

Steffen Krämer, Susan Reichelt

Editorial: Affektive Praktiken im digitalen Klimaaktivismus

Figurations- und Positionierungsprozesse in umkämpften Protestnarrativen¹

Die vergangenen Jahre waren nicht arm an hitzigen Debatten zum Klimaaktivismus und damit verwobenen Protestformen, die einerseits als nicht ausreichend, andererseits als zu extrem, in Teilen überbordend, obgleich wenig zielführend kommentiert wurden. Nachdem es für *Fridays for Future*, trotz massiver Angriffe von rechts, noch eine relativ große gesamtgesellschaftliche Akzeptanz gab, brach sich beispielsweise gegenüber der *Letzten Generation* eine breite Welle der Empörung Bahn. Die Reaktionen beschränkten sich nicht auf die großen politischen Bühnen, sondern wurden auch im Alltag, auf der Straße und auf digitalen Plattformen ausgetragen. Das vorliegende Special Issue erscheint somit in einem zeithistorischen Kontext, den man klimapolitisch eher als Backlash oder Regression anstatt als Aufbruch bezeichnen könnte. Zugleich erscheint es in einem medienhistorischen Moment, in dem digitale soziale Netzwerke und der ortsunabhängige Zugriff auf selbige nicht mehr neu sind, sondern sie immer selbstverständlicher zum Medienrepertoire verschiedener Generationen dazugehören. In dieser Phase klimapolitischer Regression einerseits und der Konsolidierung vernetzter, digitaler Medien andererseits schauen wir in diesem Schwerpunktheft auf Beispiele gegenwärtiger klimaaktivistischer Protest- und Gegenprotestpraktiken aus unterschiedlichen fachlichen Perspektiven, stets mit besonderem Augenmerk auf die Rolle von Affekt in und mit digitalen Medien.

Das Schwerpunktheft ist aus einem Workshop zum Thema *Affektive Rede und Soziale Figuration* an der Universität Konstanz im Winter 2022 entstanden.² Ziel des

¹ Die Arbeit an dem Schwerpunktheft und dem zugrundeliegenden Workshop entstand teilweise im Rahmen des BMBF-geförderten Forschungsprojekts „Digitale Öffentlichkeiten und Ambivalente Teilhabe“ (Forschungsinstitut Gesellschaftlicher Zusammenhalt, Teilprojekt: KON_F_06, Förderzeichen: 01UG2050KY) und wurde ferner unterstützt durch Förderungen des Advanced Data and Information Literacy Track (ADILT) und des Zentrums für Kulturwissenschaftliche Forschung (ZKF) an der Universität Konstanz. Die Open-Access-Veröffentlichung des Editorials und des Beitrags von Hein/Otto wurden ermöglicht durch den Publikationsfonds der Universität Konstanz.

² Wir bedanken uns sehr herzlich für den produktiven Austausch während des Workshops bei: Mark Dang-Anh, Anne Ganzert, Kathrin Leipold, Margreth Lünenborg, Joanna Nowotny,

Workshops war es, mögliche Schnittstellen zwischen sozial-, medien- und sprachwissenschaftlichen Perspektiven auf die Triangulation von Sprache, Affekt und Gesellschaft auszuloten. Einerseits interessierte uns dabei die kommunikative Aushandlung von Gesellschaft als sinnstiftende Bezugsgröße; andererseits, wie Affekt und Sprache in diesen Aushandlungsprozessen ineinandergreifen, ohne in eine Trennung zwischen Affekt und Diskurs zurückzufallen. Wir schreiben ›zurückfallen‹, da es sich bei dem Verhältnis von Affekt und Diskurs um eine Schlüsselfrage handelte, welche Teile der kulturwissenschaftlichen Affekttheorie inmitten des ›Affective Turn‹ in den späten 2000er Jahren prominent beschäftigte (Leys 2011a, 2011b; Wetherell 2013). Viele der damaligen Diskussionen blieben zwar theoretisch ambitioniert, ohne aber methodische und empirische Umsetzungen aufzuzeigen, was in vereinzelt Folgepublikation zur affektiven Wende als Desiderat durchaus erkannt und überwunden werden sollte (z.B. Knudsen und Stage 2015; Berg et al. 2019). In unserem Workshop kristallisierte sich entsprechend der Wunsch heraus, an einem konkreten Phänomen zu arbeiten, auf das sich die methodischen Fragen anwenden lassen.

Das Phänomen Klimaaktivismus bot sich dafür aus mehreren Gründen an. Bei Protesten im Allgemeinen und Klimaprotesten im Speziellen handelt es sich um öffentliche Ereignisse von großer Intensität: Protestierende spitzen ihre Anliegen in pointierten Appellen zu, die Aufmerksamkeit erregen sollen, sich einfach verbreiten lassen und mit einem Mix aus Empörung und Mahnung vorgetragen werden. In der Konfrontation mit Gegner*innen wird die Intensität noch gesteigert und es können Eskalationsdynamiken in Gang gesetzt werden (vgl. Collins 2012), die sich sowohl in der Konfrontation auf der Straße als auch im digitalen Raum austragen lassen und gegenseitig beeinflussen. Ferner ist protestförmige Kommunikation, folgt man dem Soziologen Armin Nassehi (2020), durch eine grundsätzliche Negationshaltung gegenüber bestehenden gesellschaftlichen Verhältnissen und Machtpositionen geprägt. Laut Nassehi macht dies Protestkommunikation in einem doppelten Sinne tragisch: erstens, weil sie ihren konstitutiven Fokus fortwährend auf etwas noch nicht Erreichtes legt; zweitens, da sie etwas einfordert, was in funktional differenzierten Gesellschaften eigentlich nicht mehr einzulösen ist: dass alle Gesellschaftsmitglieder an einem Strang ziehen. Die Gesellschaft, die in ihrer Gesamtheit als Adressat eigentlich unerreichbar geworden ist (Fuchs 1992), wird mit Dringlichkeit zum Handeln aus einem Guss aufgerufen. Im Kontext von Klimaprotesten lässt sich diese systemtheoretische Diagnose noch einmal besonders zuspitzen: Hier wird nicht nur die nationale Gesellschaft oder ein soziales Milieu als Betroffenheits- und Handlungskollektiv adressiert, sondern nicht selten die Weltgemeinschaft als Ganzes in die Pflicht genommen.

Magdalena Obermaier, Isabell Otto, Tanja Prokic, Jan Rau, Claudia Riesmeyer, Tobias Schlechtriemen, Elke Wagner und Basil Wiese.

Über diese besondere strukturelle Anlage von Klimaprotesten für bestimmte Ansprachemuster und Affektdynamiken hinaus interessiert uns in diesem Schwerpunktheft vor allem die medientechnische Situiertheit solcher Kommunikation in digital vernetzten Räumen. Wir bezeichnen diesen Gegenstandsbereich als *digitalen Klimaaktivismus*, auch wenn das nicht heißt, dass dabei nicht auch analoge Techniken eine Rolle spielen. Im Kontext dieser Ausarbeitung ist es vielmehr als Kürzel für protestförmige Kommunikationspraktiken gemeint, die in digitalen sozialen Netzwerken bzw. Social Media stattfinden, aber auch im Zuge des Einsatzes vernetzter Technologien wie etwa dem Smartphone strategisch Gebrauch finden. Unser Interesse an digitalem Klimaaktivismus reiht sich dabei in ein inzwischen vielfältiges Panorama an Vorarbeiten ein. Einerseits finden sich plattformspezifische Forschungen mit Fokus auf Twitter (Bednarek et al. 2022; Moernaut et al. 2022), YouTube (Uldam und Askanius 2013; Shapiro und Park 2018; Andersson 2021; Arendt 2023), TikTok (Hautea et al. 2021) oder die Blogosphere (Kaiser und Puschmann 2017); andererseits aber auch Untersuchungen mit eher plattformübergreifendem Interesse an bestimmten medialen Formen wie klimaaktivistischen Memes (Ross und Rivers 2019) und den Inszenierungsstrategien einschlägiger Persönlichkeiten wie Greta Thunberg (Olesen 2022). Mit Blick auf den deutschsprachigen Raum sind ebenfalls einige Untersuchungen erschienen, welche sich Klimaaktivismus im Netz im engeren Sinne angeschaut (Schäfer 2012; Götzenbrucker 2022) oder, im allgemeineren Sinne, Teilnehmende von Online-Klimadiskursen inklusive aktivistischeren Positionen kartiert haben (Taddicken und Reif 2016; Taddicken et al. 2019).

Für den Kontext dieses Schwerpunkthefts sind nun insbesondere Forschungen von Interesse, die sich nicht nur mit digitalem Klimaaktivismus an sich beschäftigen, sondern die Rolle von Affekt in dieser Form von Aktivismus scharf stellen. Bevor wir uns jedoch dieser Fokussierung widmen, wollen wir in kurzen Streifzügen noch an zwei vorgelagerte Forschungstraditionen erinnern: zum einen an allgemeinere Forschung zu Affekt und Klimawandel bzw. Klimaaktivismus; zum anderen an Forschungen zu digitalem Aktivismus und Affekt, wenngleich diese Untersuchungen das spezifischere Thema eines klimabezogenen Aktivismus nicht im Fokus haben. Beide Forschungstraditionen sind als emotions- und affekttheoretische Vorarbeiten für das vorliegende Heft relevant, dessen Gegenstandsbereich im gemeinsamen Fluchtpunkt dieser beiden Traditionen steht.

Zwischen Klimaemotionen und affektiven Öffentlichkeiten

Sozial- und kulturwissenschaftliche Forschungen zu Klimawandel und Affekt – ohne Spezifizierung auf eine bestimmte Medienumgebung – liegen bereits in beachtlicher Breite vor und beziehen sich nicht nur, aber doch regelmäßig, auf den besonderen

Kontext des Klimaaktivismus. Eine besondere Betonung wird dabei auf diskrete Klimaemotionen gelegt. Dazu gehört zum Beispiel Forschung zu ›Ecological Grief‹ und Solastalgia (siehe Sonderheft von Craps 2020), zu Hoffnung (Stuart 2020) oder auch die Systematisierung verschiedener ›Climate Emotions‹ (Neckel und Hasenfratz 2021). In seiner allgemeinen Studie ›Emotions of Protest‹ stellt James Jasper (2018) vor allem Angst, Hilflosigkeit und Scham als typische, auf den Klimawandel bezogene Emotionen heraus. Ähnlich klingt es bei Kleres und Wettergren (2017), die Angst, Hoffnung, Ärger und Scham als die bedeutendsten Emotionen unter Klimaaktivist*innen identifizierten. In einer vergleichbaren Arbeit hat Pickard (2021) auf Grundlage von Interviews mit Klimaaktivist*innen verschiedene ›gemischte‹ Gefühlsregister zwischen Angst-Trauer-Verzweiflung, Ärger-Frustration-Wut und Solidarität-Hoffnung herausgearbeitet. In sprachwissenschaftlichen Forschungen zu traditionellen Medientexten finden sich ähnliche Muster. So zeigten Olsen et al. (2024) anhand qualitativer Textanalysen von australischen Nachrichten, dass in Berichten über den Klimawandel Gefühle der Angst, Trauer sowie Hoffnung und Sorge in den Vordergrund treten. Des Weiteren stellten Forschungen aus dem Bereich der Eco-Linguistics heraus, dass die Sprache von Aktivist*innen, im Vergleich zu politischen Akteur*innen, stärker geprägt ist von Dringlichkeit, Kontrolle und Verantwortungsverteilung (Cunningham et al. 2022).

Die bislang genannten Arbeiten orientierten sich in ihrer Analyse von Klimaaktivismus und Affekt an sehr konkreten Emotionsrepertoires. Zwar wurden auch Neologismen und Mischgefühle unter den Klimaemotionen betont, aber affektive Dynamiken jenseits kategorischer Emotionen traten dabei tendenziell in den Hintergrund. Sicherlich ist die kurze Zusammenstellung selektiv und es gibt auch Ausnahmen von dieser Regel. Zu nennen wären hier beispielsweise eine Studie zu Affekt und Klimaaktivismus von Knops (2023), die die besondere affektive Signatur des zeitgenössischen Klimaaktivismus vor allem in der Erfahrung und Erwartung von Kipppunkten lokalisiert und mit dem Beharren der Aktivist*innen auf einer „terrestrial identity“ verbindet (Knops 2023: 210). Aber auch diese Arbeit kommt nicht umhin, eine besondere Bemerkung auf die Erfahrung von Trauer als zentrale klimaaktivistische Emotion zu verwenden. Der Eindruck bleibt daher bestehen, dass ein affekttheoretisches Instrumentarium jenseits kategorischer Emotionen in diesen Arbeiten zu Affekt und Klimaaktivismus, bis auf wenige Ausnahmen, bisher eher eine periphere Rolle zu spielen scheint.

Den umgekehrten Eindruck gewinnt man, wenn man sich in Forschungsarbeiten zu Online-Aktivismus umschaute. So schien sich beispielsweise die medienwissenschaftliche Protestforschung zu Beginn der 2010er Jahre gerade für Intensivierungsmechanismen jenseits kategorischer Emotionen zu interessieren. Für ›virale‹ Kommunikation im Netz sind Ansteckung und Nachahmung zentral und damit scheinbar ein affektiver Resonanzboden unterhalb diskreter Emotionen (Gibbs 2010; Munster 2013; Hillis et al. 2015). Der besonderen Verbreitung und Bedeutung aktivistischer Affekte

und Affizierungen im digitalen Raum wurde z.B. mithilfe des Konzeptes der „Vitality Affects“ nachgespürt (McCosker 2015), das kategorische Emotionsregister unterläuft und für grundständige Vitalitätsgefühle sensibilisieren will. Des Weiteren wurden verstärkt Konnektivität, Zirkulation und Rhythmus in der Genese von „affektiven Öffentlichkeiten“ (Papacharissi 2015; vgl. auch Lünenborg 2019) betont, anstatt sich »nur« auf die symbolische Repräsentation einzelner Emotionen und Stimmungen zu konzentrieren, etwa mithilfe von Likes und Emojis. In vielen dieser Arbeiten ging es zudem immer auch um die speziellen medientechnischen Affordanzen, die affektive Protestpraktiken im Digitalen prägen. Während in den jüngeren Jahren vor allem Memes in den Vordergrund des Interesses zu treten scheinen (Pilipets und Paasonen 2020; Strick 2021), waren es lange Zeit Hashtags, die als zentrale Operatoren vernetzter Inhaltsproduktion auch auf ihre affektive Bedeutung hin befragt wurden (z.B. bei Papacharissi 2015; Zappavigna und Martin 2018; Zappavigna 2021). So haben beispielsweise Konzepte wie »Hashtag Activism« oder »Social Tagging« besondere Aufmerksamkeit in der Erforschung von Online-Aktivismus und affektiven Öffentlichkeiten auf sich gezogen. In einer Untersuchung zur rechtspopulistischen Online-Kampagne #120decibel zeichneten beispielsweise Adlung et al. (2021) die verschiedenen affektiven Strategien nach, mit denen ein vermeintlich feministischer Aktivismus durch die Gegenseite angeeignet und umgedeutet wurde. Oder in einer Studie zu dem Hashtag #WhyIMarch hoben die Autorinnen McDuffie und Ames (2021) die Rolle von »digitalen affektiven Archiven« für die Konstruktion (digitaler) Gemeinschaft hervor (vgl. auch Dixon 2014).

Mit Blick auf den Kernbereich des Special Issue, also Forschungen zur affektiven Dynamik und emotionalisierenden Diskurspraktiken, die Klimaproteste im Netz auszeichnen, ist die Liste an Vorarbeiten dagegen überschaubarer (z.B. Hautea et al. 2021; Haastrup 2022; Leimbach und Palmer 2022). Viele dieser Untersuchungen schließen an die Konzeption von affektiven Öffentlichkeiten von Papacharissi (2015) an, insbesondere an ihr Konzept eines »affective storytelling«. In einer Studie zu Klimaaktivismus auf TikTok beschreiben Hautea et al. (2021) Social Media als eine Art Zwischenraum, in dem Gesagtes zum Ausdruck einer öffentlichen und persönlichen, gedachten und gefühlten *Mélange* wird, und die eine Grundlage für störende Narrative schaffen, welche dominanten Klimadiskursen entgegengesetzt werden. Im Fokus stehen »content creator«, die sich im Vergleich zu traditionellen Medien nicht auf etwaige wissenschaftliche Autorität berufen, sondern als bewusste Nicht-Expert*innen Sorge, Hilflosigkeit und Unsicherheit in den Vordergrund rücken: „they seek imperfectly to inform on climate and environmental issues“ (Hautea et al. 2021: 12). Über das strategische Nutzen der plattform-spezifischen Affordanzen, insbesondere der audiovisuellen Bearbeitungsfunktionen und der Vernetzung über audio memes, würden so affektive Rahmungen unterschiedlichster Posts erzeugt.

Die theoretische Verknüpfung von digitalem Klimaprotest und ›affective storytelling‹ wird auch in einer Studie von Haastrup (2022) aufgegriffen, die die Personalisierung des Klimawandeldiskurses auf Instagram untersucht. In drei qualitativen Fallstudien stellt die Autorin die affektive Performanz von Authentizität in den Fokus, „which is the combination of personal storytelling and emotion“ (Haastrup 2022: 72). Auch hier wird Bezug genommen auf die digitalen Affordanzen der Plattform und beispielsweise die Rolle von Hashtags hervorgehoben, die eine digitale Vernetzung, gefühlte Kollaboration auf und jenseits von Instagram und die Ansprache einer affektiven Öffentlichkeit ermöglichen sollen. Ein vergleichbarer Zusammenhang von digitalem Klimaprotest, Hashtag-Nutzung und Affektdynamik findet sich schließlich auch in einer Untersuchung von Leimbach und Palmer (2022). Die Autor*innen betrachten ›hashtag activism‹ auf Twitter in Reaktion auf verheerende Waldbrände in Australien. Sie argumentieren, dass kollektiver Affekt diskursiv über ›performative framing‹ erzeugt wird. Bei diesem Framing würden heterogene affektive Objekte („ideas, awareness, physical events, images, emotions“) in Hashtags referenziert und über ihr Zusammenspiel zu digitalen transversalen Gesten transformiert, „operating upon ostensibly mundane reports of day-to-day activity, but connecting these to wider political and social issues, and to spheres of action and (re)imaginings“ (2022: 509).

Die zuletzt genannten Studien vereint, neben dem gemeinsamen Fokus auf digitale klimaaktivistische Diskurse, dass sie die kollaborative affektive Teilnahme, sowohl aktiv als auch passiv, in verschiedensten performativen Protestrealisierungen untersuchen. Digitaler Klimaaktivismus wird dabei als Phänomen gezeichnet, dass erst durch einen narrativ vernetzten, die medialen Angebotsstrukturen sich kreativ aneignenden und thematisch gerichteten diskursiven Austausch an Form gewinnt. In diese Perspektive können die beiden eingangs genannten Forschungszugänge auf Klimaemotionen und affektive Dynamiken gleichermaßen integriert sein: Einerseits ist von einem breiten Konzept ›affektiver Rahmung‹ durch kollaborativ erzeugte Narrative die Rede, das unterschiedliche Formen beinhaltet wie Postings, Hashtags und Memes. Andererseits gehört zu dieser affektiven Rahmung auch, dass konkrete Gefühlregister und Emotionen unter Teilnehmenden kollaborativ (re)produziert und verhandelt werden.

Kernkonzepte: Figuration, Positionierung und affektive (Medien)Praktiken

Mit dem vorliegenden Heft schließen wir an die zuvor genannten Forschungsstrategien zu Affekt im (digitalen) Klimaaktivismus an und möchten uns vor allem der Dynamik affektiver Äußerungen und den ihnen zugrundeliegenden affektiven Praktiken zuwenden. Der Begriff der ›affektiven Praktiken‹ wurde in der Affektforschung in den letzten Jahren in verschiedener Weise ausbuchstabiert. Auf der einen Seite kann

Affekt im Anschluss an die ethnomethodologische Praxistheorie als praktische und kollaborative Errungenschaft verstanden werden (vgl. Wiesse 2019). Bestimmte affektive Äußerungen sind in bestimmten Situationen angemessener als andere, und Teilnehmende einer Situation folgen nachweisbaren Interaktionsregeln, um diese hervorzuheben. Zum Beispiel ließe sich annehmen, dass der Ausdruck von Empörung gegenüber misslungenem Klimaschutz und der Rekurs auf Dringlichkeit im Angesicht der Klimakrise in aktivistischen Settings als angemessene affektive Praktik verstanden wird und sich in der Interaktion Sequenzmuster feststellen lassen, mit denen Teilnehmende füreinander die Angemessenheit dieser Praktik gemeinsam herstellen. Welche Emotionen, Gefühle und überhaupt Affektivität am Ende in den Praktiken eine Rolle spielen, bleibt in dieser Tradition der Praxistheorie letztlich eine empirische Frage: „The criteria for judging the ›affectiveness‹ of activities are ideally to be taken from participants directly“ (Wiesse 2019: 138). Auf der anderen Seite wurde der Begriff der affektiven Praktiken aber auch dazu genutzt, die grundsätzliche Fundierung von Kommunikation und Bedeutungsproduktion in körperlichen Prozessen hervorzuheben (vgl. Wetherell 2012) und im nächsten Schritt den Bereich affektiver Praktiken auf das Wechselspiel von Körpern verschiedener Art auszuweiten. Das schließt nicht nur körperliche Körper einer Interaktionssituation ein, sondern kann sich auch auf die Beziehung von Medieninhalten und -Rezipient*innen beziehen. In letzterer Hinsicht haben Lünenborg et al. (2021) den Begriff zu ›affektiven Medienpraktiken‹ erweitert. Sie schreiben, dass „Medienerleben hochgradig durch spezifische affektive Medienpraktiken strukturiert [wird], wobei mit einzelnen Medienangeboten auch spezifische Erwartungen an Affizierungsintensität und -modulierung verbunden sind“ (Lünenborg et al. 2021: 40). In anderen Worten: Hinter jedem Handeln in und mit Medienumgebungen steht eine körperliche Erfahrung und Erwartung an für diese Kontexte typische Rhythmen und Erregungsprofile. Bedeutsam seien dafür nicht nur „jene intensiven affektiven Erfahrungen, die in Spannung, Begeisterung oder Empörung ihren Ausdruck finden“, sondern auch „niedrige Niveaus der Affiziertheit müssen als charakteristisch für bestimmte Formen des Medienhandelns verstanden werden“ (Lünenborg et al. 2021: 40).

Wenn wir uns im Folgenden den affektiven (Medien-)Praktiken im digitalen Klimaaktivismus zuwenden, sind über die bereits genannten konzeptionellen Eckpfeiler noch zwei weitere Konzepte von zentraler Bedeutung: *Figuration* und *Positionierung*. Die Bedeutung dieser beiden Konzepte begründet sich aus dem interdisziplinären Projekt, dem das Schwerpunktheft und der ihm zugrundeliegende Workshop verpflichtet war, nämlich Schnittstellen zwischen Medien-, Sozial- und Sprachwissenschaft für unser Thema zu erschließen. Das Konzept der Figuration macht deutlich, dass es uns nicht nur um schriftbasierte affektive Medienpraktiken geht, sondern gerade auch bildförmige, uneigentliche, multimodale und mithin synästhetische Aspekte für unser Thema eine wichtige Rolle spielen. Zugleich steht der Begriff der Figuration auch

in einer soziologischen Tradition und verweist auf verschiedene Formen der Sichtbarmachung sozialer Verhältnisse: Idealtypisch zählen dazu die ›Beziehungsfigur‹ von sich gegenüberstehenden Gruppen sowie die Personifizierung von sozialen Krisen in Form von ›Sozialfiguren‹ (siehe dazu den Beitrag von Hemkendreis und Schlechtriemen in diesem Heft). Der sprachwissenschaftliche Begriff der Positionierung wiederum erlaubt es, diese sozialen Figurationen als kommunikativ hergestellt in den Blick zu nehmen. Bei beiden Begriffen handelt es sich um prozessbetonende Konzepte, die in diesem Sinne an das grundsätzliche Interesse für die Performativität und Dynamik von affektiven Medienpraktiken anschließen. Beide Begriffe schauen bereits auf eine lange theoretische Tradition zurück, die wir hier in aller Kürze nur andeuten können.

Entscheidend für das Konzept der Figuration ist neben der Prozessualität seine konstitutive Instabilität. Der Begriff der Figuration legt den Akzent gerade nicht auf statische Figuren, sondern auf den Prozess der Verfertigung von Figuren. Dieses Interesse für das Prozesshafte und Prekäre jeder Figuration findet sich sowohl in medien- und kulturwissenschaftlichen Arbeiten zum Thema (Boehm et al. 2007; Doll und Kohns 2016) als auch in sozialwissenschaftlichen (Elias und Scotson 1994) und kommunikationswissenschaftlichen Studien (Hepp und Hasebrink 2017). „Das Figurale schwankt zwischen uneigentlich, andeutend, enthüllend oder verbergend“, heißt es bei Boehm (2007: 34); die Figuration in der Kunst finde in der Spannung zwischen Figur und Grund statt, zwischen statischer ›Bildförmigkeit‹ und der Bewegung der Bildwerdung. Bei Doll und Kohns (2016:13) heißt es darüber hinaus, dass Figuration durch dieses konstitutive Schwanken das Potenzial besitzen, Bedeutungstraditionen zu stören und intensiv zu affizieren. Das Figurale sei „verbunden mit einer phantasmatischen wie auch affektiven Dimension“ und „zwingt nachgerade dazu, die ihm eigene Intensität wahrzunehmen“ (Doll und Kohns 2016: 15).

In der figurativen Soziologie bei Norbert Elias bezeichnen Figurationen wiederum „ein bewegliches Beziehungsgeflecht von Menschen, die in wechselseitiger Abhängigkeit (Interdependenz) voneinander stehen“ (Bethscheider und Troltsch 2007). Am bekanntesten ist sicherlich die Dichotomie der „Etablierten-Außenseiter-Figuration“ von Elias und Scotson (1994). Die Kommunikationswissenschaftler Hepp und Hasebrink (2017: 338) schreiben dazu, dass Figurationen in Elias' Sinne durch Machtbalancen charakterisiert sind; in der Figuration der Familie zwischen Eltern und Kindern, oder auch in der Figuration im Bekanntenkreis zwischen „Meinungsführern“ und „Folgenden“. In ihrer kommunikationswissenschaftlichen Adaptierung des Konzepts der Figuration betonen die beiden Autoren, dass Figurationen immer kommunikativ hergestellt werden müssen. Das bedeute einerseits, dass Figurationen auf kommunikativen Praktiken aufsetzen, die sich wiederum „auf ein Ensemble verschiedener Medien stützen“ (Hepp und Hasebrink 2017: 338). Durch sie werden Figurationen am Leben gehalten und fortwährend reproduziert. Andererseits bedürften Figurationen einer Orientierung durch ein bestimmtes Thema und einen Relevanzrahmen, innerhalb

dessen die konstitutiven Machtasymmetrien der Figuration überhaupt erst sichtbar und kommunikativ verhandelt werden können. Eine Figuration existiert also nicht im luftleeren Raum, sondern in Bezug auf ein thematisch werdendes soziales Gefälle.

Mit dem Fokus auf Klimaaktivismus haben wir bereits das Thema vorgegeben, dass die in diesem Heft beschriebenen Figurationen orientiert: kollektives Handeln im Angesicht der Klimakrise bzw. des menschengemachten Klimawandels. Auch hier werden Machtgefälle kommunikativ ausgehandelt, und zwar zwischen gegenwärtigen und zukünftigen Generationen, zwischen privater und institutioneller Verantwortung, zwischen Ausnahmehandeln und Alltagsroutine und zwischen menschlichen und nicht-menschlichen Akteur*innen. Emotionen und Affekte spielen in der kommunikativen Aushandlung dieser Figurationen eine wichtige Rolle: Sie können mögliche Positionen zu dem Thema intensivieren, als besonders abstoßend oder anziehend abstecken und damit der Stabilisierung einer Figuration mit klaren Polen und Machtgefälle zuarbeiten. Sie können umgekehrt aber auch in der Bespielung des Zwischenraums zwischen diesen Polen wirksam sein, etwa wenn einer sachbezogenen Dringlichkeit im Angesicht des Klimawandels zugestimmt, eine persönliche Inanspruchnahme durch klimaaktivistische Ansprachen aber abgelehnt wird. In anderen Worten, die kommunikative und affektive Bearbeitung von Figurationen ist von Positionierungsprozessen geprägt.

Der Begriff der Positionierung, „the discursive production of a diversity of selves“ (Davies und Harré 1990: 47), steht im engen Verhältnis mit einer diskursiven Identitätskonstitution (Torres Cajo 2022: 17) und der (meist versprachlichten) Organisation von Subjektbedeutungen. Subjekte, wie in unserem Fall das Klima, Klimaschutz und Referenzen zur Klimakrise, werden „hinsichtlich Macht, Status, Wissen und berechtigtem Handlungsspielraum im jeweiligen Diskurs positioniert“ (Torres Cajo 2021: 17). Sie erlauben somit eine prozesshafte Konstruktion der eigenen und anderer Identitäten oder Figurationen innerhalb sozialer Interaktion, bei der die Bezugnahme zwischen Subjekt und Selbst zum Ausdruck gebracht wird. Ausgehend von Foucaults Theorie der ›Subjektposition‹ (1969) geschieht dies stets abhängig von und verflochten in sozialen Bedeutungsgefügen, innerhalb derer die Positionierung verhandelt wird. Das führt dazu, dass Positionierungen dynamisch ambivalent bleiben und Akteur*innen verschiedene Positionierungen projizieren, die wiederum verschiedentlich interpretiert werden können (Giaxoglou und Georgakopoulou 2021: 246). Affekt und Emotionen sind hierbei Bedeutungsträger und Teil einer kommunikativen Haltung, oder ›stance‹ nach Du Bois (2008). Die Kommunikation dieser Haltung ist hierbei nicht immer offensichtlich oder diskursiv greifbar: „emotion is in principle present in interaction, at least as a potentiality via its projectable consequences on many levels. [...] The display of emotion – or affect – can vary from blatant to subtle to unspoken, or anything in between“ (Du Bois und Kärkkäinen 2012: 434). In sozialen Kommunikationspraktiken können beispielsweise sogenannte ›stance marker‹ affektive Bedeutungen indizieren

und positionieren Akteur*innen situativ in Relation zu bestehenden oder entstehenden Figurationen. Praktiken können hierbei eine Vielzahl an Formen annehmen und lassen sich, insbesondere mit Bezug auf digitale Austragungsorte, als multimodale und multimediale Strategien beschreiben. So argumentiert Pratt (2023), dass die Konstitution einzelner kommunikativer Elemente bestimmte ›affective styles‹ hervorrufen kann, die sich einerseits aus offensichtlich emotionsbehafteter Sprache ableiten lassen, aber ebenso über ›embodied practices‹ in bestimmten Plattforminteraktionen zum Ausdruck kommen, sich in typographischen Variationen (Ortner 2014; Androutopoulos 2023) lesen oder über audio-visuelle Intertextualitäten übertragen lassen.

Die Konzepte der affektiven Praktiken, der Figuration und der Positionierung werden im Laufe des Hefts an unterschiedlichen Stellen wieder auftauchen und von den Beiträgen empirisch mit Leben gefüllt. Letztlich handelt es sich dabei um kein starres theoretisches Raster, sondern eher um ein heuristisches Orientierungsangebot, um aus verschiedenen Disziplinen auf die Rolle von Affekt im digitalen Klimaaktivismus zu schauen.

Zu den Beiträgen³

Der erste Beitrag des Schwerpunkthefts von Meike Hein und Isabell Otto beschäftigt sich mit Klimaaktivismus und Gegenprotesten auf der Plattform TikTok. Die Autorinnen widmen sich dafür der Figur der ›Klimakleber‹ und beschreiben sie als ›Kippfigur‹, deren kommunikative Figuration von teils gegenläufigen Akteur*innen und Interpretationen bestimmt wird und in einer ›affektiven Ambiguität‹ der Figur mündet. In ihrer Analyse von Videopostings mit dem Hashtag #klimakleber, den dazugehörigen Kommentarspalten und von ›re-postings‹ von Videos der Letzten Generation kartieren Hein und Otto das ›affektive Arrangement‹ (Slaby et al. 2019), in dem dieser Figurationsprozess stattfindet. Der Einsatz von Co-Hashtags als Affekt-Verstärker wird von ihnen als Beispiel angeführt, wie dieses affektive Arrangement an Gestalt gewinnt, algorithmisch strukturiert und für Nutzer*innen anschlussfähig gemacht wird. Klimaaktivistische Botschaften, so die Autorinnen, werden über solche Techniken sowie weitere Inszenierungspraktiken auf der Plattform verschoben und größtenteils negativ konnotiert.

Im zweiten Beitrag greift Susan Reichelt die Konzepte der Positionierung und Stance auf, welche bereits im vorhergehenden Beitrag in der Analyse des digital-ethnografischen Zugangs von TikTok von Bedeutung waren. Ihr Beitrag fokussiert affektive Strategien auf YouTube, welche in der Organisation und im Management von digitalen

³ Ein großer Dank gilt den anonymen Reviewer*innen, die uns und die Autor*innen bei der Zusammenstellung und Bearbeitung der einzelnen Beiträge unterstützt haben.

Communities um klimaaktivistische Praktiken zum Einsatz kommen. Reichelt konzentriert sich dabei auf Diskurse zu alternativen Menstruationsprodukten und untersucht Positionierungen in der Interaktion zwischen Video-Kreatorinnen und Nutzenden in den Kommentarspalten. In ihrer Untersuchung tritt insbesondere die sprachliche Entschärfung von klimaaktivistischen Handlungen innerhalb teils gegenwirkender sozialer Gefüge als affektiver Aushandlungsprozess in den Vordergrund.

In den ersten beiden Beiträgen wird bereits deutlich, dass eine zentrale klimaaktivistische Praktik in Sozialen Medien die Kommunikation persönlicher Betroffenheit darstellt, die über multimodal gestaltete Narrative zum Ausdruck gebracht und dann in Appelle und konkrete Handlungsaufforderungen übertragen werden. Auch der dritte Beitrag im Heft von Christian Helge Peters widmet sich der Bedeutung von persönlichen Erfahrungsberichten im digitalen Klimaaktivismus und fragt zugleich grundsätzlicher nach dem Potential von Narrativen, die Grenze zwischen menschlichen und nicht-menschlichen Entitäten in ›artenübergreifenden Beziehungen‹ zu überwinden. Peters fokussiert dafür das Konzept eines ›ökologischen Storytelling‹ im Anschluss an Donna Haraway und den neuen Materialismus. Im Mittelpunkt von Peters Ausarbeitungen stehen Blogs, die, so schreibt er, mittlerweile in den Hintergrund typischer digitaler sozialer Netzwerke gerückt sind, aber als oft dezentrale und nichtkommerzielle Kommunikationsplattformen Nutzenden die Möglichkeit geben, Inhalte entschleunigt und ohne Einsatz von personalisierten Empfehlungsalgorithmen wirkungsvoll in eine narrative Verbindung zu bringen. Bei den von ihm betrachteten Blogbeiträgen handelt es sich um persönliche Wandlungsgeschichten, in denen Affekten die Rolle zukommt, sich artenübergreifenden Beziehungen zu öffnen, um sie zu sorgen und womöglich zu klimaaktivistischem Handeln, zumindest jedoch zum eigenen Erleben von posthumanen Beziehungsweisen zu animieren.

Auch im vierten Beitrag des Schwerpunkts kommt der ›Personalisierung‹ klimaaktivistischer Kommunikation bzw. der Mediatisierung persönlicher Betroffenheit eine entscheidende Funktion zu. Anne Hemkendreis und Tobias Schlechtriemen setzen sich in ihrem Beitrag mit der Figuration der Aktivistin Greta Thunberg als Ikone des Klimaaktivismus auseinander. Ein zentraler theoretischer Referenzpunkt für ihre Diskussion ist das Konzept der ›Sozialfigur‹, das insbesondere in Krisenmomenten und der Ermangelung gesellschaftlicher Lösungsroutinen ein Vakuum ausfülle und intensive, teils polarisierende Anziehungskraft ausübe. Die Autor*innen heben zugleich hervor, dass die Figur der Klimaaktivistin Thunberg zwischen Verwundbarkeit und Ermächtigung schwankt und die Zentrierung auf ihre Personen auch die Gefahr birgt, kollektive Handlungsmacht in den Hintergrund treten zu lassen. Diese ›Ambivalenz‹ und Spannung in dem Figurationsprozess zeichnen Hemkendreis und Schlechtriemen in Darstellungen der Aktivistin in Sozialen Medien, in journalistischen Diskursen und in künstlerischen Interventionen nach. Dabei nutzen sie einerseits Aby Warburgs Konzept der Pathosformel, um die tradierte Affektstruktur eines besonders kanonischen

Bildes von Thunberg offenzulegen; andererseits argumentieren sie, dass die Sozialfigur der Klimaaktivistin erst durch die auf Personalisierung und Emotionalisierung ausgerichtete Kommunikation in Sozialen Medien ihre spezifische affektive Wirkung entfalten konnte.

Im finalen Beitrag dieses Schwerpunkthefts wechseln wir die Perspektive von den Text- und Bildstrategien von Klimaaktivist*innen und ihren Kommentator*innen hin zu den Reaktionen und affektiven Aushandlungsstrategien, die klimaaktivistische Handlungsempfehlungen bei Rezipient*innen solcher Botschaften auslösen können. Maximilian Krug, Katharina Hajek und Lara Kobilke beschreiben anhand eines eigens durchgeführten Experiments und mithilfe eines konversationsanalytischen Zugangs, wie Smartphone- und Social-Media-Nutzende auf die Empfehlung reagieren, ihre Nutzung zugunsten des Klimas einzuschränken. Sie zeigen dabei auf, dass Nutzende das eigene digitale Verhalten zwar in Kontexte der Klimabewegung einordnen, sich aber letztlich kollaborativ entziehen. Krug, Hajek und Kobilke interpretieren dies als eine Form von Reaktanz, die interaktiv im Rahmen der Gesprächssituation hergestellt wird. Wie auch in anderen Beiträgen werden bei ihnen insbesondere affektive Gruppendynamiken in den Vordergrund gerückt, die die Figur eines idealisierten klimaschützenden Verhaltens aufzeigen, welche wiederum in Konflikt zu einer individuellen oder individualisierten handlungsmächtigen Identität steht.

Die fünf Beiträge des Schwerpunkts erlauben nicht nur verschiedene, empirisch-gestützte Einblicke in affektive Praktiken im digitalen Klimaaktivismus. Sie bezeugen trotz aller Vielgestaltigkeit auch überfachliche Berührungspunkte zwischen medienkultur-, sozial- und sprachwissenschaftlichen Perspektiven auf das titelgebende Phänomen. Die Beiträge eint dabei ein Grundinteresse an der Dynamik affektiver Bedeutungsproduktion, die in den meisten Arbeiten eng mit Konflikt verbunden ist. In der Gesamtschau der verschiedenen Beiträge wird damit noch einmal deutlich: Die Figuration klimaaktivistischer Akteur*innen und die damit verbundenen Positionierungen sind umkämpft und werden innerhalb von digitalen Diskursstrukturen intensiviert oder abgeschwächt. Die in diesem Heft untersuchten Praktiken stellen Handlungsweisen dar, solche Konflikte kommunikativ zu bearbeiten und im Verbund mit Ko-Autor*innen und Publikum affektiv auszuhandeln.

Literaturverzeichnis

Adlung, Shari/ Lünenborg, Margreth/ Raetzsch, Christoph (2021): Pitching gender in a racist tune: The affective publics of the #120decibel campaign. In: *Media and Communication*, Jg. 9, Nr. 2, S. 16–26, doi: 10.17645/mac.v9i2.3749

- Andersson, Marta (2021): The climate of climate change: Impoliteness as a hallmark of homophily in YouTube comment threads on Greta Thunberg's environmental activism. In: *Journal of Pragmatics*, Jg. 178, S. 93–107, doi: 10.1016/j.pragma.2021.03.003
- Androutsopoulos, Jannis (2023): Punctuating the other: Graphic cues, voice, and positioning in digital discourse. In: *Language & Communication*, Jg. 88, S. 141–152, doi: 10.1016/j.langcom.2022.11.004
- Arendt, Birte (2023): Greenwashing als Imagearbeit von Influencer*- und User*innen? – Interpersonale Nachhaltigkeitskommunikation auf YouTube. In: Susan Holtfreter/ Kroll, Iris/ Lisek, Grzegorz/ et al. (Hgg.): *Sprache – Text – System*, 1. Auflage, Göttingen: V&R unipress, S. 21–44, doi: 10.14220/9783737015141.21
- Bednarek, Monika/ Ross, Andrew S./ Boichak, Olga et al. (2022): Winning the discursive struggle? The impact of a significant environmental crisis event on dominant climate discourses on Twitter. In: *Discourse, Context & Media*, Jg. 45, S. 100564, doi: 10.1016/j.dcm.2021.100564
- Berg, Anna L./ Scheve, Christian von/ Ural, N. Yasemin et al. (2019): Reading for affect: A methodological proposal for analyzing affective dynamics in discourse. In: Kahl, A. (Hg.): *Analyzing Affective Societies*. London: Routledge, S. 45–62.
- Bethscheider, Monika/ Troltsch, Klaus (2007). Aspekte der ›Etablierten-Außenseiter-Figuration‹ in der beruflichen Weiterbildung. *REPORT Zeitschrift für Weiterbildungsforschung*, Jg. 30, Nr. 3/2007, S. 51–60.
- Boehm, Gottfried, Gabriele Brandstetter, Achatz von Müller, und Maja Naef (Hgg.) (2007): *Figur und Figuration: Studien zu Wahrnehmung und Wissen*. München: Fink.
- Bois, John W. Du (2008): The stance triangle. In: Robert Englebretson (Hg.): *Stancetaking in Discourse: Subjectivity, evaluation, interaction*. Amsterdam: John Benjamins, S. 139–182, doi: 10.1075/pbns.164.07du
- Collins, Randall (2012): C-Escalation and D-Escalation: A theory of the time-dynamics of conflict. In: *American Sociological Review*, Jg. 77, Nr. 1, S. 1–20, doi: 10.1177/0003122411428221
- Craps, Stef (2020): Special issue: Ecological Grief. In: *American Imago*, Jg. 77, Nr. 1, doi: <https://doi.org/10.1353/aim.2020.0000>
- Cunningham, Clare/ Foxcroft, Charlotte/ Sauntson, Helen (2022): The divergent discourses of activists and politicians in the climate change debate: An ecolinguistic corpus analysis. In: *Language and Ecology*, Jg. 164, Nr. 1, S. 71–81, doi: 10.1177/1329878X17709098
- Davies, Bronwyn/ Harré, Rom (1990): Positioning: The discursive production of selves. In: *Journal for the Theory of Social Behaviour*, Jg. 20, Nr. 1, S. 43–63, doi: 10.1111/j.1468–5914.1990.tb00174.x
- Doll, Martin/ Kohns, Oliver (Hgg.) (2016): *Figurationen des Politischen – Band 1: Die Phänomenalität der Politik in der Gegenwart*. Paderborn: Fink.
- Du Bois, John W./ Kärkkäinen, Elise (2012): Taking a stance on emotion: Affect, sequence, and intersubjectivity in dialogic interaction. In: *Text & Talk*, Jg. 32, Nr. 4, S. 433–451, doi: 10.1515/text-2012–0021
- Elias, Norbert/ Scotson, John (1994): *The Established and the Outsiders: A Sociological Enquiry into Community Problems*. London: Sage, doi: 10.4135/9781446222126

- Fuchs, Peter (1992): *Die Erreichbarkeit der Gesellschaft. Zur Konstruktion und Imagination gesellschaftlicher Einheit*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Giaxoglou, Korina/ Georgakopoulou, Alexandra (2021): A narrative practice approach to identities: small stories and positioning analysis in digital contexts. In: Bamberg, Michael/ Demuth, Carolin/ Watzlawik, Meike (Hgg.): *The Cambridge Handbook of Identity*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 241–261.
- Gibbs, Anna (2010): After Affect: Synchrony, Sympathy, and Mimetic Communication“. In: Gregg, Melissa/ Seigworth, Gregory J. (Hgg.): *The Affect Theory Reader*. Durham & London: Duke University Press, S. 186–205.
- Goodwin, John/ Hughes, Jason (2016): Established-outsider relations and 'figural' analysis. In: *Historical Social Research*, Jg. 41, Nr. 3, S. 7–17. <https://doi.org/10.12759/hsr.41.2016.3.7-17>
- Götzenbrucker, Gerit (2022): Zwischen friedlichem Wandel und radikaler Freundlichkeit – zur Genese der Fridays for Future Klimagerechtigkeitsproteste in jugendlichen Lebenswelten. In: *SWS-Rundschau*, Jg. 62, Nr. 4.
- Haastrup, Helle Kannik (2022): Personalising climate change on Instagram: Self-presentation, authenticity, and emotion. In: *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, Jg. 38, Nr. 72, S. 65–85, doi: 10.7146/mk.v38i72.129149
- Hautea, Samantha/ Parks, Perry/ Takahashi, Bruno et al. (2021): Showing they care (or don't): Affective publics and ambivalent climate activism on TikTok. In: *Social Media + Society*, Jg. 7, Nr. 2, S. 205630512110123, doi: 10.1177/20563051211012344
- Hepp, Andreas/ Hasebrink, Uwe (2017): Kommunikative Figurationen. Ein konzeptioneller Rahmen zur Erforschung kommunikativer Konstruktionsprozesse in Zeiten tiefgreifender Mediatisierung. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, Jg. 65, Nr. 2, S. 330–347, doi: 10.5771/1615-634X-2017-2-330
- Hillis, Ken/ Paasonen, Susanna/ Petit, Michael (Hgg.) (2015). *Networked Affect*. Cambridge: The MIT Press.
- Jasper, James M. (2018): *The Emotions of Protest*, Chicago: University of Chicago Press.
- Kaiser, Jonas/ Puschmann, Cornelius (2017): Alliance of antagonism: Counterpublics and polarization in online climate change communication. In: *Communication and the Public*, Jg. 2, Nr. 4, S. 371–387, doi: 10.1177/2057047317732350
- Kleres, Jochen/ Wettergren, Åsa (2017): Fear, hope, anger, and guilt in climate activism. In: *Social Movement Studies*, Jg. 16, Nr. 5, S. 507–519, doi: 10.1080/14742837.2017.1344546
- Knops, Louise (2023): The fear we feel everyday: Affective temporalities in Fridays for Future. In: *South Atlantic Quarterly*, Jg. 122, Nr. 1, S. 203–214, doi: 10.1215/00382876-10242784
- Knudsen, Britta Timm/ Stage, Carsten (Hgg.) (2015): *Affective Methodologies. Developing Cultural Research Strategies for the Study of Affects*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Leimbach, Tania/ Palmer, Jane (2022): #AustraliaOnFire: Hashtag activism and collective affect in the Black Summer fires. In: *Journal of Australian Studies*, Jg. 46, Nr. 4, S. 496–511, doi: 10.1080/14443058.2022.2121744
- Leys, Ruth (2011a): Affect and intention: A reply to William E. In: *Critical Inquiry*, Jg. 37, Nr. 4, S. 799–805.
- Leys, Ruth (2011b): The turn to affect: A critique. In: *Critical Inquiry*, Jg. 37, Nr. 3, S. 434–472.

- Lünenborg, Margreth (2019): Affective publics: Understanding the dynamic formation of public articulations beyond the public sphere. In: Anne Fleig/ Scheve, Christian von (Hgg.): *Public Spheres of Resonance*. London: Routledge.
- Lünenborg, Margreth/ Töpfer, Claudia/ Su|na, Laura/ et al. (2021): Emotionsrepertoires und affizierende Register im Fernsehtext. In: *Affektive Medienpraktiken*, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 117–157, doi: 10.1007/978-3-658-31040-0_5
- McCosker, Anthony (2015): Social media activism at the margins: Managing visibility, voice and vitality affects. In: *Social Media + Society*, Jg. 1, Nr. 2, S. 2056305115605860, doi: 10.1177/2056305115605860
- McDuffie, Kristi/ Ames, Melissa (2021): Archiving affect and activism: Hashtag feminism and structures of feeling in Women’s March tweets. In: *First Monday*, Jg. 26, Nr. 2, doi: 10.5210/fm.v26i2.10317
- Moernaut, Renée/ Mast, Jelle/ Temmerman, Martina et al. (2022): Hot weather, hot topic. Polarization and sceptical framing in the climate debate on Twitter. In: *Information, Communication & Society*, Jg. 25, Nr. 8, S. 1047–1066, doi: 10.1080/1369118X.2020.1834600
- Munster, Anna (2013): *An Aesthesis of Networks: Conjunctive Experience in Art and Technology*. Cambridge: MIT Press.
- Nassehi, Armin (2020): *Das große Nein. Eigendynamik und Tragik des gesellschaftlichen Protests*. Hamburg: Kursbuch Kulturstiftung.
- Neckel, Sighard/ Hasenfratz, Martina (2021): Climate emotions and emotional climates: The emotional map of ecological crises and the blind spots on our sociological landscapes. In: *Social Science Information*, Jg. 60, Nr. 2, S. 253–271, doi: 10.1177/0539018421996264
- Olesen, Thomas (2022): Greta Thunberg’s iconicity: Performance and co-performance in the social media ecology. In: *New Media & Society*, Jg. 24, Nr. 6, S. 1325–1342, doi: 10.1177/1461444820975416
- Ortner, Heike (2014): *Text und Emotion. Theorie, Methode und Anwendungsbeispiele emotionslinguistischer Textanalyse*. Tübingen: Narr Verlag.
- Papacharissi, Zizi (2015): *Affective Publics. Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Pickard, Sarah (2021): „You are stealing our future in front of our very eyes.“ The representation of climate change, emotions and the mobilisation of young environmental activists in Britain. In: *E-rea – Revue électronique d’études sur le monde anglophone*, Jg. 18, Nr. 2, doi: 10.4000/erea.11774
- Pilipets, Elena/ Paasonen, Susanna (2020): Nipples, memes, and algorithmic failure: NSFW critique of tumblr censorship. In: *New Media & Society*, Jg. 24, Nr. 6, S. 1459–80.
- Pratt, Teresa (2023): Affect in sociolinguistic style. In: *Language in Society*, Jg. 52, Nr. 1, S. 1–26, doi: 10.1017/S0047404521000774
- Ross, Andrew S./ Rivers, Damian J. (2019): Internet memes, media frames, and the conflicting logics of climate change discourse. In: *Environmental Communication*, Jg. 13, Nr. 7, S. 975–994, doi: 10.1080/17524032.2018.1560347
- Schäfer, Mike S. (2012): „Hacktivism“? Online-Medien und Social Media als Instrumente der Klimakommunikation zivilgesellschaftlicher Akteure. In: *Forschungsjournal Soziale Bewegungen*, Jg. 25, Nr. 2, S. 70–79, doi: 10.1515/fjsb-2012–0212

- Shapiro, Matthew A./ Park, Han Woo (2018): Climate change and YouTube: Deliberation potential in post-video discussions. In: *Environmental Communication*, Jg. 12, Nr. 1, S. 115–131, doi: 10.1080/17524032.2017.1289108
- Strick, Simon (2021): *Rechte Gefühle: Affekte und Strategien des digitalen Faschismus*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Stuart, Diana (2020): Radical hope: Truth, virtue, and hope for what is left in Extinction Rebellion. In: *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, Jg. 33, Nr. 3, S. 487–504, doi: 10.1007/s10806-020-09835-y
- Taddicken, Monika/ Kohout, Susann/ Hoppe, Imke (2019): How aware are other nations of climate change? Analyzing Germans' second-order climate change beliefs about Chinese, US American and German people. In: *Environmental Communication*, Jg. 13, Nr. 8, S. 1024–1040, doi: 10.1080/17524032.2018.1561483
- Taddicken, Monika/ Reif, Anne (2016): Who participates in the climate change online discourse? A typology of Germans' online engagement. In: *Communications*, Jg. 41, Nr. 3, S. 315–337, doi: 10.1515/commun-2016-0012
- Torres Cajo, Sarah (2022): *Positionierungspraktiken in Alltagsgesprächen: Die Entwicklung eines interaktionalen Positionierungsansatzes*, Heidelberg: Universitätsverlag Winter.
- Uldam, Julie/ Askanius, Tina (2013): Online civic cultures? Debating climate change activism on YouTube. In: *International Journal of Communication*, Jg. 7, S. 1185–1204.
- Wetherell, Margaret (2012): *Affect and Emotion: A New Social Science Understanding*. London Sage Publications.
- Wetherell, Margaret (2013): Affect and discourse – What's the problem? From affect as excess to affective/discursive practice. In: *Subjectivity*, Jg. 6, Nr. 4, S. 349–368, doi: 10.1057/sub.2013.13
- Wiese, Basil (2019): Affective practice. In: Jan Slaby/ Scheve, Christian von (Hgg.): *Affective Societies*. London. Routledge, S. 131–139.
- Zappavigna, Michele (2021): Ambient affiliation in comments on YouTube videos communing around values about ASMR. In: *Journal of Foreign Languages*, Jg. 44, Nr. 1, S. 21–40.
- Zappavigna, Michele/ Martin, James R. (2018): #Communing affiliation: Social tagging as a resource for aligning around values in social media. In: *Discourse, Context & Media*, (Discourse of Social Tagging), Jg. 22, S. 4–12, doi: 10.1016/j.dcm.2017.08.001