

Izvorni naučni rad
UDK 32:004.738.5(73)
UDK 659.4:929Трамп Д.

Sandra LUKŠIĆ (Split)

Filozofski fakultet Sveučilišta u Splitu
sluksic@ffts.hr

Senka MARINČIĆ (Mostar)

Filozofski fakultet Sveučilišta u Mostaru
senka.marincic@ff.sum.ba

POLITIKVERMITTLUNG IN TWEETS: DER FALL DES TWITTERNDEN US-PRÄSIDENTEN DONALD TRUMP

Im vorliegenden Beitrag werden im Rahmen einer politolinguistischen Analyse Twitter als soziale Plattform und die Twitter-Aktivität des ehemaligen US-Präsidenten Donald Trump zwischen dem 8. Dezember 2020 und dem 8. Januar 2021 untersucht. Im genannten Zeitraum ist die Frequenz von Trump versendeter Tweets mit dem näher rückenden Datum der 59. Präsidentschaftswahl in der USA und danach ständig gestiegen, bis zu dem Tag, an dem Twitter Inc. sein Twitter-Konto sperrte. Im Korpus von 317 versendeten Tweets werden bestimmte sprachliche Merkmale einer Analyse auf mehreren Ebenen unterzogen, ausgehend von zwei Annahmen: (1) es gibt sprachliche Faktoren, die Populismus auf Twitter begünstigen und (2) die Vorstellung von der Politikvermittlung auf Twitter hängt von den Plattformnutzern selbst und ihrem Sprachverhalten ab. Am Beispiel von Trumps Tweets soll der Artikel veranschaulichen, (i) wie politisch motivierte Themen und Interessen auf Twitter strategisch kommuniziert werden und (ii) dass Trumps Politikvermittlung auf Twitter die Züge eines populistischen Stils aufweist. Die Analyseergebnisse zeigen, dass seiner besonderen Twitter-Aktivität komplexe Kommunikationsstrategien zugrunde liegen, um die Annahmen über die zu verändernden politischen Verhältnisse und den zu erreichenden Zielzustand zu schaffen.

Schlüsselwörter: *Politikvermittlung, Twitter, Trump, Populismus*

1. Einleitung: Sprache in der Politik – Gestaltung und Merkmale

Sprache in der Politik bedeutet vor allem sprachliches Handeln in der Politik (Girnth, 2015: 1) und es lässt sich in der Politik nur schwer zwischen Reden und Handeln unterscheiden, „weil das Reden wohl handeln bedeutet“ (Eppler, 1992: 7).

Sprachverwendung in der Politik setzt voraus, dass politische Akteure vor bestimmten Herausforderungen stehen, vornehmlich wie komplexe politische Sachverhalte der Öffentlichkeit verständlich zu präsentieren. Denn, die Sprachverwendung in der Politik ist an die Institution der Öffentlichkeit gebunden (Girnth, 2015: 1) und die zentrale Eigenschaft politischer Handlung mittels Sprache besteht darin, dass sie eine Form der Massenkommunikation darstellt. Innerhalb dieser Kommunikation sind die Verständigungs- und Vermittlungsprobleme von größter Brisanz. Sie können nicht nur den Zündstoff für Konflikte und hitzige Debatten darstellen, direkt auf den Prozess der Meinungs- und Wissenskonstruktion wirken, sondern auch zur Politikverdrossenheit beitragen. Das Problem liegt zu einem darin, dass komplexe Sachverhalte aus der Sphäre der Politik so vermittelt werden sollten, dass die Öffentlichkeit sie verstehen, zum anderen müssen sie unter gewissen strategischen Gesichtspunkten vermittelt werden. Unter strategischer Kommunikation kann der gezielte Einsatz von Kommunikation verstanden werden, um die Kognitionen, Einstellungen oder Verhaltensweisen einer Zielgruppe zu beeinflussen¹. Josef Klein, der berühmte deutsche Expert für Sprache in der Politik, geht davon aus, dass in der Politik eine partikularistische Zwecksrationalität herrscht: sage nichts, was der eigenen Position oder Gruppe schadet, sage Kritisches über den politischen Gegner, halte die Spielräume für das politische Überlisten offen usw². Ihrem Wesen nach ist diese Zwecksrationalität strategisch gestaltet, so dass die Politiker auf vielfältige Kommunikationsstrategien (Taktiken und Verfahren) zurückgreifen können: den Gebrauch von Schlagwörtern, Slogans, indirekter Sprache, Euphemismen, Freund-Feind-Begriffen usw. Das Zielspektrum strategisch gestalteter politischer Kommunikation ist breit: unangenehme Wahrheiten oder wirkliche Absichten verschleiern, von heiklen politischen Themen ablenken und in eine andere Richtung lenken. Die Folge davon ist, dass Gesagtes und Gedachtes nicht zusammenpassen, sodass das Gedachte mit Hilfe des Inferenzverfahrens ermittelt werden muss,

¹ <https://publizistik.univie.ac.at/forschung/forschungsbereiche/strategische-kommunikation/> (Stand: 26.12.2022).

² <https://www.merton-magazin.de/sprache-praegt-unser-denken-unser-empfinden-und-unser-re-werte?tags=Sprachwissenschaft//> (Stand: 2.8.2021).

weil bestimmte Konversationsmaximen verletzt werden³. Klein glaubt, dass sich die politische Kommunikation mit dem zunehmenden Erfolg populistischer Parteien gewandelt habe, gegeben, dass die politische Rhetorik bisher jahrzehntelang moderat sei⁴. Heutzutage wird in der politischen Rhetorik ein ganzes Cluster von Informationen und Emotionen genutzt, wie geringes Selbstwertgefühl, Wut und Zorn auf alles was Rang und Namen hat. Die Verstöße gegen das Prinzip der Wahrhaftigkeit oder Relevanz in der politischen Kommunikation fügen in vielen Fällen den Beteiligten keinen politischen Schaden mehr zu. Im nächsten Kapitel befassen wir uns mit diesem neuen Paradigma in der politischen Kommunikation aus der Perspektive der Analyse von Twitter und seiner Rolle als Kommunikationsplattform sowie von Populismus als multidimensionales Phänomen.

2. Twitter und populistische Politikvermittlung

Das digitale Medium Twitter oder Microblogging-Dienst ist eine Kommunikationsplattform, zu deren kommunikativen Merkmalen die Veröffentlichung kleinster Informationseinheiten oder Tweets gehört (vgl. Unger, 2012: 356). Tweets, die auf je 280 Zeichen begrenzt sind, haben ein hohes Interaktivitätspotenzial. Die Plattformnutzer werden ermutigt, Inhalte selbst aktiv abzurufen und verschiedene Interaktionsmöglichkeiten zu nutzen (Donges und Jarren, 2017: 63). Die Interaktionsmöglichkeiten sind so groß, dass Tweets anderer Plattformnutzer als Retweets weitergeleitet werden können, wodurch ein großes Potenzial zur Reichweitensteigerung besteht (vgl. Thimm et al., 2012: 299). Twitter weist damit zusammenhängende Asymmetrien auf: einerseits handelt es sich um fragmentierte Mikroöffentlichkeiten (vgl. Müller J. W., 2017: 57), andererseits hat Twitter ein sehr großes Informationsverbreitungspotenzial. Wenn politische Inhalte auf Twitter kommuniziert werden, können sich die Beteiligten in zwei gegensätzliche Gruppen polarisieren. So findet man an einem Pol des diskursiven „Schlachtfelds“ politische Akteure und ihre Unterstützer, die eine Art von Politik und politischen Interessen vertreten. Sie vermitteln, kommentieren und interpretieren nicht nur politische Inhalte in einer virtuellen Umgebung, sondern konstituieren dadurch ein kollektives Wissen und Bewusstsein. Gleichzeitig findet man am anderen Ende des

³ a) Maxime der Qualität (die Wahrheit wird nicht gesagt), b) Maxime der Relevanz (es wird nichts Relevantes zum Thema gesagt), c) Maxime der Quantität (die erwartete Informationsmenge wird nicht gegeben) und d) Maxime der Modalität (Unklarheiten werden nicht vermieden). [Anm. d. A.].

⁴ <https://www.merton-magazin.de/sprache-praegt-unser-denken-unser-empfinden-und-unser-re-werte?tags=Sprachwissenschaft//> (Stand: 2.8.2021).

Spektrums eine Gruppe politischer Andersdenkender oder Gegner, die es zu überstimmen gilt und die in ihrer kommunikativen Reichweite oder Handlungsfreiheit eingeschränkt werden sollen. Eine Personengruppe versucht, das gemeinsame Wissen und Bewusstsein zu einem politischen Thema für ihre politischen Ziele strategisch zu nutzen, indem sie eine andere Personengruppe als „Feinde“ oder „feindesähnlich“ diffamiert. Dafür stehen zahlreiche sprachliche Ressourcen zur Verfügung: Fahnen- und Stigmavokabeln, Ideologievokabular, die Verwendung von Personalpronomina (*wir* versus *sie*) usw. Die genannten sprachlichen Markierungen dienen dazu, die Grenzen zwischen der Eigen- und der Fremdgruppe zu konstruieren. Aus diesen Gründen kann Twitter als Kurznachrichtendienst angesehen werden, der Polemik, Polarisierung und sogar Hass begünstigt, obwohl klar ist, dass der Umgang mit politischen Themen von jedem Plattformnutzer und seinem Sprachverhalten abhängt. Die zunehmende Polarisierung der Gesellschaft und eine wachsende Popularität insbesondere rechter politischer Optionen stellen einen Nährboden für populistische Agitation dar⁵. Die Polarisierung wird durch Kontraste begünstigt, wenn die Politiker auf der einen Seite des politischen Spektrums in Gegensatzpaaren sprechen (richtig/falsch, Wahrheit/Lüge, positiv/negativ, z. B. als AfD-Politiker 2019 den türkischstämmigen Journalisten Deniz Yücel, der sich über Deutschland kritisch geäußert hat, zum *antideutschen Hassprediger* erklärten⁶ oder als Donald Trump 2020 twitterte „The Depraved Swamp have been trying to stop me – because *they* know I don’t answer to *THEM* – I answer only to *YOU*. Together, *we* will defeat the corrupt establishment, *we* will DETHRONE the failed political class, *we* will drain the Washington Swamp & *we* will SAVE THE AMERICAN DREAM!“⁷). Es gibt zahlreiche Forschungsbeiträge, die sich gezielt mit Populismus auf Twitter beschäftigen⁸, daher wird der Begriff nur kurz erläutert.

Populismus ist in den Politik- und Sozialwissenschaften ein mehrdimensionales Phänomen⁹, dem der Ruf anhaftet, Vorurteile zu verstärken, Gefühle von Patriotismus zu erwecken, komplexe Sachverhalte zu simplifizieren, sie zugunsten einfacher, affektgeladener Lösungen zu umgehen (vgl. Holtmann et al.,

⁵ <https://www.bpb.de/themen/parteien/rechtspopulismus/240803/sprache-themen-und-politische-agitationsformen/> (Stand: 27. 12. 2022).

⁶ www.spiegel.de; www.merkur.de (Stand: 28.4.2019).

⁷ @realDonaldTrump (November 2, 2020). Durch die Verwendung von Personalpronomina *they/them* versus *we* und *you* machen sich die Grenzen zwischen „uns“ und der politischen Gegnerschaft identifizierbar: nur „wir“ repräsentieren 'das wahre amerikanische Volk' (vgl. Müller J. W., 2016: 72).

⁸ <https://www.tandfonline.com/toc/rics20/current> (Stand: 6.8.2021).

⁹ Hartleb (2005:15) nennt vier Dimensionen des Populismus: technische, inhaltliche, personelle und mediale Dimension.

2006: 7) und sich den Rändern des politischen Spektrums zu nähern (vgl. Reinemann, 2017: 168). Populistische Bewegungen haben innerhalb Europas und weltweit immer mehr an Bedeutung gewonnen (vgl. Hillebrand, 2015; Moffitt, 2016) und aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive ist der Fokus auf kommunikative Voraussetzungen für den Erfolg von Populismus gerichtet (vgl. Reinemann et al., 2016). Populistische Akteure wenden Kommunikationsstrategien und -stile an, die all das zum Ausdruck bringen sollen, was von Regierungen, Medien, Mainstream-Parteien und Establishment ignoriert bzw. verschwiegen wird. Meist wird eine „direkte Demokratie“ gefordert, d. h. eine politische Entscheidungsfindung durch ein Referendum und/oder eine Volkssinitiative. Die populistische Demokratiekonzeption beruht auf Ausgrenzung, größtmöglicher Polarisierung, Protest und Provokation mit dem Anspruch, dem wahren Willen des Volkes eine Stimme zu geben (vgl. Holtmann et al., 2006; Decker, 2013). Der populistische Politik- und Kommunikationsstil (vgl. Bracciale und Martella, 2017: 1313) zeichnet sich durch eine expressive Rhetorik und demagogische Ansprache aus, mit dem Ziel, bspw. in Wahlkämpfen an die Wähler zu appellieren und ihre Unterstützung zu „kaufen“. Es ist ein Kommunikationsstil, der oftmals auf schwarzweißmalerische Rhetorik, Umgangssprache oder vereinfachenden Sprachgebrauch zurückgreift, um die Volksnähe zu demonstrieren und das Volk gegen das politische Establishment zu stellen¹⁰.

Betrachtet man Twitter als Kommunikationsplattform und Populismus als Modell der Politikvermittlung und als Form politischen und gesellschaftlichen Handelns, so lässt sich feststellen, dass sich der populistische Kommunikationsstil auf Twitter widerspiegeln kann. Man spricht von einer „Symbiose“ zwischen Populismus und Massenmedien wie Twitter, so Hartleb (2005: 15)¹¹. Um die Frage zu beantworten, ob es Faktoren gibt, die Populismus in sozialen Netzwerken begünstigen, wurde 2020¹² eine umfangreiche diskursanalytische Studie zur politischen Polarisierung auf Twitter veröffentlicht. Die vorliegende Analyse basiert auf der in dieser Studie vorgestellten Methodik zur Identifizierung und Klassifizierung von Populismus auf Twitter. Es lässt sich entnehmen, dass Populismus als Konstrukt und Twitter als die politisierteste Kommunikationsplattform (Ragaly, 2015: 356) aus dem gemeinsamen Blickwinkel betrachtet werden können: als Modelle oder Muster der Politikvermittlung, die ähnliche Facetten aufweisen.

¹⁰ <https://www.nomos-elibrary.de/10.5771/0010-3497-2018-2-118.pdf> (Stand: 27. 12. 2022).

¹¹ „Mediale Dimension des Populismus“: Populismus, der mit Blick auf Schlagzeilen positiver oder negativer Natur die Massenmedien nutzt, eine Art **Symbiose** mit ihnen eingeht.

¹² https://mediarep.org/bitstream/handle/doc/17665/Medienwissenschaften_20_Froboese_2020_Populismus_.pdf?sequence=5&isAllowed=y (Stand: 2.8.2021).

Im nächsten Kapitel werden der Untersuchungsgegenstand und die Methodologie der vorliegenden Analyse mit Rekurs auf die Forschungsziele näher dargestellt.

3. Untersuchungsgegenstand und Methodologie

Im Beitrag wird die Twitter-Kommunikation des ehemaligen US-Präsidenten Donald Trump vor, während und nach der amerikanischen Präsidentschaftswahl untersucht, vom 8. Dezember 2020 bis zum 8. Januar 2021 (einen Monat vor der dauerhaften Sperrung des Twitteraccounts @realDonaldTrump, zwei Wochen vor der Inauguration des neuen US-Präsidenten Biden und zwei Tage nach dem Sturm auf das US-Kapitol am 6. Januar 2021). Ausgehend von einem bestimmten diskursiven Ereignis wird ein Zeitraum gewählt, der sich auf die Zeit vor, während und nach der Wahl und vor der Amtseinführung bezieht.

In der Analyse werden 317 Tweets untersucht¹³, die Trump in der Zeit stark intensiver politischer Kommunikation zum Thema der verlorenen Präsidentschaftswahl getwittert hat. In der Analyse werden Trumps Twitter-Posts auf lexikalischer Ebene unter politisch instrumentalisierten Hashtags als Schlagwörter zum Claim „Wahlbetrug“ (*rigged election*) betrachtet: Freund-Feind-Shemata, Schwarz-Weiß-Malerei und die Verwendung von Personalpronomina *wir* versus *sie*. Auf stilistischer Ebene wird die Verwendung rhetorischer Stilfiguren, einschließlich Umgangssprache und Akronyme, untersucht, während auf syntaktischer Ebene Slogan-ähnliche und elliptische Satzstrukturen analysiert werden.

Die Ergebnisse der Analyse ergeben sich aus den folgenden Arbeitsschritten:

(i) Grobanalyse: Tweets werden auf der Internetseite <https://www.the-trumparchive.com> zu einem Korpus von 571 Tweets zusammengestellt;

(ii) Feinanalyse: 317 Tweets werden aus dem Korpus extrahiert (*Retweets* und *Tweets mit Links* [ohne Text] werden nicht berücksichtigt, s. Fußnote 13);

(iii) Die extrahierten Tweets werden thematisch gruppiert;

(iv) Thematisch gruppierte Tweets werden einer weiteren Feinanalyse auf mehreren Ebenen unterzogen: auf lexikalischer und stilistischer Ebene mit Rückblick auf die Verwendung von Ausdrucksformen der Polarisierung und rhetorischen Auffälligkeiten;

¹³ Der Rest des Korpus (254 Tweets) besteht aus *Retweets*, in denen im weitesten Sinne zitiert wird und *Tweets mit Links*, in denen auf einen anderen Tweet verwiesen wird, der außerhalb des Textsystems von Twitter steht [Anm.d.A.].

- (v) Auf der syntaktischen Ebene werden Tweets hinsichtlich ihrer elliptischen und Slogan-ähnlichen Satzstrukturen analysiert;
- (vi) Die Ergebnisse der Analyse werden in einem Fazit besprochen.

4. Analyse

4.1. Die Extraktion der Themenbereiche

Die 262 extrahierten Tweets werden einer thematischen Verschlagwortung mit Hilfe von Hashtags unterzogen, wodurch ein Claim (Haupt-Slogan) und drei verwandte Themenbereiche herauskristallisiert wurden. Hashtags dienen als Kommunikationsoperatoren nicht nur einer thematischen Verschlagwortung und Kontextualisierung der Twitter-Beiträge, sondern ermöglichen gleichzeitig den Plattformnutzern, sich einem bestimmten Diskurs zuzuordnen und sich mit anderen zu solidarisieren (vgl. Thimm et al., 2012: 299 ; Thimm und Bürger, 2015: 297). In den ausgewählten Tweets verwendete Trump insgesamt 11 Hashtags¹⁴, aus denen zum Haupt-Slogan „Wahlbetrug“ drei Themenbereiche extrahiert wurden:

- 1) Manipulierte US-Präsidentschaftswahl 2020 (#STOPTHE STEAL)
- 2) Diskreditierung von Institutionen (#DONOTCERTIFY, #OVERTURN, #SUPREMECOURT)
- 3) Widerstand leisten (#WETHEPEOPLE, #FIGHTBACK, #MARCHFORTRUMP, #JAN6, #AMERICAFIRST, #MAGA)

Dabei ist zu beachten, dass die Grenzen zwischen einzelnen Themenbereichen fließend sind und eine strikte Abgrenzung nicht möglich ist: einzelne, nach Hashtags gruppierte Tweets können mehr als einem Themenbereich zugeordnet werden, da sie inhaltlich aufeinander Bezug nehmen und zeitlich und thematisch miteinander verknüpft sind.

In den folgenden Kapiteln werden die Ergebnisse der Tweet-Analyse in jedem Themenbereich auf lexikalischer, stilistischer und syntaktischer Ebene dargestellt.

4.2. Analyse von Tweets zum Themenbereich #STOPTHESTEAL

Die Twitter-Beiträge unter dem Hashtag STOPTHESTEAL teilen eine polarisierende Rhetorik, mit der ein Schwarz-Weiß-Denken/-Weltbild propagiert und die amerikanische Gesellschaft in zwei sich antagonistisch gegenüber-

¹⁴ 1. #STOPTHESTEAL 2. #DONOTCERTIFY 3. #FIGHTBACK 4. #OVERTURN 5. #JAN6 6. #MARCHFORTRUMP 7. #AMERICAFIRST 8. #MAGA 9. #WETHEPEOPLE 10. #SUPREMECOURT 11. #TEXAS.

berstehende Gruppen gespalten wird (vgl. Müller J. W., 2017: 42). Auf der lexikalischen Ebene geschieht dies hauptsächlich durch die Verwendung von dichotomen Pronomen „wir“ und „sie“ (*we* und *they*) bzw. „unser“ und „ihr“ (*our* und *their*):

(1) Jan 6th 2021 - 8:22:26 AM EST

67k

344k

THE REPUBLICAN PARTY AND, MORE IMPORTANTLY, *OUR* COUNTRY, NEEDS THE PRESIDENCY MORE THAN EVER BEFORE - THE POWER OF THE VETO. STAY STRONG!

(2) Jan 5th 2021 - 10:28:36 PM EST

78k

331k

Looks like *they* are setting up a big “voter dump” against the Republican candidates. Waiting to see how many votes they need?

(3) Jan 5th 2021 - 5:05:56 PM EST

83k

328k

Washington is being inundated with people who don't want to see an election victory stolen by emboldened Radical Left Democrats. *Our* Country has had enough, *they* won't take it anymore! *We* hear you (and love you) from the Oval Office. MAKE AMERICA GREAT AGAIN!

Das Personalpronomen „wir“ wird in der Politikersprache verwendet, um beim Rezipienten ein Gemeinschaftsgefühl zu erwirken. Zudem lädt das „wir“ den Empfänger ein, sich mit der Thematik und dem Sender zu identifizieren (vgl. Zimmermann, 1969). Die Verwendung von dichotomen Pronomen „wir“ und „sie“ weist auf Trumps „sie gegen uns“-Haltung hin: es geht nur noch um *die* (Demokraten und alle, die gegen Trump sind) und *uns* (Republikaner und Trumps Anhänger). Trump sieht sich selbst, zusammen mit seinen Unterstützern, als Rebell, der sich gegen den Mainstream (Staatsinstitutionen und Mainstream-Medien) wendet. Diese Polarisierung durch dichotome Pronomen ist eines der wesentlichen Elemente des populistischen Kommunikationsstils in der Politik, in dem die Diversität und die Andersartigkeit einzelner Gesellschaftsstrukturen immer wieder zunimmt. Das Phänomen dieser Art der Polarisierung im Internet kann als Agitationsinstrument betrachtet werden, dass sich mit dem Begriff des „digitalen Tribalismus“ erklären lässt.

Die Mitglieder eines „digitalen Stammes“ kennen sich selten persönlich, sind jedoch online eng vernetzt und haben sich von der Restöffentlichkeit ideologisch wie auch sprachlich abgegrenzt¹⁵. Trump sieht sich selbst als Opfer einer Verschwörung korrupter Elite, zu der auch seine eigene Partei gehört:

(4) Dec 26th 2020 - 9:00:10 AM EST

61k

264k

A young military man working in Afghanistan told me that elections in Afghanistan are far more secure and much better run than the USA's 2020 Election. Ours, with its millions and millions of *corrupt* Mail-In Ballots, was the election of a third world country. *Fake President!*

(5) Jan 5th 2021 - 5:12:20 PM EST

56k

211k

I hope the *Democrats*, and even more importantly, *the weak and ineffective RINO*¹⁶ *section of the Republican Party*, are looking at the thousands of people pouring into D.C. *They won't stand for a landslide election victory to be stolen.*

Dem „amerikanischen Volk“ (Trump's Anhänger) wird die Rolle des mutigen Helden zugewiesen, der für die Wahrheit kämpfen muss (vgl. Gadinger, 2019: 131) und daraus ergibt sich der Einsatz des Kommunikationsoperators #STOPTHESTEAL. Trumps polarisierende Rhetorik erstreckt sich ebenfalls auf andere Themenbereiche, insbesondere auf das dritte Themenfeld, das Aufrufe zum Widerstand gegen die Wahlergebnisse unter Hashtags #FIGHTBACK und #MARCHFORTRUMP betrifft. Auf der einen Seite stehen Trumps Verbündete (*Trump's allies*), die mit wütenden Menschen gleichgesetzt sind (*People are angry*), und auf der anderen Seite der gewählte Präsident Biden und diejenigen, die ihm gratulieren (*Mitch McConnell*):

(6) Dec 16th 2020 - 12:40:41 AM EST

37k

155k

¹⁵ <https://www.internet-freiheit.de> (Stand: 18.8.2021).

¹⁶ Eine abwertende Bezeichnung im Sinne von „nur dem Namen nach Republikaner“ für die Mitglieder der Republikanischen Partei, die sich in ihren Ansichten und Handlungen nicht wirklich republikanisch verhalten. (<https://www.neologisms.rice.edu>) Stand: 16.8.2021.

Trump's allies slam Mitch McConnell for congratulating *Biden* [...]. Mitch, 75,000,000 VOTES, a record for a sitting President (by a lot). Too soon to give up. *Republican Party* must finally learn to fight. *People* are angry!

Fahnen- und Stigmavokabeln, die Trump für seine Unterstützer und Gegner in diesem Themenbereich verwendet (*a crooked and vicious foe* für „linksradikale Demokraten“, *a great guy and patriot* für seinen Unterstützer) konstruieren Pole oder Grenzen zwischen Eigen- und Fremdgruppen, machen sie identifizierbar und prägen ihr Program in unterschiedlichem Maße:

(7) Dec 24th 2020 - 6:06:53 PM EST

77k

336k

I saved at least 8 Republican Senators, including Mitch, from losing in the last Rigged (for President) Election. Now they (almost all) sit back and watch me fight against *a crooked and vicious foe, the Radical Left Democrats*. I will NEVER FORGET!

(8) Dec 20th 2020 - 11:30:59 AM EST

22k

120k

David is *a great guy and patriot*. Thank you Lauren!

(9) Dec 20th 2020 - 12:04:09 AM EST

29k

156k

What would Bolton, *one of the dumbest people in Washington*, know? Wasn't he the person who so *stupidly* said, on television, "Libyan solution", when describing what the U.S. was going to do for North Korea? I've got plenty of other Bolton "stupid stories".

(10) Dec 14th 2020 - 12:03:33 AM EST

44k

217k

What a *fool* Governor @BrianKempGA of Georgia is. Could have been so easy, but now we have to do it the hard way. Demand this *clown* call a Special Session and open up signature verification, NOW. Otherwise, could be a bad day for two GREAT Senators on January 5th.

Unter Verwendung von Stigmavokabeln wie „Feind“ (*foe*), „dumm“ (*dumb*), „böartig“ (*vicious*), „Narr“ (*fool*) und „Clown“ (*clown*) für seine politischen Gegner bezeichnet Trump Einzelpersonen (z. B. Senator Brian Kemp) oder Gruppen (Mitglieder der Demokratischen Partei, einige Republikaner) als „Feinde“. Eine solche Etikettierung im öffentlichen Diskurs setzt die genannten Personen der Gefahr aus, Ziel tatsächlicher (physischer) Angriffe zu werden¹⁷.

Auf der stilistischen Ebene fungiert die Wiederholung bestimmter Ausdrücke und Wörter (*rigged election*, *fraud*) ebenfalls als Element einer populistischen Kommunikationsstrategie, um zu agitieren und mit dem Narrativ zu operieren, dass die US-Präsidentschaftswahl 2020 ungültig und illegitim sei, primär weil die Stimmen angeblich gestohlen wurden:

(9) Dec 16th 2020 - 10:06:47 AM EST

54k

259k

Perhaps the biggest difference between 2016 and 2020 is @FoxNews, despite the fact that I went from 63,000,000 Votes to 75,000,000 Votes, a record 12,000,000 Vote increase. Obama went down 3,000,000 Votes, and won. *Rigged Election!!!*

(10) Dec 15th 2020 - 11:54:23 PM EST

68k

458k

Poll: 92% of Republican Voters think *the election was rigged!*

(11) Dec 14th 2020 - 2:59:09 PM EST

57k

232k

WOW. This report shows massive *fraud*. Election changing result!

(12) Dec 30th 2020 - 4:51:06 PM EST

86k

348k

We now have far more votes than needed to flip Georgia in the Presidential race. Massive *VOTER FRAUD* took place. Thank you to the Georgia Legislature for today's revealing meeting!

¹⁷ <https://diskursmonitor.de/glossar/freund-und-feind-begriffe/> (Stand: 9.1.2023).

Trumps Äußerungen über die manipulierte Wahl werden in Tweets unter #STOPTHESTEAL wiederholt, wodurch nach und nach ein dominantes Narrativ entsteht. Dieses Narrativ soll die Öffentlichkeit dazu ermutigen, die Wahlergebnisse als illegitim abzulehnen. Mit den wiederkehrenden Topoi von Verrat, Lüge und manipulierten Wahlen lässt sich schließlich die kollektive Wut der Massen mobilisieren. In seiner strategischen Kommunikation bedient sich Trump der Technik der Skandalisierung – die darauf abzielt, öffentliche Aufmerksamkeit auf einen (angeblichen) Missstand zu lenken (Wahlbetrug), ihn auf (angebliches) moralisches Fehlverhalten eines gesellschaftlichen Akteurs (die Administration von Biden) zurückzuführen und damit öffentliche Empörung zu provozieren¹⁸.

Neben der Stilfigur der Wiederholung fällt in diesem Themenbereich der Einsatz rhetorischer Fragen auf. Rhetorische Fragen haben eine suggestive Wirkung, da sie keine Antwort suchen, sondern als Pseudofragen fungieren. Sie werden verwendet, um Aufmerksamkeit zu erregen und Gemeinsamkeiten mit dem Publikum zu betonen, das Publikum zum Nachdenken anzuregen und Spannung aufzubauen. Relevante Beispiele sind sowohl im ersten als auch im zweiten Themenbereich zu finden:

(13) Jan 2nd 2021 - 11:20:47 AM EST

58k

225k

Why haven't they done signature verification in Fulton County, Georgia. Why haven't they deducted all of the dead people who "voted", illegals who voted, non Georgia residents who voted, and tens of thousands of others who voted illegally, from the final vote tally?

(14) Dec 18th 2020 - 9:19:27 AM EST

46k

201k

Governor @BrianKempGA of Georgia still has not called a Special Session. So easy to do, why is he not doing it? It will give us the State. MUST ACT NOW!

(15) Dec 15th 2020 - 8:05:47 PM EST

29k

152k

Because of corruption or because I won despite corruption?

¹⁸ <https://diskursmonitor.de/glossar/skandal/> (Stand: 11.1.2023).

Auf der syntaktischen Ebene der Analyse zum ersten Themenbereich ist die Verwendung kurzer, Slogan-ähnlicher Sätze auffällig, in denen durch Wiederholungen und feste Wortverbindungen (*we won big/in a landslide*) die Beteiligten immer wieder daran erinnert werden, dass die US-Präsidentschaftswahl 2020 „gestohlen“ und „manipuliert“ wurde:

(16) Jan 1st 2021 - 3:10:26 PM EST

56k

189k

Massive amounts of evidence will be presented on the 6th. *We won, BIG!*

(17) Dec 21st 2020 - 4:48:08 PM EST

35k

163k

Great Republicans in Wisconsin should take these 3 strong decisions to their State Legislators and overturn this ridiculous State Election. *We won in a LANDSLIDE!*

(18) Dec 17th 2020 - 9:28:00 PM EST

39k

176k

We won Wisconsin big. They rigged the vote!

(19) Jan 2nd 2021 - 6:15:13 PM EST

44k

177k

An attempt to *steal a landslide win*. Can't let it happen!

In den Twitter-Beiträgen (13-17) hat Trump zum Themenbereich des angeblichen Wahlbetrugs kurze und prägnante Sätze gewählt, die bestimmte syntaktische Merkmale aufweisen: von einer kleinen Anzahl von Satzgliedern bis zu einfachen Verbformen. Diese syntaktischen Eigenschaften machen die Sätze einfach zu merken und zu zitieren, womit sie den Status der „Sätze für das kollektive Gedächtnis“ erhalten (vgl. Klein, 2014: 120-121). Das ist auch deswegen von Bedeutung, weil solche Twitter-Beiträge als Diskursfragmente eine Form sozialer Kognition darstellen. Sie bieten einen Zugriff auf das „kollektive Gedächtnis“ einer sozialen Gruppe, das (a) aus einem „kommunikativen“ und (b) einem „kulturellen“ Gedächtnis besteht (vgl. Assmann, 2005: 50f.) Die genannten Satzstrukturen weisen außerdem die „Symptome“

einer *Proto-Syntax*¹⁹ auf, da es sich um lineare, nicht hierarchisch organisierte Wortfolgen von Synsemantika handelt (vgl. Knobloch, 1994), die zum Grundwortschatz der englischen Sprache gehören (Modalverben wie *must*, Personalpronomen *we*, *our* und *I*, Artikel, Präpositionen, Partikeln usw.).

4.3. Analyse von Tweets zum Themenbereich #DONOTCERTIFY, #OVERTURN und #SUPREMECOURT

In Bezug auf diesen Themenbereich ist die bereits erwähnte Konstellation des Skandals (s. S. 11) in Trumps strategischer Kommunikation auf Twitter wichtig. Zentral für diese Konstellation ist das Zusammenspiel von öffentlicher Skandalisierung und Massenempörung (vgl. Hondrich, 2002: 15; Grieswelle, 2000: 356-357). Auf lexikalischer Ebene der Analyse zeigt sich, wie Trump den Ausdruck *scandal plagued mess* („skandalöses Chaos“) als Schlagwort verwendete, um moralisches und rechtliches Fehlverhalten höchster staatlicher Behörden zu bezeichnen:

(20) Dec 11th 2020 - 8:16:21 AM EST

52k

266k

Now that the Biden Administration will be a *scandal plagued mess* for years to come, it is much easier for the Supreme Court of the United States to follow the Constitution and do what everybody knows has to be done. They must show great Courage & Wisdom. Save the USA!!!

Er verwendete den Ausdruck um die Präsidentschaftswahl 2020 bzw. die damit zusammenhängenden Handlungen bestimmter Akteure als Missstand zu bewerten. Durch die Benennung der US-Präsidentschaftswahl als Skandal wird eine moralische Verurteilung vorgenommen, die zum Ziel hat, die öffentliche Empörung auszulösen. Die skandalisierten Akteure sind die Biden-Administration (*scandal plagued mess*), der Oberste Gerichtshof (*incompetent und weak*), Fake-News-Medien (*Lamestream*), RINOS²⁰ (*weak and ineffective*) und Big-Tech²¹ (*dangerous*):

¹⁹ „Specific syntactic structures found in modern languages may also be traces of a protosyntactic stage [...]. For example, verb-noun compounds without a head (*pick-pocket*); no-un-noun compounds based on concatenations are pragmatically interpretable (*cheesecake*); free placing of adverbial expressions (*apparently or in the morning*) can be in initial, medial, or final position of a clause; or **small clauses** (*problem solved!*).“ https://www.researchgate.net/publication/330180230_Protosyntax (Stand: 2.2.2023).

²⁰ S. Fußnote 16.

²¹ Die fünf größten und dominantesten Unternehmen der IT-Branche der USA: *Google, Apple, Facebook, Amazon* und *Microsoft* [Anm.d.A.].

(21) Dec 12th 2020 - 11:04:25 AM EST

59k

274k

The Supreme Court had ZERO interest in the merits of the greatest voter fraud ever perpetrated on the United States of America. All they were interested in is “standing”, which makes it very difficult for the President to present a case on the merits. 75,000,000 votes!

(22) Dec 26th 2020 - 8:51:55 AM EST

70k

276k

The U.S. *Supreme Court* has been totally *incompetent* and *weak* on the massive Election Fraud that took place in the 2020 Presidential Election. We have absolute PROOF, but they don’t want to see it - No “standing”, they say. If we have corrupt elections, we have no country!

(23) Dec 24th 2020 - 5:59:54 PM EST

89k

347k

Twitter is going wild with their flags, trying hard to suppress even the truth. Just shows how *dangerous* they are, purposely stifling free speech. Very dangerous for our Country. Does Congress know that this is how Communism starts? Cancel Culture at its worst. End Section 230!

(24) Dec 19th 2020 - 11:30:11 AM EST

49k

197k

The Cyber Hack is far greater in the *Fake News Media* than in actuality. I have been fully briefed and everything is well under control. Russia, Russia, Russia is the priority chant when anything happens because *Lamestream* is, for mostly financial reasons, petrified of...

(25) Dec 13th 2020 - 5:15:23 PM EST

36k

172k

The *RINOS* that run the state voting apparatus have caused us this problem of allowing the Democrats to so blatantly cheat in their attempt to steal the election, which we won overwhelmingly. How dare they allow this massive and ridiculous Mail-In Voting to occur...

Die Twitter-Beiträge (22-25) zeigen auf lexikalischer Ebene, dass Trump im zweiten Themenbereich Stigmavokabeln verwendet hat, als er die obersten staatlichen Institutionen durch bewussten Tabubruch attackierte: aus dieser Sicht sollte seinen politischen Gegnern (allen, die Joe Bidens Wahlsieg anerkannt haben) die Legitimität abgesprochen werden, weil sie „schwach“ (*weak*) und „inkompetent“ (*incompetent*), „betrügerisch“ (*fraudulent*), „falsch“ (*fake*), „lahm“ (*lame*), „gefährlich“ (*dangerous*) usw. sind. Verbale Angriffe und Skandalisierungen der höchsten staatlichen Institutionen und Dienste können als Verletzung gesellschaftlicher Tabus über die Unverletzlichkeit des Obersten Gerichtshofs oder der Justiz angesehen werden, und die Inszenierung²² spielt dabei eine wichtige Rolle. Trump inszenierte sich mit dieser Wortwahl als Opfer einer unmoralischen Handlung, an der Fake-News-Medien, RINOS, Oberster US-Gerichtshof u. A. beteiligt sind. Das Ergebnis davon ist die gestohlene Präsidentschaftswahl 2020, die nicht zertifiziert werden sollte. Daraus ergibt sich der Einsatz von Kommunikationsoperatoren #DONOTCERTIFY, #OVERTURN und #SUPREMECOURT.

Trumps Bewertungen der Situation, in der sich das Land und seine Bürger nach der Präsidentschaftswahl 2020 befanden, spiegeln sich auf der stilistischen Ebene durch den Einsatz von Emotionen wider. Das populistische Muster der Politikvermittlung besteht neben allem anderen aus dem Hervorrufen starker Emotionen (vgl. Decker und Lewandovsky, 2017), wie Empörung und Entrüstung, die mit der kommunikativen Technik des Skandalisierens einhergehen. Der Einsatz von Emotionen stellt für Trump eine Art „Kampf“ um Überzeugungen, Zugehörigkeit und gesellschaftliche Abgrenzung dar und wird in seinen Twitter-Beiträgen auf unterschiedliche Weise realisiert. Twitter-Beiträge (26-33) zeigen, wie er seine Anhänger mit Hilfe von emotional aufgeladenen Ausrufen (26-30), informellen sprachlichen Ausdrücken, z. B. „the cyber hack“²³ (24) und „chickened out“²⁴ (30), Sarkasmus und Ironie (31-32) zu „ermutigten“ suchte, die Wahlergebnisse nicht anzuerkennen:

(26) Dec 8th 2020 - 9:51:04 AM EST

21k

91k

Thank you to Speaker Cutler and all others in Pennsylvania and elsewhere who fully understand what went on in the 2020 Election. *It's called total corruption!*

²² Eine kommunikative Technik, die im Kontext von Skandalen eine zentrale Rolle spielt (<https://diskursmonitor.de/glossar/skandal/> Stand: 11.1.2023).

²³ Ein informeller Ausdruck für „einen Akt des Computer-Hackings“.

²⁴ Ein informeller Ausdruck für „sich entscheiden, etwas nicht zu tun“ [Anm.d.A].

(27) Dec 9th 2020 - 8:44:39 AM EST

50k

274k

We will be INTERVENING in the Texas (plus many other states) case. This is the big one. *Our Country needs a victory!*

(28) Dec 9th 2020 - 10:19:37 AM EST

55k

336k

No candidate has ever won both Florida and Ohio and lost. *I won them both, by a lot!* #SupremeCourt

(29) Dec 10th 2020 - 8:07:13 PM EST

50k

263k

Tremendous support from all over the Country. All we ask is COURAGE & WISDOM from those that will be making one of the most important decisions in our Country's history. *God bless you!*

(30) Dec 13th 2020 - 5:16:20 PM EST

24k

160k

...They just "*chickened out*" and didn't want to rule on the merits of the case. So bad for our Country!

(31) Dec 29th 2020 - 8:45:11 AM EST

41k

158k

Weak and tired Republican "*leadership*" will allow the bad Defense Bill to pass. Say goodbye to VITAL Section 230 termination, your National Monuments, Forts (names!) and Treasures (inserted by Elizabeth "*Pocahontas*" Warren), 5G, and our great soldiers...

(32) Jan 6th 2021 - 8:06:45 AM EST

36k

194k

Sleepy Eyes Chuck Todd is so happy with the fake voter tabulation process that he can't even get the words out straight. Sad to watch!

Die sarkastische Anmerkung „Pocahontas“²⁵ im Twitter-Beitrag (31) wird zum Ziel eingesetzt, auf die persönliche „Schwäche“ der US-Senatorin Elizabeth Warren anzuspiesen, deren Schwiegersohn indischer Abstammung ist. Im selben Tweet wird mit Hilfe von Ironie das Gegenteil des eigentlich Gemeinten ausgedrückt, was der Äußerung einen humorvollen Ton verleiht: Trump spielt auf die Schwäche und Ineffektivität der republikanischen Führung an, indem er das Wort *leadership* in Anführungszeichen setzt. Im nächsten Tweet (32) nennt er den Moderator der NBC-Sendung „Meet the Press“ ironischerweise „Sleepy Eyes“, was (laut einigen Twitter-Nutzern) eine antisemitische Beleidigung von Todd sein könnte²⁶. Es gibt jedoch keine Beweise, dass Trump diesen Spitzennamen als Hinweis auf Todds Religion verwendet hat.

Im Vordergrund der syntaktischen Analyse von Twitter-Beiträgen zum zweiten Themenbereich stehen markante und Slogan-ähnliche Sätze, die Bestandteil des kollektiven politischen Aktualwissens sind. Es handelt sich um Sätze, die syntaktisch alle Bedingungen für Sätze erfüllen, auch wenn sie nicht mindestens ein finites Verb enthalten. In struktureller Hinsicht handelt es sich um Satzäquivalente, die mit einem (oder mehreren) Interpunktionszeichen versehen sind und als Ausrufe fungieren, oder um einfache Sätze mit einem finiten Verb in Erststellung bzw. um Aufforderungen, die am Ende des jeweiligen Twitter-Beitrags realisiert werden:

(33) Jan 6th 2021 - 9:15:07 AM EST

70k

303k

The States want to redo their votes. They found out they voted on a FRAUD. Legislatures never approved. Let them do it. *BE STRONG!*

(34) Jan 6th 2021 - 8:22:26 AM EST

67k

344k

THE REPUBLICAN PARTY AND, MORE IMPORTANTLY, OUR COUNTRY, NEEDS THE PRESIDENCY MORE THAN EVER BEFORE - THE POWER OF THE VETO. *STAY STRONG!*

²⁵ Der Ausdruck kann auch als rassistisch-sarkastische Anspielung auf die Herkunft von Warrens Schwiegersohn gedeutet werden [Anm.d.A.].

²⁶ <https://www.washingtonpost.com/news/acts-of-faith/wp/2018/04/23/is-it-anti-semitic-for-president-trump-to-call-chuck-todd-sleepy-eyes/> (Stand: 23.1.2023).

(35) Jan 5th 2021 - 10:02:22 AM EST

42k

215k

Georgia, get out and VOTE for two great Senators, @KLoeffler and @sendavidperdue. So important to do so!

(36) Jan 1st 2021 - 3:56:16 PM EST

54k

219k

Our Republican Senate just missed the opportunity to get rid of Section 230, which gives unlimited power to Big Tech companies. *Pathetic!!!* Now they want to give people ravaged by the China Virus \$600, rather than the \$2000 which they so desperately need. *Not fair, or smart!*

(37) Dec 9th 2020 - 10:34:35 AM EST

57k

307k

#OVERTURN

(38) Jan 2nd 2021 - 6:15:13 PM EST

44k

177k

An attempt to steal a landslide win. *Can't let it happen!*

(39) Jan 1st 2021 - 6:47:56 PM EST

32k

108k

Republicans should have gotten rid of Section 230 in the Defense Bill, and you wouldn't have had this problem. *Never learn!!!*

In Twitter-Beiträgen (35-39) werden elliptische Satzstrukturen gezeigt, die in der digitalen Kommunikation eher die Regel als die Ausnahme sind und vor allem wegen der Sprachökonomie verwendet werden (vgl. Dürscheid und Frick, 2016). Verschiedene strukturell notwendige Satzglieder (Subjekte, Verben, Präpositionen) werden ausgelassen, um im direkten Rückgriff auf die Situation bzw. auf den Kontext rekonstruiert zu werden (vgl. Eroms 2000). In Twitter-Beiträgen (38-39) liegt eine Subjektellipse vor *_ Can't let it happen! _ Never learn!!!*, die auf die Subjektpronomen (*I, you, we, they*) beschränkt ist. Im Twitter-Beitrag (36) ist die Subjektellipse auf das strukturelle Platzhalter-Element „it“ beschränkt; ebenfalls wird das Kopulaverb „sein“ ausgelassen.

sen: *It is not fair, or smart!* Die Verwendung solcher Satzstrukturen und ihre Funktion werden in der syntaktischen Analyse von Tweets zum dritten und letzten Themenbereich weiter erörtert.

4.4. Analyse von Tweets zum Themenbereich #WETHEPEOPLE, #FIGHTBACK, #MARCHFORTRUMP, #JAN6, #AMERICAFIRST, #MAGA

Die unter den genannten Hashtags gruppierten und analysierten Tweets beziehen sich auf die Ereignisse in Washington D.C., als Trump seine Unterstützer ermutigte, ihre patriotischen Gefühle durch die Verweigerung von Wahlergebnissen auszudrücken. Darüber hinaus wurden die Hashtags MAGA²⁷ und AMERICAFIRST als Slogans während seiner ersten Amtszeit als Präsident verwendet²⁸, um die Wiederherstellung des alten Prestiges des Landes mit Trump an der Staatsspitze zu fordern. Auf lexikalischer Ebene zeigen die Twitter-Beiträge (40-43), dass Trump abwertende Adjektive wie *fraudulent* („betrügerisch“), *illegal* („illegal“), *unconstitutional* („verfassungswidrig“) und *invalid* („ungültig“) verwendete, um die Wahlergebnisse zu diffamieren und seine Anhänger für den Widerstand gegen eine solche Situation zu sensibilisieren:

(40) Jan 4th 2021 - 10:45:46 AM EST

60k

236k

The “*Surrender Caucus*” within the Republican Party will go down in *infamy* as *weak and ineffective “guardians” of our Nation*, who were willing to accept the certification of *fraudulent presidential numbers!*

(41) Jan 1st 2021 - 6:27:00 PM EST

45k

173k

Before even discussing the *massive corruption* which took place in the 2020 Election, which gives us far more votes than is necessary to win all of the Swing States (only need three), it must be noted that the State Legislatures were not in any way responsible for the massive...

²⁷ MAGA ist das Akronym für Trumps Slogan „Make America Great Again“, der für seine Präsidentschaftskampagne 2016 eingeführt wurde. Der MAGA-Slogan appelliert an nationalistische Gefühle, suggeriert jedoch, dass das Land nicht mehr großartig ist, obwohl es einmal war [Anm.d. A.].

²⁸ <https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2017/01/20/president-trumps-america-first-slogan-was-popularized-by-nazi-sympathizers/> (Stand: 27.1.2023).

(42) Jan 1st 2021 - 6:27:00 PM EST

26k

118k

....changes made to the voting process, rules and regulations, many made hastily before the election, and therefore the whole State Election is *not legal or Constitutional*. Additionally, the Georgia Consent Decree is *Unconstitutional* & the State 2020 Presidential Election.

(43) Jan 1st 2021 - 6:27:00 PM EST

28k

122k

....is therefore both *illegal* and *invalid*, and that would include the two current Senatorial Elections. In Wisconsin, Voters not asking for applications *invalidates* the Election. All of this without even discussing the millions of *fraudulent votes* that were *cast* or *altered*!

Die stigmatisierende Verwendung von Adjektiven *fraudulent*, *illegal*, *invalid* oder *unconstitutional* erhält in Trumps politischer Kommunikation auf Twitter eine quasi habituelle Konnotation und ist in ritualisierte und damit normalisierte Kampf-Inszenierung eingebettet. Dies gilt auch für andere Stigmavokabeln, die strategisch im Zusammenhang mit „Wahlbetrug“ verwendet werden: die Verben *cast* („abgeben“), *alter* („ändern“) und *invalidate* („ungültig machen“) werden im Twitter-Beitrag (43) bezüglich der Nominalphrasen *Election* und *fraudulent votes* verwendet, womit angezeigt wird, wie Trump den Wir-gegen-die-anderen-Konflikt definiert. Es wird keine Kompromisfähigkeit signalisiert, da der Konflikt erst gelöst werden kann, wenn die Grundbedingung erfüllt ist: weigern Sie sich, einer betrügerischen Wahl nachzugeben. Auf lexikalischer Ebene kodierte politische Botschaften bringen die Kommunikationsstrategie des Antagonismus zum Ausdruck, wodurch zugleich Trumps eigene Kampfbereitschaft signalisiert wird.

Auf der stilistischen Ebene der Analyse im dritten Themenbereich ist die Verwendung referenzieller Metonymie auffällig, was darauf zurückzuführen ist, dass im politischen Sprachgebrauch mit Ortsnamen auf Institutionen, Regierungen oder Personen verwiesen wird, oft aus sprachökonomischen Gründen (vgl. Skirl und Schwarz-Friesel, 2013). Komplexe Sachverhalte oder Vorgänge werden wie in den hier vorliegenden Twitter-Beiträgen (44-46) auf einen Ausdruck reduziert:

(44) Jan 6th 2021 - 9:00:12 AM EST

92k

377k

They just happened to find 50,000 ballots late last night. *The USA* is embarrassed by *fools*. Our Election Process is worse than that of third world countries!

(45) Jan 5th 2021 - 2:25:27 PM EST

33k

167k

GEORGIA! Get out today and VOTE for @KLoeffler and @Perduesenate!

(46) Jan 1st 2021 - 6:47:56 PM EST

32k

108k

Republicans should have gotten rid of *Section 230* in the Defense Bill, and you wouldn't have had this problem. Never learn!!!

Im Twitter-Beitrag (44) wird der Bereich „die USA als Institution“ (*The USA*) mit dem Bereich „amerikanische Bürger und Bürgerinnen, die Trump unterstützen“ verknüpft. Die Verknüpfung (und Verkürzung Ganze-Teil) erfolgt in der hier vorliegenden Bedeutung des Ausdrucks *The USA*, der kontextuell bedingt die Bedeutungsaspekte „Trump-Wähler, denen das Versehen der Stimmzettel peinlich ist“ enthält. Die zweite Ganze-Teil-Metonymie im selben Twitter-Beitrag verknüpft den Ausdruck „Dummköpfe“ (*fools*) mit „Abstimmungszähler“ und enthält die Bedeutungsaspekte „die am Wahlprozess Beteiligten, die die Stimmzettel falsch gezählt haben“. Im nächsten Twitter-Beitrag (45) wird der Bereich „der Bundesstaat Georgia als Institution“ (*GEORGIA*) mit dem Bereich „die Bürger und Bürgerinnen von Georgia, die abstimmen sollen“ verknüpft. Im Twitter-Beitrag (46) stellt der Ausdruck *Section 230* die Ganze-Teil-Metonymie dar, mit der eine Klausel im US-Gesetzbuch ersetzt wird, die besagt: Plattformen im Netz können nicht rechtlich belangt werden für ihre Moderations-Entscheidungen²⁹. Die vorliegenden Beispiele der Metonymie-Verwendung zeigen, dass Metonymien in Texten, sogar im Textsystem von Twitter bzw. in Twitter-Beiträgen, kohärenzstiftend sind (vgl. Gibbs, 2010) und Subtexte erzeugen können (vgl. Riffaterre, 1990; Pankhurst, 1999). Die durch Metonymie erfassten Sachverhalte werden zu situativen Referenzpunkten des gesamten Textes (bzw. des Twitter-Beitrags),

²⁹ <https://www.deutschlandfunk.de/section-230-haftung-sozialer-medien-duerfen-sich-twitter-co-100.html> (Stand: 18.8.2021).

indem durch Metonymie situativ bedingte Deutungsrahmen aufgerufen und die Sachverhalte miteinander verknüpft werden (Spieß und Köpcke, 2015: 8).

Auf der syntaktischen Ebene zeigt die Analyse von Tweets im Umfeld des dritten Themenbereichs, dass Trump seine übergreifenden Kernbotschaften in Form strukturell vereinfachter und zugleich inhaltlich prägnanter Sätze wiederholt hat. Diese werden von Klein (2019: 123-127) „saliente politische Sätze“ genannt, die aus unterschiedlichen Quellen stammen (bspw. als Wahlkampf- oder Protestslogans, in Reden und Pressekonferenzen usw.). Saliente politische Sätze weisen einige typische sprachliche Eigenschaften auf: in struktureller Hinsicht handelt es sich um kurze Sätze, mit höchstens drei Satzgliedern, die mit fehlenden oder einfachen Verbformen auftreten können. Wenn keine verbale (oder nominale) Form vorliegt, handelt es sich um elliptische Sätze:

(47) Jan 1st 2021 - 6:38:20 PM EST

58k

173k

January 6th. [...]

(48) Jan 3rd 2021 - 10:27:00 AM EST

49k

191k

Historic day! [...]

(49) Dec 20th 2020 - 12:06:28 AM EST

45k

242k

Martial law = Fake News. Just more knowingly bad reporting!

(50) Dec 25th 2020 - 2:42:17 PM EST

48k

290k

[...] Fake News not invited!

(51) Dec 21st 2020 - 7:24:59 AM EST

91k

391k

Big news coming out of Pennsylvania. [...] Rigged Election!

(52) Dec 20th 2020 - 12:26:49 AM EST

86k

425k

GREATEST ELECTION FRAUD IN THE HISTORY OF OUR COUNTRY!!!

(53) Dec 19th 2020 - 1:42:42 AM EST

67k

218k

Peter Navarro releases 36-page report alleging election fraud 'more than sufficient' to swing victory to Trump [...] *A great report by Peter. Statistically impossible to have lost the 2020 Election. Big protest in D.C. on January 6th. Be there, will be wild!*

In Twitter-Beiträgen (47-53) hat Trump saliente Sätze mit fehlenden Verbformen gelegentlich als Anfangs- oder Satzsätze (selten auch als Zwischensätze) verwendet. Sie stellen Bestandteile aktuellen politischen Wissens dar, was laut Klein (2019: 126) von großer Bedeutung ist, da diese Sätze als Kernparolen revolutionärer Bewegungen oder als Auslöser nachhaltiger Empörung fungieren können. Saliente Sätze können wichtige Rollen in Kontroversen und Diskursen einnehmen, wie beispielsweise die zwei Sätze im Twitter-Beitrag (53) als Trump am 19. Dezember 2020 twitterte: *Big protest in D.C. on January 6th. Be there, will be wild!* Dieser Tweet löste eine offene Kontroverse aus: er soll dazu beigetragen haben, den Aufstand im Kapitol in Szene zu setzen. Der Tweet erscheint während einer Anhörung des House Select Committee auf dem Bildschirm, um den Angriff vom 6. Januar auf das US-Kapitol zu untersuchen. Gerichtsdokumente zeigen, dass dieser Tweet an diesem Tag Randalierer nach Washington D.C. zog. Laut dem republikanischen Abgeordneten Jamie Raskin hat Trump einen Tweet geschickt, „der seine Anhänger aufrütteln, einen politischen Feuersturm auslösen und den Lauf unserer Geschichte als Land verändern würde“³⁰.

³⁰ „On Tuesday, the congressional select committee investigating the Jan. 6, 2021, attack on the U.S. Capitol laid out their argument that Trump's tweet played a key role in fomenting that day's violence.“ (<https://www.npr.org/2022/07/13/1111341161/how-trumps-will-be-wild-tweet-drew-rioters-to-the-capitol-on-jan-6> Stand: 31.1.2023). Fast zwei Jahre nach dem Aufstand am 6. Januar im US-Kapitol veröffentlichte das von den Demokraten geführte Komitee des Repräsentantenhauses, das den Angriff untersucht, am 10. Dezember 2022 seinen vollständigen Bericht [Anm.d.A.].

Bild 1:

Bild 1: Ein Tweet des ehemaligen Präsidenten Donald Trump erscheint während einer Anhörung des House Select Committee auf dem Bildschirm.

Picture 1: A tweet by former President Donald Trump appears on screen during a House Select Committee hearing

Laut Klein (ebd.) wird Salienz in Schrifttexten vor allem durch graphische Hervorhebung gefordert. Dies kann durch die konsequente Großschreibung salienter Sätze in Trumps Twitter-Posts zu diesem und den beiden anderen Themenbereichen unterstützt werden. Immer dann, wenn aus kommunikationsstrategischen Gründen einige Zeile aus der Menge der Sätze hervorzuheben sind, wird großgeschrieben (52). Die Verwendung von Interjektionen und Ausrufezeichen geht mit der Großschreibung in Trumps Tweets einher, um auf starke Botschaften oder Gefühle hinzuweisen. Dürscheid und Frick (2016: 98) gehen so weit, die These zu vertreten, dass der Gebrauch von Großschreibung, Interjektionen und Ausrufezeichen dem Text schon vom Schriftbild her eine leicht aggressive Attitüde verleiht. Dieser These zufolge könnte der Großschreibung in der Twitter-Kommunikation eine eher metaphorische Funktion zugeschrieben werden, die als „Schreien“ interpretiert werden kann. Abschließend kann zum Thema saliente Sätze gesagt werden, dass sprachliche und außersprachliche Eigenschaften von politischen salienten Sätzen ihre Chancen erhöhen, beachtet, aufgegriffen, wiederholt zitiert und in wörtlicher Formulierung weithin bekannt zu werden (vgl. Klein, 2017).

Die Ergebnisse der Analyse von Trumps Tweets und deren Zusammenhang mit einigen Merkmalen des Populismus als Muster der Politikvermittlung lassen sich auch in Form einer Tabelle darstellen:

Tabelle 1:

5. Fazit

In diesem Beitrag liegt eine qualitative politolinguistische Analyse von Trumps Tweets auf lexikalischer, stilistischer und syntaktischer Ebene vor als Hinweis auf seine besondere Twitter-Aktivität über einen bestimmten Zeitraum (vom 8. Dezember 2020 bis zum 8. Januar 2021). Im Fokus der Analyse steht die Vermittlung und Inszenierung von politischen Inhalten des ehemaligen US-Präsidenten auf einer der politisiertesten Kommunikationsplattformen zu einer politisch spannungsreichen Zeit - vor, während und nach der 59. US-Präsidentschaftswahl. Die Ergebnisse der Analyse zeigen a) welche sprachlichen Mittel von Trump auf Twitter zum Thema „Wahlbetrug“ verwendet werden und b) warum diese als Bindeglied zwischen seiner Politikvermittlung auf Twitter und dem populistischen Kommunikationsstil zu verstehen sind.

Darüber hinaus zeigt die Analyse, dass die oftmals negative Vorstellung von Twitter als Kommunikationsplattform, die sich zur Vermittlung politischer Inhalte eignet, eben vom Plattformnutzer bzw. Emittenten und seinem Sprachverhalten abhängt. Der Emittent in diesem Fall ist ein ehemaliger Spitzenrepräsentant des Stattes, dessen Protest-Rhetorik gegen staatliche und politische Institutionen von starken negativen Emotionen, Wut und Verzweiflung über die beklagten Zustände (verlorene Präsidentschaftswahl) geprägt ist.

Bei der Vermittlung politischer Inhalte auf Twitter kommt es zu einer Polarisierung zwischen Personengruppen, die unterschiedliche politische Ansichten vertreten, was die Analyse von Tweets auf Wortebene gezeigt hat. Mit Hilfe von dichotomisch verwendeten Pronomen „wir“/„sie“ und Freund-Feind-Begriffen wird eine fiktive Gemeinsamkeit von Trumps Anhängern und allen anderen konstruiert, wodurch die politische Realität in „Gut“ und „Böse“ oder Freund und Feind gespalten wird. In der Regel ist eine solche Polarisierung durch kontrastiv verwendete Pronomen und Ausdrücke als erstes Anzeichen eines populistischen Kommunikationsstils und Sprachverhaltens zu deuten.

Andere Anknüpfungspunkte zwischen Twitter und Populismus als Muster der Politikvermittlung betreffen die Tendenz beider, komplexe Sachverhalte zu vereinfachen bzw. zu reduzieren, was am deutlichsten auf der Satzebene zum Ausdruck kommt. Auf dieser Ebene werden Slogan-ähnliche Satzstrukturen in Form von fragmentierten, elliptischen Aussage- und Aufforderungssätzen verwendet, die bestimmte Merkmale aufweisen. Dazu gehören eine kleine Anzahl von Satzelementen, fehlende oder einfache Verbformen und Platzierung an markanter Stelle (als Slogan, Anfangs- oder Satzlusssatz usw.).

Schließlich zeigt die stilistische Analyse von Trumps Tweets, dass bestimmte Stilmittel wie rhetorische Fragen, Wiederholung, Metonymie und Ironie eingesetzt werden, um das Publikum von den vermittelten politischen Botschaften zu überzeugen (vom Wahlbetrug), seine Aufmerksamkeit zu erregen oder es zum Nachdenken oder Handeln anzuregen (sich weigern, die offiziellen Wahlergebnisse anzuerkennen).

Die Autorinnen glauben, dass diese mit zahlreichen Beispielen versehene Analyse der Politikvermittlung in Tweets und ihre Ergebnisse genutzt werden können, um noch mehr Einblicke in die Art und Weise zu gewinnen, wie politische Inhalte auf Twitter vermittelt werden können und warum jede Twitter-Aktivität in der Abhängigkeit vom Plattformnutzer und seinem Sprachverhalten zu bewerten ist.

Tabelle 1: Überschneidungen zwischen Populismus als Vermittlungsmodell von Politik und Trumps Twitter-Posts.

Table1: The overlap of populism as a model of mediating politics and Trump's Twitter posts.

POPULISMUS		TRUMP AUF TWITTER
Schwarz-Weiß-Denken Volk-Elite-Dichotomie	→	Konstruktion von Zugehörigkeit Wir-gegen-die-Rhetorik/Freund-Feind-Begriffe Das amerikanische Volk vs. linksradikale Demokraten
Moralisierung und Skandalisierung Moralische Verfehlung Öffentliche Empörung	→	2020 Präsidentschaftswahl - manipuliert Moralisches Fehlverhalten: Biden-Administration, Supreme Court, RINO, Justizministerium
Vereinfachung komplexer Sachverhalte	→	Kernparolen Saliente und elliptische Sätze Metonymie
Verschwörungstheorien Opfermythen und Heldengeschichten Tabubrüche	→	„The Plot to Steal America“ Opfer einer Verschwörung; das Volk = der mutige Held Verbale Attacken auf höchste staatliche Institutionen

Literaturverzeichnis

- Assmann, J. (2005). „Der Begriff des Kulturellen Gedächtnisses“, in: Dreier, T. & Euler, E. (Hg.) *Kulturelles Gedächtnis im 21. Jahrhundert*. Karlsruhe: Universitätsverlag Karlsruhe, 21-29.
- Bracciale, R. & Martella, A. (2017). „Define the populist political communication style: the case of Italian political leaders on Twitter“. *Information, Communication & Society* 20(9), 1310-1329.
- Decker, F. (2013). *Wenn die Populisten kommen*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Decker, F. & Lewandovsky, M. (2017). „Rechtspopulismus in Europa: Erscheinungsformen, Ursachen und Gegenstrategien“. *Zeitschrift für Politik* 64(1), 21-38.
- Donges, P. & Jarren, O. (2017). *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Durscheid, C. & Frick, K. (2016). *Schreiben digital. Wie das Internet unsere Alltagskommunikation verändert*. Stuttgart: Kröner.
- Eppler, E. (1992). *Kavalleriepferde beim Hornsignal. Die Krise der Politik im Spiegel der Sprache*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Eroms, H. W. (2000). *Syntax der deutschen Sprache*. Berlin, New York: de Gruyter.
- Gadinger, F. (2019). „Lügenpresse, gesunder Volkskörper, tatkräftiger Macher: Erzählformen des Populismus“, in: Müller, M. & Precht, J. (Hg.) *Narrative des Populismus. Erzählmuster und -strukturen populistischer Politik*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 115-146.
- Gibbs, R. (2010). (Hg.). *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*. Cambridge: University Press.
- Girnth, H. (2015). *Sprache und Sprachverwendung in der Politik. Eine Einführung in die linguistische Analyse öffentlich-politischer Kommunikation*. 2. Aufl. Berlin, Boston: de Gruyter.
- Grieswelle, D. (2000). *Politische Rhetorik. Macht der Rede, öffentliche Legitimation, Stiftung von Konsens*. Wiesbaden: DUV
- Hartleb, F. (2005). Rechtspopulistische Parteien. Arbeitspapier/Dokumentation Nr.143/2005. Sankt-Augustin: Konrad-Adenauer-Stiftung. <Online verfügbar unter: https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=7ba461df-3133-> [6.8.2021].
- Hillebrand, E. (2015). (Hg.). *Rechtspopulismus in Europa: Gefahr für die Demokratie?* Bonn: Dietz Verlag.
- Holtmann, E. et al. (2006). *Die Droge Populismus. Zur Kritik des populistischen Vorurteils*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hondrich, K. O. (2002). *Enthüllung und Entrüstung. Eine Phänomenologie des politischen Skandals*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Klein, J. (2014). *Grundlagen der Politolinguistik. Ausgewählte Aufsätze*. Berlin: Frank & Timme.
- Klein, J. (2017). „Saliente Sätze“ in: Roth, K. S., Wengeler, M. & Ziem, A. (Hg.) *Handbuch Sprache in Politik und Gesellschaft*. Berlin, Boston: de Gruyter, 139-164.
- Klein, J. (2019). *Politik und Rhetorik. Eine Einführung*. Berlin: Springer VS.
- Knobloch, C. (1994). *Sprache und Sprachtätigkeit. Sprachpsychologische Konzepte*. Tübingen: de Gruyter.
- Moffitt, B. (2016). *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, and Representation*. Stanford: University Press.
- Müller, J. W. (2017). *Was ist Populismus? Ein Essay*. 5. Aufl. Berlin: Suhrkamp.
- Müller, J. W. (2016). „Schatten der Repräsentation. Der Aufstieg des Populismus.“ *Blätter für deutsche und internationale Politik* 17(4), 63-74.

- Pankhurst, A. (1999). „Recontextualization of Metonymy in Narrative and the Case of Morrison's Song of Solomon“, in: Panther, K-U. & Radden, G. (Hg.) *Metonymy in Language and Thought*. Amsterdam, Philadelphia: Benjamins, 385-399.
- Ragaly, S. (2015). „Nebenwirkungen' der digitalen Modernisierung politischer Öffentlichkeit“, in: Friedrichsen, M. & Kohn, R. (Hg.) *Digitale Politikvermittlung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 347-369.
- Reinemann, C. (2017). „Populismus, Kommunikation, Medien. Ein Überblick über die Forschung zu populistischer politischer Kommunikation“. *Zeitschrift für Politik* 64(2), 167-190.
- Reinemann, C. et al. (2016). „Populist Political Communication. Toward a Model of its Causes, Forms and Effects“, in: Aalberg, T. et al. (Hg.) *Populist Political Communication in Europe*. New York: Routledge, 12-25.
- Riffaterre, M. (1990). *Fictional Truth*. Baltimore: John Hopkins UP
- Skirl, H. & Schwarz-Friesel, M. (2013). *Metapher*. 2. Aufl. Heidelberg: Universitätsverlag Winter.
- Spieß, C. & Köpcke, K-M. (2015). „Metonymie und Metapher – Theoretische, methodische und empirische Zugänge“, in: Spieß, C. & Köpcke, K-M. (Hg.) *Metapher und Metonymie*. Berlin, München, Boston: 1-25.
- Thimm, C. et al. (2012). „Twitter als Wahlkampfmedium“. *Publizistik* 57(3), 293-313.
- Thimm, C. & Bürger, T. (2015). „Digitale Partizipation im politischen Konflikt – 'Wutbürger' online“, in: Friedrichsen, M. & Kohn, R. (Hg.) *Digitale Politikvermittlung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 285-305.
- Unger, S. (2012). *Parteien und Politiker in sozialen Netzwerken. Moderne Wahlkampfkommunikation bei der Bundestagswahl 2009*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften. <Online verfügbar unter: <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-531-19608-4>> [2.8.2021].
- Zimmermann, H. D. (1969). *Die politische Rede. Der Sprachgebrauch Bonner Politiker*. Stuttgart: Kohlhammer Verlag.

Internetquellen:

- <https://www.thetrumparchive.com> (2.8.2021).
- <https://publizistik.univie.ac.at/forschung/forschungsbereiche/strategische-kommunikation/> (26.12.2022).
- <https://www.merton-magazin.de/sprache-praegt-unser-denken-unser-empfinden-und-unsere-werte?tags=Sprachwissenschaft//> (2.8.2021).
- <https://www.bpb.de/themen/parteien/rechtspopulismus/240803/sprache-themen-und-politische-agitationsformen/> (27.12.2022).

- www.spiegel.de; www.merkur.de (28.4.2019).
- <https://www.tandfonline.com/toc/rics20/current> (6.8.2021).
- <https://www.nomos-elibrary.de/10.5771/0010-3497-2018-2-118.pdf> (27.12.2022).
- https://mediarep.org/bitstream/handle/doc/17665/Medienwissenschaften_20_Froboese_2020_Populismus_.pdf?sequence=5&isAllowed=y (Stand: 2.8.2021).
- <https://www.internet-freiheit.de> (18.8.2021).
- <https://www.neologisms.rice.edu> (16.8.2021).
- <https://diskursmonitor.de/glossar/freund-und-feind-begriffe/> (9.1.2023).
- <https://diskursmonitor.de/glossar/skandal/> (11.1.2023).
- https://www.researchgate.net/publication/330180230_Protosyntax (2.2.2023).
- <https://www.washingtonpost.com/news/acts-of-faith/wp/2018/04/23/is-it-anti-semitic-for-president-trump-to-call-chuck-todd-sleepy-eyes/> (23.1.2023).
- <https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2017/01/20/president-trumps-america-first-slogan-was-popularized-by-nazi-sympathizers/> (27.1.2023).
- <https://www.deutschlandfunk.de/section-230-haftung-sozialer-medien-duerfen-sich-twitter-co-100.html> (18.8.2021).
- <https://www.npr.org/2022/07/13/1111341161/how-trumps-will-be-wild-tweet-drew-rioters-to-the-capitol-on-jan-6> (31.1.2023).

**Sandra LUKŠIĆ &
Senka MARINČIĆ**

MEDIJACIJA POLITIKE U TVITOVIMA - SLUČAJ TVITOVA PREDSJEDNIKA SAD DONALDA TRAMPA

This article examines Twitter as a social platform and the Twitter activity of former US President Donald Trump between December 8, 2020 and January 8, 2021 as part of a political linguistic analysis. During that period, the frequency of Trump's tweets steadily increased as the date of the 59th US presidential election approached and beyond, until the day Twitter Inc. suspended his Twitter account. In the corpus of 317 tweets sent, certain linguistic features are subjected to a multilevel analysis, based on two assumptions: (1) there are linguistic factors that favor populism on Twitter and (2) the perception of how politics is communicated on Twitter depends on the platform users themselves and their language behaviour. Using Trump's tweets as an example, the article aims to illustrate (i) how politically motivated topics and interests are strategically communicated on Twitter and (ii) that Trump's political communication on Twitter exhibits the traits of a populist style. The analysis results show that his special Twitter activity is based on complex communication strategies in order to create assumptions about the political conditions to be changed and the target situation to be achieved.

Key words: *mediating politics, Twitter, Trump, populism*