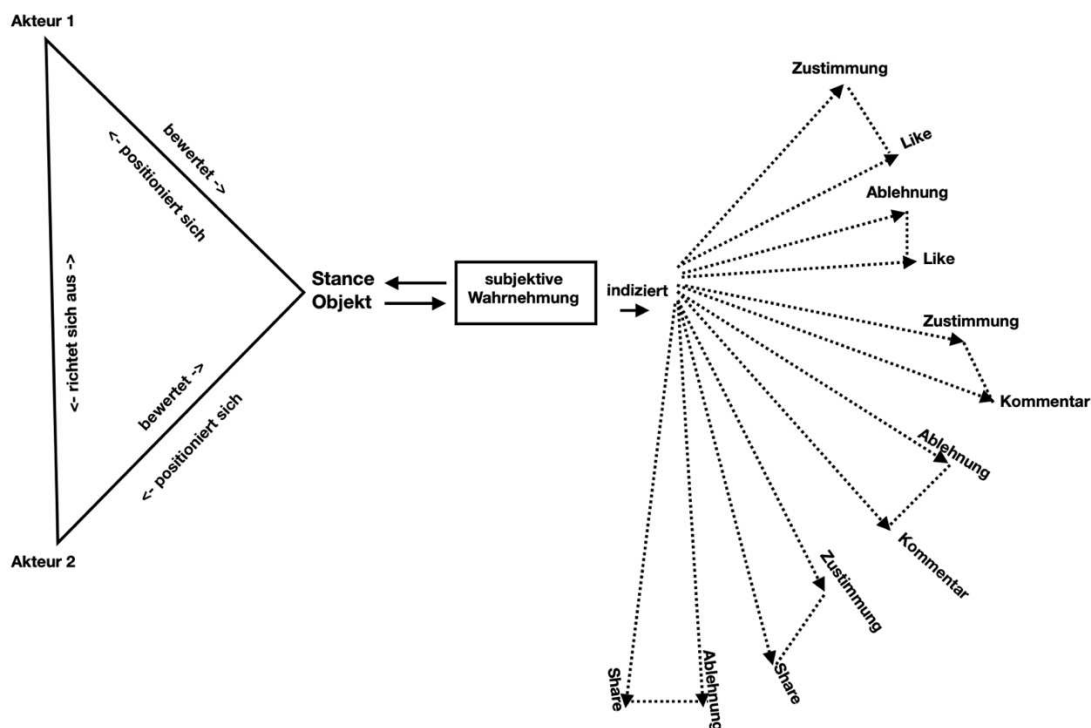
Insofern ist ein digitales stance taking ein facettenreicher Prozess: Ein Akteur positioniert sich nicht nur in Relation zu anderen Akteuren aufgrund ihres Stances. Er positioniert sich aufgrund des technischen Interfaces von sozialen Medien in Relation zu den unterschiedlichen technischen Reaktionen (Like-, Kommentar- oder Share-Angaben), die mit einer Art der Positionierung assoziiert und von ihr in einen Kontext gesetzt werden. Dadurch orientiert sich ein Akteur an anderen Akteuren, die ebenfalls eine spezifische Reaktion subjektiv mit einer Art der Positionierung verbinden.

Dadurch spiegeln die Akteure ihre subjektive Wahrnehmung der technischen Reaktionen wider, da es laut den Ergebnissen der Umfrage keine feste universelle Verbindung zwischen konkreten Positionierungen und deren technischen Widerspiegelung gibt. Zum Beispiel bedeutet die Wahl eines Likes nicht unbedingt eine Zustimmung, da diese auch mit den Kommentar- und Share-Angaben ausgeprägt werden kann (vgl. Tabelle 5).

### 6.3 Digitales stance taking als metasprachliche Identitätsarbeit

Validierung erhält dieser Ansatz aus der Patchwork-Identität-Theorie (Keupp 2002) und dem damit verbundenen Konzept der Selbstorganisationsdynamik (Keupp 1998), in dem Individuen ihre Persönlichkeit in Eigenregie herstellen. Darauf basierend kann theoretisiert werden, dass soziale Medien eine passende Umgebung kreieren, in der die Selbstkonstruktion stattfinden kann. Die Selbstorganisationsdynamik zeigt sich dabei in dem

Sinne, dass Akteure in sozialen Medien aktiv ihre Persönlichkeit und ihre individuellen Positionierungen durch die Nutzung verschiedener technischer Reaktionsmöglichkeiten gestalten. Die Interaktion zwischen subjektiver Wahrnehmung, technischen Reaktionen und Stance-Ausdrücken trägt dazu bei, dass sich die digitale Identität und die Meinungsbildung jedes Akteurs auf einzigartige Weise entwickeln. Indem sie frei wählen können, welche technische Reaktion bzw. metasprachliche Form am besten ihr Stance ausprägt, haben die Akteure eine größere Autonomie bei der Konstruktion ihres digitalen Selbst. Diese Erkenntnisse zeigen den unweigerlichen Zusammenhang zwischen dem digitalen stance taking und der Identitätsarbeit, die in den sozialen Medien auf der metasprachlichen Ebene stattfindet, und lassen sich in das neue Positionierungsmodell übertragen (Abbildung 12):



**Abbildung 12: Digitales stance taking als metasprachliche Identitätsarbeit**

Die dargestellte Überlappung zwischen Selbstorganisationsdynamik und subjektiver Wahrnehmung zeigt sich also darin, dass die individuellen Entscheidungen darüber, wie technische Reaktionen genutzt werden, direkt von der subjektiven Wahrnehmung indiziert wurden (vgl. Abbildung 12). Die Akteure organisieren ihre digitale Identität und ihre Stance-Ausdrücke in sozialen Medien auf der Grundlage ihrer individuellen Sichtweise und weisen den verfügbaren technischen Reaktionsmöglichkeiten eine bestimmte Art der

Positionierung zu. Diese dynamische Interaktion zwischen Selbstorganisation und subjektiver Wahrnehmung trägt dazu bei, dass die metasprachliche Identitätsarbeit in sozialen Medien vielfältig und individuell gestaltet wird. Sie ermöglicht den Akteuren eine aktive Teilhabe am digitalen stance taking und der Selbstkonstruktion in den sozialen Medien.

Die unterschiedlichen Bewertungen der technischen Stance-Ausdrücke (Abschnitt 5.2) können auch darauf hinweisen, dass das digitale stance taking aus keinen starren oder abgeschlossenen Handlungen besteht. Ähnlich wie bei der modernen Kohärenz (Keupp 2003; 2005), die durch die Kombination verschiedener Lebensentwürfe und -erfahrungen entsteht, ermöglicht das digitale stance taking den Nutzern, verschiedene Aspekte ihrer Persönlichkeit in einem kohärenten zusammenhängenden „Patchwork“ auszudrücken. Dementsprechend kann auch die metasprachliche Identitätsarbeit aus keinen abgeschlossenen Handlungen bestehen, da die Identitätsrollen und deren Verwirklichung nur als bestimmte Stufen im Laufe der Identitätsentwicklung existieren, bei der die Nutzer aktiv Entscheidungen darüber treffen, wie sie sich in den sozialen Medien präsentieren wollen.

## **6.4 Einschränkungen und Ausblick**

Insgesamt betrachtet zeigen sowohl die statistischen Ergebnisse der Studie als auch die darauf basierenden theoretischen Schlussfolgerungen den unweigerlichen Einfluss der digitalen Bedingungen der sozialen Medien auf den Positionierungsprozess. Damit wurde der Zusammenhang zwischen den Elementen des technischen Interfaces von sozialen Medien (z. B. Likes, Kommentare, Shares) und den Stance-Ausdrücken nachgewiesen und das Ziel der Arbeit wurde erreicht. Das digitale stance taking stellt einen alternativen Ansatz zu den bereits etablierten Theorien (Du Bois 2007; Spitzmüller 2013) dar, der im Rückblick auf die neuen Tendenzen in der Semiotik (Poulsen u.a. 2018) und Identitätsforschung (Wood 2016; Valkenburg & Peter 2011) entwickelt wurde. Diese ersten Analysen sind vielversprechend, jedoch bedarf es in diesem Bereich noch weiterer Forschung, um das digitale stance taking und damit die metasprachliche Identitätsarbeit weiter zu validieren.

Wünschenswert für künftige weitere Studien wäre eine größere Stichprobe, um eine mögliche Verzerrung der Ergebnisse zu vermeiden und andere kontextuelle und personenbezogene Faktoren zu beachten. Die vorliegende Studie könnte die Unterschiede in der Nutzung von technischen Reaktionsmöglichkeiten und Stance-Ausdrücken in

unterschiedlichen Kontexten nicht berücksichtigt haben. Jedoch kann das Verhalten in sozialen Medien von verschiedenen Faktoren wie der Art des Beitrags, der Zielgruppe oder der Plattform beeinflusst werden.

Darüber hinaus wäre es vielversprechend, spezifische Themenbereiche oder Diskussionen zu analysieren, um zu verstehen, wie technische Reaktionen in unterschiedlichen Kontexten genutzt werden und welche Auswirkungen sie auf die Stance-Ausdrücke haben.

Weitergehende Post-hoc-Analysen zu der hier vorliegenden Forschung könnten durchgeführt werden, um die spezifischen Unterschiede zwischen den gebildeten Clustern zu ermitteln und die genauen Muster oder Trends in der Wahrnehmung der Teilnehmenden zu identifizieren. Diese zusätzlichen Analysen könnten dazu beitragen, ein umfassenderes Verständnis der Beziehung zwischen technischen Positionierungsmöglichkeiten und subjektiver Wahrnehmung zu erlangen. Somit könnte das vorgeschlagene Modell des digitalen stance takings verfeinert werden.

Eine Langzeitstudie könnte interessant sein, um Veränderungen und Entwicklungen im digitalen stance taking über einen längeren Zeitraum zu beobachten. Dies könnte helfen, Trends und mögliche Veränderungen im Verhalten und der Wahrnehmung der Akteure in sozialen Medien zu identifizieren. Dabei könnten die bereits erhobenen sozialdemographischen Daten für die Analyse von spezifischen Nutzergruppen in den Clustern aufschlussreich sein. Es könnte sich zeigen, dass bestimmte demografische oder soziale Merkmale – Alter, Bildungsstatus und Häufigkeit der privaten Aktivitäten in sozialen Medien – eine Rolle bei der Nutzung von technischen Reaktionen und der Art des stance takings spielen.

Vor diesem Hintergrund könnte ein Vergleich des digitalen stance takings auf verschiedenen Social-Media-Plattformen aufzeigen, ob und wie sich die Nutzung von technischen Reaktionen und die Art der Stance-Ausdrücke unterscheiden.

## 7 Fazit

Mit der zunehmenden Digitalisierung und Verbreitung von sozialen Medien haben sich die Möglichkeiten zur Positionierung und Identitätsentwicklung sowie die Komplexität des stance takings erheblich erweitert. Diese Erkenntnisse stellen ein wichtiges Indiz für die Relevanz und Bedeutung der Forschung im Bereich der Online-Positionierung, die im Rahmen dieser Arbeit als digitales stance taking erfasst wurde. Das Ziel der vorliegenden Arbeit war es, die Mechanismen der Positionierung und Identitätsarbeit im digitalen Diskurs zu untersuchen.

Um die Forschungsfrage „Wie wird digitales stance taking in den sozialen Medien praktisch umgesetzt?“ zu beantworten, wurden verschiedene wissenschaftliche Ansätze angewendet, u.a. Metapragmatik (Silverstein 1993; Spitzmüller 2013), Digitales Selbst (Zhao 2005), Patchwork-Identität, moderne Kohärenz sowie Selbstorganisationsdynamik (Keupp 1997; 2003; 2005). Die Betonung der digitalen Bedingungen ermöglichte es, die spezifischen Eigenschaften und Dynamiken der digitalen Medien in die Analyse einzu beziehen. Die in diesem Kontext relevanten Daten wurden mit einer Umfrage erhoben und mittels einer Clusterbildung und eines inferenzstatistischen Verfahrens ausgewertet. Eine solche Vorgehensweise ermöglichte einen empirischen Zugriff auf das digitale stance taking und die damit verbundene Identitätsarbeit, die in den sozialen Medien auf der metasprachlichen Ebene angesiedelt ist.

Die deskriptiven Ergebnisse der Likert Skala Auswertung (vgl. Abbildung 9) wurden als Indiz darauf interpretiert, dass es keine universelle Betrachtung der Like-, Kommentar- und Share-Angaben innerhalb der Stichprobe gab. Die darauf bezogenen Ergebnisse des Friedman-Tests weisen jedoch darauf hin, dass signifikante Unterschiede in der subjektiven Wahrnehmung der metasprachlichen Reaktionsmöglichkeiten vorhanden sind, die sich auf die Art der ausgewählten Positionierung stützen und durch systematische Variationen innerhalb der gebildeten Cluster erkannt werden können. Damit wurde nicht nur der Zusammenhang zwischen der Like-, Kommentar- und Share-Angaben und Stance-Ausdrücken gezeigt, sondern auch die Essenz der subjektiven Wahrnehmung beim digitalen stance taking.

Die bis hierhin genannten theoretischen Erkenntnisse sowie die Schlussfolgerungen, die auf der statistischen Datenanalyse basieren, wurden auf ein modifiziertes Modell des digitalen stance takings übertragen. Die Grundannahme des vorgeschlagenen Modells besteht darin, dass eine Online-Positionierung nicht nur in Bezug auf die Stances von



anderen Akteuren stattfindet, sondern auch eine Ausrichtung in Relation zu den unterschiedlichen technischen Reaktionen (Like-, Kommentar- oder Share-Angaben) voraussetzt. Dabei wurde jeder technischen Reaktion eine Art der Positionierung (Zustimmung oder Ablehnung) aufgrund der subjektiven Wahrnehmung zugeschrieben.

Eine solche Verbindung zwischen subjektiver Wahrnehmung, technischen Reaktionen und Stance-Ausdrücken führt zu einer kreativen Entwicklung der digitalen Identität und Meinungsbildung jedes Akteurs. Indem sie bewusst entscheiden, welche metasprachlichen Formen am besten ihre Stances ausdrücken, nehmen die Akteure eine aktive Rolle bei der Konstruktion ihres digitalen Selbst ein. Dies ermöglicht ihnen eine größere Autonomie und Selbstbestimmung in Bezug auf die Konstruktion der digitalen Identität. Dabei spiegelt sich die Selbstorganisationsdynamik in der Freiheit der Akteure wider, die sie bei der Selbstgestaltung ihres digitalen Selbst haben. Ähnlich dem Konzept der modernen Kohärenz von Keupp (1989) können die Akteure durch das digitale stance taking auch verschiedene Identitätsaspekte in ihrem digitalen Selbst vereinen. Dadurch entsteht ein kohärentes zusammenhängendes „Patchwork“.

Durch diese Erweiterung der Theorie vom stance taking und den expliziten Fokus auf die Positionierungsprozesse in digitalen Medien sowie der damit verbundenen Identitätsarbeit wurde in dieser Arbeit eine neue Perspektive auf das komplexe Phänomen des stance takings geschaffen. Damit wurde betont, dass stance taking nicht nur auf die verbale Kommunikationsebene beschränkt ist, sondern auch durch die Verwendung von metasprachlichen Instrumenten – Like-, Kommentar- und Share-Angaben – erweitert werden kann.

## Literaturverzeichnis

- Ashforth, B. E., Rogers, K. M. & Corley, K. G. (2010). Identity in organizations: exploring cross-level dynamics. *Organization Science*, 22, S. 1144-1156.
- Bauman, R. (2001). The ethnography of genre in a Mexican market: Form, function, variation. *Style and sociolinguistic variation*, ed. Penelope Eckert and John R. Rickford, Cambridge: Cambridge University Press, S. 57-77.
- Biber, D., & Finegan, E. (1989). Styles of stance in English: Lexical and grammatical marking of evidentiality and affect. *Text*, 9, S. 93-124.
- Biber, D., & Finegan, E. (2001). Register variation and social dialect variation: The register axiom. *Style and Sociolinguistic Variation*, S. 235-267.
- Bortz, J., Lienert, G., Barskova, T., Leitner, K., & Oesterreich, R. (2008). *Kurzgefasste Statistik für die klinische Forschung: Leitfaden für die verteilungsfreie Analyse kleiner Stichproben*. Berlin: Springer.
- Brockmeier, J., & Carbaugh, D. (2001). *Narrative and Identity: Studies in Autobiography, Self and Culture*. John Benjamins.
- Bucholtz, M. & Hall, K. (2006). Language and Identity. In: Duranti, A. (Hrsg.): *A Companion to Linguistic Anthropology*. Malden und Oxford: Blackwell, S. 369-394.
- Burkette, A. (2016). Linguistic and object-based stance-taking in Appalachian interviews. *Language in Society*, 45(3), S. 331-351. <https://doi.org/10.1017/S0047404516000063>
- Chafe, W. (1986). Evidentiality in English conversation and academic writing. In W. Chafe, & J. Nichols (Hrsg.), *Evidentiality: The linguistic coding of epistemology*. Norwood, NJ: Ablex, S. 261-272.
- Davies, B., & Harré, R. (1990). Positioning: The discursive production of selves. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 20, S. 43-63. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5914.1990.tb00174.x>
- Du Bois, J. W. (2002). *Stance and consequence*. Paper presented at the annual meeting of the American Anthropological Association, New Orleans.

- Du Bois, J. W. (2007). The stance triangle. In R. Englebretson (ed.) *Stancetaking in discourse: Subjectivity, evaluation, interaction*. Amsterdam: John Benjamins, S. 139-182.
- Eckert, P. (2000). *Linguistic Variation as Social Practice: The Linguistic Construction of Identity in Belten High*. Malden, MA: Blackwell.
- Eckert, P. & Rickford, J. R. (2001). *Style and sociolinguistic variation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Eckert, P. (2012). Three Waves of Variation Study: The Emergence of Meaning in the Study of Sociolinguistic Variation. *Annual Review of Anthropology*, 41(1), S. 87-100. doi:10.1146/annurev-anthro-092611-145828
- Erikson, K. T. (1973). *In search of common ground: Conversations with Erik H. Erikson & Huey P. Newton*. New York: W. W. Norton.
- Foucault, M. (1981). *Archäologie des Wissens*. Aus dem Französischen übers. von Ulrich Köppen. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Freud, S. (1923). *The Ego and the Id*. In J. Strachey et al. (Trans.), The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud, Volume XIX. London: Hogarth Press.
- Goffman, E. (1981). *Forms of talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Habermas, J. (1998). Die postnationale Konstellation. *Die postnationale Konstellation*. Politische Essays. Frankfurt: Suhrkamp, S. 126-127.
- Humer, S. G. (2008). *Digitale Identitäten: der Kern digitalen Handelns im Spannungsfeld von Imagination und Realität* (1. Aufl. ed.). Winnenden: CSW-Verl.
- Hollway, W. (1984). Gender difference and the production of subjectivity. In J. Henriques, W. Hollway, C. Urwin, C. Venn, & V. Walkerdine (Hrsg.), *Changing the subject: Psychology, social regulation and subjectivity*. London: Methuen, S. 227-263.
- Jaffe, A. (2009). Stance in a Corsican school: Institutional and ideological orders and the production of bilingual subjects. In Alexandra Jaffe (Hrsg.), *Stance: Sociolinguistic perspectives*. Oxford: Oxford University Press, S. 119-145.

- Jakobson, R. (1971). *Fundamentals of language*. The Hague: Mouton.
- Johnstone, B., & Baumgardt, D. (2004). "Pittsburghese" Online: Vernacular Norming in Conversation. *American Speech*, 79, S. 115-145.
- Johnstone, B. (2009). Stance, Style, and the Linguistic Individual. In A. Jaffe (Ed.), *Stance: Sociolinguistic Perspectives*. Oxford University Press, S. 29-52.
- Kärkkäinen, E. (2006). Stance taking in conversation: From subjectivity to intersubjectivity. *Text & Talk*, 26(6), S. 699-731.
- Keupp, H. (1989). Auf der Suche nach der verlorenen Identität. In H. Keupp & H. Bilden (Hrsg.), *Verunsicherungen. Das Subjekt im gesellschaftlichen Wandel*, Göttingen: Hogrefe, S. 47-70.
- Keupp, H. & Höfer, R. (1997). *Identitätsarbeit heute. Klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 11-39.
- Keupp, H. & Höfer R. (1998). *Identitätsarbeit heute. Klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung*, Frankfurt/M.: Suhrkamp, 2. Aufl. [Rezension].
- Keupp, H., Ahbe, Th., Gmür, W., Höfer, R., Kraus, W., Mitzscherlich, B. & Straus, F. (1999). *Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne*. Reinbek: Rowohlt.
- Keupp, H. (2002). *Identitätskonstruktionen: Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne* (Orig.-Ausg., 2. Aufl.). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verl.
- Keupp, H. (2003). *Identitätskonstruktion*. Vortrag bei der 5. bundesweiten Fachtagung zur Erlebnispädagogik. Magdeburg. Verfügbar unter: <http://www.ipp-muenchen.de/rexte/identitaetskonstruktion.pdf> (zuletzt abgerufen am 22.07.2023).
- Keupp, H. (2005). *Patchwork-Identität – Riskante Chancen bei prekären Ressourcen*. Vortrag in Dortmund am 20. Mai 2005. Verfügbar unter: [http://www.ipp-muenchen.de/texte/keupp\\_dortmund.pdf](http://www.ipp-muenchen.de/texte/keupp_dortmund.pdf) (zuletzt abgerufen am 22.07.2023).
- Keupp, H. (2006). *Identitätskonstruktionen: Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne* (Orig.-Ausg., 3. Aufl.). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verl.

- Kiesling, S. F. (2005). Homosocial desire in men's talk: Balancing and re-creating cultural discourses of masculinity. *Language in Society*, 34(5), S. 695-726. <https://doi.org/10.1017/S0047404505050268>
- Kiesling, S. (2009). Style as stance: Stance as the explanation for patterns of sociolinguistic variation. In A. Jaffe (Ed.), *Stance: Sociolinguistic perspectives*. Oxford University Press, S, 171-194.
- Kiesling, S. (2011). *Stance in context: Affect, alignment and investment in the analysis of stancetaking*, Pittsburgh: University of Pittsburgh.
- Kiesling, S. F. (2016). *Stance: theory and practice in sociolinguistics*. Unpublished manuscript, Department of Linguistics, University of Pittsburgh, Pittsburgh, PA.
- Kiesling, S., Pavalanathan, U., Fitzpatrick, J., Han, X., Eisenstein, J. (2018). Interactional Stancetaking in Online Forums. *Computational Linguistics*, 44 (4): 683–718. doi: [https://doi.org/10.1162/coli\\_a\\_00334](https://doi.org/10.1162/coli_a_00334)
- Kiesling, S. F. (2022). Stance and Stancetaking. *Annual Review of Linguistics*, 8(1), S. 409- 426. doi:10.1146/annurev-linguistics-031120-121256
- Kockelman, P. (2004). Stance and Subjectivity. *Journal of Linguistic Anthropology*, 14(2), S. 127-150. <http://www.jstor.org/stable/43102643>
- Labov, W. (1972). *Sociolinguistic patterns*. Oxford: Blackwell.
- Lanza, E. (2012). Empowering a migrant identity: Agency in narratives of a work experience in Norway. *Sociolinguistic Studies*, 6 (2), S. 285-307.
- Lempert, M. (2008). The poetics of stance: Text-metricity, epistemicity, interaction. *Language in Society*, 37(4), S. 569-592. <https://doi.org/10.1017/S0047404508080779>
- Lucius-Hoene, G., & Deppermann, A. (2000). Narrative identity empiricized a dialogical and positioning approach to autobiographical research interviews. *Narrative Inquiry*, 10(1), S. 199-222. <https://doi.org/10.1075/ni.10.1.15luc>
- Lucius-Hoene, G. & Deppermann, A. (2002). *Rekonstruktion narrativer Identität*. Ein Arbeitsbuch zur Analyse narrativer Interviews. Opladen: Leske und Budrich.
- Lucius-Hoene, G. & Deppermann, A. (2004). Narrative Identität und Positionierung. *Gesprächsforschung*, 5, S. 166-183. Verfügbar unter: <http://ww.gespraechsforschung-ozs.de/heft2004/heft2004.htm>

- Moos, F., Schefzig, J. & Arning, M. (2018). *Die neue Datenschutz-Grundverordnung: Mit Bundesdatenschutzgesetz 2018*. Berlin, Boston: De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110338577>
- Ochs, E. (1992). Indexing gender. *Rethinking Context: Language as an Interactive Phenomenon*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 335-358.
- Poulsen, S., Kvåle, G., & van Leeuwen, T. (2018). Special issue: Social media as semiotic technology. *Social Semiotics*, 28, S. 593-600. doi:10.1080/10350330.2018.1509815
- Rauniomaa, M. (2003). *Stance accretion*. In Paper presented at the Language, Interaction and Social Organization Research Focus Group University of California, Santa Barbara.
- Ricoeur, P. (1991). Narrative Identity. *Philosophy Today*, 35(1), S. 73-81.
- Ricoeur, P. (1996). Reflections on a new ethos for Europe. In R. Kearney (Ed.), *The Hermeneutics of Action*. SAGE Publications Ltd, S. 13-23.
- Schilling-Estes, N. (1998). Investigating 'self-conscious' speech: The performance register in Ocracoke English. *Language in Society*, 27(1), S. 53-83.
- Schwalbe, M. (1996). *Unlocking the Iron Cage: The Men's Movement, Gender Politics, and American Culture*. Oxford: Oxford University Press.
- Sennett, R. (1998). *Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus*. Berlin: Berlin Verlag.
- Shapiro S. S., Wilk M. B. (1965). An analysis of variance test for normality, *Biometrika*, 52 (3-4), S. 591-611. <https://doi.org/10.1093/biomet/52.3-4.591>
- Silverstein, M. (1979). Language structure and linguistic ideology. In *The Elements: A Parasession on Linguistic Units and Levels*. Chicago: Chicago Linguistic Society, S. 193-247.
- Silverstein, M. (1993). Metapragmatic discourse and metapragmatic function. In J. Lucy (Ed.), *Reflexive Language: Reported Speech and Metapragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 33-58. doi:10.1017/CBO9780511621031.004
- Silverstein, M. (2003). Indexical Order and the Dialectics of Sociolinguistic Life. *Language and Communication*. 23 (3-4), S. 193-229.

- Spitzmüller, J. (2013). Metapragmatik, Indexikalität, soziale Registrierung. Zur diskursiven Konstruktion sprachideologischer Positionen. *Zeitschrift für Diskursforschung*, 1(3), S. 263-287. <https://doi.org/10.5167/uzh-97551>
- Tannen, D., & Wallat, C. (1987). Interactive Frames and Knowledge Schemas in Interaction: Examples from a Medical Examination/Interview. *Social Psychology Quarterly*, 50(2), S. 205-216. <https://doi.org/10.2307/2786752>
- Thomas, R. & Davies A. (2005). Theorizing the micro-politics of resistance: new public management and managerial identities in the UK public services, *Organization Studies*, 26, S. 683-706.
- Van Leeuwen, T. (2005). *Introducing Social Semiotics*. Routledge, London and New York, 27.
- Vigouroux, C. (2007). Anna De Fina, Identity in narrative: A study of immigrant discourse. *Language in Society*, 36(1), 127-131. doi:10.1017/S0047404507280054
- Wilkinson, S. & Kitzinger, C. (2003). Constructing identities: a feminist conversation analytic approach to positioning in action. *The Self and Others: Positioning Individuals and Groups in Personal, Political and Cultural Contexts*. Westport, CT, Praeger, S. 157- 180.
- Zhao, S. (2005). The digital self: through the looking glass of telecopresent others. *Symbolic Interaction*, 28 (3), S. 387-405. <https://doi.org/10.1525/si.2005.28.3.387>