Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik (2024) 54:383–391
https://doi.org/10.1007/s41244-024-00350-5

EINLEITUNG

Mediale Identitäten – multimodal und mehrsprachig

Carolin Schwegler · Pamela Steen

Angenommen: 26. Juni 2024 / Online publiziert: 15. Juli 2024
© The Author(s) 2024

In interaktionalen, textuellen und auch multimodalen Prozessen der Verständigung zeigen sich Akteur*innen ihre Identitäten explizit und implizit wechselseitig an. Sie greifen dabei auf verschiedene kommunikative Mittel zurück, die linguistisch analysierbar sind. Für die Sozio-, Gesprächs-, Text- und Diskurslinguistik sind Untersuchungen, die Identitätsaspekte herausarbeiten, besonders wertvoll, denn sie verraten uns etwas über die soziale Welt, diskursiv vorhandene Wissensbestände und Orientierungsmuster, gesellschaftliche Normen und Werte, die in vielfältigen kulturellen Zusammenhängen beispielsweise auch mit Kulturemen verbunden sind und auf sie verweisen (Oksaar 1988; Steen 2015).[1] Ein wesentlicher Grundgedanke, der hinter den linguistischen Ansätzen der Identitätsanalyse steht, ist die Verankerung von Identität im Sozialen, genauer in sozialer Interaktion. Schon Mead (2013 [1934], S. 299) betont passend, dass *Kommunikation* »das Grundprinzip der gesellschaftlichen Organisation« und somit auch der Organisation von Identitäten darstellt. Betrachtet

[1] Exemplarisch für die Disziplinen sind etwa gesprächslinguistische Untersuchungen zur Identitätsarbeit in verschiedenen »Communities of Practice« (Eckert/McConnell-Ginet 1992) zu nennen sowie unterschiedliche Identitätsaspekte, wie Gender, Altersidentität, Peer-Group-Identität, Identitäten in Verbindung mit kommunikativen Stilen, Sprache und Individualität, Identität in Institutionen, Interaktionsprofile, vgl. hierzu einen Überblick bei Steen (2015, S. 53–55). Eine weitere, relevante Kategorie stellt ›Agency‹ dar (Lucius-Hoene 2012; Steen 2012; 2020; Schwegler 2024). In Bezug auf Diskurs-Identitäten werden u. a. ethnische und nationale Identitäten untersucht (z. B. Klug 2021; Darvin/Sun 2024).

✉ Carolin Schwegler
Multidisciplinary Environmental Studies in the Humanities (MESH), Institut für deutsche Sprache und Literatur I, Universität zu Köln, Köln, Deutschland
E-Mail: carolin.schwegler@uni-koeln.de

Pamela Steen
Institut für Germanistik, Universität Koblenz, Koblenz, Deutschland
E-Mail: steen@uni-koblenz.de

man zunächst menschliche Individuen, ist zentral, dass im Zuge von Kommunikation Bewusstsein entsteht, das sich wiederum kommunikativ manifestiert (Abels 2017, S. 204). »Wir sind die Geschichten, die wir über uns zu erzählen vermögen«, hält Assmann (2001 [1997], S. 34) in diesem Sinne fest. Wesentlich ist dabei: Diese Geschichten bzw. Selbstwahrnehmungen und -darstellungen sind weder über die Zeit hinweg stabil noch in allen sozialen Situationen kohärent: Identitäten sind *fluide* (Darvin/Sun 2024, S. 11). Oft interpretieren Individuen ihre Handlungen neu und ordnen bzw. reorganisieren ihre Identitätsvorstellungen damit bewusst oder unbewusst (Abels 2017, S. 196). Das bedeutet auch, Identitäten werden *hergestellt* und sind nicht einfach vorhanden (Mazur 2021, S. 451), sie werden außerdem diskursiv (in und mit Sprache) *ausgehandelt* (Darvin/Sun 2024, S. 13). Dies impliziert ebenfalls, dass eine äußere soziologische Kategorisierung (wie etwa ›Race‹ und ›Gender‹ usw.) erst dann innere, psychologische Bedeutung für die Frage der Identität gewinnt, wenn sie als selbstdefinierend akzeptiert wird (Oakes 2002, S. 812). Ist soziale Wirklichkeit eine *Konstruktion* (Berger/Luckmann 2009), so gilt dies eben auch für soziale Identität, die »constructed, fluid and multiple« (Brubaker/Cooper 2000, S. 1), und als »identity in practice« (Steen 2015, S. 53; Antaki/Widdicombe 1998) situativ, prozessual und reflexiv ist.

Mit Fokus auf die Konstruiertheit von Identitäten diskutiert die linguistische, kulturwissenschaftlich orientierte Identitätsforschung in jüngster Zeit auch den Subjektbegriff neu (Steen 2022, S. 96–108). Dies hat auch Auswirkungen auf den Begriff der sozialen Akteur*innen und nicht zuletzt den Begriff des Individuums. Subjektsein ist hier dann nicht mehr am Handlungskonzept orientiert, sondern in erster Linie an der Umweltbeeinflussung in Verbindung mit (Em-)Praktiken.[2] Die Integration posthumanistischer Ansätze und Annahmen aus den Human-Animal Studies (Wiedenmann 2009) oder der Ökolinguistik (im Sinne von Stibbe 2021) eröffnen innerhalb der Linguistik auf diese Weise neue Möglichkeiten, nichtmenschliche Entitäten in Analysen von Interaktionsprozessen besser – oder überhaupt erstmals konkret – zu berücksichtigen. Tiere werden somit von Forschungsobjekten zu eigenständigen Subjekten eines Lebens (Kompatscher et al. 2017, S. 23; DeMello 2012, S. 4–5; Steen 2022). Aber auch weitere Entitäten erfahren Berücksichtigung; so betont Stibbe (2020) neben den beiden Dimensionen der individuellen und sozialen Identität noch eine dritte, nämlich die »*ecocultural identity*, which includes consideration of individuals and groups but expands the groups beyond the human world to include other species and the physical environment« (Stibbe 2020, S. 416, Herv. i. O.). Darüber hinaus entwickelt sich die Forschung an Identität und Identitätstheorien aktuell ebenso rasant in Richtung der Integration von Künstlicher Intelligenz (u. a. Bjerring/Busch 2024) – auch dieser Bereich verspricht spannende linguistische, posthumanistische Untersuchungen, die mit einer Anpassung bzw. Modifizierung zugrunde gelegter Identitätstheorien und Analysemethoden einhergeht.

In der sprachwissenschaftlichen Identitätsforschung haben sich in den vergangenen Jahrzehnten einige linguistische Konzepte herauskristallisiert, die sich forschungsübergreifend als relevant erweisen, sei es, dass sie ein Instrument zur Re-

[2] Vgl. hierzu insbesondere in den Human-Animal Studies die Berücksichtigung praxeologischer Ansätze, u. a. der Akteur-Netzwerk-Theorie (Kurth et al. 2016).

konstruktion von Identität darstellen oder wiederkehrende, allgemeine sprachliche Praktiken beschreiben. So beschäftigt sich die klassische gesprächslinguistische Identitätsforschung – zunächst im *Face-to-Face*-Bereich – neben der Analyse von Kategorien wie *Membership* (Sacks 1992; Schegloff 2007), *Zugehörigkeit* (Hausendorf 2000) und *Adressierung* (Hausendorf et al. 2017, S. 135) vor allem mit Fragen der *Positionierung* und des *Stancetakings* zur Ergründung von narrativer Identität (u. a. Lucius-Hoene/Deppermann 2004; Du Bois 2007; Deppermann 2013; Torres Cajo 2022). Lucius-Hoene/Deppermann (2004, S. 168) verstehen unter ›Positionierungen‹ sprachliche Praktiken, »mit denen Menschen sich selbst und andere in sprachlichen Interaktionen aufeinander bezogen als Personen her- und darstellen«. Durch die Analyse von Positionierungen ist zu erkennen, welche Selbst- und Fremdzuschreibungen erfolgen, »welche Attribute, Rollen, Eigenschaften und Motive [Akteur*innen] mit ihren Handlungen in Anspruch nehmen« (Lucius-Hoene/Deppermann 2004, S. 168) und welche Funktion letztere innerhalb der Kommunikation einnehmen. Aus soziolinguistischer Perspektive, die mit Bamberg (2004) drei Level an Positionierungen unterscheidet, verbleiben konversationsanalytische Untersuchungen oft (bewusst) auf der Ebene der lokalen Positionierungen (Level 1 und 2), d. h. auf einer Mikroebene, die die Positionierungshandlungen der Gesprächsteilnehmenden *in* ihren Erzählungen sowie *in* der Interaktion *zueinander* beschreibt, die dort jedoch immer auch »bereits indexikalisch auf kulturelle Diskurse hinweisen« (Torres Cajo 2022, S. 10 sowie ebenso Spieß 2024, S. 359 und Steen 2020). Die interaktionale Soziolinguistik (u. a. Bamberg/Georgakopoulou 2008), die Kulturlinguistik (u. a. Bubenhofer et al. 2022), die linguistischen Ansätze mit ethnographischen Anteilen (u. a. Androutsopoulos 2014; Steen 2015) oder die o. g. posthumanistischen Bereiche der Linguistik (u. a. Steen 2022) interessieren sich hingegen besonders für diese diskursive Ebene der Level 3-Positionierungen, d. h. für »related dominant discourses or master narratives about related social and moral identities« (Giaxoglou/Georgakopoulou 2021, S. 246). Hier sind auch Untersuchungen zu Gruppenidentitäten und kollektiven Identitäten zu verorten.

›Gruppenidentitäten‹ basieren auf Normen, Regeln und Konventionen einer begrenzten Anzahl von Personen, die für eine gewisse Zeit miteinander interagieren (Dolata/Schrape 2018, S. 22). Das bedeutet jedoch nicht, dass beteiligte Individuen alle Identitätsfacetten miteinander teilen. Geteilte Normen und Konventionen verweisen vielmehr auf die Vielschichtigkeit von Identitäten und ebenso auf die Rückkopplungseffekte von Gruppenidentitäten auf individuelle Entscheidungen und Präferenzen – und somit auch auf personale Identität.

Wurde eingangs schon festgehalten, dass Identitäten fluide, hergestellt bzw. konstruiert und diskursiv ausgehandelt werden, betonen neuere Überblicksarbeiten auch, dass Identitäten *vermittelt* bzw. *medialisiert* sind (Darvin/Sun 2024, S. 15; Spieß 2024). Soziale Akteur*innen stellen ihre Identitäten heute auf verschiedenen medialen Plattformen wie *Facebook, Instagram, Twitter, TikTok* oder *YouTube* sprachlich und multimodal her und dar (u. a. Page 2012; Androutsopoulos 2014; Giaxoglou/Georgakopoulou 2021). Sie klatschen, lästern oder lachen über *SMS, WhatsApp* und *Telegram* (Krabbenhöft 2014; König 2019), tauschen Neuigkeiten aus und stellen sich über Selfies selbst dar (Gojny 2016). Sie verraten auf multimodale Weise etwas darüber, wie sie sich selbst sehen, wie sie andere sehen, wie sie von anderen gesehen

werden wollen, wie sie Themen sehen und zu welchen Gruppen und Communities sie gehören, die für ihre Identitätskonstruktion relevant sind. In massenmedialen Ritualen sowie auf Social Media-Plattformen werden konstruierte Identitäten multimedial gespiegelt: diskutiert, ausgehandelt, weiterverwertet, suspendiert. Spieß (2024, S. 351) betont außerdem, dass sich im Raum der digitalen Kommunikation Muster und Praktiken, d.h. Formen und Funktionen, herausbilden, die an entsprechende situative Kontexte gebunden sind und von den jeweiligen (Plattform-)Affordanzen beeinflusst werden.

Bereits seit einigen Jahren haben die Soziolinguistik (z.B. Beisswenger 2001; Page 2012) und die Medienpsychologie (z.B. Döring 2003) das Themenfeld der medial konstruierten Identitäten für sich entdeckt. Der Bereich kann aber nicht als umfassend erschlossen gelten, es ist ›den Medien‹ vielmehr inhärent, dass sich die plattformspezifischen und allgemein sozialmedialen Praktiken der Identitätskonstruktion ständig weiterentwickeln und verändern. Durch die Möglichkeit, verschiedene Medien und ihre Funktionen in die eigene und fremde Identitätskonstruktion einzubinden, sie zu Hilfsmitteln, Vermittlern, Verstärkern und Mitteln der Transformation zu machen, erhalten die o.g. Überlegungen zur Selbstkonstruktion in Face-to-Face-Interaktionen stetig Erweiterungen, beispielsweise in den folgenden Bereichen:

- Soziale Rollen – online und offline – überlagern sich durch Praktiken der Inszenierung, z.B. durch die Überblendung von realen, inszenierten, fiktionalen, historischen Identitäten in online aufgeführten Computerspielen während der Praktik des *Let's Play*, in *WhatsApp*-Gruppenchats oder auf digitalen Plattformen wie *YouTube* oder *Instagram*.
- Berufliche Rollen verlangen zunehmend nach medialen Bühnen, sei es aus Gründen der Selbstwerbung oder der Vermittlung von Wissen (z.B. Wissenschaftler*innen während der Corona-Pandemie). Bei Influencer*innen überlagern sich berufliche und private Rollen – und/oder spalten sich gar in verschiedene Profile auf.
- Mediale Identitäten, die interaktiv in *Small Stories* (Bamberg/Georgakopoulou 2008) ausgehandelt, in biografischen Geschichten (*Blogs*) und Memes bzw. Visuals (Tuters/Hagen 2020) konstruiert werden oder die mittels digitalem narrativen *Sharing* (Tienken 2013; Androutsopoulos 2014) in digitale Communities gespielt werden, stellen eine Erweiterung der Ich-Sphäre dar. Sie sind damit beispielsweise auch dazu geeignet, offline vorhandene Grenzen auszuloten und zu überschreiten.
- Mediale (kollektive) Identitäten bzw. Gruppenidentitäten entstehen durch Partizipation an verschiedenen, vergemeinschaftenden Praktiken, z.B. im Erstellen und Teilen von visuellen und textuellen Inhalten auf sozialen Plattformen (Osterroth 2015) oder im Teilen von Normen und Werten, die dann durch verschiedene Formen von digitalem Aktivismus (Zottola 2024) sichtbar werden. Unter anderem sind hier digitale Protestaktionen zu nennen (z.B. #Metoo, #IchbinHanna, vgl. Grohmann et al. 2015 oder #climatechange, vgl. Pearce et al. 2019), die durch Diskurse getragen werden und diese (mit-)konstituieren.

Auch in diesem Heft werden multimodale, mehrsprachige, rollenbezogene und entitätenübergreifende Praktiken untersucht, womit die Arbeiten einen Beitrag zur

beständigen Ergründung medialer Identitäten leisten. Der Fokus liegt v. a. auf der Untersuchung des Zusammenhangs zwischen medialen Identitäten und sozialen Rollen sowie auf der Frage nach der interaktiven, ko-konstruierten, narrativen sowie diskursiven und community-basierten Herstellung von Identitäten. Darüber hinaus wird sich den Fragen nach Erweiterungen, Ersetzungen und Transformationen von Offline-Identitäten mithilfe von ethnographischen Untersuchungsanteilen angenähert. Es versammeln sich Beiträge, die aus je unterschiedlicher linguistischer Perspektive die Konstruktion medialer Identitäten auf verschiedenen Plattformen in den Blick nehmen und analytische Schwerpunkte auf ›Multimedialität‹, ›Multimodalität‹, ›Mehrsprachigkeit‹ und ›Interkulturalität‹ bzw. ›Interspezifität‹ legen. Allen analytischen Zugängen und Blickwinkeln sind darüber hinaus die Aspekte ›Ritualität‹, ›Authentizität‹ und ›Inszenierung/Fiktion‹ gemeinsam, die die Identitätskonstruktion auf eine strukturierende und elaborierende Weise berühren.

Carolin Schwegler, Jöran Landschoff und **Leyla Rommel** betrachten einen internationalen, (v. a. englischsprachigen) medialen Diskursausschnitt auf *Twitter/X* und *Instagram* zum Thema *Klimawandel*, der im Zeitraum der *COP28 (Conference of the Parties*) im November und Dezember 2023 erhoben wurde. Ausgehend von der Frage nach klimabezogenen Zukunftsvorstellungen (*climate imaginaries*), die nach Hulme (2022) u. a. Praktiken, Haltungen und Identitäten von Gruppen beeinflussen und sich wiederum in letzteren manifestieren, analysieren sie die Besonderheiten dieses digitalen Diskursraums im Hinblick auf multimodale Konstruktionen von *Gruppenidentitäten*. Mit sozio- und diskurslinguistischen Methoden werden typische multimodale Muster und sprachliche Praktiken der (Selbst-)Positionierungen auf der Mikroebene herausgearbeitet sowie fünf funktionale Metakategorien identifiziert (›Agitation‹, ›rituelles Gedenken‹, ›Allyship‹, ›Fürsprechen‹ und ›Gruppenabgrenzung‹). Das Ziel der Autor*innen ist, nachzuzeichnen, wie digitale Diskurse *kollektive, Community- und Gruppenidentitäten* im Zusammenhang mit Klimawandelthemen reflektieren sowie formen und wiederum von diesen geformt werden – und damit klimabezogene Zukunftsvorstellungen ko-produziert werden.

Karina Frick untersucht, wie Vereinskameradinnen eines Schweizer Jugend-Basketballteams in *WhatsApp*-Gruppenchats *personale und kollektive Identitäten* herstellen und verhandeln sowie eine aufwändige und imagesensible interaktive Beziehungsarbeit leisten. Im Mittelpunkt ihrer Analysen stehen umfangreiche *Small Stories* der Akteur*innen, die durch Co-Erzähler*innenschaft und vielfältige, multimodale Akkomodationsstrategien gekennzeichnet sind. Vor allem das gemeinsame Lachen, das durch verschiedene interaktive Muster realisiert wird, sowie das Weiterspinnen witziger fiktionaler Geschichten dient als kollektives Ritual dem Anzeigen übereinstimmender *Stances* und individuell der Konstruktion als besonders humorvolle Person. Dauerhaft angelegte Gruppenchats, wie die von Frick untersuchten, stehen in enger Verbindung zu offline, in Face-to-Face-Situationen hergestellten Identitäten, die in den Chats auch thematisiert oder kontextualisiert werden, wodurch einmal mehr deutlich wird, dass eine einfache Unterscheidung in mediale und nichtmediale Identitäten obsolet ist.

Mit Smartphone-Kommunikation und der durch sie hergestellten medialen Identitäten beschäftigt sich auch **Florian Busch**. Sein Fokus liegt nicht nur intramedial auf der digitalen Kommunikation, sondern bindet vor dem Hintergrund einer gesteiger-

ten gesellschaftlichen Mobilität auch zeitliche und räumliche Koordinaten mit ein, die sprachlich und technisch hergestellt bzw. angezeigt werden. *Soziale Identität* verbindet Busch mit dem Aspekt der *Mehrsprachigkeit* bzw. mit sprachlichen Repertoires, die auf soziale Kontexte und individuelle Biografien zurückzuführen sind. Unter Rückgriff auf das Bachtinsche Konzept des ›Chronotopos‹ gelingt es, die raumzeitliche Gebundenheit und interdiskursive Geschichte der Kommunikation einer mehrsprachigen Probandin zu rekonstruieren, die sich u. a. durch Codeswitching-Aktivitäten und die gleichzeitige Teilhabe an mehreren Interaktionen auszeichnet, wodurch eine temporale Verdichtung mehrsprachiger Praktiken offenbar wird.

Pamela Steen und **Birte C. Gnau-Franké** widmen sich der Identitätsthematik aus der Perspektive der Tierlinguistik. Sie gehen der Frage nach, wie in Tier(liebes)briefen und Tier-Postings in sozialen Medien Mensch-Tier-Identitäten als Ausdruck *humanimalischer* Emotionsgemeinschaften konstruiert werden. Der Fokus der medientextlinguistischen Analysen liegt auf der Adressierung von Tieren, ohne dass diese Rezipient*innen der Beiträge sein können. Adressierungen sind eine Form des expliziten tiergerichteten Sprechens, das in verschiedene kommunikative Praktiken mit unterschiedlichen Funktionen eingebunden sein kann – etwa in ein Sprechen *zu/mit* Tieren oder auch ein Sprechen *über/als/durch/für* Tiere. Die Autorinnen postulieren, dass medialisierte Tiere, die sonst aufgrund eines zumeist anthropozentrischen Framings *Quasi-Subjekte/-Objekte* sind, im Akt der Adressierung qua Anrufung zu *Subjekten* mit soziallegitimierten Identitäten werden.

Anna Mattfeldt untersucht in ihrem Beitrag das komplexe Wechselspiel zwischen Musik und Sprache, indem sie (deutsch- und englischsprachige) Praktiken der digitalen Trauer auf der Internet-Plattform *YouTube* in den Blick nimmt. User*innen konstruieren dort, z. B. mittels *Small Stories*, sprachlich ›Identitäten des Verlusts‹, indem sie Musikvideos kommentieren, die sie an Verstorbene erinnern. Die Musikrezeption wird damit zu einem multimodalen interaktiven Erlebnis, das von anderen User*innen geteilt wird. Durch individuelle und kollektive Erinnerungen, gezeigte Emotionen und Empathie entwickeln sich somit Emotionsgemeinschaften.

Kristin Bührig befasst sich mit einem aktuellen Thema der Wissenschaftskommunikation. Sie untersucht mit der sprachlich-medialen Konstruktion von *Wissenschaft* eine Form der *kollektiven Identität*. Für die exemplarische Gesprächsanalyse zieht sie Ausschnitte aus dem NDR-Podcast *Coronavirus-Update* von Christian Drosten und Sandra Ciesek heran, in dem die Nominalphrase ›die Wissenschaft‹ im Zusammenhang mit ›die Politik‹ verwendet wird. Wissenschaft, so Bührig, wird vor allem als kommunizierende Größe darstellt, der bestimmte Handlungsmöglichkeiten – auch im Rahmen von Rechtfertigungen – zugeschrieben wird. Vor dem gesellschaftlichen Hintergrund einer aktuellen politischen Aufarbeitung der Entscheidungen und Maßnahmen während der Pandemie gerät das, was Wissenschaft tut oder nicht tut, darf oder nicht darf, vor allem in Verbindung mit ethischen und konkreten gesundheitlichen Auswirkungen auf Bürger*innen, zunehmend in den gesellschaftlichen Fokus.

Funding Open Access funding enabled and organized by Projekt DEAL.

Open Access Dieser Artikel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in

jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Artikel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.

Weitere Details zur Lizenz entnehmen Sie bitte der Lizenzinformation auf http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de.

Literatur

Abels, Heinz (2017[3]): *Identität*. Wiesbaden: Springer VS.

Androutsopoulos, Jannis (2014): Moments of Sharing: Entextualization and Linguistic Repertoires in Social Networking. In: *Journal of Pragmatics* 73, S. 4–18.

Antaki, Charles/Widdicombe, Sue (1998): Identity as an Achievement and as a Tool. In: Antaki, Charles/Sue Widdicombe (Hg.): *Identities in Talk*. London: Sage, S. 1–14.

Assmann, Jan (2001[3]): *Moses der Ägypter. Entzifferung einer Gedächtnisspur*. Frankfurt a.M.: Fischer.

Bamberg, Michael (2004): Talk, Small Stories, and Adolescent Identities. In: *Human Development* 47, S. 366–369.

Bamberg, Michael/Georgakopoulou, Alexandra (2008): Small Stories as a New Perspective in Narrative and Identity Analysis. In: *Text and Talk* 28(3), S. 377–396.

Beisswenger, Michael (2001): Das interaktive Lesespiel. Chat-Kommunikation als mediale Inszenierung. In: Michael Beisswenger (Hg.): *Chat-Kommunikation. Sprache, Interaktion, Sozialität und Identität in synchroner computervermittelter Kommunikation*. Stuttgart: ibidem, S. 79–138.

Berger, Peter L./Thomas Luckmann (2009[22]): *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. Frankfurt a.M.: Fischer.

Bjerring, Jens Christian/Busch, Jacob (2024): Artificial Intelligence and Identity: The Rise of the Statistical Individual. In: *AI & Society* 2024, S. 1–13. https://doi.org/10.1007/s00146-024-01877-4.

Brubaker, Rogers/Cooper, Frederick (2000): Beyond »Identity«. In: *Theory and Society* 29, S. 1–47.

Bubenhofer, Noah/Knuchel, Daniel/Schüller, Larissa (2022): Kulturlinguistik in der Schweiz – eine Einführung in dieses Heft. In: *Germanistik in der Schweiz* 18, S. 3–13.

Darvin, Ron/Tongle Sun (2024): *Intercultural Communication and Identity*. Cambridge: Cambridge University Press.

DeMello, Margo (2012): *Animals and Society. An Introduction to Human-Animal Disciplines*. New York: Columbia University Press.

Deppermann, Arnulf (2013): How to Get a Grip on Identities-in-Interaction: (What) Does ›Positioning‹ Offer More than ›Membership Categorization‹? Evidence from a Mock Story. In: *Narrative Inquiry* 23(1), S. 62–88.

Dolata, Ulrich/Schrape, Jan-Felix (2018): Kollektives Handeln im Internet. Eine akteurtheoretische Fundierung. In: Ulrich Dolata/Jan-Felix Schrape (Hg.): *Kollektivität und Macht im Internet. Soziale Bewegungen – Open Source Communities – Internetkonzerne*. Wiesbaden: Springer, S. 7–38.

Döring, Nicola (2003): *Sozialpsychologie des Internets. Die Bedeutung des Internets für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. Göttingen u. a.: Hogrefe.

Du Bois, John (2007): The Stance Triangle. In: Robert Englebretson (Hg.): *Stancetaking in Discourse: Subjectivity, Evaluation, Interaction*. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins, S. 139–182.

Eckert, Penelope/McConnell-Ginet, Sally (1992): Think Practically and Look Locally. Language and Gender as Community-Based Practice. In: *Annual Review of Anthropology* 21, S. 461–490.

Giaxoglou, Korina/Georgakopoulou, Alexandra (2021): A Narrative Practice Approach to Identities: Small Stories and Positioning Analysis in Digital Contexts. In: Michael Bamberg/Carolin Demuth/Meike Watzlawik (Hg.): *The Cambridge Handbook of Identity*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 241–261.

Gojny, Tanja (2016): Mir gegenüber – vor aller Augen. Selfies als Zugang zu anthropologischen und ethischen Fragestellungen. In: Tanja Gojny/Kathrin S. Kürzinger/Susanne Schwarz (Hg.): *Selfie – I like*

it. Anthropologische und ethische Implikationen digitaler Selbstinszenierung. Stuttgart: Kohlhammer, S. 15–40.

Grohmann, Miriam/Abdulsalam, Layla Kamil/Wyss, Eva L. (2015): Selfie-Proteste zwischen Personalisierung und Anonymisierung. In: *Forschungsjournal Soziale Bewegungen* 28(3), S. 62–72.

Hausendorf, Heiko (2000): *Zugehörigkeit durch Sprache. Eine linguistische Studie am Beispiel der deutschen Wiedervereinigung*. Tübingen: Niemeyer.

Hausendorf, Heiko/Wolfgang Kesselheim/Hiloko Kato/Martina Breitholz (2017): *Textkommunikation: ein textlinguistischer Neuansatz zur Theorie und Empirie der Kommunikation mit und durch Schrift*. Berlin/Boston: De Gruyter.

Hulme, Mike (2022): *Climate Change.* London/New York: Routledge.

Klug, Nina-Maria (2021): *(Afro)Deutschsein. Eine linguistische Analyse der multimodalen Konstruktion von Identität.* Berlin/Boston: De Gruyter.

Kompatscher, Gabriela/Reingard Spannring/Karin Schachinger (2017): *Human-Animal Studies. Eine Einführung für Studierende und Lehrende.* Mit Beiträgen von Reinhard Heuberger und Reinhard Margreiter. Münster/New York: Waxmann.

König, Katharina (2019): Stance Taking with ›Laugh‹ Particles and Emojis – Sequential and Functional Patterns of ›Laughter‹ in a Corpus of German WhatsApp Chats. In: *Journal of Pragmatics* 142, S. 156–170.

Krabbenhöft, Eike (2014): »Hast du eigentlich was neues von Jb gehört?« – Klatschen und Plaudern in SMS. In: Katharina König/Nils Bahlo (Hg.): *SMS, WhatsApp & Co. Gattungsanalytische, kontrastive und variationslinguistische Perspektiven zur Analyse mobiler Kommunikation*. Münster: Monsenstein & Vannerdat, S. 17–39.

Kurth, Markus/Dornenzweig, Katharina/Wirth, Sven (2016): Handeln nichtmenschliche Tiere? Eine Einführung in die Forschung zu tierlicher Agency. In: Sven Wirth/Anett Laue/Markus Kurth/Katharina Dornenzweig/Leonie Bossert/Karsten Balgar (Hg.): *Das Handeln der Tiere. Tierliche Agency im Fokus der Human-Animal Studies*. Bielefeld: transcript.

Lucius-Hoene, Gabriele (2012): »Und dann haben wir's operiert«. Ebenen der Textanalyse narrativer Agency-Konstruktionen. In Stephanie Bethmann/Cornelia Helfferich/Heiko Hoffmann/Debora Niermann (Hg.): *Agency. Qualitative und gesellschaftstheoretische Bezüge von Handlungsmächtigkeit*. Weinheim/Basel: Beltz Juventa, S. 40–70.

Lucius-Hoene, Gabriele/Deppermann, Arnulf (2004): Narrative Identität und Positionierung. In: *Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion* 5(1), S. 166–183.

Mazur, Lucas B. (2021): Experimentation within the Social Identity Approach: History, Highlights, and Hurdles. In: Michael Bamberg/Carolin Demuth/Meike Watzlawik (Hg.): *The Cambridge Handbook of Identity*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 435–462.

Mead, George Herbert (2013[17]): *Geist, Identität und Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

Oakes, Penelope (2002): Psychological Groups and Political Psychology: A Response to Huddy's »Critical Examination of Social Identity Theory«. In: *Political Psychology* 23(4), S. 809–824.

Oksaar, Els (1988): *Kulturemtheorie. Ein Beitrag zur Sprachverwendungsforschung*. Göttingen: Vandenhoeck & Rupprecht.

Osterroth, Andreas (2015): Das Internet-Meme als Sprache-Bild-Text. In: *IMAGE 22(7)*, S. 26–46.

Page, Ruth E. (2012): *Stories and Social Media. Identities and Interaction*. New York: Routledge.

Pearce, Warren/Niederer, Sabine/Özkula, Suay Melisa/Sánchez Querubín, Natalia (2019): The Social Media Life of Climate Change: Platforms, Publics, and Future Imaginaries. In: *WIREs Climate Change* 10, e569. https://doi.org/10.1002/wcc.569.

Sacks, Harvey (1992): *Lectures on Conversation.* Chichester: Blackwell.

Schegloff, Emanuel Abraham (2007): Categories in Action. Person-Reference and Membership Categorization. In: *Discourse Studies* 9, S. 433–461.

Schwegler, Carolin (2024): Alzheimer und Agency. Eine kulturlinguistische Analyse zur sprachlichen Aushandlung von Handlungsmacht im Kontext medizinischer Risikovorhersagen. In: *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie* 102, S. 191–212.

Spieß, Constanze (2024): Digitale Interaktion, Positionierungen und Identitäten im Diskurs. In: Jannis Androutsopoulos/Friedemann Vogel (Hg.): *Handbuch Sprache und digitale Kommunikation*. Berlin: De Gruyter, S. 351–372.

Steen, Pamela (2012): Rekonstruierte, imaginierte und performative Agency in der verbalen Interaktion. In Stephanie Bethmann/Cornelia Helfferich/Heiko Hoffmann/Debora Niermann (Hg.): *Handlungsfähigkeit, Handlungsmacht, Agency. Qualitative Rekonstruktionen und gesellschaftstheoretische Bezüge*. Weinheim/Basel: Beltz Juventa, S. 238–268.

Steen, Pamela (2015): *Die kommunikative Identität des Tricksters. Eine gesprächslinguistische und kultursemiotische Untersuchung zur Identitätskonstruktion in einer marginalisierten Gruppe*. Heidelberg: Winter.

Steen, Pamela (2020): Prekarität und Place-Identity. Wie Erwerbslose in ihren Gesprächen soziale Unsicherheit konstruieren und Agency kommunikativ aushandeln. In: *Wiener Linguistische Gazette (WLG)* 85, S. 25–63.

Steen, Pamela (2022): Menschen – Tiere – Kommunikation. Praxeologische Studien zur Tierlinguistik. Berlin: Metzler.

Stibbe, Arran (2020): Toward a Grammar of Ecocultural Identity. In: Terma Milstein/José Castro-Sotomayor (Hg.): *Routledge Handbook of Ecocultural Identity*. New York: Routledge, S. 416–430.

Stibbe, Arran (2021[2]): *Ecolinguistics. Language, Ecology and the Stories We Live By*. New York: Routledge.

Tienken, Susanne (2013): Sharing. Zum Teilen von Erzählungen in Onlineforen. In: Laura Álvarez López/Charlotta Seiler Brylla/Philip Shaw (Hg.): *Computer Mediated Discourse Across Languages*. Stockholm: Acta Universitatis Stockholmiensis, S. 17–43.

Torres Cajo, Sarah (2022): *Positionierungspraktiken in Alltagsgesprächen. Die Entwicklung eines interaktionalen Positionierungsansatzes*. Heidelberg: Winter.

Tuters, Marc/Hagen, Sal (2020): (((They))) rule: Memetic Antagonism and Nebulous Othering on 4chan. In: *New Media & Society* 22(12), S. 2218–2237.

Wiedenmann, Rainer E. (2009): *Tiere, Moral und Gesellschaft. Elemente und Ebenen humanimalischer Sozialität*. Wiesbaden: VS.

Zottola, Angela (2024): *LGBTQ+ and Feminist Digital Activism: A Linguistic Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hinweis des Verlags Der Verlag bleibt in Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutsadressen neutral.