

Die extrem rechte und verschwörungsideologische Telegram-Szene in Sachsen

Angebot und Nachfrage einer lokal eingebetteten Bewegung

Johannes Kiess / Gideon Wetzel*

Im Zuge der Covid 19-Pandemie ist eine starke extrem rechte bis verschwörungsideologische Mobilisierung und Radikalisierung zu beobachten gewesen, die milieübergreifend bekannte Rechte und bisher politisch Inaktive gemeinsam auf die Straße brachte. Eine große Rolle spielten dabei soziale Medien, wobei in Deutschland die Plattform Telegram hervorsticht. Politische Unternehmer:innen und extrem Rechte nutzten die Krise, um über Kanäle und die direkte Ansprache ihres Publikums ein Angebot an Themen, Ideen und Orientierung aufzubauen. Gleichzeitig existiert eine beachtliche Nachfrage nach einem solchen Angebot, wie User:innen- und View-Zahlen zeigen. Wir untersuchen in diesem Beitrag mittels eines quantifizierenden Distant-Reading-Ansatzes, wie sich Angebot und Nachfrage in der extrem rechten und verschwörungsideologischen Telegram-Szene in Sachsen innerhalb eines halben Jahres entwickelten. Dabei arbeiten wir unterschiedliche Kommunikationsmuster heraus und stellen – mit dem Abklingen der Covid 19-Pandemie und insbesondere der Maßnahmen – eine große thematische Heterogenität fest. Gerade die lokalen Telegram-Gruppen haben sich als Teil der Lebensrealität der Menschen vor Ort etabliert. Die dort geteilten verschwörungsideologischen Inhalte stellen eine Herausforderung für die demokratische Öffentlichkeit dar.

Schlüsselwörter: Telegram, Distant Reading, extreme Rechte, Mobilisierung, Radikalisierung

The Extreme Right and Conspiracy Ideological Telegram Scene in Saxony

Supply and Demand of a Locally Embedded Movement

In the course of the Covid 19 pandemic and building on conspiracy theories, a strong far right mobilization and radicalization has been observed, which crossed existing milieus and brought known right-wingers and previously politically inactive people together to take the streets. Social media played a major role in this, with the platform Telegram standing out in Germany. Political entrepreneurs and the extreme right used the crisis to build up a supply of topics, ideas and orientation via channels and by directly addressing their audience. At the same time, there is a considerable demand for such a supply, as follower and view figures show. In this paper, we use a quantifying distant reading approach to investigate how supply and demand in the far right and conspiracist Telegram scene in Saxony developed within half a year. In doing so, we elaborate on different communication patterns and – with the Covid 19 pandemic and especially the measures subsiding – identify a large thematic heterogeneity. The local Telegram groups in particular have established themselves as part of the reality of people's lives on the ground. The conspiracist content shared there poses a challenge to the democratic public sphere.

Key words: Telegram, distant reading, far right, mobilization, radicalization

* Dr. Johannes Kiess, Else-Frenkel-Brunswik-Institut für Demokratieforschung, Universität Leipzig, Dietrichring 18–20, 04109 Leipzig, Deutschland, johannes.kiess@uni-leipzig.de, <https://orcid.org/0000-0002-3350-7399>;
Gideon Wetzel, Amadeu Antonio Stiftung, Novalisstraße 12, 10115 Berlin, Deutschland, Gideon.wetzel@amadeu-antonio-stiftung.de.

1. Einleitung

Die Covid-19-Pandemie war ein *window of opportunity* für rechtsextreme Mobilisierung und Radikalisierung, die ein breites Spektrum an sozialen und politischen Milieus zusammenbrachte. Ehemalige Friedensaktivist:innen, Esoteriker:innen, Reichsbürger:innen, Neonazis usw. marschierten plötzlich Seite an Seite, um gegen die staatlichen Corona-Maßnahmen zu protestieren. Schnell wurde klar, dass es für die meisten Teilnehmer:innen nicht nur um Impfungen und Ausgangssperren ging, sondern um eine autoritäre Rebellion gegen das politische System im Allgemeinen (Koos 2021; Amlinger und Nachtwey 2022). Telegram hat diese Mobilisierung erleichtert, u. a. weil hier die Kanäle verschwörungstheoretischer Influencer:innen und rechtsextremer Aktivist:innen mit lokalen Chatgruppen aufeinandertrafen, wobei letztere als Mikroverstärker und *bottom-up*-Organisationsmittel dienten. Wie auch bei anderen sozialen Bewegungen ist die Mobilisierung um soziale Technologien herum offenbar weniger voraussetzungsreich als diejenige um eine gemeinsame und kohärente soziale bzw. politische Identität (Bennet und Segerberg 2012).

Innerhalb Deutschlands war Sachsen ein Hotspot dieser extrem rechen Mobilisierung mit zeitweise Hunderten von kleinen Demonstrationen pro Woche. Zugleich ist der milieu- und organisationsübergreifende Charakter der Mobilisierung in Sachsen geradezu idealtypisch für die global zu beobachtende bewegungsförmige Entwicklung der extrem Rechten. In der Literatur wird eine dementsprechende Hybridisierung von Organisationen und der Netzwerkcharakter (Blee und Latif 2020; Fuchs und Middelhoff 2019) sowie die Komplexität extrem rechter *politics* bereits thematisiert (Pirro 2022). In der Szene selbst wird von einer „Mosaik-Rechten“ gesprochen, die von der AfD über extrem rechte Medien und Internetportale bis hin zu *Social Movement Organizations* wie PEGIDA und einzelnen Influencer:innen und Aktivist:innen reicht (Volk 2021, 238f.).

Um diese Mobilisierung und die Bedeutung von Telegram eingehender zu untersuchen, haben wir im Dezember 2021 damit begonnen, alle geografisch (d. h. in/aus Sachsen) und thematisch relevanten (d. h. extrem rechte, verschwörungsideologische und Pandemie-leugnende) Kanäle und öffentlichen Gruppen zu sammeln und zu beobachten. Die Besonderheit unseres Datensatzes liegt in der Einbeziehung vieler relativ kleiner, lokaler Gruppen, die einen (digitalen) Teil der alltäglichen Lebenswelt der User:innen bilden. Ziel ist es, durch das Projekt ein besseres Verständnis der Angebots- und Gelegenheitsstruktur, die Telegram bietet, sowie der Nachfrage- und Partizipationsdynamik auf Seiten der User:innen und damit der agiler werdenden extrem rechten Mobilisierung insgesamt zu erlangen.

Im Mittelpunkt des vorliegenden Beitrags steht die Frage, wann und wo bestimmte Themen entstehen und ob ihr Auftreten einer Nachfragerlogik (Individuen diskutieren in Gruppen) oder einer Angebotslogik (Verbreitung durch politische Unternehmer:innen über Kanäle, Weiterleitungen) folgt. Zunächst diskutieren wir im theoretischen Teil unsere Konzepte und begründen unsere Forschungsfragen. Anschließend stellen wir unseren Datensatz und unser quantitatives „*distant reading*“-Vorgehen vor. Im Hauptteil präsentieren wir unsere Ergebnisse: Wir verwenden *topic modeling*, um wiederkehrende Themen in den Daten zu identifizieren. Anschließend prüfen wir, wann und wo ausgewählte Themen auftauchen und wie viele Aufrufe sie generieren. Wir diskutieren unsere Ergebnisse abschließend im Hinblick auf die gegenwärtig zu beobachtenden extrem rechten Mobilisierungsdynamiken (Castelli Gattinara et al. 2022) und den digitalen Strukturwandel der Öffentlichkeit (Seeliger und Seignani 2021; Habermas 2022).

2. Angebots- und Nachfragedynamiken: Die Plattform Telegram als Hybrid

Im Zuge eines (neuen) digitalen Strukturwandels der Öffentlichkeit (Habermas 2006; Seeliger und Sevignani 2021; Habermas 2022) haben sich soziale Medien zum zentralen Instrument sozialer Bewegungen und politischer Mobilisierung entwickelt. Dies galt zunächst für die Wahlkämpfe von Barack Obama 2008 und 2012 sowie den arabischen Frühling ab Dezember 2010. Gerade Obamas Kampagnen nutzten die sozialen Medien für personalisierte politische Kommunikation und machten sich dabei die Kommodifizierung der sozialen Medien zunutze (Bimber 2014). Die Protestbewegungen im arabischen Raum waren maßgeblich von der Kommunikation über soziale Medien geprägt, die eine Identifikation mit einem gemeinsamen Anliegen und geteilter Wut über die diktatorischen Systeme ermöglichten (Howard und Hussain 2013). Bennet und Segerberg (2012) bezeichnen die z. B. in der *Occupy*-Bewegung entstandenen neuen Protestformen auch als *connective action*, die geprägt ist durch einfach zu personalisierende *action frames* sowie den Einsatz sozialer Medien durch die Teilnehmenden – wohingegen klassische Proteste stärker auf den Einsatz von Kommunikationsmitteln durch Organisationen geprägt seien.

Zunehmend¹ haben auch extrem rechte Akteure die digitalen Möglichkeiten für sich entdeckt (Nagle 2017; Ebner 2019; Fielitz und Marcks 2020; Stegemann und Musyal 2020). Bereits im Zusammenhang mit dem Aufstieg der *Alternative für Deutschland* (AfD) ab 2013, der regressiven PEGIDA-Bewegung und Trumps Wahlsieg 2016 wurde auf die wichtige Rolle insbesondere von Facebook aufmerksam gemacht (z. B. Engesser et al. 2017; Klein und Muis 2019; Kruschinski und Haßler 2017). Insbesondere kann die extreme Rechte mithilfe sozialer Medien die traditionelle Medienöffentlichkeit umgehen und an Journalist:innen und Gatekeeper:innen vorbei ihre Positionen verbreiten (Stier et al. 2017). Die hybride Plattform Telegram bietet noch mehr, da sie eine ganze Reihe für die Mobilisierung politischer Themen nutzbare Features in einer Applikation verbindet. Soziale Medien bilden damit die passende Infrastruktur für die Hybridisierung der extremen Rechten, bei der hierarchische (Partei-)Strukturen an Relevanz verlieren (Blee und Latif 2020) und für die die Bewegungsform zunehmend wichtiger wird (Fernholz 2022; Castelli Gattinara et al. 2022). Bevor wir im nächsten Abschnitt näher auf die Plattform Telegram, unser Sample und unseren Datensatz eingehen, wollen wir zunächst einige mobilisierungstheoretische Überlegungen skizzieren, die helfen können, die Dynamiken auf der Plattform und in Sachsen zu verstehen.

Klandermans definiert politische Mobilisierung als Prozess, in dessen Verlauf Sympathisant:innen einer Sache zu Teilnehmer:innen an kollektiven Aktionen zur Unterstützung dieser Sache werden (Klandermans 2016; Stekelenburg et al. 2018). Mobilisierung ist nach Klandermans der „Mechanismus“, der Angebot und Nachfrage zusammenbringt. Auf der Nachfrageseite betrachtet die Mobilisierungsforschung vor allem die soziale und politische Zusammensetzung, die von den Teilnehmenden wahrgenommenen Missstände und Emotionen sowie ihre kollektiven Identitäten (Klandermans und Stekelenburg 2013). Auf der Angebotsseite stehen Parteien oder andere politische Organisationen und deren Mobilisierungsstrategien in Form von Appellen, *Framing*- und Partizipationsangeboten (Klandermans 2016). In diesem Sinne ist Mobilisierung eine Form von Marketing die auch auf Erzählungen, Symbole, Liedgut usw. (Lahusen 1996) zurückgreift, um Angebot und Nachfrage zusammenzubringen. Entsprechend ist die Kommunikation von Organisationen, der Einfluss von Akteurs- und sozialen Netzwerken sowie seit einigen Jahren die Rolle des

1 Bereits in den 1990ern nutzten Rechte neue Kommunikationsmittel, allerdings waren Mailbox-Systeme wie das Thule-Netz nur für die Kommunikation innerhalb der Szene gedacht und in ihrer Wirkung begrenzt.

Internets und vor allem der sozialen Medien zu einem zentralen Untersuchungsgegenstand geworden.

Versteht man Mobilisierung als Mechanismus von Angebot und Nachfrage, rückt die Ökonomie der Aufmerksamkeit (Franck 1998), der Politik gehorcht, in den Blick. Idealerweise hat jedes Anliegen prinzipiell die Möglichkeit, auf dem „Markt“ der Öffentlichkeit in Konkurrenz zu treten. Dies impliziert sowohl, dass alle möglichen Angebote miteinander, also z. B. Casting-Shows mit politischen Anliegen, konkurrieren, als auch die zentrale Rolle von Emotionen. Entgegen idealtypischer Vorstellungen eines rationalen Diskurses und des Wertes des besseren Arguments, bieten Social-Media-Plattformen basierend auf ihren Algorithmen einer emotionalen Ansprache besonders gute Voraussetzungen (Brady et al. 2017; Wahl-Jorgensen 2018; Hyvärinen und Beck 2018; Duncombe 2019). Hier liegt ein wichtiger Ansatzpunkt für die extreme Rechte (z. B. Groß und Neckel 2020; Groß et al. 2022; Horner et al. 2021), für die das Ressentiment so zentral ist und mithilfe dessen sie versucht, entsprechende Angebote zu entwickeln. Dabei kann einerseits auf in der Gesellschaft weit verbreitete rechtsextreme Einstellungen und politische Deprivation aufgesattelt werden (zuletzt Decker u. a. 2022). Die Nachfrage existiert also in relevantem Ausmaß.

Für eine erfolgreiche Mobilisierung sind aber andererseits entsprechende diskursive und gesellschaftliche Gelegenheitsstrukturen (Kitschelt 1999) notwendig. Politische Umstände wie Krisen (Funke et al. 2016; Moffitt 2015) oder eben Pandemien (Davies et al. 2021) können Anlass und Gelegenheit bieten für Radikalisierungsprozesse. Zum einen sind die Finanz- und Wirtschaftskrise, die Euro-Krise, die politische Krise in Europa über die Migration ab 2015 und zuletzt die Corona-Pandemie als Gelegenheiten für die extrem rechte Mobilisierung bereits in der Bevölkerung vorhandener Ressentiments benannt worden. Zum anderen lässt sich grundsätzlich festhalten, dass eine ganze Reihe gesellschaftlicher Veränderungen zu einer wahrgenommenen Statusbedrohung ethnokultureller Mehrheiten in vielen Ländern geführt hat und dass „[p]olitical and media discourse [...] channelled such threats into resentments toward elites, immigrants, and ethnic, racial and religious minorities, thereby activating previously latent attitudes and lending legitimacy to radical political campaigns that promise to return power and status to their aggrieved supporters“ (Bonikowski 2017).

Auf die bestehende Nachfrage können also Anbieter – ganz im unternehmerischen Sinne – antworten, indem sie ein passendes Angebot mit ansprechender Verpackung entwickeln. Earl und Shussmann (2003) haben schon früh hervorgehoben, dass Online-Mobilisierung weniger für klassische Organisationen als vielmehr für „movement entrepreneurs“ neue Möglichkeiten erschließt. In ihrer Fallstudie, der *strategic-voting*-Bewegung bei der US-Präsidentenwahl 2000, zeigen sie auf, dass „entrepreneurial movement infrastructure brought with it changes in decision making processes and concerns. Decision making became more discretionary, the importance of leadership declined, decisions about organizational form became less problematic, and ideological and Internet-related concerns informed decision making in lieu of organizational or more standard social movement concerns“ (ebd.). Die PEGIDA-Protagonist:innen hingegen haben eine Zusammenarbeit mit Akteuren der Corona-Proteste trotz Anpassung zentraler Deutungsmuster auch deshalb nicht begonnen, weil sie die „Marke“ PEGIDA abgrenzen wollten (Volk 2021, 443). Dennoch koinzidieren ihre Forderungen und Aktionsformen mit neueren Mobilisierungsversuchen (Bennet und Segerberg 2012).

In einem Bericht über die Mobilisierung im Spätsommer und Herbst 2022 greift das Monitoring-Projekt Forschungsstelle BAG „Gegen Hass im Netz“ (Fielitz et al. 2022) auf die Diffusionstheorie von Everett Rogers (1962) zurück, um thematische Konjunkturen zu beschreiben. Demnach bringen „Innovatoren“ Begriffe oder Themen in den Diskurs

ein, die dann von „Early Adopters“ aufgenommen werden. Kommt es dann zum Beispiel durch einen externen Anlass wie einem Interview einer Bundesministerin zu einer „Critical Juncture“ kann ein Thema breite Wirkung entfalten. Erst wenn dann noch „Mitläufer“ aufspringen, ergibt sich eine große Mobilisierungswirkung. Ebenfalls auf den Diffusionsbegriff zurückgreifend argumentiert Earl (2010), dass durch die verstärkte Nutzung des Internets nicht nur Informationen schneller verbreitet werden können, sondern auch Online-Protestformen und -taktiken. Vor allem können Protestformen übergreifen auf „newly politically active individuals and to individuals concerned about non-political issues (e.g. protests over the cancellation of a television program). I argue this has a strong theoretical similarity to ‘jumps’ to new infected populations (without normative connotation) that are studied by epidemiologists“ (ebd., 210). Soziale Medien bieten somit nicht nur effiziente Kommunikationswege, sondern ermöglichen auch eine neue Logik der Mobilisierung (Bennet und Segerberg 2012). Und sie bieten uns gleichzeitig die Möglichkeit, mithilfe der anfallenden Daten sowohl die Stichwortgeber:innen als auch die Unterstützer:innen rechter Parteien und Bewegungen zu untersuchen (Muis et al. 2020).

Aufbauend auf diesen Vorüberlegungen und bereits vorliegenden Untersuchungen zu verschiedenen in Sachsen aktiven Akteuren, wie den *Freien Sachsen* (Kiess 2023), PEGIDA (Volk 2021) und der AfD, richten wir unsere Aufmerksamkeit hier auf die Dynamiken von Angebot und Nachfrage in der extrem rechten und verschwörungsideologischen Telegram-Szene Sachsens. Dazu verwenden wir zunächst ein *Topic Modelling*-Verfahren, um automatisiert relevante Themen in unserem Datensatz zu identifizieren. Konkret wollen wir dann folgende Fragen auf Grundlage explorativer Analysen beantworten:

Mit welchen Themen versucht die extreme Rechte in den ausgewählten sächsischen Telegram-Kanälen zu mobilisieren?

Handelt es sich dabei um wenige Themen oder eine große Themenvielfalt?

Zeigen sich hinsichtlich der Themenwahl Unterschiede zwischen Nachfrage (durch Gruppenmitglieder) und Angebot (der Kanalbetreibenden)?

Bei welchen Themen treffen Angebot und Nachfrage aufeinander und lässt sich dies als erfolgreiche Mobilisierung interpretieren?

3. Daten und Methoden

Durch das Deplatforming bei YouTube, Facebook & Co. sind extrem rechte Akteure immer stärker auf alternative Plattformen angewiesen (R. Rogers 2020). Telegram ist nicht zuletzt deshalb im deutschsprachigen Raum derzeit die relevanteste Plattform für extrem rechte und verschwörungsideologische Mobilisierung (CeMAS 2023). Gerade während der Covid 19-Pandemie erfreute sie sich einer rasant wachsenden Beliebtheit und entwickelte sich zum Motor der Verbreitung von Verschwörungserzählungen und entsprechender Protestgruppen (Reichardt 2021). Verschiedene Organisationen (z. B. Querdenken, Identitäre Bewegung, QAnon) nutzen die Plattform vor allem für die Organisation und Mobilisierung der eigenen Follower:innen, weniger für das Ansprechen neuer Personengruppen (Schulze et al. 2022, 1118). Der Erfolg von Telegram liegt nicht zuletzt darin begründet, dass die Plattform eine Reihe von Funktionen verbindet und so besonders effektiv politisches Angebot und politische Nachfrage zusammen und „auf die Straße“ bringen kann: Einerseits können über Kanäle große Reichweiten erzielt werden. Hier funktioniert Telegram ähnlich wie YouTube oder Instagram, wo Influencer:innen immer wieder neuen Content anbieten, um ihre Follower:innen an sich zu binden. Andererseits haben Telegram-User:innen in Gruppen und über den Messenger – die originäre Funktion von Telegram – die Möglichkeit, selbst in

den Austausch zu gehen. Das (Weiter-)Teilen von Bildern, Videos und Texten im Sinne von *connective action* (Bennet und Segerberg 2012) ist ebenso einfach möglich wie das Erstellen neuer Kanäle und Chatgruppen sowie das Einbinden privater Kontakte. Schließlich führt Telegram weiterhin kein systematisches Deplatforming durch, auch wenn in manchen Ländern Inhalte gesperrt sind und Moderator:innen ihre eigenen Kanäle durchaus moderieren (können).

3.1 Auswahl der Kanäle und Gruppen

Seit November 2021 sammeln wir alle geografisch (d. h. in/aus Sachsen bediente) und thematisch (d. h. extrem rechte, verschwörungsideologische und Pandemie-leugnende) relevanten Kanäle und öffentlichen Gruppen. Der Sachsen-Bezug lässt sich oftmals schon durch den Namen einer sächsischen Region oder Ortschaft im Titel des Telegram-Auftritts plausibel annehmen. Mit einem teilautomatisierten Python-Skript und einer Liste von sächsischen Orten und Regionen suchen wir über die Telegram-API automatisch und regelmäßig nach Gruppen und Kanälen. Die Ergebnisse werden mit den bereits bekannten Telegram-Auftritten und der Liste bereits ausgeschlossener Telegram-Auftritte abgeglichen. Die verbleibenden Suchergebnisse werden manuell nach Sachsen-Bezug sowie rechtsextremen oder verschwörungsideologischen Inhalten untersucht und entweder der Liste „bereits ausgeschlossen“ oder dem Sample hinzugefügt, dabei erfolgt auch eine Kategorisierung entsprechend der Akteure. In vielen Fällen ist eine Zuordnung über den Gruppen- bzw. Kanalnamen (Eltern stehen auf, Freie Sachsen, AfD usw.) einfach. Bei den Kategorien Reichsbürger, Alternative Medien oder Influencer:innen sind die Gruppenbeschreibung oder eine kurze Sichtung des Chat-Verlaufs Basis der Zuordnung. Gruppen und Kanäle, welche so nicht zugeordnet werden können, werden je nach Reichweite in die Kategorien „Regional“ und „Überregional“ aufgeteilt. Über eine Analyse der Weiterleitungen in den Gruppen und Kanälen können weitere Telegram-Auftritte mit Sachsen-Bezug identifiziert werden.

Zum Zeitpunkt der vorliegenden Untersuchung beinhaltete das Sample 203 Kanäle und 115 Gruppen. Die meisten dieser Telegram-Auftritte haben sich während der Corona-Protteste gegründet, und zusammen umfassen sie ein breites Spektrum rechtsextremer und verschwörungsideologischer Inhalte. Die Beschränkung auf öffentliche Kanäle und Gruppen erfolgt einerseits aus forschungspraktischen Erwägungen, minimiert aber auch die ethischen Risiken.

Auch wenn Gruppen und Kanäle über das Internet von überall auffindbar sind und deshalb die tatsächliche Ortsgebundenheit der User:innen fraglich ist, haben unsere bisherigen Beobachtungen gezeigt, dass es bei den Gruppen kaum Überschneidungen gibt. Im Schnitt ist ein:e Telegram-Nutzer:in Mitglied in nur 1,2 Gruppen. Und Überschneidungen zeigen sich meist in der gleichen Region, weshalb sich im digitalen Netzwerk der von uns beobachteten Gruppen ähnliche relative Distanzen zwischen den Ortschaften und Regionen ergeben, wie sie auch geografisch vorzufinden sind. Diese Beobachtung bestärkt uns in der Annahme, dass User:innen einer Gruppe auch in der Region ansässig sind und an der lokalen Öffentlichkeit partizipieren (wollen). Dies gilt vermutlich auch für die Kanäle – hier liegen uns allerdings keine Informationen über die Abonnent:innen vor, und wir können letztlich nicht mit Sicherheit sagen, ob ein Kanal tatsächlich (hauptsächlich) von in Sachsen Wohnenden abonniert wurde.

3.2. *Sammeln der Daten*

Die Nachrichten, Verlinkungen, Medien und Metadaten aus den ausgewählten Gruppen und Kanälen werden mit einem Python-Skript über die Telegram-API abgefragt und in eine der Telegram-Datenstruktur nachempfundenen SQLite-Datenbank abgelegt. Die Datenbank beinhaltet ein Abbild der Gruppen und Kanäle mitsamt Abonnent:innenzahl und Kategorie. Die Nachrichten sind durch Verlinkungen den jeweiligen Gruppen und Kanälen zugeordnet. Außerdem wird durch Verlinkung der entsprechenden Ursprungs-Nachrichten erfasst, ob es sich bei Nachrichten um Antworten oder Weiterleitungen handelt. Auch der Zeitstempel der Nachrichten sowie die Telegram-eigenen IDs der Gruppen, Kanäle und Nachrichten werden automatisiert gespeichert. Dabei fallen auch sensible Daten an, die wir benötigen, um z. B. Mehrfachmitgliedschaften und gegebenenfalls die Dominanz einzelner User:innen oder bestimmter Gruppen zu erkennen. Aus datenschutzrechtlichen und forschungsethischen Gründen haben deshalb auf den Datensatz nur zwei Personen Zugriff. Auswertungen werden stets so durchgeführt, dass eine Identifikation einzelner Nutzer:innen nicht möglich ist.

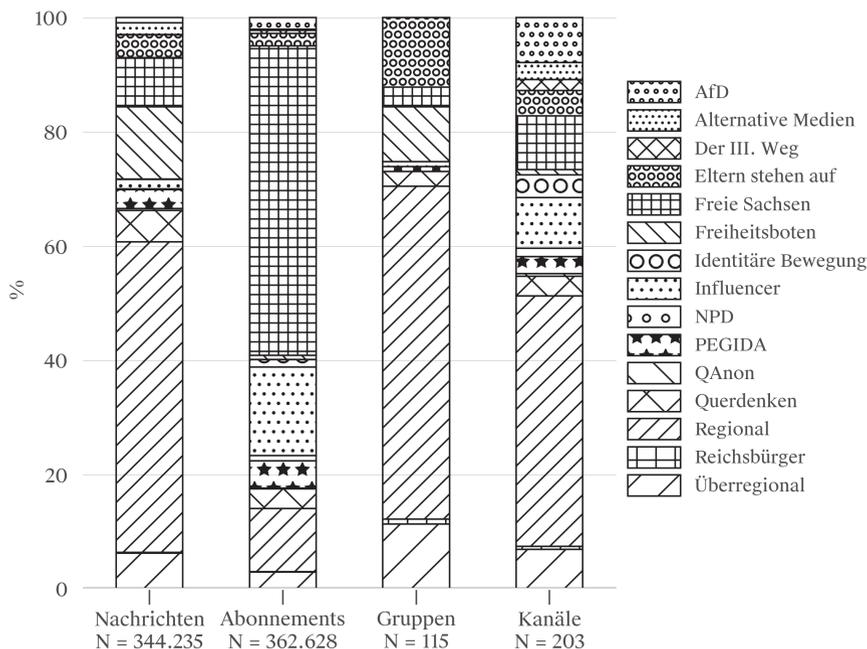
Für unsere Analysen betrachten wir den Zeitraum vom 01.06.2022 bis 03.01.2023. Dieser umfasst 344.235 Nachrichten, wovon wiederum 272.351 Text enthalten. Diese Teilmenge bildet unsere Datenbasis. Die Texte enthalten ebenfalls den bei Telegram dargestellten Text der Linkvorschauen. In Abbildung 1 haben wir die Zusammensetzung unserer Datenbasis entlang von Akteurskategorien aufgeschlüsselt. Auffällig ist die hohe Anzahl der aus regionalen, nicht eindeutig bestimmbar Gruppierungen oder Parteien stammenden Nachrichten und Gruppen (erste Säule, über 50 %). Das zeigt, dass unser Sample eine ideologisch hybride Mobilisierung mit starker lokaler Verankerung umfasst. Eine wichtige Größe sind auch die Gruppen der *Freiheitsboten* (etwas mehr als 10 %) und die Kanäle und Gruppen der *Freien Sachsen* (knapp 10 %). Entsprechend sind auch viele Telegram-Gruppen diesen drei Kategorien zuzuordnen (Säule 3). Bei den Kanälen spielen hingegen Parteien, Gruppierungen und auch Einzelpersonen (Influencer:innen) eine größere Rolle (Säule 4). Der Kanal mit den mit Abstand meisten Abonnements (Säule 2) ist der Hauptkanal der *Freien Sachsen*, hinzu kommen weitere regionale *Freie Sachsen*-Kanäle.

3.3 *Topic Modeling*

Die Telegram-Nachrichten des Datensatzes, im Folgenden Dokumente genannt, haben wir für diese Untersuchung einer inhaltlichen Analyse mittels *Topic Modeling* unterzogen. Topic Modeling ist in der Lage aus großen Mengen textbasierter Daten unter Verwendung statistischer Verfahren sogenannte Topics aus unterschiedlichen und unstrukturierten Dokumenten zu extrahieren. Eine manuelle Vorkategorisierung weniger Dokumente ist nicht notwendig, der Algorithmus findet selbstständig (unsupervised) ähnliche Dokumente und beschreibt diese mit darin vorkommenden Begriffen.

Als Topic-Modeling-Algorithmus verwenden wir die BERTopic-Toolsammlung, bei der die von Google entwickelte Transformer-Architektur BERT zum Einsatz kommt (Grootendorst 2022). Das Akronym steht für *Bidirectional Encoder Representations from Transformers* (Devlin et al. 2019). Das Topic Modeling mit BERTopic verfährt in fünf Schritten: (1) Die Dokumente werden durch einen auf BERT basierenden *sentence transformer* in sogenannte *embeddings* (numerische Darstellung in Form von Vektoren) umgewandelt. Verwendet wurde in diesem Fall das mehrsprachige Modell *paraphrase-multilingual-MiniLM-L12-v2*. (2) Für das anschließende Clustern der *embeddings* muss deren Dimensionalität reduziert werden. Hierfür gibt es verschiedene Verfahren, wir verwenden UMAP (McInnes

Abbildung 1: Zusammensetzung des untersuchten Samples zum Stichtag 03.01.2023



et al. 2018) mit der in BERTopic voreingestellten Konfiguration². (3) Die *embeddings* werden nach semantischer Ähnlichkeit geclustert. Die auch von uns genutzte Voreinstellung von BERTopic hierfür ist HDBSCAN (McInnes et al. 2017) in der voreingestellten Konfiguration³. Ein Cluster entspricht dann einem Topic. (4) Je Cluster wird mit dem scikit CountVectorizer ein *Bag-of-Words* aus allen zugehörigen Dokumenten erzeugt. In diesem Schritt werden Tokens anhand einer Stopword-Liste (deutsch und englisch) entfernt. (5) Um Topics identifizieren zu können, werden mit *class-based TF-IDF (c-TF-IDF)* repräsentative Worte je Cluster ermittelt.

BERTopic vergibt je Topic ein Label, welches sich aus der Topic ID und den vier relevantesten, im letzten Schritt ermittelten Worten ergibt. Die ID wird mit absteigender Häufigkeit vergeben. Bei der Durchführung von BERTopic wird jedem Dokument eine Topic-ID für das am wahrscheinlichsten zutreffende Topic zugeordnet. Darüber lässt sich die Häufigkeit der einzelnen Topics bestimmen. Zusammen mit dem Zeitstempel der Nachrichten kann der zeitliche Verlauf der Topics ermittelt werden. Wenngleich die verwendeten Algorithmen sehr fortschrittlich sind, handelt es sich letztlich um statistische Verfahren, die Wahrscheinlichkeiten berechnen. So sind die Ergebnisse immer nur Annäherungen an die real vorhandene, hochkomplexe Datenfülle. Überlagerungen der Topics innerhalb der Dokumente sowie in Einzelfällen Falschzuordnungen (*false positives*) wie auch falscher Ausschluss (*false negatives*) führen zu einer gewissen Unschärfe. Dennoch sind die resultie-

2 `n_components=5, n_neighbors=15, min_dist=0.0, metric='cosine'`.

3 `min_cluster_size=10, metric='euclidean', alpha=1.0, p=2, cluster_selection_method='eom'`.

renden Annäherungen präzise genug, um Rückschlüsse auf die bei Telegram auftretenden Themen und Trends zu erlauben.

Das *Topic Modeling* für unseren Datensatz ergab mit den gewählten Einstellungen mit hoher Auflösung (Clusterbildung ab zehn Dokumenten) insgesamt 2.780 Topics. Die für *Topic Modeling* ungewöhnlich hohe Anzahl ergibt sich aus der Verwendung von HDBSCAN mit den voreingestellten Parametern. Die daraus resultierende hohe Trennschärfe erzeugt ebenfalls viele kleine, sehr spezifische Topics, welche sich durch Dimensionsreduktion später wieder zusammenfassen lassen. Für unsere Betrachtung wird diese hohe Trennschärfe jedoch bevorzugt. Da hierbei jedoch die Topics im Durchschnitt weniger Dokumente aufweisen, haben wir die zehn dominantesten Topics, welche einen erkennbaren Themenzusammenhang aufweisen, ausgewählt. Tabelle 1 zeigt die ersten 20 und damit die am häufigsten vertretenen Topics. Die erste Spalte zeigt die Topic ID, die zweite Spalte die Anzahl der Dokumente im Datensatz, welche diesem Topic zugeordnet wurden, und die dritte Spalte das Label des Topics. In der vierten Spalte haben wir eine knappe Beschreibung angefügt. Topics sind nicht immer konkreten Themen zugehörig, durch das Verfahren werden lediglich sich ähnelnde Dokumente geclustert, somit ergeben sich auch Cluster aus nicht themenbezogenen Zusammenhängen, wie z. B. Begrüßungen oder allgemein zustimmende sowie ablehnende Reaktionen. Durch manuelles Lesen der Topic-zugehörigen Dokumente haben wir deswegen für uns nicht relevante Topics herausgefiltert und relevante Topics einem entsprechenden Themenzusammenhang zugeordnet.

Bei -1 handelt es sich um einen Platzhalter für alle Nachrichten, die keinem der 2.780 Topics zugeordnet werden konnten, dass hier „Russland“ und „Ukraine“ auftauchen, liegt daran, dass der Krieg in der Ukraine sowie Bezüge auf die beiden Länder in verschiedenen Kontexten auftreten und breit diskutiert werden, weswegen die Begriffe häufig auch in Nachrichten vorkommen, welche in der Gesamtschau keinem Topic zugeordnet werden können. Thematisch eindeutig zuordbare Nachrichten sind allerdings in anderen Clustern enthalten, das Topic -1 entfällt hingegen für die weitere Betrachtung. Den ersten 20 Topics können immerhin jeweils über 500 Nachrichten zugeordnet werden. Weniger Nachrichten würden für den untersuchten Zeitraum eine zu geringe tägliche Fallzahl bedeuten. Die Topics 0, 1 und 4 umfassen Reaktionen auf oder Kommentare zu andere(n) Nachrichten, ohne Details zum behandelten Inhalt. Sie eint ein ähnlicher Charakter der Formulierung, Topic 4 umfasst z. B. explizit zustimmende Reaktionen. Topic 3 beinhaltet Nachrichten, die nur aus Emojis bestehen. Aufgrund der fehlenden inhaltlichen Spezifizierung entfallen die Topics 0, 1, 3 und 4 für weitere Analysen. Ebenso entfallen die Topics 11, 15 und 16, da sie nur unspezifische Bild- und Video-Beschreibungen versendeter Medien beinhalten. Topic 14 beinhaltet Polizeimeldungen aus einem einzigen Kanal, die wir nicht weiter betrachten werden. Topic 17 enthält ausschließlich Nachrichten, welche auf Teletext-Seiten des ZDF hinweisen, und entfällt ebenfalls. Es verbleiben zehn Topics, die jeweils konkrete Themen behandeln, die eine größere Verbreitung erzielen und die wir deshalb genauer analysieren wollen.

3.4 Weiterleitungen, Kanalpostings, Gruppendiskussionen

Auf Basis der erhobenen Meta-Daten können wir ermitteln, ob Nachrichten in Kanälen oder Gruppen direkt erstellt wurden oder ob es sich um Weiterleitungen handelt. Für die weitere Betrachtung unterscheiden wir Nachrichten in drei Kategorien:

(1) Bei *Kanalpostings* handelt es sich um Nachrichten, die von Kanalbetreiber:innen selbst verfasst wurden. Da wir ausschließlich sächsische Kanäle untersuchen, sind diese Nachrichten alle sächsischen Ursprungs. Kanalbetreiber:innen besitzen in der Regel ein

Tabelle 1: Die 20 häufigsten Topics, identifiziert mittels unsupervised topic modeling (grau = hier nicht weiter analysiert)

ID	N	Label	Beschreibung
-1	173.276	-1_ukraine_russland_schon_ja	
0	2.334	0_hast_ja_halt_mach	Reaktionen auf Postings
1	1.703	1_ni_ne_nö_na	Unspezifische Kommentare
2	1.348	2_polizeidirektion_polizeisachsen_verletzt_jähriger	Polizeimeldungen
3	1.278	3_____	Emojis
4	1.255	4_Äa_38567_stimmt_ja	Zustimmende Reaktionen/ Kommentare
5	1.171	5_migranten_flüchtlinge_migration_asyl	Geflüchtete
6	1.106	6_bauern_landwirte_niederlanden_niederlande	Bauernprotest Niederlande
7	1.089	7_eltern_schule_lehrer_kinder	Eltern, Schule, Kinder
8	917	8_nord_stream_pipeline_sanktionen	Nordstream und Sabotage
9	728	9_deutschland_deutschen_quinque_zeiten	Deutschland
10	660	10_china_taiwan_chinas_chinesische	Konflikt China + Taiwan (Anfang August); Corona Proteste in China (Ende November)
11	653	11_foto_bernd_arnold_091	Bild und Video Beschreibung
12	641	12_vitamin_gemüse_wasser_magnesium	Nahrung, Nahrungsergänzungs- mittel etc.
13	628	13_co2_klimawandel_klimanotstand_menschengemachten	Klimawandel
14	621	14_pk_soe_vorsicht_unfall_blitzer	Polizeimeldungen SSOE
15	579	15_unzensiert_infoseite_unzensiertv2_unzensiert_unzensiert kontaktbot	Bildunterschriften mit Werbung für Kanal unzensiertv2
16	547	16_video_gehlken_friede_saalfeld	Video Beschreibungen
17	536	17_zdf_seite_mdr_116	ZDF Teletext
18	528	18_trump_donald_q74you_fbi	QAnon, Trump
19	500	19_leipzigspaziert_leipzig_montagsdemo_demotermine	Proteste Leipzig

politisches Sendungsbewusstsein, entsprechend verorten wir diese Nachrichten auf der Angebotsseite.

(2) Nachrichten, die aus anderen (inkl. nicht im Sample enthaltenen) Gruppen und Kanälen stammen und in „unseren“ Kanälen/Gruppen gepostet wurden, bezeichnen wir

als *Weiterleitungen*. 20 Prozent stammen aus Kanälen, 80 Prozent aus Gruppen. Weiterleitungen dienen dazu, Inhalte zu verbreiten und somit zu verstärken. In Kanälen sind die Betreiber:innen für Weiterleitungen verantwortlich, in Gruppen können alle Mitglieder Inhalte weiterleiten. Wir verorten Weiterleitungen ebenfalls auf der Angebotsseite.⁴

(3) Schließlich verstehen wir unter *Gruppendiskussionen* Nachrichten, die in Gruppen gepostet wurden und keine Weiterleitung sind. Hierbei handelt es sich um Nachrichten, die von Mitgliedern in einer Gruppe erstellt wurden. Aus solchen Nachrichten bestehende Unterhaltungen haben entsprechend einen multidirektionalen Charakter. Wir vermuten hier auf Seiten der Mitglieder den Bedarf, sich mit einem Thema auseinanderzusetzen, und verorten solche Nachrichten deshalb auf der Nachfrageseite. Die Kommunikation in den Gruppen ähnelt damit der *connective action* (Bennet und Segerberg 2012), also einer durch die User:innen selbst mit personalisierten Nachrichten und Frames unterstützten Mobilisierung.

Zur Beantwortung unserer Forschungsfragen sortieren wir alle Nachrichten der untersuchten Topics in Angebot sowie Nachfrage. Da sich beide Größen gegenüberstehen, tragen wir in den folgenden Balkendiagrammen die Angebotsseite (also Kanalpostings und Weiterleitungen) auf der positiven y-Achse ab und die Nachfrageseite (Gruppendiskussionen) auf der negativen⁵. Abbildung 2 zeigt die absoluten Häufigkeiten der Nachrichten auf Angebots- sowie Nachfrageseite für die ausgewählten Topics. Aufgrund der vielen Gruppen und Kanäle in der Kategorie „Regional“ fallen diese Nachrichten mehr ins Gewicht. Außerdem zeigt diese Grafik auch nicht, wie die Nachrichten eines Topics im Verhältnis zu allen weiteren Nachrichten in der jeweiligen Kategorie stehen. Die absolute Anzahl der Nachrichten bleibt für unsere Betrachtung entscheidend, da es uns um eine themenspezifische und quantitative Analyse der Angebot- und Nachfrage-Dynamik geht.

Abbildung 3 – auf die wir im Folgenden immer wieder zurückkommen werden – zeigt die Korrelation (nach Pearson) von Angebots- und Nachfrageseite je Topic und einem zeitlichen Versatz von -3 bis +3 Tagen. Dieser Zeitraum erwies sich über die Themen hinweg in der Untersuchung als relevant. Der zeitliche Versatz globaler und lokaler Maxima gibt Rückschlüsse darauf, ob das Angebot die Nachfrage bedient (negativer Versatz), Angebot und Nachfrage synchron laufen (Versatz von 0 Tagen) oder die Nachfrage auf Angebote reagiert (positiver Versatz). Sind keine deutlichen Maxima zu erkennen, gehen Angebot und Nachfrage synchron miteinander einher oder es besteht womöglich kein Zusammenhang.

Um den zeitlichen Verlauf der Topics nachvollziehen und Ereignisse identifizieren zu können, zeigen die Abbildungen 4–13 (Abbildungen 9–11 und 13 im Anhang) die tägliche Häufigkeit der jeweiligen Topics auf der Angebots- und Nachfrageseite. Der graue Graph zeigt außerdem die Summe aller Views der Topic-Nachrichten pro Tag, gemittelt über 7 Tage.

-
- 4 Unsere Untersuchung berücksichtigt keine Weiterleitungen, die durch Copy+Paste von Textinhalten erzeugt wurden. Diese Nachrichten werden entsprechend ihrer Metadatenstruktur wie Originalnachrichten behandelt.
- 5 Bei den Untersuchungen fielen automatisierte Weiterleitungen des Kanals „Die Zerstörung der EU“ in mehreren unserer Gruppen auf. Die Anzahl dieser Weiterleitungen verfälschten in erheblichem Maße die Wichtung der Angebotsseite, weswegen wir diese Nachrichten für unsere Betrachtung herausgefiltert haben.

Abbildung 2: Angebot und Nachfrage der jeweiligen Topics aufgefächert nach Kategorien

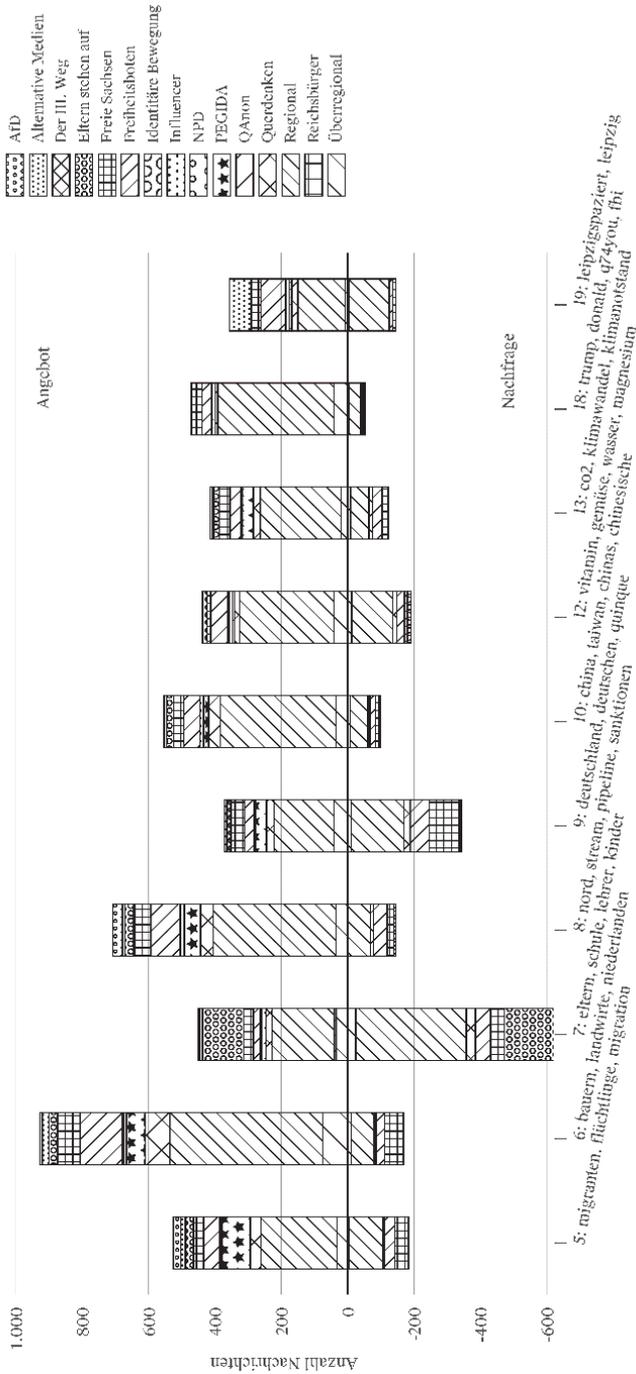
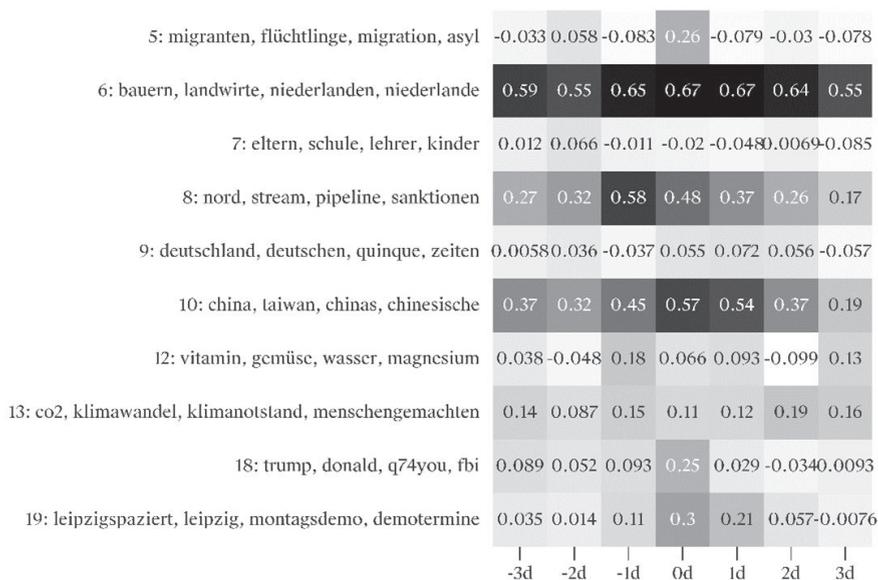


Abbildung 3: Korrelation von Angebot und Nachfrage der Topics mit Zeitversatz von -3 bis +3 Tagen



4. Ergebnisse: Angebot und Nachfrage in der extrem rechten Telegram-Szene Sachsens

Für die oben begründete Auswahl von zehn Topics untersuchen wir im Folgenden, inwiefern sie vor allem als Angebot durch Kanalpostings und Weiterleitungen oder als Nachfrage in Gruppendiskussionen auf Telegram stattfinden. Auf dieser Grundlage diskutieren wir dann (vorläufige) Antworten auf unsere Forschungsfragen. Im Vergleich der nachfolgenden Abbildungen 4 bis 13 lässt sich feststellen, dass die Topics 5 (Geflüchtete) und 12 (Nahrung) relativ kontinuierlich und überwiegend von der Angebotsseite im Gespräch gehalten werden. Die Topics 6 (Bauernproteste Niederlande), 8 (Nordstream), 10 (China), 13 (Klimawandel), 18 (QAnon und Trump) sowie 19 (Proteste in Leipzig) werden periodisch, aber ebenfalls deutlich überwiegend als Angebot thematisiert. Bei den Topics 7 (Eltern, Schule, Kinder) und 9 (Deutschland) beobachten wir schließlich eine deutlich höhere Nachfrage, die das Angebot sogar leicht übersteigt, und keine Korrelation beider Seiten. Beide Themen werden außerdem relativ kontinuierlich diskutiert. Im Folgenden arbeiten wir diese Muster genauer heraus und diskutieren auch die Urheber:innen der Nachfrage bzw. Angebote.

4.1 Hohes, kontinuierliches Angebot trifft mäßige Nachfrage

Topic 5 wird automatisiert mit den Begriffen Migrant:innen, Flüchtlinge, Migration sowie Asyl beschrieben und sorgt als klassisches Mobilisierungsthema der extremen Rechten auch in unserem Sample für die höchste Aufmerksamkeit. Die Ausschläge sind nach oben (Angebot) höher als nach unten (Nachfrage) und verlaufen z. B. Anfang Juni, Anfang Juli und Anfang August synchron (Abbildung 4). Anfang September bis Ende Oktober oszilliert das Thema hingegen zwischen Angebot und Nachfrage. Zudem zieht ein temporäres Überangebot Mitte Juli, Mitte bis Ende August, Mitte Oktober, im November und Mitte Dezember

2022 eine höhere Nachfrage nach sich. Thematisiert wurden bei diesen Ausschlägen – für uns durchaus überraschend – keine tagesaktuellen Nachrichten, sondern Statistiken oder ältere Berichte, die das Thema Zuwanderung einseitig skandalisierten. Blicken wir auf die Herkunft der Nachrichten in diesem Topic, so fällt auf, dass das Angebot stark von PEGIDA sowie von Kanälen der Kategorie AfD, *Freiheitsboten*, NPD, *Querdenken* (Ende Oktober) und *Eltern stehen auf* (Ende November) bestimmt wird. Auf der Nachfrageseite stellen wir fest, dass das Thema vor allem in Gruppen der Kategorien *Freie Sachsen*, *Freiheitsboten* und *Regional* diskutiert wird. Außerdem beobachten wir hohe View-Zahlen. Der Maximalwert der Korrelation zwischen Angebot und Nachfrage ist, bei 0 Tagen Versatz, mit 0,26 vergleichsweise niedrig, hebt sich jedoch in der zeitlichen Betrachtung deutlich von den umliegenden Werten ab (siehe Abbildung 3 oben). Angebot und Nachfrage laufen somit synchron.

Auch bei Topic 12 (Abbildung 5) verzeichnen wir ein verhältnismäßig stabiles Angebot, das die Nachfrage klar übertrifft. Die Nachfrage, also Diskussionen in Gruppen unter User:innen ohne Weiterleitungen, ist ähnlich ausgeprägt wie bei Topic 5 und damit allerdings im Verhältnis zum Angebot größer. Bei diesem Topic dominieren regionale Gruppen und Kanäle, auffällig im Verhältnis sind auch jene der *Freiheitsboten*. Dass das Angebot zu diesem Thema vor allem aus diesen Kategorien bedient wird, passt zum Inhalt, der überwiegend an die alltägliche Lebenswelt und esoterische Themen anschlussfähig ist. In der Korrelation von Angebot und Nachfrage sehen wir das globale Maximum bei einem Versatz von -1 Tag mit lediglich 0,18, jedoch deutlich abgehoben von den umliegenden Werten. Somit geht die Nachfrage dem Angebot tendenziell voraus.

4.2 Periodische Themen als (attraktive) Angebote

Anders als die ersten beiden Themen werden die Themen 6 (Bauernproteste Niederlande), 8 (Nord Stream), 10 (China), 13 (Klimawandel), 18 (QAnon und Trump) sowie 19 (Proteste in Leipzig) periodisch-anlassbezogen thematisiert. Vor allem handelt es sich hier um Weiterleitungen oder Kanalpostings, die wir der Angebotsseite zurechnen. Das insgesamt zweithäufigste Thema Bauernproteste Niederlande (Topic 6, Abbildung 6) ist besonders interessant für unsere Analyse: Vor allem regionale Gruppen thematisierten den Protest niederländischer Bauern als Reaktion auf Pläne der Regierung, den Stickstoffausstoß in den Niederlanden stark zu reduzieren. Dies schürte Ängste vor ähnlichen Klima-Maßnahmen in Deutschland. Mitte Juli 2022 gab es auch in Sachsen Proteste, welche sich solidarisch mit den Bauern in den Niederlanden zeigten. Diese Proteste wurden von Rechtsextremen befeuert⁶. Schnell verlor das Thema allerdings wieder an Relevanz. Deutlich zu erkennen ist der Peak Anfang bis Mitte Juli besonders auf der Angebotsseite, der aber auch mit einer erhöhten Nachrichtendichte in den Gruppen sowie hohen View-Zahlen einherging. Mit teilweise über 50 Weiterleitungen am Tag übertrifft dieser Peak kurzfristig alle von uns untersuchten Topics. Die Topics 6 (Bauernproteste Niederlande; $r=0,67$), 8 (Nord Stream; $r=0,58$) und 10 (China; $r=0,57$) weisen in der gesamten Untersuchung die höchsten Korrelationswerte auf. Hier reagiert die Nachfrage offenbar auf ein Angebot. Topic 8 fällt mit einem deutlichen Vorlauf der Nachfrage um einen Tag auf. Das Thema wurde also in den Gruppen bereits diskutiert, bevor Kanäle entsprechende Postings veröffentlichten.

Topic 8 bezieht sich auf die Erdgas-Pipelines Nord Stream 1 und 2 des russischen Staatskonzerns Gazprom von Russland nach Deutschland. Als Konsequenz aus dem russischen Angriffskrieg auf die Ukraine diskutierte die deutsche Politik über Sanktionen gegen

6 <https://www.zeit.de/news/2022-07/23/protest-saeren-rechtsextreme-und-die-bauernproteste>.

Abbildung 4: Topic 5 (Geflüchtete) zeitlicher Verlauf von Angebot/Bedarf nach Kategorie und View-Zahlen

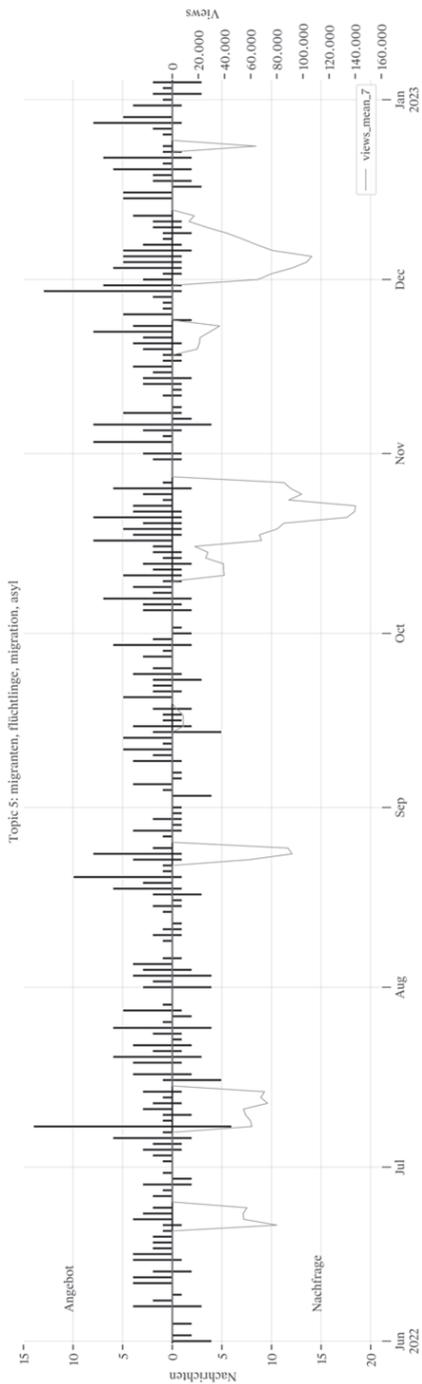


Abbildung 5: Topic 12 (Nahrung, Nahrungsergänzungsmittel etc.), zeitlicher Verlauf von Angebot/Nachfrage und View-Zahlen

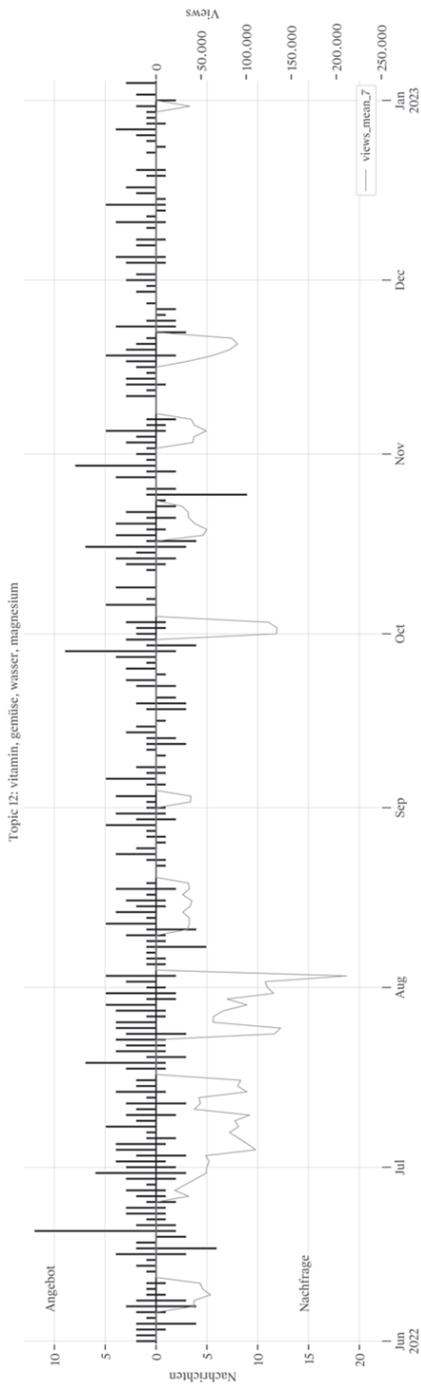
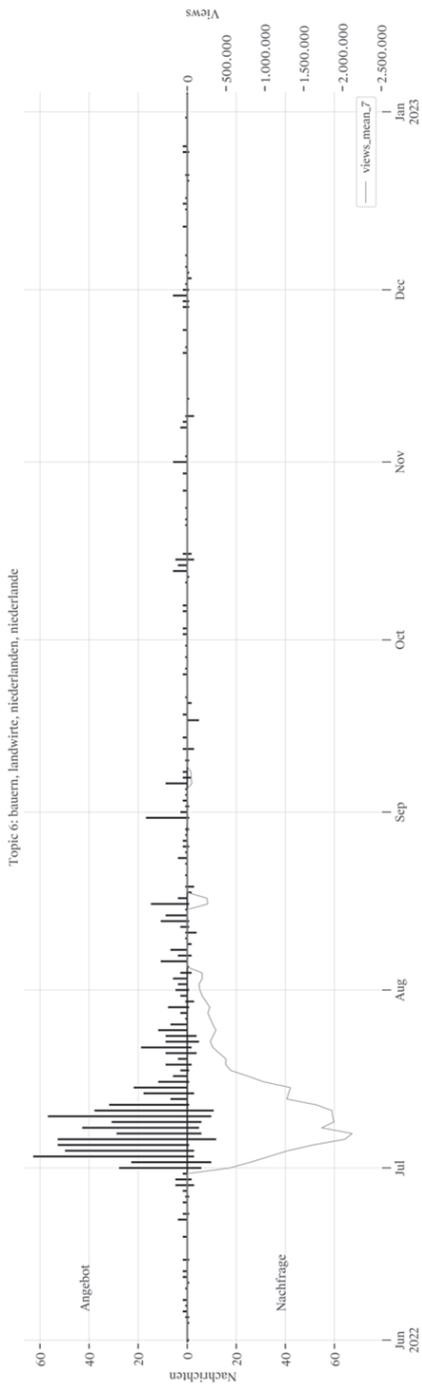


Abbildung 6: Topic 6 (Bauernproteste Niederlande), zeitlicher Verlauf von Angebot/Nachfrage und View-Zahlen



Russland, darunter auch die Nichtinbetriebnahme von Nord Stream 2 sowie die Stilllegung von Nord Stream 1. Die Sanktionen wurden in der Szene auf Telegram stark kritisiert: Von Juni bis August zeigt Abbildung 7 ein kontinuierlich hohes Nachrichtenaufkommen auf der Angebotsseite mit punktueller Anteilnahme auf der Nachfrageseite. Nach einem Abebben im August wurde das Thema Ende August bis Anfang September erneut angefacht, diesmal mit höherer Resonanz auf der Nachfrageseite. Heraus sticht der Peak Ende September 2022, der die Sabotage an den Pipelines markiert. Wie bei Topic 6 handelt es sich hier um ein externes Ereignis, allerdings mit eindeutigen Bezug zu Deutschland. Auf der Angebotsseite ist ein Nachhall festzustellen, was dafürspricht, dass Akteure gezielt versuchten, das Thema in der Debatte zu halten. Interessanterweise sticht bei Topic 8 keine bestimmte Kategorie hervor. Das Topic wird vielmehr breit gestreut besprochen. Auf der Angebotsseite haben die regionalen Telegram-Auftritte den größten Anteil am Peak.

Auch die Topics 10 (China, Abbildung 8), 13 (Klimawandel, Abbildung 9, siehe Anhang), 18 (Trump, Abbildung 10, siehe Anhang) und 19 (Proteste in Leipzig, Abbildung 11, siehe Anhang) werden vor allem anlassbezogen (insb. Medienberichterstattung) diskutiert. Insgesamt dominieren Kanalpostings und Weiterleitungen in regionalen Gruppen. Zum Thema Trump fallen die *Freiheitsboten* auf, beim Klimawandel die *Freiheitsboten* und PEGIDA, sowie gegen Ende unseres Untersuchungszeitraums die *Eltern stehen auf*-Gruppen und beim Thema Proteste in Leipzig sehr deutlich Kanäle „alternativer“ Medien. Gerade bei Letzteren ist in der aktivistischen Berichterstattung deutlich ablesbar, dass das Protestgeschehen eventisiert und zur Mobilisierung genutzt werden soll. Bei den Topics 13 (Klimawandel), 18 (QAnon und Trump) und 19 (Proteste in Leipzig) verlaufen Angebot und Nachfrage weitestgehend synchron (siehe Abbildung 3). Das heißt, Angebot und Nachfrage verstärken sich gegenseitig und (fast) gleichzeitig.

4.3 Ausgeglichenes Angebot-Nachfrage-Verhältnis, kontinuierlicher Nachrichtenfluss

Topic 7 dreht sich um Kinder, Eltern und Schule. Während der Pandemie war dieser Themenkomplex ein wesentlicher Aufreger, online wie offline. Eines der von uns beobachteten Netzwerke, die Gruppen von *Eltern stehen auf*, haben sich diesem Thema nicht zuletzt mit ihrem Gruppennamen verschrieben⁷. Auch in unserem Untersuchungszeitraum sorgte das Thema noch für rege Aktivität. Angebot und Nachfrage sind bisweilen ausgeglichen, teilweise überwiegt sogar die Nachfrage (Abbildung 12). Das Topic findet, wie vermutet, in den Kategorien *Eltern stehen auf*, *Freiheitsboten* und in den regionalen Gruppen am stärksten Anklang. Aber auch die Kategorien *Freie Sachsen*, *Querdenken*, *Der III. Weg* und PEGIDA sind vertreten. Das Topic wird demnach in der Breite der Szene besprochen. Für die Kategorie *Eltern stehen auf* lässt sich phasenweise ein Abwechseln von Angebots- und Nachfrageseite ablesen: Immer wieder werden Berichte weitergeleitet, die dann in den Gruppen rege diskutiert werden.

Auch Topic 9 (Deutschland) zeichnet sich durch eine relativ ausgeglichene Angebots-Nachfrage-Relation aus (Abbildung 13, Anhang). Während das Thema aus allen Kategorien bedient wird (PEGIDA-Kanäle fallen etwas auf), sind es vor allem die *Freie Sachsen*-Gruppen, in denen das Thema kontinuierlich diskutiert wird. Bei beiden Topics ließ sich keine

7 Diese Initiativen versuchten lokal Druck auf Mandats- und Amtsträger:innen auszuüben mit dem Ziel, die Pandemiemaßnahmen aufzuheben, vgl. <https://correctiv.org/faktencheck/hintergrund/2020/12/23/wie-maskengegner-systematisch-druck-auf-schulen-aufbauen/> [26.09.2023]. Letztlich geht es ihnen um die „Etablierung reaktionärer und rechter Diskurse im Kontext von Esoterik und Pädagogik“ (Blum 2022: 205f.).

Abbildung 7: Topic 8 (Nordstream), zeitlicher Verlauf von Angebot/Nachfrage und View-Zahlen

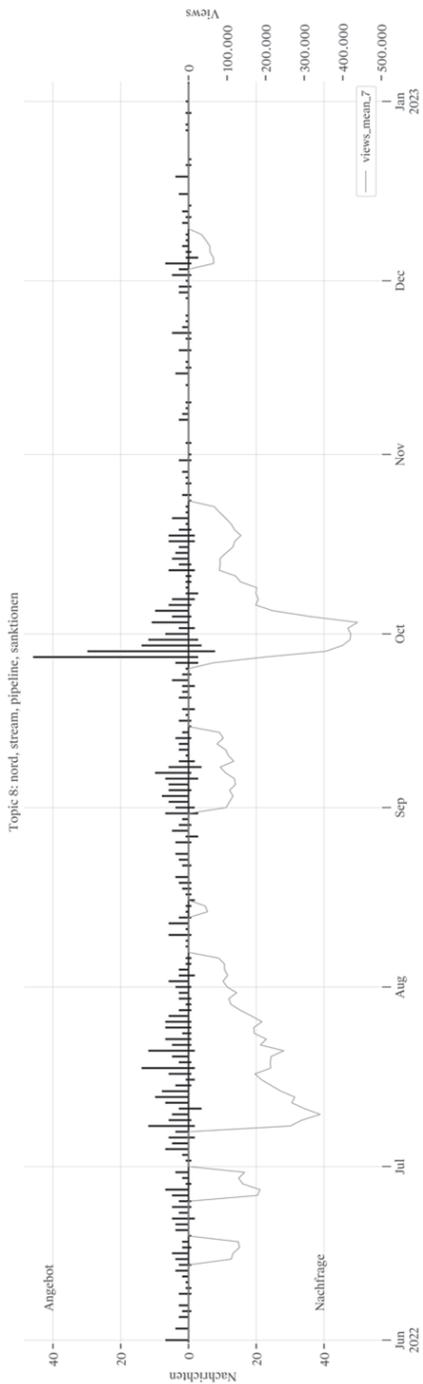


Abbildung 8: Topic 10 (China), zeitlicher Verlauf von Angebot/Nachfrage und View-Zahlen

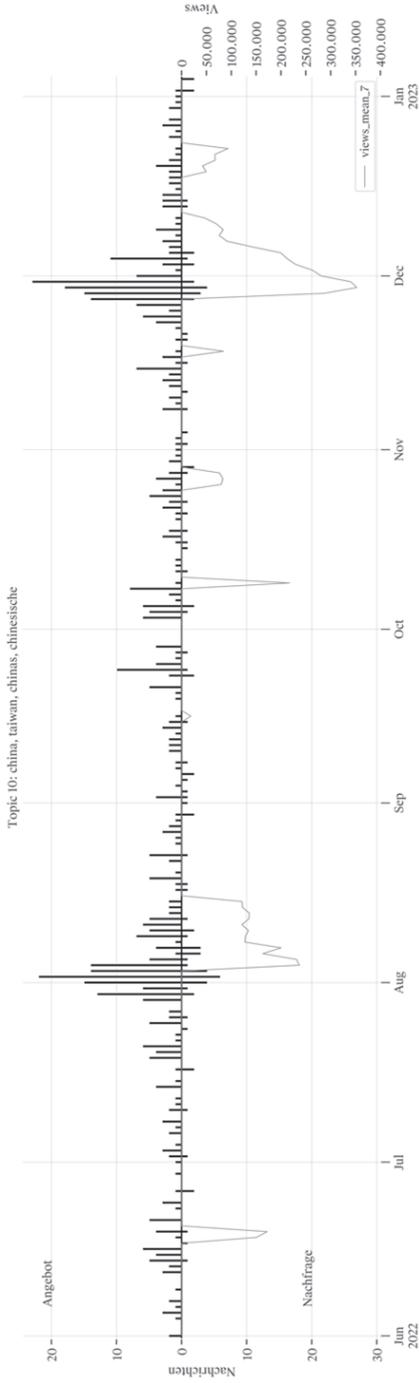
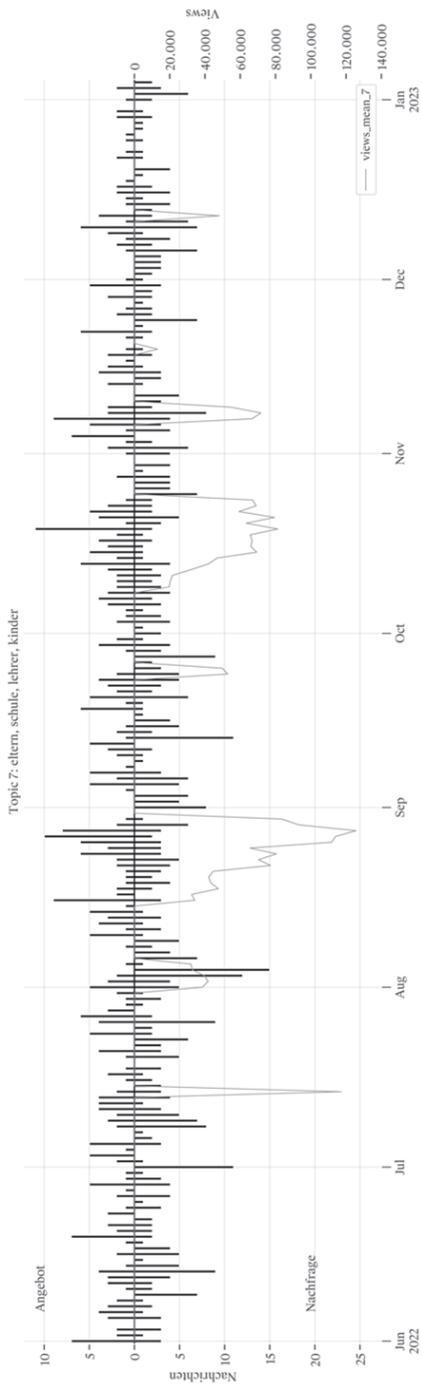


Abbildung 12: Topic 7 (Eltern, Schule, Kinder), zeitlicher Verlauf von Angebot/Nachfrage und View-Zahlen



Korrelation zwischen Angebot und Nachfrage feststellen, d. h. sie verlaufen synchron, und weder die eine noch die andere Seite kann als treibend bezeichnet werden.

5. Diskussion und Fazit

Im Hinblick auf unsere Forschungsfragen halten wir fest: Im zweiten Halbjahr 2022 und nachdem das Thema Corona/Impfpflicht an Bedeutung verloren hatte sowie der Krieg in der Ukraine nur bedingt als „Ersatz“-Aufreger-Thema fungieren konnte, ist Migration das Topic, dem die meisten Nachrichten zugeordnet werden. Es ist das Brot-und-Butter-Thema der extremen Rechten. Am zweithäufigsten tritt das Topic Bauernproteste in den Niederlanden auf, das über den Anlass „Stickstoffbegrenzungen für die Landwirtschaft im Namen des Klimaschutzes“, ein Thema berührt, das als neues Hauptmobilisierungsthema der extremen Rechten gehandelt wird (Quent et al. 2022; Kiess/Wetzel 2023). Der menschengemachte Klimawandel bzw. dessen Leugnung ist als 13. Topic in unserem Datensatz ebenfalls sehr präsent. Kinder/Schule/Eltern ist als Topic den Protesten gegen die Corona-Maßnahmen zuzuordnen und bleibt auch im von uns untersuchten Zeitraum relevant. Das Topic Nordstream liegt auf Platz vier der inhaltlich relevanten Topics und ist dem Komplex Krieg und Energiekrise zuzuordnen. Mit dem Topic Deutschland sowie den schon weniger diskutierten Topics China, Trump und Proteste in Leipzig ergibt sich insgesamt eine große thematische Heterogenität.

Zusammengenommen überwiegen Nachrichten, die wir der Angebotsseite zurechnen, deutlich. Allerdings zeigen sich wichtige Unterschiede zwischen den Topics. Diese unterschiedlichen Muster in Bezug auf Angebot und Nachfrage interpretieren wir als Hinweis darauf, dass sich die in der extrem rechten Szene digital diskutierten Themen in ihrer Dynamik deutlich unterscheiden. Ein Angebot kann zu einer gewissen Resonanz führen (Beispiel niederländische Bauernproteste), allerdings schwächt sich die Dynamik solcher letztlich doch vor allem externen Themen relativ schnell wieder ab. Hier übertrifft das Angebot meist deutlich die Nachfrage.

Die Themen Migration, Nahrung, Deutschland sowie Kinder/Schule/Eltern werden viel kontinuierlicher diskutiert und es kommt im Zeitverlauf zu oszillierenden Phasen. Auch diese Themen werden gezielt von bestimmten Akteuren gesetzt; so fallen beim Thema Migration PEGIDA und beim Thema Kinder die Gruppen von *Eltern stehen auf* deutlich ins Gewicht. Langfristig erfolgreich sind Themen offenbar dann, wenn sie eine Relevanz für die Lebenswelt der User:innen (Wohnortnähe, subjektive Betroffenheit) selbst haben. Das betrifft nach unseren Beobachtungen diese drei Themen besonders. Und hier zeigt sich dann eher ein Ausgleich von Angebot und Nachfrage (zumindest bei den Topics Deutschland und Kinder/Eltern/Schule) sowie eine kontinuierliche Thematisierung und Mobilisierungsfähigkeit.

In diesem Beitrag haben wir uns auf die Besonderheit unseres Datensatzes konzentriert, nämlich die Einbeziehung von relativ kleinen, lokalen Gruppen. Diese Gruppen sind oft nach (Klein-)Städten oder Regionen benannt und fungieren als lokale Organisations- und Austauschplattformen. Anders als bei großen Kanälen mit nationaler Reichweite und klarem Angebotscharakter beobachten wir in diesen Gruppen eine multidirektionale Kommunikation und teilweise sogar kontroverse Debatten. Außerdem scheinen diese lokalen Gruppen ein (digitaler) Teil des täglichen Lebens der User:innen zu sein. Lokale und sehr konkrete Themen sind häufig. Die Menschen diskutierten in der Vergangenheit beispielsweise darüber, wo sie ihre Kinder zu Freizeitaktivitäten schicken können, ohne eine medizinische Maske zu tragen. Darüber hinaus stellen wir fest, dass Personen in dieser extrem rechten Telegram-Blase zwar großen nationalen oder regionalen Kanälen folgen, aber in der Regel nur in einer lokalen Chat-Gruppe organisiert sind. Wir argumentieren daher, dass wir die

Online-Sphäre im lokalen Kontext betrachten müssen, um möglicherweise neu entstehende gesellschaftliche Spaltungen zu verstehen.

Unsere Ergebnisse für Sachsen extrapolierend führt die Fragmentierung der Öffentlichkeit in Millionen von Chatrooms, die über den ganzen Globus verteilt sind, statt zu einer gemeinsamen Öffentlichkeit zu einer großen Anzahl thematisch begrenzter Öffentlichkeiten (Habermas 2006, 423). Die neue Transformation der demokratischen Öffentlichkeit (Habermas 2022) hat also Folgen, die über die Mobilisierung und Radikalisierung der extremen Rechten hinausgehen, nämlich die strukturelle Schwächung des demokratischen Diskurses selbst. Neben dieser öffentlichkeitssoziologischen Perspektive hat die Forschung auch auf die Bedeutung des Internets für individuelle Radikalisierungsprozesse hingewiesen (Gaudette et al. 2022; Mølmen und Ravndal 2021). Im Blick zu behalten sind demnach auch konkrete Gefahren für die innere Sicherheit und Unversehrtheit der Bürger:innen.

Unser Beitrag lässt Fragen offen und es stellen sich Folgeprobleme. Zum Beispiel können wir anhand der Kommunikationsmuster zwar Angebotsstrukturen nachzeichnen, allerdings verschließt sich ein tieferes Verständnis der zugrundeliegenden Strategien der Anbieter:innen wie auch der Nachfrage der User:innen unserem Ansatz. Hierzu müsste auf qualitative Befragungen dieser konkreten Personen zurückgegriffen werden. Auch lassen die von uns gewählte allgemeine Analyseebene und die Methode des quantifizierenden *Distant Reading* keine inhaltliche Untersuchung der digitalen Interaktionen und damit konkreter Dynamiken zu, wie es etwa eine Konversationsanalyse ermöglichen würde. Hier bieten unsere Ergebnisse aber Anknüpfungspunkte für die weitere Forschung.

Literatur

- Amlinger, Carolin, und Oliver Nachtwey. 2022. *Gekränkte Freiheit: Aspekte des libertären Autoritarismus*. Berlin: Suhrkamp.
- Bennet, W. Lance, und Alexandra Segerberg. 2012. „The Logic of Connective Action“. *Information, Communication & Society* 15(5): 739–768.
- Bimber, Bruce. 2014. „Digital Media in the Obama Campaigns of 2008 and 2012: Adaptation to the Personalized Political Communication Environment“. *Journal of Information Technology & Politics* 11(2): 130–50.
- Blee, Kathleen, und Mehr Latif. 2020. „Sociological Survey of the Far Right“. In: Stephen Ashe, Joel Busher, Graham Macklin, und Aaron Winter (Hrsg.), *Researching the Far Right: Theory, Method and Practice*, 45–59. New York: Routledge.
- Blum, Rebekka. 2022. Das Verhältnis von Antifeminismus und Verschwörungsdenken. In: Florian Hessel, Pradeep Chakkarath, und Mischa Luy (Hrsg.), *Verschwörungsdenken*, 193–214. Gießen: Psychosozial-Verlag.
- Bonikowski, Bart. 2017. „Ethno-Nationalist Populism and the Mobilization of Collective Resentment: Ethno-Nationalist Populism“. *The British Journal of Sociology* 68 (November): 181–213.
- Brady, William J., Julian A. Wills, John T. Jost, Joshua A. Tucker, und Jay J. van Bavel. 2017. „Emotion Shapes the Diffusion of Moralized Content in Social Networks“. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 114 (28): 7313–7318.
- CeMAS 2023. Telegram: Chronologie einer Radikalisierung. Wie Telegram zur wichtigsten Plattform für Verschwörungsideologien und Rechtsextremismus wurde. <https://report.cemas.io/telegram> [26.09.2023].
- Castelli Gattinara, Pietro, Caterina Froio, und Andrea L.P. Pirro. 2022. Far-right Protest Mobilisation in Europe: Grievances, Opportunities and Resources. *European Journal of Political Research* 61 (4): 1019–1041.
- Davies, Garth, Edith Wu, und Richard Frank. 2021. „A Witch’s Brew of Grievances: The Potential Effects of COVID-19 on Radicalization to Violent Extremism“. *Studies in Conflict & Terrorism*, Mai, 1–24.

- Decker, Oliver, Aylene Heller, Johannes Kiess, und Elmar Brähler, Hrsg. 2022. *Autoritäre Dynamiken in unsicheren Zeiten: Neue Herausforderungen – alte Reaktionen? Leipziger Autoritarismus Studie 2022*. Forschung psychosozial. Gießen: Psychosozial-Verlag.
- Devlin, Jacob, Ming-Wie Chang, Kenton Lee, und Kristina Toutanova. 2019. BERT: Pre-training of Deep Bidirectional Transformers for Language Understanding. arXiv:1810.04805.
- Grootendorst, Maarten. 2022. BERTopic: Neural Topic Modeling with a Class-based TF-IDF Procedure. arXiv:2203.05794.
- Duncombe, Constance. 2019. „The Politics of Twitter: Emotions and the Power of Social Media“. *International Political Sociology* 13(4): 409–429.
- Earl, Jennifer. 2010. „The Dynamics of Protest-Related Diffusion on the Web“. *Information, Communication & Society* 13(2): 209–225.
- Earl, Jennifer, und Alan Schussman. 2003. „The New Site of Activism: On-Line Organizations, Movement Entrepreneurs, and the Changing Location of Social Movement Decision Making“. In *Research in Social Movements, Conflicts and Change*, 24: 155–187. Bingley: Emerald (MCB UP).
- Ebner, Julia. 2019. *Radikalisierungsmaschinen: Wie Extremisten die neuen Technologien nutzen und uns manipulieren*. Berlin: Suhrkamp.
- Engesser, Sven, Nicole Ernst, Frank Esser, und Florin Büchel. 2017. Populism and Social Media: How Politicians Spread a Fragmented Ideology. *Information, Communication & Society* 20(8): 1109–1126.
- Fernholz, Tobias. 2022. *Die rechtsradikale Bewegung und ihr digitaler Kampf um Identität: Inhalte, Dynamiken und Resonanzräume rechtsradikaler Alternativ-Öffentlichkeiten*. Edition Rechtsextremismus. Wiesbaden: Springer VS.
- Fielitz, Maik, und Holger Marcks. 2020. *Digitaler Faschismus: Die sozialen Medien als Motor des Rechtsextremismus*. Berlin: Dudenverlag.
- Fielitz, Maik, Holger Marcks, Harald Sick, und Hendrik Bitzmann. 2022. „Vom Volkstod zum Blackout? Rechtsextreme Bedrohungsnarrative im Wandel“. *Machine Against the Rage* 0(Herbst), <https://www.doi.org/10.58668/matr/00.2>.
- Franck, Georg. 1998. *Ökonomie der Aufmerksamkeit: Ein Entwurf*. Edition Akzente. München: Hanser.
- Fuchs, Christian, und Paul Middelhoff. 2019. *Das Netzwerk der neuen Rechten: Wer sie lenkt, wer sie finanziert und wie sie die Gesellschaft verändert*. Reinbek: Rowohlt.
- Funke, Manuel, Moritz Schularick, und Christoph Trebesch. 2016. „Going to Extremes: Politics after Financial Crises, 1870–2014“. *European Economic Review* 88 (September): 227–260.
- Gaudette, Tiana, Ryan Scrivens, und Vivek Venkatesh. 2022. „The Role of the Internet in Facilitating Violent Extremism: Insights from Former Right-Wing Extremists“. *Terrorism and Political Violence* 34(7): 1339–1356.
- Groß, Eva, Sighard Neckel, Markus Pullen, Julia Gundlach, und Melanie Verhovnik-Heinze. 2022. „‘Merkel-Goldstücke’, ‘Rapefugees’, ‘System-Medien’ und die ‘Volksverräter-Regierung’: Eine Analyse rechtsgerichteter Online-Diskurse und emotionaler Mobilisierungsprozesse in Social Media“. In Sybille Reinke de Buitrago (Hrsg.), *Radikalisierungsnarrative online*, 75–108. Wiesbaden: Springer.
- Groß, Eva, und Sighart Neckel. 2020. „Social Media und die Bedeutung von Emotionen in autoritär-nationalistischen Radikalisierungsnarrativen“. In Annika Hamachers, Kristin Weber, und Stefan Jarolimek (Hrsg.), *Extremistische Dynamiken im Social Web: Befunde zu den digitalen Katalysatoren politisch und religiös motivierter Gewalt*, 271–283. Frankfurt: Verlag für Polizeiwissenschaft.
- Habermas, Jürgen. 2006. „Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research“. *Communication Theory* 16(4): 411–426.
- Habermas, Jürgen. 2022. *Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Politik*. Berlin: Suhrkamp.
- Horner, Christy Galletta, Dennis Galletta, Jennifer Crawford, und Abhijeet Shirsat. 2021. „Emotions: The Unexplored Fuel of Fake News on Social Media“. *Journal of Management Information Systems* 38(4): 1039–1066.
- Howard, Philip N., und Muzammil M. Hussain. 2013. *Democracy’s Fourth Wave? Digital Media and the Arab Spring*. Oxford: Oxford University Press.
- Hyvärinen, Hissu, und Roman Beck. 2018. Emotions Trump Facts: The Role of Emotions in on Social Media: A Literature Review. *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences*. HICCS. <http://dx.doi.org/10.24251/HICSS>. 2018.226.

- Kiess, Johannes, und Gideon Wetzel. 2023. Rückgang der Mobilisierung – Fortsetzung der Agitation. *EFBI Digital Report 2023-1*. Leipzig: Else-Frenkel-Brunswick-Institut. https://efbi.de/files/efbi/pdfs/Digital%20Reports/2023_EFBI_DigitalReport_1.pdf [26.09.2023].
- Kiess, Johannes. 2023. Extrem rechte Parteien in Sachsen. In Oliver Decker, Fiona Kalkstein, und Johannes Kiess (Hrsg.), *Demokratie in Sachsen. Jahrbuch des Else-Frenkel-Brunswick-Instituts für 2022*, 79–95. Leipzig: überland.
- Kitschelt, Herbert. 1999. „Politische Gelegenheitsstrukturen in Theorien sozialer Bewegungen heute“. In Ansgar Klein, Hans-Josef Legrand, und Thomas Leif (Hrsg.), *Neue soziale Bewegungen*, 144–163. Wiesbaden: VS Verlag.
- Klandermands, Bert. 2016. „Mobilization, Political“. In Gianpietro Mazzoleni (Hrsg.), *The International Encyclopedia of Political Communication* (online). Hoboken: Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118541555.wbiepc059>.
- Klandermands, Bert, und Jacquelin Stekelburg. 2013. Social Movements and the Dynamics of Collective Action. In Leonie Huddy, David O. Sears, und Jack S. Levy (Hrsg.), *Oxford Handbook of Political Psychology*, 850–900. Oxford: Oxford University Press.
- Klein, Ofra, und Jasper Muis. 2019. „Online Discontent: Comparing Western European Far-right Groups on Facebook“. *European Societies* 21(4): 540–562. <https://doi.org/10.1080/14616696.2018.1494293>.
- Koos, Sebastian. 2021. „Konturen einer heterogenen »Misstrauensgemeinschaft«: Die soziale Zusammensetzung der Corona-Protteste und die Motive ihrer Teilnehmer:innen“. In Sven Reichardt (Hrsg.), *Die Misstrauensgemeinschaft der „Querdenker“: die Corona-Protteste aus kultur- und sozialwissenschaftlicher Perspektive*, 67–89. Frankfurt: Campus Verlag.
- Kruschinski, Simon, und Jörg Haßler. 2017. Die Instrumentalisierung partizipativer Öffentlichkeit durch die AfD bei der rheinland-pfälzischen Landtagswahl 2016. *MedienJournal* 41(2): 97–112.
- Lahusen, Christian. 1996. *The Rhetoric of Moral Protest: Public Campaigns, Celebrity Endorsement, and Political Mobilization*. Berlin: de Gruyter.
- McInnes, Leland, John Healy, und James Melville. 2018. „UMAP: Uniform Manifold Approximation and Projection for Dimension Reduction.“ *arXiv:1802.03426*.
- McInnes, Leland, John Healy, und Steve Astels. 2017. „hdbscan: Hierarchical Density Based Clustering“. *The Open Journal* 2(11).
- Moffitt, Benjamin. 2015. „How to Perform Crisis: A Model for Understanding the Key Role of Crisis in Contemporary Populism“. *Government and Opposition* 50(2): 189–217.
- Mølmen, Guri Nordtorp, und Jacob Aasland Ravndal. 2021. „Mechanisms of Online Radicalisation: How the Internet Affects the Radicalisation of Extreme-Right Lone Actor Terrorists“. *Behavioral Sciences of Terrorism and Political Aggression*, Oktober, 1–25.
- Muis, Jasper, Ofra Klein, und Guido Dijkstra. 2020. Challenges and Opportunities of Social Media Research. Using Twitter and Facebook to investigate far-right discourses. In Stephen D. Ashe, Joel Busher, Graham Macklin, Aaron Winter (Hrsg.), *Researching the Far Right: Theory, Method and Practice*. London: Routledge, 147–163.
- Nagle, Angela. 2017. *Kill all Normies: The Online Culture Wars from Tumblr and 4chan to the Alt-Right and Trump*. Washington: Zero Books.
- Pirro, Andrea L. P. 2022. „Far Right: The Significance of an Umbrella Concept“. *Nations and Nationalism* (online first).
- Quent, Matthias, Christoph Richter, und Axel Salheiser. 2022. *Klimarassismus: der Kampf der Rechten gegen die ökologische Wende*. München: Piper.
- Reichardt, Sven. 2021. *Die Misstrauensgemeinschaft der „Querdenker“: Die Corona-Protteste aus kultur- und sozialwissenschaftlicher Perspektive*. Frankfurt: Campus Verlag.
- Rogers, Everett M. 1962. *Diffusion of Innovations*. New York: Free Press.
- Rogers, Richard. 2020. „Deplatforming: Following Extreme Internet Celebrities to Telegram and Alternative Social Media“. *European Journal of Communication* 35(3): 213–29.
- Schulze, Heidi, Julian Hohner, Simon Greipl, Maximilian Girgnhuber, Isabell Desta, und Diana Rieger (2022). Far-Right Conspiracy Groups on Fringe Platforms: A Longitudinal Analysis of Radicalization Dynamics on Telegram. *Convergence* 28(4): 1103–1126.
- Seeliger, Martin, und Sebastian Sevignani, Hrsg. 2021. *Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit?* Leviathan Sonderband 37. Baden-Baden: Nomos.

- Stegemann, Patrick, und Sören Musyal. 2020. *Die rechte Mobilmachung: wie radikale Netzaktivisten die Demokratie angreifen*. Berlin: Econ.
- Stekelenburg, Jacquélien, Bert Klandermans, und Stefaan Walgrave. 2018. „Individual Participation in Street Demonstrations“. In David A. Snow, Sarah A. Soule, Hanspeter Kriesi, und Holly J. McCammon (Hrsg.), *The Wiley Blackwell Companion to Social Movements*, 369–291. Hoboken: Wiley.
- Stier, Sebastian, Lisa Posch, Arnim Bleier, und Markus Strohmaier. 2017. When Populists Become Popular: Comparing Facebook Use by the Right-Wing Movement Pegida and German Political Parties. *Information, Communication & Society* 20(9): 1365–1388.
- Volk, Sabine. 2021. „Die Rechtspopulistische PEGIDA in der COVID-19-Pandemie: Virtueller Protest „für unsere Bürgerrechte““. *Forschungsjournal Soziale Bewegungen* 34(2): 235–248.
- Wahl-Jorgensen, Karin. 2018. „The Emotional Architecture of Social Media“. In Zizi Papacharissi (Hrsg.), *A Networked Self and Platforms, Stories, Connections*, 77–93. New York: Routledge.



© Johannes Kiess / Gideon Wetzel

Anhang

Abbildung 9: Topic 13 (Klimawandel), zeitlicher Verlauf von Angebot/Nachfrage und View-Zahlen

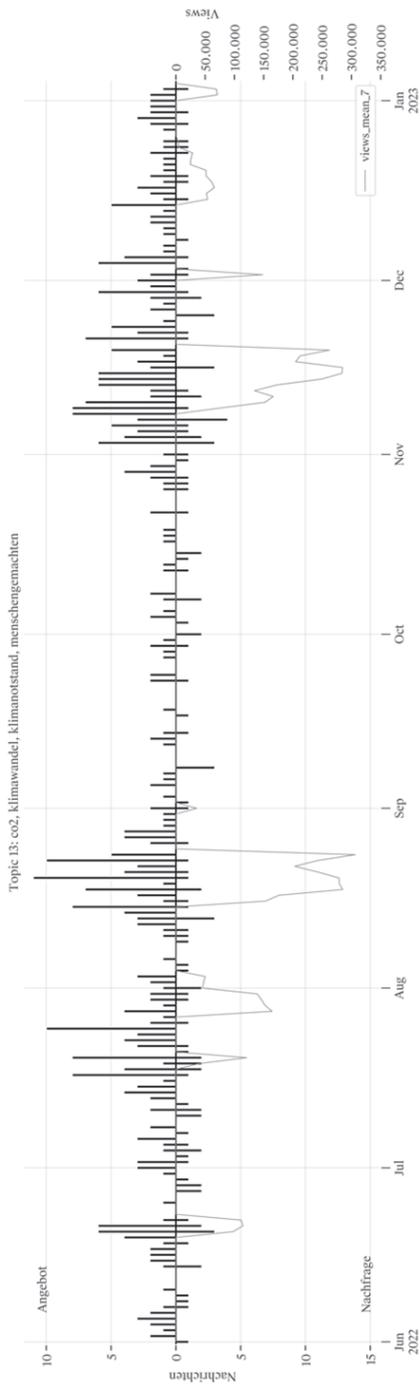


Abbildung 10: Topic 18 (Trump), zeitlicher Verlauf von Angebot/Nachfrage und View-Zahlen

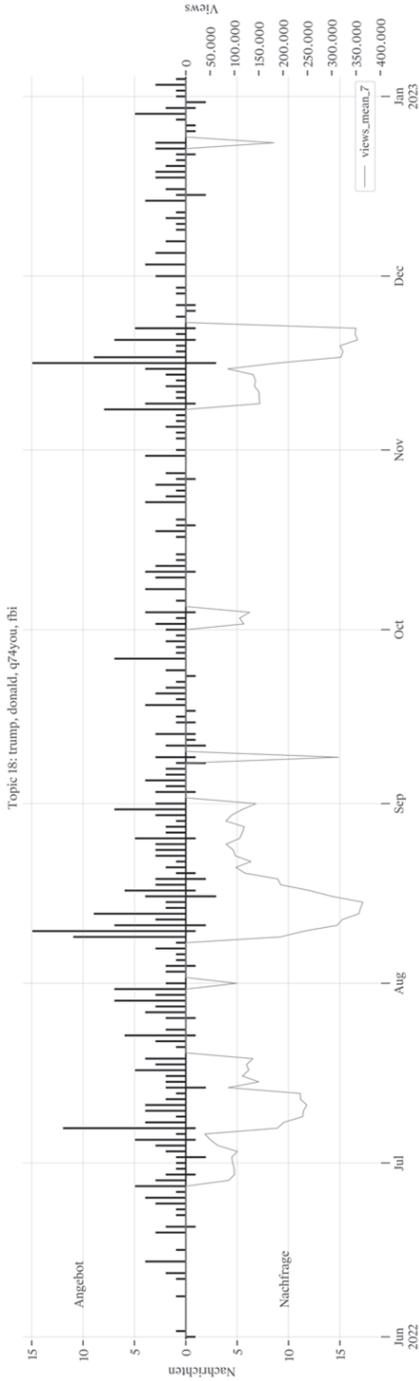


Abbildung 11: Topic 19 (Proteste in Leipzig), zeitlicher Verlauf von Angebot/Nachfrage und View-Zahlen

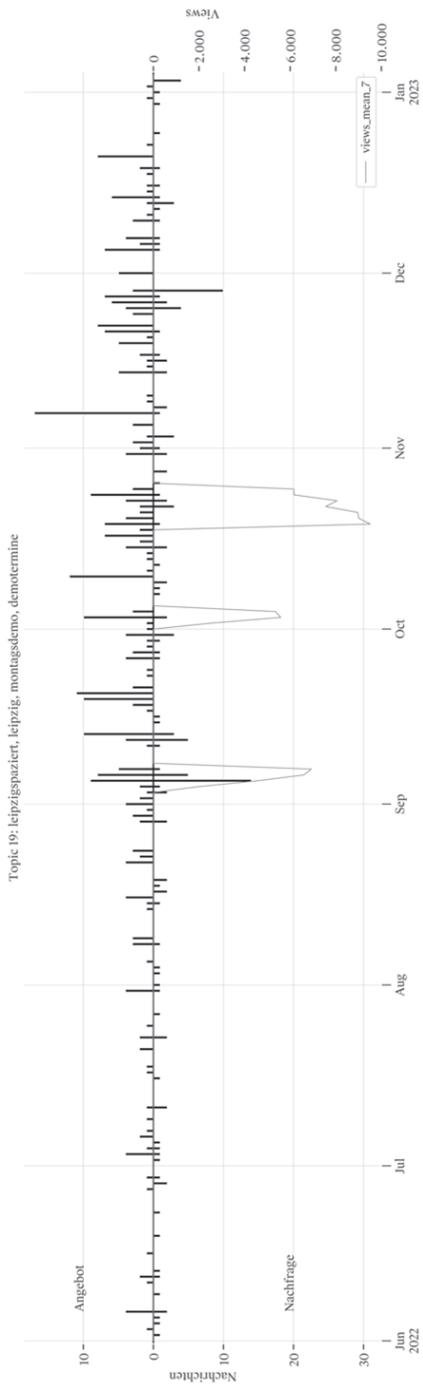


Abbildung 13: Topic 9 (Deutschland), zeitlicher Verlauf von Angebot/Nachfrage und View-Zahlen

