

Praxisprofile als mixed-methods Ansatz zur Analyse performativer Öffentlichkeiten: Vorschlag für eine relationale Journalismusforschung

Practice profiles as a mixed-methods approach to retrace performative publics: A proposal for relational journalism studies

Wolfgang Reißmann*, FU Berlin, Institute for Media and Communication Studies, Journalism Studies, Germany

Miriam Siemon, FU Berlin, Institute for Media and Communication Studies, Journalism Studies, Germany

Margreth Lünenborg, FU Berlin, Institute for Media and Communication Studies, Journalism Studies, Germany

Christoph Raetzsch, Aarhus University, School of Communication and Culture, Denmark

*Corresponding author: wolfgang.reissmann@fu-berlin.de

Abstract

Der vorliegende Artikel begründet und präsentiert einen mixed-methods Ansatz als Beitrag zu einer relationalen Journalismusforschung. Ziel des Ansatzes ist es, die Herstellung von Öffentlichkeit in digitalen Medienumgebungen als geteilte Herstellungsleistung heterogener Akteur:innengruppen nachzuvollziehen und dabei gruppenspezifisch performativ-dramaturgische Stilmerkmale herauszuarbeiten. Zugrunde liegt ein praxeologischer Zugang, der für eine relationale Journalismusforschung «beyond the newsroom» weiterentwickelt wird. Die Kontingenz, Vielstimmigkeit und Unübersichtlichkeit digitaler Öffentlichkeiten macht es notwendig, die traditionell mikrosoziologischen Vorgehensweisen in diesem Bereich zu verbinden mit quantitativen Netzwerkanalysen und standardisierten Akteur:innen- und Praxisanalysen. Hierfür wird ein dreistufiger Ansatz vorgestellt, der schrittweise durch quantitative und qualitative Methoden die Erstellung von «Praxisprofilen» einzelner Akteur:innen wie auch -gruppen erlaubt. Mit diesem interdisziplinären wie methodisch innovativen Ansatz soll Wandel in Öffentlichkeiten und im Journalismus auch komparativ verstehbar werden. Exemplarisch zeigen wir anhand erster Befunde zum Hashtag #systemrelevant, wie eine solche Analyse aufgebaut ist.

This paper develops and presents a mixed-methods approach as a contribution to relational journalism studies. The approach aims to retrace the making of publics in digital media environments through the performative contributions of heterogeneous groups of actors and to elaborate group-specific stylistic features of their communication. It is based on a praxeological approach that is further developed for relational journalism studies “beyond the newsroom.” The contingency, polyphony and complexity of digital publics makes it necessary to combine traditional micro-sociological approaches in this field with quantitative network analyses and standardized analyses of actors and their practices. For this purpose, a three-stage approach is presented, which allows for the sequential development of “practice profiles” for individual actors as well as groups of actors through mixed quantitative and qualitative methods. With this interdisciplinary and methodologically innovative approach, the change of public spheres and journalism can be understood comparatively. Using the hashtag #systemrelevant as an example, we show how such an analysis is structured.

Keywords

Praxeologische Journalismusforschung, performative Öffentlichkeiten, Mixed-methods, Computational Methods, Netzwerkanalyse, (digitale) Ethnografie
practice-based journalism studies, performative publics, mixed-methods, computational methods, network analysis, (digital) ethnography



1 Einleitung

Journalistische Akteur:innen haben ihre Vormachtstellung bei der Herstellung von Öffentlichkeiten eingebüsst. Für die Journalismusforschung leiten wir daraus die Notwendigkeit ab, das Entstehen von Öffentlichkeiten performativ und relational als Zusammenspiel verschiedener Akteur:innengruppen und ihrer jeweiligen Medienpraxis zu untersuchen. Mit der praxeologisch fundierten Journalismusforschung bauen wir einen Ansatz aus, der es erlaubt, der neuen Unübersichtlichkeit von Öffentlichkeiten in digitalen Medienumgebungen methodisch und empirisch Rechnung zu tragen. Im Vergleich zur Ära der Massenmedien wird hierbei das Mapping und Kartografieren von Diskurs(ausschnitt)en in sozialen Medien und im Internet als Analysefeld bedeutsamer. Praxeologische Forschung bedarf in diesem Umfeld daher neuartiger method(olog)ischer Zugriffe: Neben Mikro-Analysen sozialer Praktiken einzelner Akteur:innen in situ, braucht es Netzwerkanalysen sowie breit angelegte, standardisierte Analysen der Akteur:innen und ihrer Praxis, um das Emergieren von Öffentlichkeiten erfassen und analysieren zu können.

Konkreter Hintergrund unserer Ausführungen ist das DFG-geförderte Forschungsprojekt «Herausforderungen an Journalismus: Zum Verständnis von performativen Öffentlichkeiten durch Media Practice». Es ist an der Schnittstelle von Journalismusforschung, Gender Media Studies und Sozialer Bewegungsforschung angesiedelt und gliedert sich in zwei umfassende Fallstudien mit genderbezogenem Analysefokus. In beiden Fallstudien fragen wir nach der aufeinander bezogenen Herstellung von Öffentlichkeit durch Journalismus, nicht-institutionalisierte Medien, Zivilgesellschaft (Bewegungen, NGOs, Verbände, Stiftungen usw.), Politik, Wissenschaft sowie «Privatpersonen» (Bürger:innen, Social Media Nutzer:innen ohne klar ersichtlichen Bezug zu einer gesellschaftlichen Gruppe wie z.B. Politik). Dabei fokussieren wir in zweifacher Weise die Sprecher:innen-Positionen der Akteur:innen(-gruppen) zu bestimmten

Themen und sind prozessual und längerfristig an deren Wandel und Entwicklung interessiert. Einerseits berücksichtigen wir ihre inhaltliche Positionierung zu Themenfeldern mit Genderbezug sowie die Varianten vergeschlechtlicher Rollen. Andererseits verfolgen wir die Ebenen bzw. Formen des Öffentlichseins (hier als «layers of publicness» bezeichnet), in denen verschiedene Akteur:innen sichtbar werden. In Rekurs auf die Soziale Bewegungsforschung und digital feminism studies geht es um die Frage, inwieweit persönliche Erfahrungen sichtbar werden und öffentlich Resonanz erhalten. Umgekehrt erforschen wir, wie Akteur:innen des institutionalisierten Journalismus jenseits oder in Ergänzung ihrer professionellen Positionierung persönliche Erfahrungszusammenhänge und Haltungen zeigen und in Diskurse einbringen.

Der vorliegende Artikel begründet, entwickelt und präsentiert diesen mixed-methods Ansatz als Beitrag zu einer praxeologischen wie relationalen Journalismusforschung. Im ersten Schritt konturieren wir hierzu unser Verständnis von performativen Öffentlichkeiten als «sensitizing concept» (Kap. 2). Darauf aufbauend skizzieren wir Überschneidungen und Berührungspunkte zwischen praxeologischer (Journalismus-)Forschung und qualitativ-ethnografischen Vorgehensweisen (Kap. 3). Wir argumentieren, dass ein gegenstandsadäquates praxeologisches Erfassen der Emergenz und Entwicklung performativer Öffentlichkeiten in digitalen Diskursräumen um quantitative Methoden ergänzt werden sollte. Auf Basis dieser Herleitung stellen wir unser konkretes Vorgehen und Kernelemente des mixed-methods Ansatzes, auch anhand erster Befunde unserer Teilstudie zu #systemrelevant, vor (Kap. 4).

2 «Performative Öffentlichkeiten»: Journalismus als Teil komplexer Medienökologie

Konzeptueller Rahmen des hier vorgestellten Ansatzes sind die Konzepte «Media Practice» und die übergeordnete Annah-

me von «performativen Öffentlichkeiten» (Lünenborg & Raetzsch, 2018; Lünenborg, Raetzsch, Reißmann, & Siemon, 2020). In den vergangenen rund 15 Jahren wurden zahlreiche Ansätze entwickelt (im Überblick Klinger, 2018), die jeweils spezifische Facetten der neuen «hybrid media systems» (Chadwick, 2013) bzw. der «(news) media ecologies / ecosystems» (Reese, 2016) zu fassen versuchen. Es geht uns nicht darum, diese Konzepte zu ersetzen, sondern sie weiterzuentwickeln und ihren performativen Charakter durch methodologische Innovation empirisch zugänglich zu machen (Lünenborg, Raetzsch, Reißmann, & Siemon, 2020, S. 39–41). Das Attribut «performativ» beinhaltet hierbei ein *konstitutionslogisches* und ein *dramaturgisches Argument*. Insbesondere in den Gender Studies (Seier, 2007) verweist das konstitutionslogische Argument grundlegend auf die Vollzugsförmigkeit und die Gemachtheit sozialer und kultureller Tatsachen. Das dramaturgische Argument dagegen richtet den Blick auf den Aufführungscharakter kultureller Praxis. Mit diesen zwei Logiken der Performativität wird Journalismus sichtbar als Teil einer komplexen Medienökologie, in der journalistische Akteur:innen nicht mehr exklusiv als konstituierend für Öffentlichkeit angesehen werden.

2.1 Konstitution: Öffentlichkeit als heterogene und geteilte Herstellungsleistung

Die Vorstellung von klar definierbaren Leitmedien und journalistischen Akteur:innen, die als unabdingbare Gatekeeper quasi «die» Medienöffentlichkeit konstituieren, hat in digitalen und vernetzten Medienökologien an Überzeugungskraft verloren. Etablierte Drei-Ebenen-Modelle von Öffentlichkeit, die im deutschsprachigen Raum primär in der systemtheoretisch fundierten Öffentlichkeitsforschung für die Ära der Massenmedien entwickelt wurden, werden zunehmend abgelöst durch flexiblere Modellierungen von Öffentlichkeit (z. B. Abidin, 2021; Friemel & Neuberger, 2021; Klaus, 2017). Im Zuge von Digitalisierung, Plattformisierung und radikaler Indivi-

dualisierung von Mediennutzung und -produktion (van Dijck, Poell & de Waal, 2018) sind journalistische Organisationen nunmehr «Inseln» in einer vernetzten und oft auch globalisierten Medienökologie (Mattoni, 2017). Strukturen des Öffentlichen bilden sich spontan und oft themenbezogen über diverse Netzwerke hinweg (Birkbak, 2013). Das in der Sozialen Bewegungsforschung verbreitete Denken in «Trajektorien» und «Verlaufsbahnen» (Poell, 2019) kann hilfreich sein, um Dominanz und Einfluss von Akteur:innen bei der Entstehung von Öffentlichkeiten in der sachlichen, sozialen und temporalen Dimension kritisch zu prüfen.

Vor diesem Hintergrund verstehen wir journalistische Nachrichtenproduktion als relationales Prozessgeschehen. Für die Erforschung der aufeinander bezogenen Performativität von individuellen und korporativen Akteur:innen inner- und ausserhalb des Journalismus werden dabei die Handlungsrepertoires und «anchoring practices» (Raetzsch & Lünenborg, 2020; Swidler, 2001) als Ausgangspunkt der Forschung relevant. Praktiken des Informierens / Recherchierens, der sozialen Orientierung / Bewertung, der Selbstdarstellung sowie des Intervenierens in öffentlichen Diskussionen werden für alle Diskurs Teilnehmer:innen zu Bestandteilen der öffentlichen Kommunikation. Das routinisierte kommunikative und mediale Handeln korporativer oder individueller Akteur:innen betrachten wir daher *nicht* als wesensverschieden (Borges-Rey, 2015). Diese Perspektive legt – prinzipiell – ein symmetrisches analytisches Vorgehen zur Erforschung von Praktiken verschiedener Akteur:innen nahe. In der Rekonstruktion der Konstituierung von Öffentlichkeiten wird dabei keine Akteur:innengruppe – ehemals Massenmedien und institutionalisierter Journalismus – vorab analytisch oder empirisch privilegiert. Vielmehr werden die Beiträge von Akteur:innen in ihrer Bezugnahme (und Eigenständigkeit) über Praktiken als geteilte Herstellungsleistung von Öffentlichkeit begriffen.

In unserem aktuellen Forschungsprojekt konzentrieren wir uns auf die Beteiligungsmodi und -stile der verschiedenen

Gruppen. Perspektivisch sind jedoch auch plattformspezifische Logiken algorithmisierter Sichtbarmachung mitzudenken (van Dijck & Poell, 2013). Diese können sowohl als gruppenspezifische Aufmerksamkeitsverstärker als auch als potenzielle Regulierer von Kommunikationsmacht in Erscheinung treten, die sowohl Differenz als auch gruppenübergreifenden Anpassungsdruck an die Bedingungen algorithmischer Priorisierung erzeugen (Caplan & Boyd, 2018).

2.2 Dramaturgie: Soziale Medien als Bühne performativer Praxis

Öffentlichkeiten mussten immer schon hergestellt werden und waren stets verknüpft mit vermachteten Sprecher:innenpositionen – mit Blick auf «gate keeping» (Meraz & Papacharissi, 2013) ebenso wie mit Blick auf Geschlechterverhältnisse (Lünenborg & Röser, 2012). Empirisch interessant ist die Frage, ob und wie diese Positionierungen sichtbar werden und in welchem Verhältnis sie zu journalistischem Handeln stehen.

Soziale Medien schliessen generisch an Formen der interpersonalen Kommunikation an. Ihre Affordanzen erzeugen einen *Performativitätsdruck*, bei dem fortwährend die eigene Identität kommunikativ hervorgebracht wird. Danah boyds (2011, S. 43) Sentenz des «writing oneself into being» gilt als Handlungsaufforderung nicht nur für Privatpersonen. Soziale Medien legen Selbstdarstellung sowie Sharing, Kommentierung oder Bewertung der Beiträge anderer nahe (Schmidt & Taddicken, 2017). In Formen des social media activism wird das Zeigen und Sichtbarmachen der persönlichen Lage und Motivation zu einem Kommunikationsmuster, bei dem das eigene positionierte Wissen als «voice» das Ziel medialen Handelns ist (z. B. Boler, Macdonald, Nitsou, & Harris, 2014; Stephansen & Treré, 2020). Erfahrungsbezogene Narrationen sind dabei zu einem Grundprinzip auch politischer und politisierter Medienöffentlichkeit geworden, wie soziale Bewegungen wie #MeToo oder #BLM sichtbar machen (Gnau & Wyss, 2019; Yang, 2016).

Die Individualisierung öffentlicher Kommunikation ist eingebettet in die Performativität von Geschlecht. Seit langem betont die «Doing gender»-Perspektive die Gemacht- und Gewordenheit von Geschlecht und analysiert diese als Produkt permanenter Wiederholung von Zuschreibungen, Anrufungen und körperlichen Performances – bzw. deren Verschiebung, Dekonstruktion und Neuarrangement (Lünenborg & Maier, 2013, S. 21–25). Die Persona-Konstruktion in digitalen Medienumgebungen erlaubt stereotypisierende wie dekonstruierende Selbstpräsentationen, sowohl kongruente als auch divergente On- / Offline-Relationen. Während in der Frühzeit des Internets die emanzipativen Potenziale genderbezogener Performativität und die Möglichkeit alternativer Selbstentwürfe hervorgehoben wurden, ist die Ausbalancierung genderbezogener Identitätsfacetten durch Impression- bzw. Reputationsmanagement in sozialen Medien eine konstante Herausforderung (Marwick, 2013; Mellado & Hermida, 2022). Vor allem Frauen sind häufig mit einem «digital double bind» (Duffy & Pruchniewska, 2017) konfrontiert, der um den Preis von Erfolg, Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit entweder die Vermeidung als potenziell (zu) feminin gelesener Merkmale oder das Bedienen kultureller Konventionen beinhaltet (z. B. Soft skills, Gefühlsarbeit).

Für journalistische Akteur:innen bedeutet die latente Aufforderung zur dramaturgischen Sichtbarkeit eine (potenzielle) Rollen- und Handlungserweiterung. Sie können sich als Produzent:innen hinter ihren Texten und Beiträgen zeigen, auf diesem Wege ein «personal branding» betreiben, das eine journalistische Marke jenseits der Medienorganisation etabliert (Mellado & Hermida, 2022; Molyneux, Holton, & Lewis, 2018). In sozialen Medien wird das Neben- und Miteinander von professionellen und persönlichen Rollen und Kommunikationsmustern potenziell sichtbarer (Hanusch, 2018), die Trennung von Vorder- und Hinterbühne partiell aufgehoben. Die Analyse natürlichen Verhaltens in Social Media kann einen Beitrag leisten zu einer journalistischen Rollenfor-

schung, die über normative und kognitive (Selbst-)Zuschreibungen hinausgeht und (begrenzt für den Raum sozialer Medien) die praktizierte Rollenperformance untersucht (Hanitzsch & Vos, 2017).

3 «Beyond newsroom ethnography»: Zur Weiterentwicklung praxeologisch orientierter Journalismusforschung

Beide Perspektiven auf die Performativität von Öffentlichkeiten verweisen methodologisch auf praxistheoretisch fundierte Vorgehensweisen. In der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Fachliteratur allgemein (z. B. Bräuchler & Postill, 2010; Couldry, 2004, 2012) ebenso wie in der Journalismusforschung im Speziellen (z. B. Ahva, 2017; Buschow, 2018; Raabe, 2016; Raetzsch, 2015; Robinson & Anderson, 2020) mehren sich die Bezugnahmen auf Praxistheorie. Dies erklärt sich einerseits durch die Ausweitung und den rapiden Wandel journalistischer Kommunikation. Andererseits ist auch der öffentlich verfügbare Diskursraum durch Social Media radikal erweitert, an dem nun sehr heterogene Akteur:innen (vormals nur als Publikum relevant) *sichtbar* teilnehmen. Getreu Couldrys (2004) Aufforderung, Medien als Teil sozialer Praktiken zu betrachten, bietet sich Praxistheorie als methodische Brücke zwischen diesen zwei Entwicklungen an, da sie Ordnung wie Öffentlichkeit als emergent und relational begreift – eben als Herstellungsleistung vieler unterschiedlicher Akteur:innen.

Der Begriff der Praktik fasst die Herstellung sozialer Ordnung dabei nicht allein als dyadisches (zwischenmenschliche Interaktion), primär sprachlich vermitteltes Geschehen auf, sondern als soziotechnisch und soziomateriell vermittelt (Lewis & Westlund, 2015). Es werden keine präfigurierten Wissens- und Diskursformationen als gesetzt angenommen, sondern stets lokalisierte Arrangements von «doings & sayings» fokussiert. Mit Blick auf die analytische Erfassung von Praktiken sind die Überlegungen von Shove, Pantzar und Watson (2012) hilfreich. Die Autor:innen

fassen jede Praktik als Verknüpfung bzw. Verbindung verschiedener Elemente, hier und im Folgenden als «Elements of Practice» (EoP) bezeichnet. Heuristisch speisen sich diese Elemente aus den Kategorien Bedeutung, Kompetenz und Materialität, d. h. Wissens- und Sinnelemente liegen verknüpft mit materiellen Elementen (Räume, Dinge, Technik, Körper usw.) vor und werden über die Performance der handelnden Entitäten (die «Kompetenz» von Mensch bis Technik) aktualisiert. Als Performativität der Praxis verstehen Shove et al. (2012) sowohl die Wiederholung der je spezifischen Verknüpfungen wie auch neue, kontingent etablierte Verknüpfungen von Elementen. Praxis wird also nicht nur als Routine und Wiederholung verstanden, sondern ebenfalls als Wandel und Rekonfiguration. Beide Denkrichtungen – Repetition / Stabilisierung und Veränderung von Mustern – sind essentiell für die von uns verfolgte Perspektive auf eine praxeologisch orientierte und relationale Journalismusforschung (Lünenborg et al., 2020, S. 42–44).

Methodologisch und methodisch geht praxistheoretisch fundierte Forschung häufig einher mit dem Primat qualitativer sowie alltags- und lebensweltnaher Forschung. In Teilen der soziologischen Literatur ist die Erforschung von Praxis und Praktiken fest verknüpft mit ethnografisch-beobachtenden Verfahren (Schmidt, 2012, S. 226). Gilt die «anhaltende Ko-Präsenz» von Geschehen und Beobachter:in als unverzichtbar für den Nachvollzug sozialer Praktiken (Breidenstein, Hirschauer, Kalthoff, & Nieswand, 2020, S. 45–47), so löst sich bereits das qualitative Interview von diesem Idealbild situiert-idiografischer Forschung – da es nurmehr Erzählungen *über* Praxis erzeugt.

Es gibt gute Gründe, den engen Konnex von Praxisforschung und ethnografischer Teilnahme zu bewahren. Voraussetzung dafür ist allerdings, dass das sogenannte «praxistheoretische Primat der öffentlichen Wahrnehmbarkeit» (Schmidt, 2012, S. 227) eine Entsprechung in tatsächlicher empirischer *Beobachtbarkeit* findet. In digitalen Umgebungen haben Forschende oft nur Zugang zu Ausschnitten einer

verteilten Diskussion und können diverse Kanäle (z. B. Foren, Threads) weder immer in situ noch gleichzeitig beobachten. Die Grenzen von in-situ-Beobachtung und rekonstruierender Dokumenten- bzw. Kommunikationsanalyse verschwimmen. «Doing (digital) publics» ist eine sozial und materiell, räumlich wie zeitlich verteilte Praxis, an der heterogene Akteur:innen auf verschiedenen Plattformen beteiligt sind. Selbst Ansätze einer «multi-sited ethnography» (Hannerz, 2003), bei der Akteur:innen an zahlreichen Schauplätzen online und offline beobachtet werden, können das technisch vermittelte Zusammenwirken nicht einfangen. Daher muss das situiert-idiografische Leitbild praxeologischer Forschung für diese Kontexte angepasst werden.

Um Praktiken bei der Formierung öffentlicher Diskurse in sozialen Medien erfassen zu können, sind Instrumente jenseits der ethnografischen Beobachtung einzelner Akteur:innen erforderlich. Als übergeordnete, soziale Handlungsmuster werden sie sichtbar durch gezielte Strategien des Mapping bzw. der Kartografie. Zur Erforschung von performativen Öffentlichkeiten verschränken wir daher qualitative Vorgehensweisen und quantitative Netzwerkanalysen. Folgend stellen wir kurz relevante Anknüpfungspunkte für dieses Vorgehen in der Journalismusforschung vor.

Um Journalismus als soziale Praxis mit eigenen Werten und Normen zu verstehen, wird in der Journalismusforschung traditionell auf die Beobachtung von «Redaktionskulturen» (Brüggemann, 2011, S. 49–56) und redaktionellen Abläufen sowie Befragungen einzelner Journalist:innen zurückgegriffen. Die ältere Forschung greift hier entweder auf ein Personen-Paradigma von rational und intentional handelnden Akteur:innen zurück oder geht im System-Paradigma (z. B. Blöbaum, 1994) von der Annahme der Redaktion als sozialem Handlungssystem aus (Raabe, 2004, S. 3–7). Im internationalen Kontext haben sich die «ethnography of journalism» bzw. die sogenannte «newsroom ethnography» (Cottle, 2000; Usher, 2016; Willig, 2013) etabliert und beschreiben

methodisch sämtliche qualitative Vorgehensweisen, die in und um Redaktionen herum angesiedelt sind.

In hybriden journalistischen Produktionsumgebungen, die durch digitale Medien strukturiert und ermöglicht werden, gibt es allerdings zunehmend ein Ressourcen- und Zugangsproblem für Forschende (Buschow, 2018, S. 204). «Proper ethnography» ist aufwändig, zeitintensiv und die dichte Begleitung insbesondere journalistischer Eliten gestaltet sich zunehmend schwierig. Zusätzlich intensivieren sich mit fortschreitender Digitalisierung die Debatten um Grenzen und Grenzarbeit im Journalismus (Carlson & Lewis, 2015). Nicht nur hat die Zahl der sogenannten «inter-» und «intraploper» (Eldridge, 2017; Usher, 2016) zugenommen; journalistisches Handeln selbst hat sich (medien-) räumlich und sozial entgrenzt. In sozialer (und politischer) Hinsicht finden heute auch die kommunikativen Leistungen von Akteur:innen ausserhalb des institutionalisierten Journalismus stärker Eingang in öffentliche Debatten. Journalismus wird aufgrund interner Diversifizierung zunehmend entgrenzt und ist gleichzeitig einem externen Legitimationsdruck ausgesetzt. Daran anknüpfend wird sowohl im Journalismus als auch in der Journalismusforschung die Rolle des Publikums wichtiger. Mit dem «audience turn» (Costera Meijer, 2020) im Journalismus selbst werden solche Brücken noch wichtiger, sodass die Grenzen zwischen «news production studies» und «news use studies» (Picone, 2018) durchlässiger werden.

Dieser veränderten Situation Rechnung tragend, plädieren u. a. Reese (2016, S. 820) sowie aktuell Robinson und Anderson (2020) für mehr «network ethnography» und holistischere Zugänge in der Journalismusforschung. Um relevante Beiträge und verteilte Herstellungsleistungen zu identifizieren, wird eine Verbindung von qualitativen und quantifizierenden Verfahren der Analyse von Öffentlichkeiten zur Notwendigkeit, qualitativ-ethnografische Vorgehensweisen treten in der Journalismusforschung neben Computational Methods.

Diese methodische Innovation basiert auf einer Integration bestehender Ansätze im interdisziplinären Feld der digitalen Ethnografie (z. B. Pink et al., 2015, S. 2–7), in der zwei grundverschiedene Vorgehensweisen dominant sind. Die erste Variante beschreibt die Anwendung traditioneller ethnografischer Methoden auf digitale Umgebungen, wo der digitale Raum zugleich Ort des Geschehens und Beobachtens ist. In der zweiten Variante steht die Ethnografie mit digitalen Methoden im Vordergrund (z. B. Caliandro, 2018). Eine «computational ethnography» (Abramson, Joslyn, Rendle, Garrett, & Dohan, 2018), die Instrumente wie Heatmaps oder soziale Netzwerkanalysen inkludiert, wird als geeignet angesehen, um individuelles (ethnographisch nachvollzogenes) Handeln im relationalen Kontext nachzuzeichnen oder um ethnographisch entwickelte Typologien mit den Mustern in grösseren Datensätzen abzugleichen. Diesen Vorschlag greifen wir mit dem hier vorgestellten mixed-methods Ansatz auf und entwickeln ihn für die Journalismusforschung in Form von Praxisprofilen weiter.

4 Von Sozialen Netzwerkanalysen zu Praxisprofilen: Konzeptuelle Darlegung des mixed-methods Ansatzes am Beispiel des Krisenhashtag #systemrelevant

Der hier entwickelte mixed-methods Ansatz zur Analyse performativer Öffentlichkeiten verbindet standardisierte Datenerhebung mit ethnographisch orientierten Einzelfallstudien. Dabei ist der Modus der Beobachtung nicht allein eine Datenerhebungsmethode. Vielmehr begreifen wir im Sinne Schmidts (2012, S. 252–261) den *kognitiven Modus des Beobachtens als Forschungsstil*. Vor dem Hintergrund der benannten zwei Probleme – Zugang zu journalistischer Praxis und Erweiterung des öffentlichen Kommunikationsraums (Kap. 3) – steht die Kartografierung der Medienpraxis von journalistischen und anderen Akteur:innen in gemeinsam hergestellten, öffentlichen Diskurssträngen in sozialen Medien im Mittelpunkt. In einer

Langzeitperspektive geht es zum einen um die Rekonstruktion der deutschsprachigen #metoo-Debatte. Zum anderen werden Diskursformationen um genderspezifische Ungleichheiten im Kontext der COVID-19-Pandemie analysiert.

Zuerst verorten wir den mixed-methods Ansatz in praxistheoretischen Programmen und bestimmen soziale Netzwerkanalysen sowie standardisierte Codierungen als Instrumente der Praxisforschung (Kap. 4.1). Folgend stellen wir die einzelnen Untersuchungsschritte vor und skizzieren ihr Zusammenspiel (Kap. 4.2). Gemeinsamer Fluchtpunkt der Analysen ist die Erarbeitung und sukzessive Vertiefung von Praxisprofilen, die überindividuelle Vergleiche sowohl von Gruppen als auch von Merkmalskonstellationen ermöglichen (Kap. 4.3).

4.1 Praxeologische Verortung: «Strong program» durch mixed-methods

Nicolini (2017) argumentiert in einem wegweisenden Aufsatz, dass sich praxistheoretische Ansätze als «strong» und «weak programs» unterscheiden lassen. Während «starke» Programme Praxis tatsächlich intensiv erforschen, nehmen «schwache» Programme eher illustrierend oder interpretativ Bezug auf Praxistheorie. Zudem unterscheiden sich radikale und moderate sozialtheoretische Grundlagen, sowohl mit Blick auf das Verhältnis von Situation und Struktur («flat ontology», Schatzki, 2016) als auch die Symmetrie von humanen und nicht-humanen Akteur:innen (Latour, 2005).

Im Rahmen unserer Forschungen zu performativen Öffentlichkeiten vertreten wir ein starkes Programm (Raetzsch & Lünenborg, 2020), insofern wir Medienpraxis nicht nur als routinisiertes Handeln oder praktisches Wissen einzelner Akteur:innen benennen und deuten, sondern deren situierte Praxis kontextuell und relational nachvollziehen. Sozialtheoretisch folgen wir einer moderaten Ontologie. Im Zentrum der Analysen steht das Agieren menschlicher Akteur:innen, ihr routinisiertes bzw. transgressives kommunikatives und mediales Handeln. In Anlehnung an Shove et al. (2012) deuten wir

dieses Handeln als eingebettet in überindividuelle Praktiken, die sich als je spezifische Verknüpfungen von Bedeutung, Materialität und Kompetenz erfassen lassen.

Die Untersuchungsbausteine und -schritte sollen auf Basis verschiedener Daten sowie verschränkter Analysen fundiertes Wissen über den praktischen Vollzug und die Entstehung von Öffentlichkeit durch die Performativität der Akteur:innen generieren. Dazu wenden wir *Zooming-In*- und *Zooming-Out-Strategien* an. Nicolini (2009, S. 1411) führt dieses Begriffspaar als Antwort auf die Frage ein, wie über traditionell mikrosoziologische Beschreibungen hinaus «also larger, more complex, trans-local phenomena» in den Blick der Praxisforschung geraten können. Durch *Zooming-In* wird die situative Emergenz von Praxis (z.B. Rolle von Körpern, Materialität, sayings and doings, praktisches Wissen der Akteur:innen) möglichst umfassend beschrieben. Bei der Strategie des *Zooming-Out* dominieren hingegen Distanz und analytische Abstraktion (z.B. Verbindungen zwischen Praktiken, lokale / trans-lokale Effekte). *Zooming-In*-Strategien erfassen Praktiken und ihre Elemente primär über Teilnahme und fallbasierte Forschung (z.B. durch Interviews, Ethnografien oder Dokumentenanalysen). Beim *Zooming-Out* werden Strukturen und Prozesse räumlich, zeitlich und sozial verteilter Praxis sichtbar gemacht.

Die performative Perspektive auf Öffentlichkeit (Kap. 2) und ihre Übertragung auf die Journalismusforschung erfordern method(olog)ische Innovation. Das gilt vor allem für das *Zooming-Out*, wo quantitative soziale Netzwerk- sowie standardisierte Praxisanalysen heterogener Gruppen als integrale Bestandteile erforderlich sind, um die translokale Verteilung und Verknüpfung der performativen Praxis journalistischer und anderer Akteur:innen zu rekonstruieren.

Quantitative soziale Netzwerkanalysen werden seit langem in unterschiedlichsten Zusammenhängen verwendet (Stegbauer, 2010). Mit Blick auf unseren Forschungsgegenstand, die Kopräsenz von Öffentlichkeitsakteur:innen in sozialen Medien wie Twitter, sind vor allem die kommunikativ-

onswissenschaftlichen Verfahren relevant, die sich auf Daten aus sozialen Medien spezialisieren (z.B. Ausserhofer & Maireder, 2013). Die Ergebnisse dieser Verfahren sind naturgemäß abstrakt und dekontextualisiert, nur so ist die Aggregation komplexer, vielstimmiger Äusserungen und ihrer wechselseitigen Bezüge möglich. Auf den ersten Blick entziehen sie sich damit den praxistheoretischen Prämissen von Situierung und Fallzentrierung. Wir wollen sie hingegen als *Instrumente der (automatisierten) Beobachtung natürlicher Ereignisse* betrachten. Das Operieren mit natürlichen Daten macht diese Verfahren praxistheoretisch interessant (Beaulieu, 2017, S. 33–35). Es unterscheidet sie grundlegend von anderen Instrumenten der quantitativen Sozial- und Medienforschung wie Befragung (Rationalisierung der Akteur:innen z.B. in der Uses- & Gratifications-Forschung) oder Experiment (Artificialität; mangelnde externe Validität). Social-Media-Netzwerkanalysen basieren auf medialen Artikulationen und Interaktionen, die nicht nur tatsächlich so stattgefunden haben, sondern die als technische Operationen (Likes, Replies, Mentions, Retweets) im praktischen Wissen der Akteur:innen eine Korrespondenz haben («liken», «teilen», «kommentieren» usw. als Handlungsformen).

Quantitative Gruppenvergleiche der Mediennutzung und des Medienhandelns sind ebenfalls etablierte Instrumente der Mediennutzungsforschung (z.B. Hasebrink, 2014 im Kontext des repertoireorientierten Ansatzes). Mit der Entgrenzung von Rezeption und Produktion liegt es nahe, verschiedene Typen von Kommunikator:innen und ihre Kommunikationsmodi gleichberechtigt zu erfassen. Gruppenspezifika können praxeologisch als überindividuelle Muster kommunikativen Handelns gedeutet werden. Für die Journalismusforschung ist hierbei von besonderem Interesse, inwiefern sich die Kommunikation von professionellen Journalist:innen tatsächlich von der anderer Öffentlichkeitsakteur:innen unterscheidet und inwiefern die Muster der Gruppen ineinandergreifen. Ebenso können gender-

Tabelle 1: EoP in den quantitativen und qualitativen Untersuchungsschritten

	Twitter-Praxis	Erweiterte Praxis (medial/nicht-medial)
Methodenbalance	Schwerpunkt auf quantitativen Methoden: Diskurskartografie (Netzwerkanalyse, stand. Akteur:innen- und Praxisanalyse), Gruppenvergleiche (deskriptive Statistik)	Schwerpunkt auf qualitativen Methoden: Fallspezifik, Kontextualisierung, Alltagsorientierung /-einbettung
Bedeutung	Z. B. inhaltlicher Fokus der Kommunikation, Affiliation	Z. B. subjektive Sinnhaftigkeit, Routinen, Zuschreibungen, Narrative, Rollenerwartungen
Materialität	Z. B. Quasi-Objekte und Operatoren-Einsatz (Bilder, Hashtags, Mentions)	Z. B. mediale Devices /Hardware, Software, räumliche Arrangements
Kompetenz	Z. B. Stilmerkmale der Kommunikation (Modalitäten, stilistische Elemente)	Z. B. Kompetenz / Fähigkeiten-Erwerb, Training/ Gewöhnung, Kommunikationsstrategien

spezifische Differenzen auf aggregiertem Niveau herausgearbeitet werden.

Netzwerkforschung macht es möglich, die Diskursformierung in sozialen Medien in Echtzeit nachzuvollziehen (Meraz & Papacharissi, 2013, S. 160). Eine zentrale Stellung in unserer Forschung nimmt dabei die Plattform Twitter ein, die sich inhaltlich als Seismograph für emergierende Diskurse, als Forum für Bewegungsöffentlichkeiten sowie als relevantes Medium der Distribution und Verhandlung journalistischer Inhalte etabliert hat. Twitter ist eine zentrale Arena für die performative Praxis der avisierten Gruppen. Forschungspragmatisch kommt die im Vergleich zu anderen Plattformen höhere Datenzugänglichkeit begünstigend hinzu. Zurecht wird mittlerweile allerdings auch auf einen Twitter-Bias zahlreicher Forschungen zu digitalen Öffentlichkeiten hingewiesen (Lewis & Molyneux, 2018; Steensen & Westlund, 2020, S. 25). In Anlehnung an die Hashtag-Ethnographie (Bonilla & Rosa, 2015, S. 5–7) nutzen wir Twitter-Daten als zentralen Ausgangspunkt zur Erfassung der performativen Praxis der verschiedenen Gruppen. Das Ziel ist jedoch, diese Praxis im Rahmen der qualitativen Fallforschung in Relation zum sonstigen Medien- und Arbeitsalltag der Akteur:innen zu betrachten. Tabelle 1 gibt eine Orientierung, welche Elements of Practice (EoP) schwerpunktmässig durch welche Vorgehensweisen erfasst werden.

4.2 Überblick der Untersuchungsschritte und angewandten Methoden

Mixed-methods kombinieren quantitative und qualitative Vorgehensweisen inner-

halb eines Forschungsvorhabens. Diese Untersuchungsbausteine können komplementär, kooperativ oder kompetitiv angelegt sein (z. B. Loosen & Schmidt, 2016, S. 563; Loosen & Scholl, 2011, S. 110–112). Erhebungs- und Analysephasen können parallel / simultan oder sequentiell-konsekutiv angeordnet werden. Zudem können die verschiedenen Methoden wahlweise integrativ ineinander verschachtelt oder als eigenständige Bestandteile verzahnt werden (within vs. between methods, Kalch & Bilandzic, 2013).

Die Kombination grundverschiedener Methoden fordert ein hohes Mass an Reflexivität. Diesem Anspruch folgend ist der hier präsentierte mixed-methods Ansatz

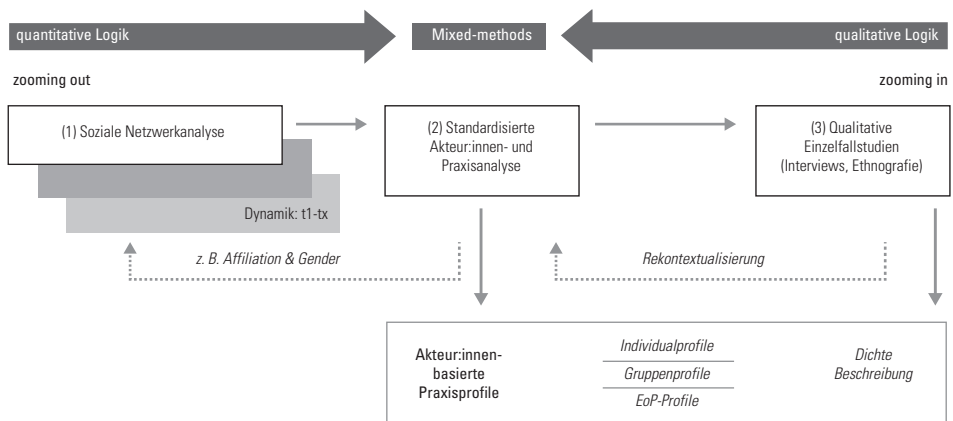
- › *kooperativ*, da qualitative und quantitative Vorgehensweisen aufeinander bezogen sind und (Teil-)Ergebnisse produzieren;
- › *kompetitiv*, da die qualitativen Vorgehensweisen als Korrektiv und Erweiterung zur quantitativen Abstraktion dienen;
- › *between und within methods*, da die Eigenleistungen der Teilmethoden einerseits erhalten bleiben und die quantitativen Daten andererseits in den qualitativen Einzelfallstudien als Elicitation-Material integriert werden;
- › *sequentiell-konsekutiv*, da die quantitativen sozialen Netzwerkanalysen und Codierungen zunächst relevante Akteur:innen identifizieren und sich vertiefende Einzelfallstudien auf Basis der quantitativen Befunde anschliessen.

Unser Ansatz zielt auf die Integration quantitativer und qualitativer Analysen durch so genannte Praxisprofile, deren interpretative Dichte im Forschungsprozess zunimmt. Abbildung 1 gibt einen Überblick über das Vorgehen. Das Design hat drei zentrale, konsekutiv aufeinander aufbauende Untersuchungsschritte: (1) Netzwerkanalysen ausgewählter Twitter-Diskurse; (2) standardisierte Akteur:innen- und Praxisanalysen der Twitter-Daten; sowie (3) vertiefende qualitative Einzelfallstudien. Die Netzwerkanalysen stehen für das Zooming-Out. Mit ihrer Hilfe können wir relevante Akteur:innen unterschiedlicher Provenienz und ihre Zentralität im Diskurs auch mit Blick auf Veränderungen im Zeitverlauf erfassen. Die standardisierte Akteur:innen- und Praxisanalyse ergänzt einerseits das «big picture» der Strukturanalyse, indem sie Basisinformationen zu den Knoten bzw. Akteur:innen liefert. Andererseits markiert sie über die vergleichsweise umfangreiche und feingliedrige Codierung diverser praxeologisch relevanter Merkmale der Twitterprofile und eines Tweet-Samples (pro Akteur:in) ein Zooming-In auf mittlerem Abstraktionsniveau. Die standardisierte Erhebung ermöglicht zudem Gruppen- und Merkmalsvergleiche im grösseren Stil, was insbesondere für die Identifizierung und Überprüfung überindividueller Praxismuster einen

entscheidenden Vorteil gegenüber rein qualitativer Einzelfallforschung darstellt. Letztere wiederum ist in unserem Design das essentielle Zooming-In-Werkzeug: Einerseits, um exemplarisch die Praxismuster – an zuvor als diskursprägend identifizierten Akteur:innen – rückzubinden an den (Arbeits- / Kommunikations-)Alltag; andererseits, um den Fokus auch abseits von Twitter zu weiten und die quantitativen Befunde in die weitere mediale und nicht-mediale Kommunikationspraxis der Akteur:innen einzuordnen.

Im Folgenden stellen wir die einzelnen Untersuchungsschritte näher vor. Als Beispiel dient der Twitter-Hashtag #systemrelevant, der im Mittelpunkt der Debatte um die gesellschaftliche Anerkennung verschiedener Berufsgruppen während der Corona-Pandemie stand. Unter den Bedingungen von Krise und erhöhtem Orientierungs- und Verhandlungsbedarf lassen sich hieran exemplarisch die performativen Dimensionen des öffentlichen Diskurses nachvollziehen. Mit dem gewählten, offenen Vorgehen zeigt sich (erst) bottom-up, welche Rolle Journalismus hierbei zukommt. In der Teilstudie zu #systemrelevant spielt er als aktiver Akteur eine untergeordnete Rolle (was nicht bedeutet, dass journalistische Referenzen / Quellen ohne Bedeutung wären). In anderen Teilstudien, etwa zum Hashtag #CoronaEltern, zeigt sich ein anderes Bild.

Abbildung 1: Die Untersuchungsschritte im Überblick



Quelle: Eigene Darstellung.

Hier ist Journalismus ein auffälliger und treibender Part. In #systemrelevant hingegen sind es primär Angehörige des Krankenhaus- und Pflegepersonals, die Aufmerksamkeit für ihre Position erzeugten.

4.2.1 Netzwerkanalysen der Twitter-Diskurse

Der erste Schritt unserer Analyse besteht darin, herauszufinden wie die eingangs benannten Gruppen gemeinsam die ausgewählten Diskursausschnitte zum Thema (hier: #systemrelevant) erzeugen. Das Ziel der Netzwerkanalysen ist, die einflussreichen Akteur:innen zu identifizieren und ihr Verhältnis zueinander zu eruieren. Die Datenbasis sind deutschsprachige Twitter-Daten. Auf Basis ausgewählter Hashtags und Keywords wurden seit März 2020 die entsprechenden Tweets (inkl. Retweets) über die Twitter API mittels des Befehls Pakets rtweet (Kearney, 2018) für die Programmieroberfläche R heruntergeladen.

Grundlage der Netzwerkanalyse sind die Twitter-Accounts als Knoten und ihre kommunikativen Beziehungen in Form von Retweets, Quotes, Mentions und Replies als Kanten. Es handelt sich dabei um ein gerichtetes Kommunikationsnetzwerk. Gemessen wird die Rolle der Akteur:innen im Diskurs anhand der drei Zentralitätsmasse Indegree, Outdegree und Betweenness-Zentralität. Während der Indegree die Anzahl der auf eine:n Akteur:in gerichteten Beziehungen beschreibt und daher mit Aufmerksamkeit und Prominenz in Verbindung gebracht wird, zählt der Outdegree die Anzahl aller ausgehenden Beziehungen. Akteur:innen mit einem hohen Outdegree haben ein besonders aktives Vernetzungsverhalten und bestimmen damit massgeblich die kommunikativen Beziehungen im Netzwerk mit (Wasserman & Faust, 2009). Die Betweenness-Zentralität dagegen misst die Anzahl der kürzesten Pfade, die durch eine:n Akteur:in verlaufen. Das bedeutet, Akteur:innen mit hohen Betweenness-Werten verknüpfen wenig verbundene Netzwerkteile miteinander und überwinden damit strukturelle Lücken (Burt, 2004, S. 353–354). Daher wird mit

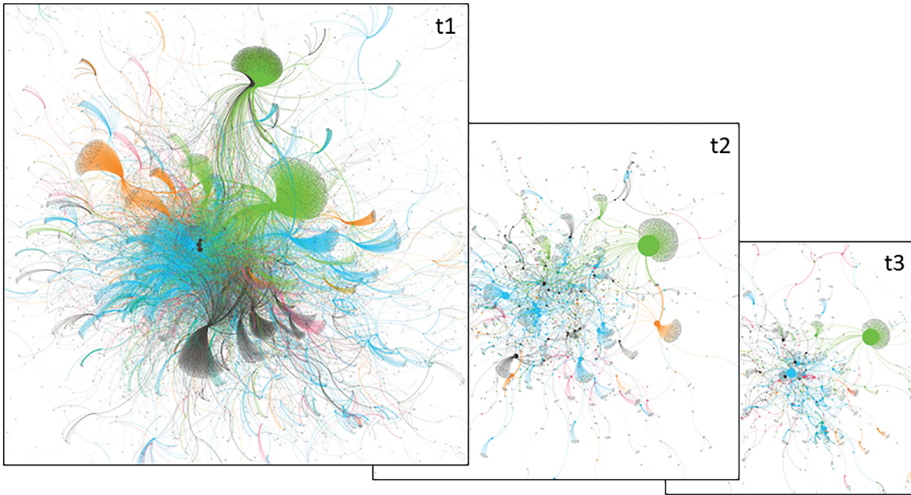
ihnen die Rolle der Brückenakteur:innen assoziiert. Die Auswahl basierend auf verschiedenen Massen ermöglicht es, heterogene Akteur:innen mit unterschiedlichen Beteiligungsprofilen zu inkludieren.

Ergebnis der Analysen sind darüber hinaus die Community-Strukturen, die Auskunft über die Nähe / Ferne der beteiligten Akteur:innen geben. Als Communities bezeichnet die Netzwerkforschung Cluster eng miteinander vernetzter Akteur:innen. Diese können anhand verschiedener Verfahren der Community-Detection bestimmt werden (für einen Überblick siehe Stoltenberg, Maier, & Waldherr, 2019). In dieser Studie kommt der Multi-Level-Algorithmus zum Einsatz (Blondel, Guillaume, Lambiotte, & Lefebvre, 2008). Gemäss der eingeführten Praxisperspektive sollen nicht allein statische Momentaufnahmen gemacht werden, sondern Verläufe und Prozesse nachvollziehbar werden. Die Netzwerkanalysen der Twitter-Daten erfolgen daher in Intervallen, um im grösseren Massstab Verschiebungen in der Relevanz der verschiedenen Akteur:innen und Subnetzwerke im zeitlichen Verlauf abbilden zu können.

Für den Beispieldiskurs #systemrelevant haben wir bis Jahresende 2020 entlang des Pandemieverlaufs drei Intervalle gebildet: t1 = März–Mai 2020 («1. Welle»); t2 Juni–September («Summerbreak»); t3 Oktober–Dezember («2. Welle»). Hintergrund dieser Entscheidung ist die Tatsache, dass die öffentliche Kontroverse hinsichtlich der Tweet-Anzahl stark verknüpft ist mit den «heissen» Phasen des Infektionsgeschehens und den damit verbundenen politischen Massnahmen zur Kontakteinschränkung. Die Intervallbildung erlaubt es, zu prüfen, welche Akteur:innen(gruppen) kontinuierlich oder phasenspezifisch zum Diskurs beigetragen haben. In Abbildung 2 wird die Aufmerksamkeit für zentrale Gruppen sichtbar: Hier werden journalistische Akteur:innen kaum adressiert; vor allem Privatpersonen sowie zivilgesellschaftliche und politische Akteur:innen dominieren.

Für sich allein genommen folgen die Netzwerkanalysen etablierten Verfahren der kommunikationswissenschaftlichen

Abbildung 2: #systemrelevant-Netzwerke in drei Intervallen (t1-t3)



Anmerkung: t1 (03.05.2020): 14 212 Knoten, 30 725 Kanten; t2 (06.09.2020): 3245 Knoten, 5110 Kanten; t3 (10.12.2020): 2736 Knoten, 3893 Kanten, Knotengröße proportional nach Indegree, Knotenfarbe: grün = Privatperson, blau = Zivilgesellschaft, schwarz = Politik, pink = Journalismus, türkis = Wissenschaft, orange = Sonstige, grau = nicht identifizierbar bzw. nicht codiert, Kantenfarbe entspricht dem Zielknoten, Layout-Algorithmus: Yifan Hu.

Netzwerkforschung zur Analyse von Twitter-Diskursen (z.B. Himmelboim, Smith, Rainie, Shneiderman, & Espina, 2017). In Kombination mit einer standardisierten Analyse praxeologisch relevanter Merkmale im zweiten Schritt zielen wir auf die detaillierte Analyse von Netzwerkstrukturdaten ab, die über die Codierung von Affiliations und soziodemografischer Merkmale hinausgeht.

4.2.2 Standardisierte Akteur:innen- und Praxisanalyse der Twitter-Daten

Der zweite Untersuchungsschritt besteht in einer standardisierten Akteur:innen- und Praxisanalyse der Twitter-Daten. Die Analyse von «user behavior» ist freilich kein Alleinstellungsmerkmal. Unterschiede liegen jedoch in der Detailtiefe und den Gegenständen der Codierung. Wir versuchen, zu einer Anreicherung der Netzwerkstrukturdaten zu gelangen, die praxistheoretische Ansprüche einer Kontextualisierung erfüllt. Zugleich reagieren wir damit auf die oft geäußerte Kritik, dass die Forschung zu sozialen Netzwerken zu einseitig die plattform-immanenten Struk-

turen von Daten in den Mittelpunkt rücke (Fuhse & Mützel, 2011, S. 1078–1079).

Die Codierungen beinhalten sowohl automatisierte als auch manuelle Schritte und beziehen sich einerseits auf die Accounts / Profilbeschreibungen und andererseits auf ein Sample an «authored tweets» (inkl. Quotes und Replies) pro ausgewählter:m Akteur:in. Neben der differenzierten Erfassung der Affiliations und den Bedeutungselementen bzw. dem Gegenstand der Kommunikation (z.B. genderbezogene Inhalte; in #systemrelevant thematisierte Berufsgruppen; genutzte Referenzen) liegt der Schwerpunkt auf den performativ-dramaturgischen Merkmalen (z.B. erfahrungsbasiertes Sprechen; Preisgabe privat-persönlicher Informationen; Geschlechtsidentität) sowie den Modalitäten bzw. dem Wie der Artikulation (z.B. sachlich, wütend / aufgebracht; Stilmerkmale im Umgang mit quasi-materiellen Elementen wie URLs, Hashtags, Bildern oder Videos).

Zur Bestimmung des Datenkorpus der standardisierten Analysen kommt eine zweistufige Sampling-Strategie zur Anwen-

derung. Auf Akteur:innenebene werden die Profile der Akteur:innen mit dem höchsten In- und Outdegree sowie der höchsten Betweenness-Zentralität (97% Intervall) der drei Netzwerke (t1–t3) codiert und doppelte Fälle anschliessend aussortiert. Im Fall der #systemrelevant-Daten ergab dies insgesamt 1283 Akteur:innen, die in die Profilanalyse eingingen. Die Identifikation der Affiliations, also das Zuweisen von Profilen zu Gruppen z.B. journalistischer, politischer oder zivilgesellschaftlicher Accounts, erfolgt über die Selbstbeschreibungen in den Twitter-Profilen bzw. deren Namen. Die Gruppenzuordnungen sowie die Geschlechtsidentifikation auf Profilebene ist auch für die weitere Auswertung der Tweets relevant. Deren aggregierte Merkmale bilden letztlich die gruppenbezogenen Profile beispielsweise der Tweet-Praxis von Journalist:innen, zivilgesellschaftlichen Akteur:innen, Männern oder Frauen.

Für die Tweet-Analyse wird aus diesem Korpus eine theoretisch hergeleitete Quotierung vorgenommen. Über alle Teilstudien hinweg werden Tweets von je 50 Akteur:innen aus den zuvor identifizierten Gruppenzugehörigkeiten mit je zur Hälfte individuellen und korporativen/kollektiven Akteur:innen für die weitere Analyse ausgewählt (bei Privatpersonen besteht das Sample nur aus individuellen Accounts). Berücksichtigt werden dabei Akteur:innen mit einem hohen Tweet-Volumen, die besonders aktiv am Diskurs teilgenommen haben und es werden maximal fünf Tweets eines Accounts einbezogen. Insgesamt ergab dies ein Gesamtvolumen von 752 Tweets für die Analyse des #systemrelevant-Hashtags.

4.2.3 Qualitative Einzelfallstudien

Im dritten Schritt wird die Sozial- und Medienpraxis ausgewählter Akteur:innen näher analysiert. Ausgewählt werden hierfür Fälle, die in einem oder in mehreren Teilstudien und den zugehörigen Netzwerken eine prominente Stellung haben und/oder Auffälligkeiten aufweisen, die für eine tiefere Beschäftigung im Kontext des Projekts ertragreich sind.

Ziel der qualitativen Einzelfallstudien ist es, die auf abstraktem Datenniveau herausgearbeiteten Muster zu rekontextualisieren und ihre Einbettung im Alltag der Akteur:innen sichtbar und verständlich zu machen. Damit erweitert die qualitative Forschung gleichzeitig den in den vorherigen Untersuchungsschritten angelegten Fokus über das Geschehen auf Twitter hinaus. In einem ebenfalls zweistufigen Vorgehen kombinieren die Fallstudien teilstrukturierte Interviews sowie medienethnografische On- und / oder Offline-Beobachtungen.

Mit jedem Fall wird ein qualitatives Leitfadenterview mit narrativen Gesprächselementen und visuellen, numerischen und textuellen Elicitation-Impulsen geführt (Lapenta, 2011). Im Mittelpunkt steht weniger die Eruiierung von (weil / um-zu) Motiven als die Aktivierung und das Erzählen von «practice stories» (Ahva, 2021), die um konkrete Erfahrungen, Ereignisse oder Projekte kreisen. Stimulus-Material sind u.a. das zuvor standardisiert codierte Tweet-Sample, aber auch Ausschnitte aus den Netzwerkgrafiken, die den Akteur:innen ihre eigene Position in den Datenausschnitten vor Augen führen. Diese Materialien und weitere fallbezogene Besonderheiten sind Teil von Datendossiers, die auf Basis der vorhergehenden Untersuchungsschritte und zusätzlicher Explorationen zu den Einzelfallstudien angelegt werden. Sich wiederholende Leitfragen sorgen für die Vergleichbarkeit der Einzelfallstudien. Ein weiterer Bestandteil der Interviews sind, sofern es die Gesprächsbedingungen zulassen, gemeinsam mit den Interviewten erstellte Netzwerk-Karten (ähnlich Merten, 2020; Mattoni, 2020). Im Gegensatz zu den quantitativen Netzwerkanalysen handelt es sich hier um subjektive Netzwerke, die die mediale und nicht-mediale Praxis der Befragten als Hintergrundverständnis ihrer öffentlichen Präsenz versuchen einzuordnen.

In Abhängigkeit von den zeitlichen Ressourcen der Akteur:innen werden die Gespräche nach Möglichkeit durch medienethnografische Miniaturen ergänzt (zum Begriff Bachmann & Wittel, 2011).

Avisiert sind zwei potenzielle Modi, deren Zuschnitt und Fokus gemeinsam mit den Akteur:innen im Forschungsprozess erarbeitet wird: (1) (auto)ethnografische Touren bzw. «media go-alongs» (Møller Jørgensen, 2016) durch die Social-Media-Kanäle der Forschungssubjekte, gestützt von der Methode des lauten Denkens; (2) punktuelle in-situ-Beobachtungen (on- und/oder offline), die primär im organisationalen Rahmen (z. B. Meetings zivilgesellschaftlicher Bündnisse) und/oder ereigniszentriert stattfinden. Im Fall des bedeutsamen Krankenhausbündnisses zu #systemrelevant fanden das Interview und ergänzende Beobachtungen beispielsweise im Rahmen von Bündnistreffen (per ZOOM) und der Begleitung einer Demonstration statt. Der Fokus der ethnografischen Beobachtungen liegt auf Routinen und den (quasi-)materiellen bzw. korporalen Elementen von Praxis. Die ethnografischen Miniaturen unterscheiden sich vom Interview durch ihre Offenheit und den Wechsel in eine begleitende (Beobachter:innen-)Rolle.

4.3 Praxisprofile als analytischer Fluchtpunkt

Die Ergebnisse der quantitativen Codierungen auf Twitter-Ebene als auch der qualitativen Einzelfallstudien münden in Praxisprofile. Im Verlauf der Forschung entstehen verschiedene Versionen und (Vor-)Stufen dieser Profile (Abbildung 1). Aufeinander aufbauend stehen sie für einen Prozess der schrittweisen analytischen Vertiefung und wechselseitigen Validierung.

Durch die Akteur:innen- und Praxisanalyse der Twitter-Daten wird jede:r relevante Akteur:in (pro Diskursausschnitt, hier also: #systemrelevant) zunächst auf individueller Ebene mit relevanten Merkmalen bestimmt. Diese Daten bilden einen Ausgangspunkt für die qualitativen Einzelfallstudien, die komplexe Porträts der Akteur:innen und ihrer Praktiken ermöglichen.

Das standardisierte Vorgehen erlaubt im nächsten Schritt gruppenbezogene Praxisprofile zu erstellen. Diese aggregierten Profile sind die Basis für Vergleiche der Performativität von Gruppen und können

aufzeigen, ob und inwiefern sich journalistische Akteur:innen auf Twitter tatsächlich anders präsentieren und kommunizieren als Vertreter:innen der Zivilgesellschaft oder Privatpersonen. Diese Praxisprofile bilden die Basis für Interpretationen möglicherweise komplementär ineinandergreifender Praxismuster verschiedener Gruppen sowie geschlechtsgebundener Differenzen. Diese Vergleiche sind datenquellenübergreifend möglich als auch im Vergleich der gewählten Diskursausschnitte. Es besteht somit die Möglichkeit, dass Journalist:innen im Hashtag #systemrelevant anders vertreten sind und auftreten als im Hashtag #CoronaEltern, der Probleme thematisiert, von denen sie als Eltern ggf. selbst betroffen sind.

Die dritte Profilart kehrt die Blickrichtung um. Während die gruppenbezogenen Profile ausgehend von den Akteur:innen und ihrer Praxis erstellt werden, beziehen sich die EoP-Profile auf markante Zusammenhänge in Elementen der Tweet-Sample-Codierungen (z. B. spezifische Ausdrucksmodalitäten oder Themen kombiniert mit spezifischen textuellen oder visuellen Referenzen). Erst im zweiten Schritt wird geprüft, inwiefern diese Merkmalskombinationen gruppen- oder geschlechtsspezifisch vorliegen. Diese Invertierung der Forschungslogik dient auch der kritischen Prüfung der Ergebnisse auf gruppenbezogener Ebene, insofern hier nicht die Distinktion verschiedener Gruppen vorab angenommen wird, sondern vielmehr über die Kombination der Elemente womöglich Ähnlichkeiten/Unterschiede zwischen Gruppen sichtbar werden.

In der Zusammenführung der Untersuchungsbausteine liefern die qualitativen Einzelfallstudien auch für die gruppen- und EoP-bezogenen Praxisprofile Hintergründe und «practice stories». Sie betten die Profile in die weitere mediale und nicht-mediale Praxis ausgewählter Akteur:innen ein und ergänzen episodisch den alltagsweltlichen Zusammenhang oder dienen als Kontrastfolie. Die qualitativen Einsichten helfen dabei die Ergebnisse der Twitter-Analysen einzuordnen. Schliesslich ist nicht gesagt, dass sich diese

mit der Relevanzsetzung der Akteur:innen decken. So können weitere individuelle oder übergreifende Muster sichtbar werden, die über die stark selektiven Diskursausschnitte und / oder Twitter als Bühne für performatives Handeln hinausgehen.

5 Fazit

Ausgehend vom Ansatz der performativen Öffentlichkeiten haben wir ein mixed-methods Design vorgestellt, das verschiedene Ziele verfolgt:

Ein zentrales *methodisches* und *methodologisches Anliegen* unseres Ansatzes ist es, quantitative soziale Netzwerkanalysen und standardisierte Codierungen von Social-Media-Profilen und Post- bzw. Tweet-Samples als praxeologische Instrumente aufzufassen und sie so zu modellieren, dass sie praxistheoretischen Ansprüchen gerecht werden. Diese Adaptionsarbeit ist kein Selbstzweck, sondern folgt der Einsicht, dass der Nachvollzug der performativen Emergenz von digitalen Öffentlichkeiten eine umfassende Diskurs-Kartografierung voraussetzt. Mikrosoziologische, ethnografisch orientierte Vefahrensweisen allein stossen hier an Grenzen.

In *konzeptueller Hinsicht* versteht sich das vorgestellte Design als Beitrag zu einer relationalen Journalismusforschung, die journalistische Praxis ins Verhältnis setzt zur Praxis anderer Öffentlichkeitsakteur:innen und dabei auf theoretische Vorab-Privilegierungen verzichtet (konstitutionslogisches Argument). Das Vorgehen baut damit nicht zuletzt Brücken zwischen Journalismusforschung, Forschung zu sozialen Bewegungen sowie Gender Media Studies, die qua disziplinärer Verortung (in der Regel) mit *einer* Akteur:innengruppe beschäftigt sind. Ein Schwerpunkt unserer Forschung – im Anschluss und in Ergänzung der bestehenden Forschung zu Rollenmustern von Journalist:innen – liegt in performativ sichtbar gemachten Erfahrungen, Identitätsfacetten, Wertungen, Positionierungen, Referenzen sowie genderbezogenen Artikulationen (dramaturgisches Argument). Da mehrere Ak-

teur:innengruppen mit einem identischen Instrumentarium erfasst werden, können sowohl Gemeinsamkeiten und Unterschiede der verschiedenen Gruppen nachgewiesen, als auch ggf. komplementäre Praxismuster herausgearbeitet werden. Die Ergebnisse der einzelnen Untersuchungsschritte münden in die oben skizzierten Praxisprofile.

Mit diesem *relationalen Ansatz* zur Erforschung performativer Öffentlichkeiten bieten wir ein methodologisches Instrument, um Wandel von, mit und durch Journalismus in einer veränderten Medienökologie zu erfassen. Selbstverständlich stellt das hier präsentierte Vorgehen nur einen spezifischen Weg dar, um Performativität öffentlicher Praxis zu untersuchen. Unser Projekt geht von Twitter als zentraler Bühne performativer Praxis aus. Zugleich zielt es auf eine Öffentlichkeitsforschung ab, die über Twitter hinausweist. Andere Zuschnitte sind ebenso wünschenswert, insbesondere in der quantitativen Erfassung von Praktiken über Plattformen hinweg (wie Facebook, Instagram oder TikTok), aber auch mit Blick auf soziale Netzwerkdaten, die sich nicht allein aus Plattformen der sozialen Medien speisen, sondern z. B. Webseiten umfassen, oder analoge Bühnen wie Konferenzen oder TV-Talks, in denen verschiedene Akteur:innengruppen ebenfalls gemeinsam Öffentlichkeit herstellen. Lohnenswert wäre auch die stärkere Integration algorithmischer Konstitutionsleistungen in die Analyse performativer Öffentlichkeiten. Wir verstehen unseren Beitrag daher ausdrücklich als Einladung zu weiteren Adaptionen mit anderen und zusätzlichen Schwerpunkten.

Danksagung

Dieser Artikel ist im Rahmen des DFG-geförderten Forschungsprojekts «Herausforderungen an Journalismus: Zum Verständnis von performativen Öffentlichkeiten durch Media Practice» entstanden (Projektnummer 418375831).

Interessenkonflikt

Die Autor:innen erklären, dass keine Interessenkonflikte bestehen.

Literatur

- Abidin, C. (2021). From “networked publics” to “refracted publics”: A companion framework for researching “Below the Radar” studies. *Social Media + Society*, 7(1), 1–13. <https://doi.org/10.1177/2056305120984458>
- Abramson, C. M., Joslyn, J., Rendle, K. A., Garrett, S. B., & Dohan, D. (2018). The promises of computational ethnography: Improving transparency, replicability, and validity for realist approaches to ethnographic analysis. *Ethnography*, 19(2), 254–284. <https://doi.org/10.1177/1466138117725340>
- Ahva, L. (2017). Practice theory for journalism studies: Operationalizing the concept of practice for the study of participation. *Journalism Studies*, 18(12), 1523–1541. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1139464>
- Ahva, L. (2021, May). *Studying dispersed journalism: The method of practice stories*. Vortrag auf der Jahrestagung der International Communication Association (ICA), Denver, CO.
- Ausserhofer, J., & Maireder, A. (2013). National politics on Twitter: Structures and topics of a networked public sphere. *Information, Communication & Society*, 16(3), 291–314. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.756050>
- Bachmann, G., & Wittel, A. (2011). Medienethnographie. In R. Ayaß & J. Bergmann (Hrsg.), *Qualitative Methoden der Medienforschung* (S. 183–219). Mannheim: Verlag für Gesprächsforschung. Abgerufen unter <http://www.verlag-gespraechsforschung.de/2011/pdf/medienforschung.pdf>
- Beaulieu, A. (2017). Vectors for fieldwork: Computational thinking and new modes of ethnography. In L. Hjorth, H. A. Horst, A. Galloway, & G. Bell (Hrsg.), *The Routledge companion to digital ethnography* (S. 29–39). New York, NY: Routledge.
- Birkbak, A. (2013, May). From networked publics to issue publics: Reconsidering the public / private distinction in web science. *Proceedings of the 5th Annual ACM Web Science Conference on – WebSci ’13* (S. 24–32). <https://doi.org/10.1145/2464464.2464489>
- Blöbaum, B. (1994). *Journalismus als soziales System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Blondel, V. D., Guillaume, J.-L., Lambiotte, R., & Lefebvre, E. (2008). Fast unfolding of communities in large networks. *Journal of Statistical Mechanics: Theory and Experiment*, o.Jg. (10), 1–12.
- Boler, M., Macdonald, A., Nitsou, C., & Harris, A. (2014). Connective labor and social media: Women’s roles in the “leaderless” Occupy movement. *Convergence*, 20(4), 438–460. <https://doi.org/10.1177/1354856514541353>
- Bonilla, Y., & Rosa, J. (2015). #Ferguson: Digital protest, hashtag ethnography, and the racial politics of social media in the United States. *American Ethnologist*, 42(1), 4–17. <https://doi.org/10.1111/amet.12112>
- Borges-Rey, E. (2015). News images on Instagram: The paradox of authenticity in hyperreal photo reportage. *Digital Journalism*, 3(4), 571–593. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1034526>
- boyd, danah m. (2011). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi (Hrsg.), *A networked self: Identity, community and culture on social network sites* (S. 39–58). New York, NY: Routledge.
- Bräuchler, B., & Postill, J. (Eds.) (2010). *Theorising media and practice*. Oxford, UK: Bergahn Books.
- Breidenstein, G., Hirschauer, S., Kalthoff, H., & Nieswand, B. (2020). *Ethnografie. Die Praxis der Feldforschung* (3. Aufl.). Stuttgart: UTB.
- Brüggemann, M. (2011). Journalistik als Kulturanalyse. Redaktionskulturen als Schlüssel zur Erforschung journalistischer Praxis. In O. Jandura, T. Quandt, & J. Vogelgesang (Hrsg.), *Methoden der Journalismusforschung* (S. 47–65). Wiesbaden: VS.
- Burt, R. S. (2004). Structural holes and good ideas. *American Journal of So-*

- cology, 110(2), 349–399. <https://doi.org/10.1086/421787>
- Buschow, C. (2018). *Die Neuordnung des Journalismus. Eine Studie zur Gründung neuer Medienorganisationen*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Caliandro, A. (2018). Digital methods for ethnography: Analytical concepts for ethnographers exploring social media environments. *Journal of Contemporary Ethnography*, 47(5), 551–578. <https://doi.org/10.1177/0891241617702960>
- Caplan, R., & boyd, d. (2018). Isomorphism through algorithms. Institutional dependencies in the case of Facebook. *Big Data & Society*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2053951718757253>
- Carlson, M., & Lewis, S. C. (Hrsg.) (2015). *Boundaries of journalism: Professionalism, practices and participation*. New York, NY: Routledge.
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. New York, NY: Oxford University Press.
- Costera Meijer, I. (2020). Understanding the audience turn in journalism: From quality discourse to innovation discourse as anchoring practices 1995–2020. *Journalism Studies*, 21(16), 2326–2342. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1847681>
- Cottle, S. (2000). New(s) times: Towards a “second wave” of news ethnography. *Communications. The European Journal of Communication Research*, 25(1), 19–41. <https://doi.org/10.1515/comm.2000.25.1.19>
- Couldry, N. (2004). Theorising media as practice. *Social Semiotics*, 14(2), 115–132. <https://doi.org/10.1080/1035033042000238295>
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world. Social theory and digital media practice*. Malden, MA: Polity Press.
- Duffy, B. E., & Pruchniewska, U. (2017). Gender and self-enterprise in the social media age: A digital double bind. *Information, Communication & Society*, 20(6), 843–859. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1291703>
- Eldridge II, S. A. (2017). *Online journalism from the periphery: Interloper media and the journalistic field*. London, UK: Routledge.
- Friemel, T. N., & Neuberger, C. (2021). Öffentlichkeit als dynamisches Netzwerk. In M. Eisenegger, M. Prinzing, P. Ettinger, & R. Blum (Hrsg.), *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit* (S. 81–96). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Fuhse, J. A., & Müttzel, S. (2011). Tackling connections, structure, and meaning in networks: Quantitative and qualitative methods in sociological network research. *Quality and Quantity*, 45(5), 1067–1089. <https://doi.org/10.1007/s11135-011-9492-3>
- Gnau, B. C., & Wyss, E. L. (2019). Der #Me-Too-Protest. Diskurswandel durch alternative Öffentlichkeit. In S. Hauser, R. Opilowski, & E. L. Wyss (Hrsg.), *Alternative Öffentlichkeiten. Soziale Medien zwischen Partizipation, Sharing und Vergemeinschaftung* (S. 131–165). Bielefeld: transcript.
- Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2017). Journalistic roles and the struggle over institutional identity: The discursive constitution of journalism. *Communication Theory*, 27(2), 115–135. <https://doi.org/10.1111/comt.12112>
- Hannerz, U. (2003). Being there ... and there ... and there! Reflections on multi-site ethnography. *Ethnography*, 4(2), 201–216. <https://doi.org/10.1177/14661381030042003>
- Hanusch, F. (2018). Political journalists’ corporate and personal identities on Twitter profile pages: A comparative analysis in four Westminster democracies. *New Media & Society*, 20(4), 1488–1505. <https://doi.org/10.1177/146144817698479>
- Hasebrink, U. (2014). Medienrepertoires: Ein analytischer Rahmen zur Untersuchung des «Nebeneinander» verschiedener Medien. In K. Kleinen-von Königslöw & K. Förster (Hrsg.), *Medienkonvergenz und Medienkomplementarität aus Rezeptions- und Wirkungsperspektive* (S. 13–36). Baden-Baden: Nomos.
- Himmelboim, I., Smith, M. A., Rainie, L., Shneiderman, B., & Espina, C. (2017). Classifying Twitter topic-networks using social network analysis. *Social Media + Society*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.1177/2056305117691545>
- Kalch, A., & Bilandzic, H. (2013). Mehrmetho- dendesigns in der Kommunikationswissenschaft. In W. Möhring & D. Schlütz

- (Hrsg.), *Handbuch standardisierte Erhebungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft* (S. 165–180). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Kearney, M. W. (2018). *rtweet: Collecting Twitter data. R package version 0.6.7*. Abgerufen unter <https://cran.r-project.org/package=rtweet>
- Klaus, E. (2017). Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Selbstverständigungsprozess und das Drei-Ebenen-Modell von Öffentlichkeit. Rückblick und Ausblick. In E. Klaus & R. Drüeke (Hrsg.), *Öffentlichkeiten und gesellschaftliche Aushandlungsprozesse. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde* (S. 17–37). Bielefeld: transcript.
- Klinger, U. (2018). Aufstieg der Semiöffentlichkeit: Eine relationale Perspektive. *Publizistik*, 63(2), 245–267. <https://doi.org/10.1007/s11616-018-0421-5>
- Lapenta, F. (2011). Some theoretical and methodological views on photo-elicitation. In E. Margolis & L. Pauwels (Hrsg.), *The SAGE handbook of visual research methods* (S. 201–213). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the social. An introduction to actor-network-theory*. New York, NY: Oxford University Press.
- Lewis, S. C., & Molyneux, L. (2018). A decade of research on social media and journalism: Assumptions, blind spots, and a way forward. *Media and Communication*, 6(4), 11–23. <https://doi.org/10.17645/mac.v6i4.1562>
- Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015). Actors, actants, audiences, and activities in cross-media news work: A matrix and a research agenda. *Digital Journalism*, 3(1), 19–37. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.927986>
- Loosen, W., & Schmidt, J.-H. (2016). Multi-method approaches in journalism research. In T. Witschge, C. W. Anderson, D. Domingo, & A. Hermida (Hrsg.), *The SAGE handbook of digital journalism* (S. 562–576). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Loosen, W., & Scholl, A. (2011). Validierung oder Ergänzung? Zur Praxis von Methodenkombinationen in der Journalismusforschung. In O. Jandura, T. Quandt, & J. Vogelgesang (Hrsg.), *Methoden der Journalismusforschung* (S. 109–121). Wiesbaden: VS.
- Lünenborg, M., & Maier, T. (2013). *Gender Media Studies. Eine Einführung*. Konstanz: UVK.
- Lünenborg, M., & Raetzsch, C. (2018). From public sphere to performative publics: Developing media practice as an analytic model. In S. Foellmer, M. Lünenborg, & C. Raetzsch (Hrsg.), *Media practices, social movements, and performativity: Transdisciplinary approaches* (S. 13–35). Abingdon, UK: Routledge.
- Lünenborg, M., & Röser, J. (2012). *Ungleich mächtig: Das Gendering von Führungspersonen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft in der Medienkommunikation*. Bielefeld: transcript.
- Lünenborg, M., Raetzsch, C., Reißmann, W., & Siemon, M. (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten: Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In J. Schützneder, K. Meier, & N. Springer (Hrsg.), *Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft: Proceedings zur Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 2019* (S. 34–51). Eichstätt: DGpuK. <https://doi.org/10.21241/ssoar.70817>
- Marwick, A. E. (2013). *Status update: Celebrity, publicity, and branding in the social media age*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Mattoni, A. (2017). A situated understanding of digital technologies in social movements. Media ecology and media practice approaches. *Social Movement Studies*, 16(4), 494–505. <https://doi.org/10.1080/14742837.2017.1311250>
- Mattoni, A. (2020). A media-in-practices approach to investigate the nexus between digital media and activists' daily political engagement. *International Journal of Communication*, 14, 2828–2845. Abgerufen unter <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/11216/3098>
- Mellado, C., & Hermida, A. (2022). A conceptual framework for journalistic identity on social media: How the personal and professional contribute to power and profit. *Digital Journalism*, 10(2), 284–299. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1907203>

- Meraz, S., & Papacharissi, Z. (2013). Networked gatekeeping and networked framing on #Egypt. *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), 138–166. <https://doi.org/10.1177/1940161212474472>
- Merten, L. (2020). Contextualized repertoire maps: Exploring the role of social media in news-related media repertoires. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 21(2), 1–32. <https://doi.org/10.17169/FQS-21.2.3235>
- Møller Jørgensen, K. (2016). The media go-along: Researching mobilities with media at hand. *MedieKultur. Journal of Media and Communication Research*, 32(60), 32–49. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v32i60.22429>
- Molyneux, L., Holton, A., & Lewis, S. C. (2018). How journalists engage in branding on Twitter: Individual, organizational, and institutional levels. *Information, Communication & Society*, 21(10), 1386–1401. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1314532>
- Nicolini, D. (2009). Zooming in and out: Studying practices by switching theoretical lenses and trailing connections. *Organization Studies*, 30(12), 1391–1418. <https://doi.org/10.1177/0170840609349875>
- Nicolini, D. (2017). Practice theory as a package of theory, method and vocabulary: Affordances and limitations. In M. Jonas, B. Litig, & A. Wroblewski (Hrsg.), *Methodological reflections on practice oriented theories* (S. 19–34). Heidelberg: Springer.
- Picone, I. (2018). Digital news users ... and how to find them: Theoretical and methodological innovations in news use studies. In S. Eldridge II & B. Franklin (Hrsg.), *The Routledge handbook of developments in digital journalism studies* (S. 143–154). London, UK: Routledge.
- Pink, S., Horst, H. A., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2015). *Digital ethnography. Principles and practice*. London, UK: Sage.
- Poell, T. (2019). From spheres to trajectories of publicness: Exploring how the 2010 Toronto G20 protests were communicated through social media platform. In M. Lalancette, V. Raynauld, & E. Crandall (Hrsg.), *What's trending in Canadian politics? Understanding transformations in power, media, and the public sphere* (S. 127–145). Vancouver, Kanada: UBC Press.
- Raabe, J. (2004). Die sozialen Grundlagen journalistischer Praxis. Journalisten und ihr Handeln in der Sicht wissenschaftlicher Forschung. *Communicatio Socialis*, 37(1), 3–25. Abgerufen unter <https://ejournal.communicatio-socialis.de/index.php/cc/article/view/641>
- Raabe, J. (2016). Journalismus als kulturelle Praxis. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 339–354). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Raetzsch, C. (2015). Innovation through practice. Journalism as a structure of public communication. *Journalism Practice*, 9(1), 65–77. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.928466>
- Raetzsch, C., & Lünenborg, M. (2020). Anchoring practices for public connection: Media practice and its challenges for journalism studies. *International Journal of Communication*, 14, 2868–2886. Abgerufen unter <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/11213/3100>
- Reese, S. D. (2016). The new geography of journalism research: Levels and spaces. *Digital Journalism*, 4(7), 816–826. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1152903>
- Robinson, S., & Anderson, C. W. (2020). Network ethnography in journalism studies: A mixed-method approach to studying media ecologies. *Journalism Studies*, 21(7), 984–1001. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1720519>
- Schatzki, T. R. (2016). Praxistheorie als flache Ontologie. In H. Schäfer (Hrsg.), *Praxistheorie. Ein soziologisches Forschungsprogramm* (S. 29–44). Bielefeld: transcript.
- Schmidt, J.-H., & Taddicken, M. (2017). Soziale Medien: Funktionen, Praktiken, Formationen. In J.-H. Schmidt & M. Taddicken (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (S. 23–37). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Schmidt, R. (2012). *Soziologie der Praktiken. Konzeptionelle Studien und empirische Analysen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Seier, A. (2007). *Remediatisierung. Die performative Konstitution von Gender und Medien*. Münster: LIT.

- Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice: Everyday life and how it changes*. London, UK: Sage.
- Steensen, S., & Westlund, O. (2020). *What is digital journalism studies?* London, UK: Routledge.
- Stegbauer, C. (Hrsg.) (2010). *Netzwerkanalyse und Netzwerktheorie: Ein neues Paradigma in den Sozialwissenschaften* (2. Aufl.). Wiesbaden: VS.
- Stephansen, H. C., & Treré, E. (2020). *Citizen media and practice: Currents, connections, challenges*. Abingdon, UK: Routledge.
- Stoltenberg, D., Maier, D., & Waldherr, A. (2019). Community detection in civil society online networks: Theoretical guide and empirical assessment. *Social Networks*, 59, 120–133. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2019.07.001>
- Swidler, A. (2001). What anchors cultural practices. In T. R. Schatzki, K. Knorr-Cetina, & E. von Savigny (Hrsg.), *The practice turn in contemporary theory* (S. 74–92). London, UK: Routledge.
- Usher, N. (2016). *Interactive journalism: Hackers, data and code*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, 1(1), 2–14. <https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70>
- van Dijck, J., & Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society. Public values in a connective world*. New York, NY: Oxford University Press.
- Wasserman, S., & Faust, K. (2009). *Social network analysis: Methods and applications* (18th repr. with corrections). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Willig, I. (2013). Newsroom ethnography in a field perspective. *Journalism*, 14(3), 372–387. <https://doi.org/10.1177/1464884912442638>
- Yang, G. (2016). Narrative agency in hashtag activism: The case of #BlackLivesMatter. *Media and Communication*, 4(4), 13–17. <https://doi.org/10.17645/mac.v4i4.692>