

Zwischen Staatsskepsis und Verschwörungsmythen

Eine Figurationsanalyse zur kommunikativen Konstruktion von Gegenöffentlichkeiten auf Telegram

Katarina Bader / Kathrin Friederike Müller / Lars Rinsdorf*

*Der Beitrag analysiert, wie Telegram-Kanäle, deren Inhalte emotionalisieren, polarisieren und desinformieren, ausgestaltet sind. Dabei gehen wir davon aus, dass sich auf Telegram staats skeptische Gegenöffentlichkeiten kommunikativ konstituieren, die sich entlang spezifischer Akteur*innen, Praktiken, Themen und Orientierungshorizonte als Figuration rekonstruieren lassen. Diese Rekonstruktion erfolgt auf Basis von Experteninterviews und einer qualitativen Inhaltsanalyse von 576 Posts reichweitenstarker deutschsprachiger Telegram-Kanäle. Wir arbeiten heraus, wie unterschiedliche Akteur*innen staats skeptischer Gegenöffentlichkeiten Telegram-Kanäle in Hinblick auf Themen, Darstellungsformen und den Einsatz von Verlinkungen bespielen, und entwickeln auf dieser Basis eine Typologie. Als eine zentrale Praktik, die von verschiedenen, wenn auch nicht von allen Akteur*innen angewandt wird, erweist sich das Kuratieren: Inhalte, die oft multimedial aufbereitet sind, werden dabei von anderen Plattformen, aus anderen Telegram-Kanälen und von alternativen und etablierten Medien übernommen. Diese Praktik stellt Verbindungen her zwischen monothematisch ausgerichteten Kanälen, Kanälen, die sich klar einer bestimmten Ideologie zuordnen lassen, und solchen, die ein breites Spektrum an Themen und Orientierungshorizonten bedienen.*

Schlüsselwörter: Telegram, Desinformation, Gegenöffentlichkeiten, Kuratieren, Qualitative Inhaltsanalyse, Experteninterviews

Between State Skepticism and Conspiracy Myths

A Figuration Analysis on the Communicative Construction of Counter-Publics on Telegram

This article analyses how Telegram channels, whose content emotionalizes, polarizes, and disinform, are structured. We assume that state-skeptical counter-publics are communicatively formed on Telegram, and that these can be reconstructed as a figuration along specific actors, practices, topics, and horizons of orientation. We reconstruct this figuration based on expert interviews and a qualitative content analysis of 576 posts from wide-reaching German-language Telegram channels. This analysis encompasses the topics they address, the ways they present their content, and their utilization of links. Based on these findings, we construct a typology to categorize these actors and their practices. Curating proves to be a central practice that is used by various, though not all, actors: Content, which is often multimedia based, is taken from other platforms, from other Telegram channels and from alternative and established media. This practice creates links between monothematic channels, channels that can be clearly assigned to a specific ideology and those that serve a broad spectrum of topics and orientations.

Key words: Telegram, disinformation, counter-publics, curating, qualitative content analysis, expert interviews

* Prof. Dr. Katarina Bader, Hochschule der Medien, Nobelstraße 10, 70569 Stuttgart, Deutschland, baderk@hdm-stuttgart.de, <https://orcid.org/0009-0001-5148-9593>;

PD Dr. habil. Kathrin Friederike Müller, Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Münster, Bispinghof 9-14, 48143 Münster, Deutschland, kathrin.mueller@uni-muenster.de, <https://orcid.org/0000-0002-4079-4760>;

Prof. Dr. Lars Rinsdorf, Technische Hochschule Köln, Institut für Informationswissenschaft, Claudiusstraße 1, 50678 Köln, Deutschland, lars.rinsdorf@th-koeln.de, <https://orcid.org/0000-0002-1037-1126>.

1. Gegenöffentlichkeiten auf Telegram kontextorientiert analysieren

Aktuelle Desinformation, die Kommunikation wissentlich und empirisch falscher Informationen zu neuen und relevanten Sachverhalten mit dem Anspruch auf Wahrheit (Zimmermann und Kohring 2020, S. 23), kann im Zusammenwirken mit politischem Populismus als Gefahr für demokratische Öffentlichkeiten angesehen werden (Schlesinger, 2020, S. 1545). Deswegen bedarf es einer aufmerksamen Beobachtung, wie sie über digitale Plattformen verbreitet und in welche Inhalte sie eingebettet wird. In den vergangenen Jahren haben Plattformen wie Facebook ihre Publikationsrichtlinien verschärft, enger mit Strafverfolgungsbehörden kooperiert und extremistische Kommunizierende im Zuge von Deplatforming (Rogers, 2020) ausgeschlossen. Deshalb sind Akteur*innen, die Desinformation verbreiten, auf alternative Plattformen wie Telegram ausgewichen. Weltweit hat der Messenger bei staats-skeptischen Gruppen an Beliebtheit gewonnen, weil er Anonymität bietet und nicht (oder nur rudimentär) mit Sicherheitsbehörden kooperiert. In Staaten wie dem Iran oder Russland wird er deshalb von oppositionellen Gruppen genutzt (Akbari und Gabdulkhakov, 2019). Im deutschsprachigen Raum haben sich verfassungsfeindliche Bewegungen seit 2018 die Plattform angeeignet und in der Corona-Pandemie haben sich weitere staats-skeptische Diskurse hierher verlagert (Walther und McCoy, 2021, S. 102; Schulze et al., 2022, S. 1104).

Telegram trägt somit Merkmale eines alternativen Mediums aus dem Spektrum der „digitalen Kommunikation“ (Wimmer, 2014, S. 297). Über den Messenger werden Gegenöffentlichkeiten konstituiert, um „kritische bzw. alternative Informations- und Kommunikationsprozesse“ zu initiieren (ebd.). Gleichzeitig verdeutlichen Befunde, dass die Gegenöffentlichkeiten auf Telegram Merkmale aufweisen, die den öffentlichen Diskurs nicht primär pluralisieren, sondern gefährden (Hohlfeld et al., 2021; Holzer, 2021; Schulze et al., 2022). Wir gehen zudem davon aus, dass die sich formierenden Öffentlichkeiten einen „Handlungskontext gesellschaftlicher Akteure [darstellen], der sich in deren konkreten Aktionen und Einstellungen niederschlägt“ (Wimmer, 2014, S. 290).

Weil wir staats-skeptische Gegenöffentlichkeiten auf Telegram als kommunikativ konstruiert verstehen (Hepp et al., 2018, S. 4; Wimmer, 2014, S. 288), nehmen wir an, dass aktuelle Desinformation ihre Wirkung in einem kommunikativen Kontext entfaltet, der aus Meinungsäußerungen und Referenzen zu weltanschaulichen Orientierungshorizonten besteht. In diesem Verständnis ist es nicht das primäre Ziel, aktuelle Desinformation zu identifizieren, sondern wir identifizieren Kontexte, in denen sie eingebettet ist, in einer ganzheitlichen Analyse. Deswegen nähern wir uns in diesem Beitrag den kommunikativen Rahmungen aktueller Desinformation auf Telegram empirisch sowohl über Experteninterviews als auch über eine Inhaltsanalyse von insgesamt 576 Posts. Mit beiden Teil-Analysen verfolgen wir zwei Ziele: Wir rekonstruieren (1) Wirklichkeitskonstruktionen von Kanälen, die wir auf Grundlage der Experteninterviews und von Desk-Research als Kanäle identifiziert haben, die u. a. Desinformation verbreiten. Zudem rekonstruieren wir (2), wie sich Akteur*innen aus einem staats-skeptischen Kontext Telegram aneignen. So können wir nachvollziehen, wie aktuelle Desinformation als ein Teilaspekt von Kommunikation in dieses spezifische Umfeld eingebunden wird.

Um beide Teilbereiche aufeinander zu beziehen, nutzen wir heuristisch das theoretische Modell der kommunikativen Figuretionen. Wir beschreiben reichweitenstarke Telegram-Kanäle ausgehend von unseren empirischen Befunden als eine Figuration entlang der Schlüsseldimensionen „Akteur*innen“, „Praktiken“ im Sinne einer Gestaltung und Verbreitung von Inhalten und als „Orientierungshorizonte“, die wir (1) hinsichtlich der Ebene der Themenschwerpunkte und (2) hinsichtlich von Weltanschauungen differenzieren.

2. Telegrams Community als kommunikative Figuration

Das Aufkommen und die Etablierung von Telegram betrachten wir aus einer sozial-konstruktivistischen Perspektive (Hepp und Couldry, 2023; Hepp et al., 2018) als einen Aspekt von „deep mediatization“. Dieses Konzept versteht die Durchsetzung digitaler Medien als neues Level von Mediatisierung (Hepp und Hasebrink, 2018, S. 17). Wir schließen uns der Perspektive an, dass soziale Umwelt inzwischen nicht nur von Medientechnologien geprägt wird, sondern ihr Charakter grundlegend von diesen bestimmt wird (Hepp et al., 2018, S. 6). Daraus ergibt sich in einer immer größeren Zahl gesellschaftlicher Teilbereiche eine umfassende Verflechtung von menschlichen Praktiken und Technologien (Hepp und Couldry, 2023, S. 147).

Vor diesem Hintergrund gehen wir davon aus, dass jenseits der oben erwähnten libertären Plattform-Governance Telegrams spezifische technologische Funktionalitäten in den Blick genommen werden müssen, weil sie zu erklären helfen, warum staats-skeptische Akteur*innen das Medium zur Vergemeinschaftung nutzen: Telegram ist (1) nicht nur Messenger, sondern erlaubt (2) auch die Erstellung sehr großer Gruppen (Stand Juli 2023: bis zu 200.000 Mitglieder) und ermöglicht in Rahmen von Kanälen Broadcasting an eine unbegrenzte Zahl von Abonnent*innen. Die Ebenen der Kommunikation können vernetzt und aufeinander bezogen angewendet werden. Zusätzlich können Kreator*innen (Franke et al., 2022, S. 16) (3) mit geringem Aufwand unterschiedliche Content-Typen wie Videos, Fotos und Audios in ihren Feed einbetten. Für (semi-)professionelle Kreator*innen bietet Telegram zudem (4) ein Monitoring der Kommunikation über eine Vielzahl von Metriken zur Erfolgsmessung an.

Damit berühren die vier Funktionalitäten Telegrams zwei Manifestationen von deep mediatization, die aktuell medieninduzierten Gesellschaftswandel bestimmen: Konnektivität und Datafizierung (Hepp und Hasebrink, 2018, S. 19). Anknüpfend an den Aspekt der Konnektivität argumentieren wir in Anlehnung an Wimmer (2014, S. 297) und Wehden (2023, S. 55), dass der Messenger unterschiedliche Ebenen von Gegenöffentlichkeiten integriert: Wir unterscheiden analytisch zwischen etablierten alternativen Medienmarken und Influencer*innen mit einer gewissen Thematisierungsmacht, die „als Personenmarken regelmäßig politische Inhalte verbreiten“ (Bause, 2021, S. 23; Riedl et al., 2021). Dies geschieht sowohl auf der Makro-Ebene (one to many) politischer Partizipation in relativ stabilen Organisationszusammenhängen als auch auf der Meso-Ebene (many to many) und individuellem Medienaktivismus auf der Mikro-Ebene (one to one, few to few).

Wir verstehen die Gegenöffentlichkeiten, die sich auf Telegram konstituieren, als kommunikative Figuration, also als durch Kommunikation konstruierten und strukturierten sozialen Handlungszusammenhang, in dem der Einsatz von Medien integraler Bestandteil der sozialen Vergemeinschaftung ist (vgl. Hepp, 2018, S. 7). Die Figurationsanalyse dient uns als Heuristik zur Strukturierung unserer explorativen Rekonstruktion. Deswegen unterscheiden wir analytisch entlang der charakteristischen Merkmale einer Figuration. Wir untersuchen (1) die Akteur*innen, die via Telegram kommunizieren, weil sie die strukturelle Basis der Figuration bilden. Außerdem analysieren wir (2) Orientierungen und Relevanzrahmen, die die Figuration teilt, weil sie die Leitlinie für die Praktiken bilden (ebd., S. 30), und (3) Praktiken der Bedeutungskonstruktion und der gegenseitigen Beobachtung (ebd., S. 24), die zugleich hinsichtlich ihrer Verwobenheit mit anderen sozialen Praktiken und dem Mediensensemble betrachtet werden. Im Kontext unserer Auseinandersetzung mit Orientierungen und Relevanzrahmen untersuchen wir zudem (4) die thematischen Schwerpunkte, entlang derer sich auf Telegram Gegenöffentlichkeiten formieren.

3. Kenntnisstand und Forschungsfragen zu Themenfeldern, Relevanzrahmen, Praktiken und Akteur*innen

Frühere Studien zeigen für die Phase, in der sich staatskeptische Akteur*innen in Deutschland Telegram aneigneten, dass COVID eine entscheidende Rolle für die Plattform spielte: Etwa zwei Drittel der Postings prominenter Kreator*innen richteten sich gegen Corona-Maßnahmen, knapp die Hälfte beinhaltete zudem regierungskritische Äußerungen oder Verschwörungsmythen (Hohlfeld et al., 2021, S. 7–8). Auch Zehring und Domahidi (2023, S. 5) stießen auf Themenschwerpunkte in den Bereichen rechtsextremer Inhalte, Corona-Skepsis und Verschwörungsmythen, aber auch auf relevante Anteile kommerziell orientierter Kommunikation. Es liegen für den deutschen Sprachraum allerdings noch keine Daten dazu vor, wie sich das Themenspektrum nach der Etablierungsphase verändert hat, etwa unter dem Einfluss aktueller Ereignisse wie des russischen Angriffs auf die Ukraine. Daher lautet unsere erste Forschungsfrage:

FF1: Entlang welcher Themenfelder und Schlüsselereignisse entfalten sich staatskeptische Gegenöffentlichkeiten auf Telegram im deutschsprachigen Raum und wie verschränken sich diese Themenfelder?

Bereits als Medium von Gegenbewegungen etabliert kam Telegram in der Corona-Pandemie sowohl international (Simon et al., 2022, S. 18) als auch in Deutschland (Jarynowski et al., 2020) eine zentrale Rolle im Kontext des Protests gegen pandemiebezogene Politik und Maßnahmen zu. Dabei radikalisierten sich die Botschaften von Kanälen aus dem Kontext von Querdenken, QAnon und der identitären Bewegung im Zeitverlauf zwischen Frühjahr 2020 und 2021 (Schulze et al., 2022, S. 1119). Diese Radikalisierung dürfte sich auch in den Orientierungshorizonten widerspiegeln, vor denen aktuelle Ereignisse und Streitfragen gedeutet werden. Erste Befunde legen nahe, dass dabei auf der sozialen Ebene auf eine „Vergemeinschaftung“ der User*innen in Abgrenzung zum sogenannten Mainstream (Holzer, 2021, S. 153) abgezielt wird oder Angebote zur Sinn- (Simon et al., 2022, S. 19) und Wahrheitsfindung in einer „Phase absoluter Unsicherheit“ (Hohlfeld et al., 2021, S. 16) gemacht werden.

Diese ersten Einsichten wollen wir zu einem differenzierten Bild verdichten. Zudem wollen wir prüfen, inwieweit in der deutschen Telegram-Community zwei generelle Merkmale von Gegenöffentlichkeiten bedeutsam sind, nämlich zum einen deren idiosynkratischer Charakter und zum anderen deren Verankerung im Subpolitischen und Subkulturellen (Wimmer, 2014, S. 300). Daher lautet unsere zweite Forschungsfrage:

FF2: Vor welchen Orientierungshorizonten werden aktuelle Themen und Streitfragen eingeordnet? Und wie werden diese miteinander verwoben?

In den vorliegenden Studien zeichnen sich auch erste relevante Praktiken der hier untersuchten Gegenöffentlichkeiten ab. So dient Telegram zur Planung und Organisation kollektiver Protestaktionen (Holzer, 2021, S. 152) sowie zur Mobilisierung von Anhänger*innen (Schulze et al., 2022, S. 1118). Rechte Influencer*innen interpretieren und kontextualisieren zudem Informationen neu, indem sie Verschwörungsmythen und emotionalisierende Inhalte mit Diskursen aus der Mitte der Gesellschaft verbinden (Müller, 2022). Ähnliche Gestaltungsmittel nutzten auch Kanäle der Querdenken-Szene (Holzer, 2021, S. 132–133). Rothut et al. arbeiten heraus, dass rechtsextreme Akteur*innen auf Telegram moderne Praktiken der Online-Kommunikation adaptieren und im Rahmen von Influencerkommunikation parasoziale Beziehungen aufbauen (2023, S. 2).

Aktuelle Befunde deuten zudem darauf hin, dass Akteur*innen auf Telegram in relevantem Umfang Postings anderer Kanäle und Links externer Quellen weiterleiten oder andere Telegram-Accounts zitieren, um so eine spezifische mediale Wirklichkeit zu erzeugen (Hol-

zer, 2021, S. 127–132), wobei die Verknüpfung von desinformierenden, verschwörungstheoretischen und extremistischen Inhalten über Weiterleitungen und Verlinkungen eine große Rolle spielt (Jünger und Gärtner, 2020, S. 31). Wir lesen dies als Hinweis, dass die Praktik des Kuratierens (z. B. Bachmeier und Morf, 2015) für staats skeptische Gegenöffentlichkeiten auf Telegram bedeutsam zu sein scheint, und zwar oftmals im Sinne einer „interpreting curation“ (Cui und Liu 2017, S. 835), die die kuratierten Kommunikate deutlich einordnet. Wirklichkeit wird auf Telegram also nicht nur durch eigens verfasste Posts konstruiert, sondern auch zu einem bedeutenden Teil durch Auswahl und Kommentierung. Hierbei wird eine Praktik des Onlinejournalismus adaptiert, die Nutzer*innen Orientierung in der Informationsflut bietet (Guerrini, 2013, S. 7). Deshalb lautet unsere dritte Forschungsfrage:

FF3: Welche charakteristischen Praktiken zeichnen staats skeptische Gegenöffentlichkeiten auf Telegram aus? Welche Praktiken aus dem Onlinejournalismus und der Influencerkommunikation werden adaptiert und welche Rolle spielt dabei Kuratieren?

Obwohl in Staaten wie der Ukraine Telegram breit von Parlamentariern für demokratische Debatten und die Kommunikation mit ihren Wählern genutzt wird (Khaund et al., 2021) und neben Junk News auch seriöse Nachrichten über Telegram verbreitet werden (Lou et al., 2021; Herrero-Solana und Castro-Castro, 2022; Herasimenka et al., 2023) kristallisiert sich aus der aktuellen Studienlage heraus, dass Telegram sowohl im deutschsprachigen als auch im internationalen Kontext schwerpunktmäßig von radikalisierten Randgruppen genutzt wird (Schwaiger et al., 2022, S. 1010). Über den Messenger werden teils extremistische Außenseiterpositionen kommuniziert, z. B. vom Islamischen Staat oder rechtsradikalen Gruppen (Al-Rawi, 2021; Guhl und Davey, 2020; Simon et al., 2022; Urman und Katz, 2020; Walther und McCoy, 2021). Der Wechsel von Kreator*innen aus dem Kontext der Corona-Protestierenden von anderen Plattformen zu Telegram während der Pandemie (Schwaiger et al., 2022, S. 1010; Hohlfeld et al., 2021, S. 2) hat mittelfristig rechtsextremen Kanälen Reichweite verschafft, weil ihre Inhalte auch in weniger extremen Kanälen geteilt wurden (Simon et al., 2022, S. 18–19). Dabei vernetzten sich Querdenken-Aktivist*innen mit Rechtsextremen, QAnon-Communities, Anhänger*innen sonstiger Verschwörungserzählungen und alternativen Medienangeboten (Zehring und Domahidi, 2023, S. 5).

Rothut et al. (2023, S. 13) stießen bei ihrer Analyse von rechtsextremen Influencer*innen auf Telegram auf sechs Typen: Publikumsorientierte Nachrichtenmacher*innen, prominente Unterstützer*innen rechtsextremer Ideen, völkische Ideolog*innen, regionale Aktivist*innen, QAnon-Vertreter*innen und verschwörungstheoretische Ideolog*innen. Die Typologie enthält wertvolle Anregungen, beschränkt sich aber auf rechtsextreme Kanäle, die von Influencer*innen betrieben werden, die klar als Einzelpersonen identifizierbar sind und in ihre Kommunikation parasoziale Elemente integrieren (Rothut et al., 2023, S. 7). Unsere Untersuchung umfasst ein breiteres Spektrum von Kanälen unterschiedlich staats skeptischer Milieus. Daher lautet unsere vierte Forschungsfrage:

*FF4: Welche Akteur*innen und Rollen sind charakteristisch für staats skeptische Gegenöffentlichkeiten auf Telegram? Werden Rollen aus anderen kommunikativen Kontexten adaptiert?*

4. Methode: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse

Um den relativ neuartigen Gegenstand angemessen zu erfassen, sind wir explorativ und rekonstruierend mit einem Methoden-Mix aus Experteninterviews und qualitativer Inhaltsanalyse vorgegangen.

4.1 Experteninterviews

Zur Exploration des Felds führten wir 15 halboffene Experteninterviews (Werner, 2013, S. 142–143), die im ersten Quartal 2022 stattfanden. Damit verfolgten wir zwei Ziele: In Vorbereitung auf die qualitative Inhaltsanalyse ging es uns zunächst darum, das Suchfeld für die Auswahl der Kanäle in unserem Korpus einzugrenzen. Durch die Einbindung von Expert*innen, die sich intensiv und aus unterschiedlichen Blickwinkeln mit desinformierenden Inhalten auf Telegram beschäftigen, konnten wir unsere Vorauswahl, die auf der Forschungsliteratur und ergänzenden Recherchen basierte, validieren und ausbauen.

Wir explorierten zudem den Gegenstand, um die Einschätzungen der Expert*innen im Sinne einer Triangulation auf die Befunde unserer Inhaltsanalyse zu beziehen. Relevant waren hier für uns die Identifikation von zentralen Funktionslogiken von Telegram sowie Einschätzungen zu relevanten Praktiken. Zudem fragten wir die Expert*innen nach dominanten Themen, Berichterstattungsdynamiken, Strukturmerkmalen und typischen Gestaltungsformen.

Die Aussagekraft von Experteninterviews hängt wesentlich von einem Sample ab, das vielfältige Perspektiven auf den Gegenstand abdeckt, damit durch Vergleich Schlüsselmerkmale identifiziert werden können (Blöbaum et al., 2016, S. 187). Wir haben angestrebt, durch Gesprächspartner*innen mit variierender Expertise die Robustheit der Befunde zu erhöhen. Dazu haben wir Interviews mit Expert*innen aus Wissenschaft, Politikberatung, Journalismus, Sicherheitsbehörden und Netzaktivismus geführt (Tabelle 1).

Tabelle 1: Sample Experteninterviews

| Bereich | Abdeckung (Bezeichnung der Expert*innen in Auswertung) |
|---------------------|--|
| Wissenschaft | Forschungsinstitut Rechtspopulismus (Expert*innen 4, 10, 13, 14) |
| Politikberatung | Thinktank Extremismus, Stiftung Antisemitismus (Expert*innen 9 und 11) |
| Journalismus | Fact Checking, Fachjournalismus Extremismus (Expert*innen 1, 2, 5, 6, 7 und 8) |
| Netzaktivismus | Einzelaktivist*innen, Blogger*innen (Expert*innen 3 und 12) |
| Sicherheitsbehörden | Präsident Landesverfassungsschutz (Experte 15) |

Alle Interviews wurden mit identischem Leitfaden von Mitgliedern des Forschungsteams online via Zoom geführt, per Video dokumentiert und automatisch transkribiert (Salmons, 2016, S. 127–141). Aus den paraphrasierten Aussagen wurden induktiv Kategorien entwickelt. Kategorien, die oft Erwähnung fanden, wurden in der Auswertung besonders gewichtet. So wurden Tendenzen bestimmt und ein deduktives Kategoriensystem für die Inhaltsanalyse entwickelt (Details siehe Abschnitt 5.2).

4.2 Qualitative Inhaltsanalyse

4.2.1 Sampling

Unsere Samplingstrategie verfolgte das Ziel, einen möglichst relevanten Teil der Akteur*innen, Orientierungen und Praktiken auf Telegram darstellen zu können. Dazu haben wir zuerst das Spektrum desinformationsaffiner Kanäle breit gesichtet und dann eine Auswahl von Kanälen getroffen, die relevante Einsichten in Bezug auf das Forschungsinteresse erwarten ließen. Als relevante Kanäle galten solche, die ausgehend von den Befunden der Experteninterviews (siehe 4.1) bezüglich der Themenstruktur und der Aufbereitungsform

das Spektrum der Kommunikationsstile auf Telegram repräsentieren. Um das Material zu sichern, wurden alle Posts inklusive Metadaten sowie wesentliche Metriken für 1.025 desinformationsaffine Kanäle und Gruppen im Zeitraum vom 01.03.2022 bis 13.07.2022 gecrawlt.

Bezogen auf wichtige Metriken wie die Zahl der Abonnierenden oder den Umfang der Publikationsaktivitäten ergab sich in diesem Ausgangskorpus ein für Telegram typisches, heterogenes und volatiles Bild. Um hier eine begründete Auswahl relevanter Kanäle treffen zu können, haben wir Schlüsselmetriken, die von Telegram über die API zur Verfügung gestellt werden, zu einem Lebendigkeitsindex verdichtet und dann die Kanäle ausgewählt, die auf diesem Index hohe Werte erzielten.

In den Index flossen vier Kennzahlen ein: Als Indikator für die Reichweite des Kanals verwendeten wir die aktuelle Zahl der Abonnierenden. Die Aktivität eines Kanals bildeten wir über den Output an Posts ab. Das Engagement der User*innen operationalisierten wir über die Zahl der Views. Die Verbreitung des Kanals über andere Kanäle und User*innen wurde über die Zahl der Weiterleitungen gemessen. Durch diese Vorgehensweise wurde neben der Reichweite eines Kanals auch die Konnektivität im Untersuchungszeitraum als wesentliches Merkmal digitaler Gegenöffentlichkeiten mitberücksichtigt. Die Validität und Reliabilität des Indexes wurden vorab in einer Hauptkomponentenanalyse überprüft. Die finale Kombination von Kennzahlen erreicht hier eine zufriedenstellende Skalenreliabilität von 0.706. Details zur Indexbildung finden sich in Anhang I.

Basierend auf den Indexwerten wurden 23 Kanäle für die qualitative Analyse ausgewählt: Neues aus Russland 🇷🇺; Ärzte für den Frieden; ✕ impfen-nein-danke.de offiziell 🇩🇪; Russländer & Friends RU 🇷🇺 DE; (Denkanstöße) Fortsetzung der Menschenreise in die Neue Welt; ✕ BÜRGERINFORMATIVE – News; RalphBernhardKutza; Eva Herman Offiziell; Schuberts Lagemeldung – Stefan Schubert Offiziell; Mäcke macht gute Laune; ✕ Traugott Ickeroth – <https://traugott-ickeroth.com/liveticker/> – Der Sturm ist da!; Alles Außer Mainstream; Veikko aka Son Go Q Offiziell; ddb radio; Q7 4 You; 🇺🇸 Unzensiert V2 🇺🇸; ✨ Booom Aktuell ✨ Austausch über das Weltgeschehen; Komfortzone verlassen – selbst denken; 🇩🇪 QANONYMOUS KANAL DEUTSCHLAND 🇺🇸 USA Patriots United; QWWGIWGA16PLUS1; Folge dem Plan; Q-Channel und Immer frei.

Innerhalb dieser Kanäle wurden einzelne Posts nach dem Prinzip des theoretischen Samplings ausgewählt (Glaser und Strauss, 1998, S. 53) und von den Autor*innen und sechs geschulten studentischen Hilfskräften kodiert. Ausgangspunkt der Kodierung war eine zufällig gezogene Auswahl von Posts aller untersuchten Kanäle. Aus dem Ausgangsmaterial wurden arbeitsteilig Kategorien entwickelt. Entlang der vorläufigen Ergebnisse wurde dann festgelegt, welche weiteren Posts mit Blick auf welche Analysekrterien empirisch untersucht werden sollten. Diesen Prozess haben wir insgesamt viermal wiederholt, bis sich in der Beschreibung der Kanäle eine theoretische Sättigung einstellte (Glaser und Strauss, 1998, S. 69). So gingen insgesamt 576 Postings in die Analyse ein.

4.2.2 Kodierung des Datenmaterials

Der Korpus wurde mittels einer strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse (Mayring, 2022, S. 96) mithilfe eines vorgegebenen Kategorienschemas analysiert (siehe Anhang 2). Weil eine Charakterisierung der im Datenmaterial vermittelten Informationen als „falsch“ eine Setzung von Seiten der Forschenden ohne inhaltlichen Nachweis bedeutet hätte (dazu auch Krämer, 2021, S. 12), wurde bei der Auswahl des Materials auf solche Zuschreibungen verzichtet.

Folgende Dimensionen wurden erhoben: die thematische Ausrichtung, die argumentative und narrative Struktur, die sprachliche und visuelle Aufbereitung der Posts, ihr affektives Potenzial und ihre Vernetzung mit anderen Seiten. Die entlang dieser Dimensionen

entwickelten Kategorien wurden in Workshops intensiv unter den Autor*innen und Hilfskräften diskutiert und schrittweise konsolidiert und erweitert. Eine Übersicht über die so entwickelten Kategorien findet sich in Anhang 2.

Nach Abschluss der Kategorienbildung wurden die Kanäle von den Autor*innen hinsichtlich ihrer Merkmale betrachtet, verglichen und typologisiert (Kelle und Kluge, 2010, S. 91–107). Typbildende Variablen waren dabei die drei Schlüsseldimensionen einer kommunikativen Figuration (Akteur*innen, Orientierungshorizonte und thematischer Schwerpunkt, Praktiken). Dazu erstellten wir Fallporträts, erarbeiteten in drei Auswertungswerkshops iterativ tentative Typ-Zuordnungen und glichen diese zur Validierung erneut mit dem Material ab, ehe wir die Kanäle final zuordneten und dicht beschrieben (siehe Abschnitt 5.5).

5. Befunde: Die kommunikative Figuration staatskeptischer Akteur*innen auf Telegram

5.1 Forschungsfrage 1: Thematische Struktur

Nach Themen auf reichweitenstarken Kanälen befragt, erwähnen Anfang 2022 alle Expert*innen die COVID19-Pandemie. Dieses Feld hat mehreren Expert*innen zufolge auf Telegram eine größere und konstantere Bedeutung als in der sonstigen medialen Agenda – ein Befund, der sich in der qualitativen Inhaltsanalyse bestätigt, obwohl diese einen späteren Untersuchungszeitraum abdeckt, in dem kaum mehr pandemiebedingte Einschränkungen bestanden.

Themen mit großem Emotionalisierungspotenzial stellen einen Anknüpfungspunkt für Verschwörungstheorien dar, auch in Kanälen, die auf den ersten Blick wenig radikal wirken. Das Thema „Kinderschutz“ gehört laut drei Expert*innen zu den Themen, die besonders geeignet sind, um auch bürgerliche Kreise mit radikaleren Inhalten in Berührung zu bringen (Expert*innen 5, 8, 13) (vgl. Müller, 2022, S. 105). Auch das Thema „Geschlechtergerechte Sprache“ wird von den Expert*innen als Anknüpfungspunkt für weniger radikalisierte User*innen genannt. Diese Themen konnten wir auch inhaltsanalytisch nachweisen, sie spielen vom Umfang her aber eine untergeordnete Rolle.

Allgemein ist die Agenda reichweitenstarker Telegram-Kanäle den Expert*innen zufolge stark an die Agenda der etablierten Massenmedien angelehnt. Die Befunde der qualitativen Inhaltsanalyse bestätigen dies und zeigen übereinstimmend mit quantitativen Studien, dass nicht nur über ganz ähnliche Themen berichtet wird, sondern neben alternativen Medien auch auf etablierte Medien verlinkt wird (Herasimenka et al., 2023; ZAF, 2023).

5.2 Forschungsfrage 2: Orientierungshorizonte

Bezogen auf Orientierungshorizonte stoßen wir auf konsistente Befunde in Experteninterviews und Inhaltsanalyse, die die Befunde bereits publizierter Studien ergänzen. Wir können vier Orientierungshorizonte identifizieren und finden erstens populistische Argumentationen, in denen Kritik an Eliten und Institutionen aus Politik, Wirtschaft und Medien mit einer Stilisierung der eigenen Gruppe als Benachteiligte oder sogar Verfolgte verknüpft wird. Zweitens wird auf rechtsextreme Gedankengebäude zurückgegriffen, angefangen von nordischer Mythologie über identitäre Denkmodelle bis hin zum Mythos des „großen Austauschs“. Hier ist die Schnittstelle zum dritten, verschwörungsmythischen Horizont, der oft antisemitisch grundiert ist (Expert*innen 2 und 11). Unsere inhaltsanalytischen Befunde zeigen dabei, dass die QAnon-Ideologie in vielen reichweitenstarken und aktiven Kanälen eine dominante Position einnimmt. Posts, die dieses Gedankengut enthalten, werden im

Rahmen des Kuratierens auch auf Kanälen geteilt, die wir nicht dem entsprechenden Milieu zuordnen. Hinzu kommen viertens Narrative über den verkommenen Westen, das angeblich faschistische Regime in Kiew und Russland als Befreier.¹

Alle vier Orientierungshorizonte nehmen dabei Bezug auf das Subpolitische und Subkulturelle, und es kommt zu einer „Vermischung von Politik, Unterhaltung und anderen Formen von Populärkultur“, was Wimmer (2014, S. 300) als charakteristisch für Gegenöffentlichkeiten beschreibt.

5.3 Forschungsfrage 3: Praktiken

Die Schilderungen der Expert*innen verweisen darauf, dass sich die Bedeutung von Telegram für staatskritische Gruppen über seine technologischen Eigenschaften erklärt. Diese erlauben fluide Übergänge zwischen interaktiver Gruppenkommunikation und unidirektionaler Kanalkommunikation, was Telegram gerade für staatsfeindliche Bewegungen als Rekrutierungsplattform attraktiv mache: In großen, offenen Gruppen würden mögliche Sympathisant*innen ausfindig gemacht. Über Direktnachrichten würden dann Einladungslinks für halboffene Gruppen verschickt oder Beitritte in geschlossene Gruppen angebahnt (Expert*in 4).

Das Kuratieren von Inhalten erweist sich sowohl in den Schilderungen der Expert*innen als auch in der Inhaltsanalyse als zentrale Praktik: Viele Administrator*innen großer Kanäle verfassen nur wenige ihrer Posts selbst. Stattdessen stellen sie aus Posts anderer Telegram-Kanäle, Inhalten, die auf anderen Plattformen gehostet werden, und Medieninhalten aus etablierten und alternativen Medien einen Feed zusammen – teils im Sinne einer „interpreting curation“ (Cui und Liu, 2017, S. 835), bei der die Links in kurze Texte eingebettet werden, teils aber auch ohne Erläuterungen. So wird Wirklichkeit durch Auswahl konstruiert.

Von Kreator*innen selbst erstellte Inhalte verwenden Strategien, die aus dem Journalismus bekannt sind, um die Glaubwürdigkeit der eigenen Aussagen zu erhöhen, wie etwa der Verweis auf Expert*innen, Insider*innen oder wissenschaftliche Studien. Spezifisch für Telegram scheinen allerdings Hypothesen zu sein, denen durch Scheinlogiken als rhetorisches Mittel zu mehr Plausibilität verholfen werden soll. Einige Kanäle adaptieren zudem journalistische Praktiken zur Aufbereitung von Inhalten, um Genre-Erwartungen zu aktivieren (z. B. Kurzmeldungen, News-Ticker oder auch Kommentare).

Hinsichtlich der Auswahl und der Aufbereitung von Inhalten berichten die Expert*innen, dass viele Kanäle auf Telegram mit Emotionalisierung arbeiten und stützen damit einschlägige Befunde von Müller (2022, S. 95). Die Expert*innen betonen aber zugleich fast alle, dass die Aufbereitung der Nachrichten abhängig vom Typ des Kanals unterschiedlich erfolge. Diese Einschätzungen bestätigten sich in unserer qualitativen Inhaltsanalyse, in der wir ein breites Spektrum redaktioneller Praktiken freilegen konnten, die wir in 5.5 genauer ausführen.

Auf der sprachlichen Ebene finden sich Praktiken der Aufmerksamkeitsmaximierung wie Skandalisierung und die Aktivierung von Emotionen wie Angst, Wut oder Empörung, oft visuell unterstützt durch einschlägige Emojis. Charakteristisch für manche Kanäle ist

1 Die Daten für die Inhaltsanalyse wurden kurz nach dem russischen Angriff auf die Ukraine erhoben (01.03.2022 bis 13.07.2022), was zur Folge hat, dass dieser in der Inhaltsanalyse eine zentralere Rolle spielt als in den Experteninterviews, die früher geführt wurden. Elf der 15 Interviews fanden zwischen dem 01.02. und dem 22.02.2022 statt, also unmittelbar vor Kriegsbeginn. Vier Interviews wurden zwischen dem 07.03. und dem 04.05. durchgeführt.

zudem ein subjektiver Zugang zu Themen, erkennbar an der starken Präsenz der Krea-tor*innen in der Berichterstattung und der direkten Ansprache von Nutzer*innen.

Darüber hinaus zeigen sich ökonomisch motivierte Praktiken, die allen Expert*innen zufolge bedeutsam sind: Große Kanäle refinanzieren sich über Kooperationen mit Verlagen wie dem Kopp-Verlag und teilen Buchhinweise und Produktwerbung (Expert*in 7) (vgl. Müller, 2022, S.100). Zudem gibt es Influencerpersönlichkeiten, die dazu aufrufen, sie mit Schenkungen zu unterstützen (Expert*in 11).

5.4 Forschungsfrage 4: Akteur*innen und Rollen

Als Akteur*innen auf Telegram können wir in Übereinstimmung mit vorliegenden Befunden News-Anchors, regionale (Gruppen von) Aktivist*innen und politische Influencer*innen rekonstruieren, wobei sich letztere meist schon vor dem Aufkommen von Telegram auf anderen Kanälen als Personenmarken etabliert hatten und dann – oftmals wegen Deplatfor-ming – auf Telegram umzogen (Expert*innen 3, 6, 8 und 11, dazu auch Rothut, 2023).

Ergänzend verweisen unsere Expert*innen auf große Kanäle, die nicht sichtbar an ein-zelne Personen gekoppelt sind, sondern für Gruppen stehen, die sich primär über und auf Telegram konstituieren. Expert*in 9 erläutert dies am Beispiel der „Freien Sachsen“: Netzak-tivismus und Realweltaktivismus seien bei solchen Gruppen nicht zu trennen, viele Aktio-nen würden in erster Linie durchgeführt, um Videos zu produzieren, die dann auf Telegram geteilt würden. Expert*in 5 weist zudem darauf hin, dass einschlägige Telegramkanäle nach Realwelt-Aktionen Abonnentenzuwächse verzeichnen können. Diese enge Verflechtung von Realwelt- und Online-Vergemeinschaftung deuten wir als Manifestation von deep media-tization im Sinne von Hepp und Hasebrink, wobei aufgrund von Konnektivität Grenzen zwischen Räumen verwischen (2018, S. 19–20).

Im Umfeld reichweitenstarker Telegram-Kanäle, hinter denen Aktivist*innen-Gruppen stehen, haben wir auf Basis der Experteninterviews mehrere Rollen ausfindig gemacht: einfache Abonnent*innen, die weitgehend passiv konsumieren, aber potenziell rekrutierbar sind, lokale Aktivist*innen, die zugleich Content-Lieferant*innen sind, und die Administrator*in-nen, die Gatekeeping betreiben und entscheiden, welche Inhalte aus kleinen Kanälen und regionalen Gruppen an eine breitere Öffentlichkeit weitergeleitet werden.

Daneben lassen sich in unserer qualitativen Inhaltsanalyse weitere charakteristische Rollen identifizieren: Pseudo-Expert*innen, die fragwürdigen Aussagen mehr Glaubwürdig-keit verleihen sollen, Insider*innen aus etablierten Institutionen, die Skandalisierungen untermauern, und Gesinnungsgenoss*innen, die zur Gruppenkohäsion beitragen.

5.5 Typische kommunikative Konstruktionen in reichweitenstarken und aktiven Telegram-Kanälen

In diesem Abschnitt stellen wir vor, welche zentralen kommunikativen Konstruktionen wir in reichweitenstarken Kanälen finden können, und beziehen dies auf Konstellationen aus Themen, Orientierungshorizonten, Praktiken und Akteur*innen, um auf dieser Basis sechs Typen zu identifizieren.

Kanaltyp 1: Fokussierung auf ein Schwerpunktthema

Neues aus Russland, Russländer & Friends, Ärzte für den Frieden und impfen-nein-danke.de offiziell gehören zu diesem Typ. Typbildend ist die Fokussierung auf ein Schwerpunktthe-ma: Zwei der Kanäle posten über das Corona-Virus und die Corona-Impfung (siehe 5.2), zwei argumentieren pro-russisch in Bezug auf den Ukraine-Krieg. Die Kanäle werden

von Einzelpersonen, die mitunter Elemente von Influencerkommunikation einsetzen (z. B. Neues aus Russland), oder von Aktivistengruppen betrieben. Die Kreator*innen rahmen dabei aktuelle Ereignisse ideologisch, und zwar entweder unter Rückgriff auf Narrative der russischen Propaganda oder auf eine Elitenskepsis, insbesondere gegenüber etablierten Medien und der Wissenschaft. Dazu kuratieren die Kanäle Links zu externen Quellen, besonders oft zu alternativen Medien, und betten sie im Sinne einer „interpreting curation“ in kurze Texte ein. Weil die Kanäle skandalisieren sowie Nutzer*innen involvieren und aktivieren wollen, sind die Posts oft als Enthüllung verfasst.

Kanaltyp 2: Kultivierung verschwörungstheoretischer Perspektiven

Dieser Kanaltyp integriert die Kanäle (*Denkanstöße*) *Fortsetzung der Menschenreise in die Neue Welt* und ✕ *BÜRGERINFORMATIVE – News*. Ihre Postings adressieren bereits involvierte QAnon-Interessierte (vgl. Zihiri et al., 2022). Die Kreator*innen setzen Vorwissen bei den Nutzer*innen voraus und kommunizieren in meist sachlichem Ton mit QAnon-Vokabeln, die für Außenstehende unverständlich sind. Es geht ihnen also primär um die Kohäsion einer vorhandenen Gemeinschaft. Sie posten überwiegend kurze Beiträge ohne Verlinkungen und kuratieren nicht.

Kanaltyp 3: Kommunikation im journalistischen Stil

Die Kanäle *RalphBernhardKutza*, *Eva Herman Offiziell* und *Schuberts Lagemeldung – Stefan Schubert Offiziell* positionieren sich auf Telegram als journalistische Alternative zu etablierten Medien. Sie greifen ein breites Spektrum an aktuellen Themen auf. Die Kreator*innen treten dabei als vertrauenswürdige News-Anchors auf. Sie setzen ihre Botschaft mit etablierten Medienangeboten und einem breiten Spektrum an Diskursen in Beziehung und konstruieren so alternative Wirklichkeiten. Um den seriösen Gesamteindruck nicht zu gefährden, werden Verschwörungsmymen zurückhaltend in die Texte eingeflochten (vgl. Müller, 2022, S. 104).

Kuratieren ist die dominante Praktik in diesem Typ: Beiträge von etablierten und alternativen Medien sowie aus YouTube werden verlinkt und in einen nachrichtlichen, journalistisch anmutenden Text eingebettet. Seltener werden Links in Kombination mit Kommentierung verbreitet. Die Texte sind professionell gestaltet, fokussiert und strukturiert und bedienen Rezeptionsgewohnheiten digitaler Medienangebote. Die Kreator*innen arbeiten mit Expertenzitaten, Überschriften und anderen journalistischen Gestaltungsmitteln. *Eva Hermann Offiziell* und *Schuberts Lagemeldung – Stefan Schubert Offiziell* teilen aus kommerziellen Interessen häufig Verkaufslinks zu Produkten aus dem Kopp-Verlag (vgl. Müller 2022, S. 100).

Kanaltyp 4: Politisches Influencing und Vernetzung

Die Kreatoren – allesamt Männer – hinter den Kanälen *Mäckle macht gute Laune, Alles Ausser Mainstream*, *Veikko aka Son Go Q Offiziell* und ✕ *Traugott Ickeroth* – <https://traugott-ickeroth.com/liveticker/> – *Der Sturm ist da!* beziehen sich auf ein breites Themenspektrum (Corona, Ukraine-Krieg, Anti-Genderismus, Wetter, HIV). Typbildend ist, dass die Kreatoren als Person in Erscheinung treten und Praktiken parasozialer Interaktion zu beobachten sind (vgl. Rothut et al., 2023). Meinungsbeiträge sind zentral (vgl. Bause, 2021; Riedl et al., 2021): Sie erzeugen Wiedererkennungswert und prägen Personenmarken, wobei die Influencer Themen im Sinne von Querdenken oder von QAnon deuten (vgl. Müller, 2022). Kuratieren hat hier vor allem einen vernetzenden Charakter. Oft stellen die Kreato-



ren Zusammenhänge zwischen mehreren Phänomenen her, z. B. „Der große Kriegsplan. Er erklärt bis ins Detail alles, was in den letzten zwei Jahren passiert ist: COVID-19, Russlands Ukrainekrieg und die Mega-Lockdowns in China“. Insgesamt zielt die Kommunikation darauf, User*innen über Telegram-Kommunikation in die postulierten Weltanschauungen einzubinden. Vereinzelt gibt es Aufrufe zu Aktivismus.

Kanaltyp 5: Erzeugung von Aufmerksamkeit und Reichweite

Die Kanäle zielen primär darauf ab, Reichweite zu erzeugen. Es werden keine Inhalte verfasst, sondern ausschließlich Inhalte gepostet, die andernorts bereits veröffentlicht wurden. Typbildend sind hier also Praktiken des Teilens und Kuratierens, wobei es sich meist nicht um eine „interpreting curation“ handelt, denn nur vereinzelt erstellen die Kreator*innen passend zu den Verlinkungen noch einen kurzen nachrichtlichen Text oder einen Kommentar. Die Akteur*innen hinter diesen Kanälen nutzen Telegram oft, um auf eigene Angebote aufmerksam zu machen. Ein Teil der Kanäle verlinkt dabei stets auf dieselbe Quelle (*ddb radio*, *Q7 4 You* und *Unzensiert V2*). Zwei andere Kanäle verlinken vor allem themenorientiert externe Medien (*Komfortzone verlassen – selbst denken* sowie *Boom Aktuell*).

Nur manche der Kanäle in diesem Typ haben klar erkennbare Orientierungshorizonte: *Q7 4 You* ist unverkennbar in der QAnon-Ideologie verhaftet; *ddb radio* und *Unzensiert V2* knüpfen an die Reichsbürger-Szene an. Gerade bei diesen weltanschaulich radikalen Kanälen ist davon auszugehen, dass die beschriebene Praktik dazu dient, in den Telegram-Kosmos Inhalte von anderen Plattformen einzuspielen, die durch Kuratieren dann weiterverbreitet werden.

Kanaltyp 6: Entfaltung verschwörungstheoretischer Weltbilder

Die Kanäle  *QANONYMOUS KANAL DEUTSCHLAND*  *USA Patriots United*, *QWW-GIWGA16PLUS1*, *Folge dem Plan*, *Q-Channel* und *Immer frei* verbreiten Verschwörungsmythosen von QAnon. Anders als in Typ 2 agieren die Kreator*innen hinter diesen Kanälen aber als Recruiter*innen, die auf Telegram Personen ansprechen, die mit Verschwörungsmythosen wenig vertraut sind. Dementsprechend sind die Texte emotional, polarisierend und alarmierend gestaltet. Auch in der Zusammenstellung der Beiträge ist das Ziel erkennbar, den QAnon-Mythos anschlussfähig zu machen, indem man ihn mit scheinbaren Fakten anreichert. Zu diesem Zweck kuratieren die Kanäle externe Inhalte, die sie mit Einzeilern, nachrichtlichen Texten und Kommentaren verbinden. Diese stammen aus etablierten und alternativen Medien, von YouTube oder anderen Telegram-Kanälen. Während die Einzeiler das Thema kurz umreißen, sind die Kombinationen aus nachrichtlichem Text und externer Quelle inhaltlich so gestaltet, dass sie die Verschwörungsmythosen scheinbar belegen. Gleichzeitig erstellen die Kreator*innen Postings, welche Enthüllungen, Statements von Dritten, Scheinlogik oder Pseudoinformationen enthalten, und verbreiten Meinungsbeiträge, ohne auf externe Quellen zu verlinken.

6. Diskussion

Im vorliegenden Beitrag wurde gezeigt, wie sich auf Telegram Gegenöffentlichkeiten als Figuration kommunikativ konstituieren. Dabei haben wir untersucht, welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede reichweitenstarke Kanäle bezüglich ihrer Themen, Orientierungshorizonte, Praktiken und Akteur*innen in spezifischen Rollen aufweisen.

Unsere Analyse zeigt dabei zunächst, dass sich insbesondere die pseudojournalistischen Kanäle (Typ 3) *thematisch* weitgehend an der Medienagenda orientieren, diese aber anders

ausdeuten. Damit bedienen sie Informationsbedürfnisse der User*innen, konstruieren eine alternative Wirklichkeit und profilieren sich als relevante Quelle für aktuelle Nachrichten.

Als dominante *Orientierungshorizonte* dieser Gegenöffentlichkeit sind in unseren Befunden populistische Elitenkritik, rechtsextreme Ideologien und antiwestliche Narrative wiederholt auszumachen. Außerdem sind quer durch alle Kanaltypen Bezüge zu Verschwörungsmithen von QAnon zu finden. Die Rolle von QAnon in der deutschsprachigen Telegram-Kommunikation sollte daher in weiteren Studien vertiefend analysiert und ihre inhaltliche Bedeutung geklärt werden, weil sich QAnon offensichtlich ähnlich wie in den USA zunehmend verbreitet – eine Entwicklung, die nicht zuletzt wegen der Überschneidungen von QAnon mit rechtsradikalen Positionen als beobachtungsbedürftig erscheint (Zihiri et al., 2022, S. 5–6).

Als spezifische und charakteristische *Praktik* der hier rekonstruierten Gegenöffentlichkeit schält sich das Kuratieren heraus: Sie ist für viele unserer Kanaltypen bedeutsam und wird je nach Typ mit unterschiedlichen anderen Kommunikationspraktiken verbunden: Pseudojournalistische Kanäle (Typ 3) verbinden sie meistens mit einer sachlichen, nachrichtlichen Aufbereitung. Andere Kanäle setzen hingegen stärker auf parasoziale Beziehungen und die Vernetzung mit Realweltaktivismus (Typ 4), Emotionalisierung und Gruppenkohäsion (Typ 1, Typ 4 und Typ 6). Kein Kuratieren und auch keine Emotionalisierung finden hingegen auf Kanälen statt, die sich an Insider der QAnon-Szene richten und auf denen für Außenstehende mutmaßlich unverständlich kommuniziert wird (Typ 2).

Konnektivität realisiert sich via Telegram in gleich mehreren Dimensionen: So zeigt unsere Analyse, dass auf Telegram durch Kuratieren und andere kommunikative Praktiken, etwa durch Emotionalisierung, Querverbindungen zwischen verschiedenen Desinformationsmilieus geschaffen werden. Auch bezüglich der thematischen Ausrichtung konnten wir verknüpfende Narrative und Themen ausfindig machen, wie beispielsweise Kinderschutz, die dazu genutzt werden, in weniger radikalen Gruppen (z. B. bei Gegner*innen von Coronamaßnahmen an Schulen) Anknüpfungspunkte für radikale Narrative wie QAnon zu schaffen.

Auch in Bezug auf *Akteur*innen in spezifischen Rollen* weist Telegramkommunikation Dimensionen auf, die bereits in ähnlichen kommunikativen Figurationen beobachtet wurden: Die Kreator*innen der von uns in den Fokus der Untersuchung gerückten reichweitenstarken Kanäle fungieren als Gatekeeper*innen. Sie generieren durch Kuratieren einerseits Reichweite für Posts, deren Ursprünge auf anderen Ebenen der Telegram-Kommunikation zu verorten sind, z. B. in kleinen Kanälen oder in geschlossenen und halboffenen Gruppen. Andererseits gehen in den Prozess des Kuratierens auch Inhalte von außerhalb ein: multimedialer Content, der auf anderen Plattformen gehostet wird, und Links zu Beiträgen in sogenannten alternativen Medien und klassischen Nachrichtenmedien. Hierbei füllen einige Kreator*innen eine pseudojournalistische Rolle aus, andere nehmen eher eine Influencerrolle ein. Die Bedeutung und Ausgestaltung dieser Rollen sollten in weiteren Studien intensiver ausgeleuchtet werden.

Diese vertiefende Auseinandersetzung erscheint vor dem Hintergrund der Limitationen unseres empirischen Zugangs besonders notwendig. Unser qualitativer Zugang erzwang zunächst eine Beschränkung auf reichweitenstarke öffentliche Kanäle: Daher gälte es zunächst, die in der vorliegenden Studie rekonstruierten Charakteristika in quantitativen Inhaltsanalysen zu validieren und die Bedeutung einzelner Komponenten und Typen zu quantifizieren, um repräsentative Ergebnisse zu erzielen. Je präziser staats-skeptische Gegenöffentlichkeiten auf Telegram beschrieben werden können, desto besser lässt sich auch nachvollziehen, welche Rolle Desinformation in diesem Kontext spielt und wie sie sich dort verbreitet.

In der Stichprobenbildung für unsere Exploration haben wir uns zudem stark auf die Empfehlungen von Expert*innen gestützt, die aber aus ihrer jeweiligen professionellen Auseinandersetzung mit dem Feld heraus nur spezifische Teilbereiche des Feldes ausleuchten. Trotz der von uns angestrebten Vielfalt der Perspektiven ist nicht auszuschließen, dass dabei systematisch Dunkelfelder zurückbleiben, die auch in Summe von den Expert*innen nicht beachtet werden.

Alle hier vorgestellten inhaltsanalytischen Erkenntnisse beziehen sich schließlich auf den allgemein zugänglichen Bereich von Telegram. Somit sind weitere Studien notwendig, um die Aneignung von Telegram durch staatskeptische Nutzer*innen auch auf der Mikro- und Mesebene umfassender zu verstehen.

Danksagung

Die Befunde entstanden im Kontext des vom BMBF geförderten Projekts *Dynamo: Fake News in Messengerdiensten erkennen und bekämpfen*. Unser Dank gilt Carolin Jansen für wertvolle Beiträge in der Konzeptions- und Feldphase und York Yannikos für die Unterstützung beim Zugang zu den Rohdaten.

Literatur

- Al-Rawi, Ahmed (2021). Telegramming Hate: Far Right Themes on the Dark Social Media. *Canadian Journal of Communication*, 46(4), 821–851. <https://doi.org/10.22230/cjc.2021v46n4a4055> <https://doi.org/10.22230/cjc.2021v46n4a4055>.
- Akbari, Azadeh & Gabdulhakov, Rashid (2019). Platform Surveillance and Resistance in Iran and Russia: The Case of Telegram. *Surveillance & Society*, 17(1/2), 223–231. <https://ojs.library.queensu.ca/index.php/surveillance-and-society/issue/view/798>.
- Bachmeier, Martin & Morf, Michael (2015). Kuratieren 2.0 Warum Journalistinnen und Journalisten kuratieren sollten. *kommunikation.medien* 5, 1–12.
- Bause, Halina (2021). Politische Social-Media-Influencer als Meinungsführer? *Publizistik* 66(2), 295–316. <https://doi.org/10.1007/s11616-021-00666-z>.
- Blöbaum, Bernd, Nölleke, Daniel & Scheu, Andreas M. (2016). Das Experteninterview in der Kommunikationswissenschaft. In Stefanie Averbeck-Lietz & Michael Meyen (Hrsg.), *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft* (S. 175–190). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-01656-2_11.
- Cui, Xi & Liu, Yu (2017). How Does Online News Curate Linked Sources? A Content Analysis of Three Online News Media. *Journalism* 18(7), 852–870. <https://doi.org/10.1177/1464884916663621>.
- Franke, Kim Lucienne, Buschow, Christopher & Kohlschreiber, Marie (2022). Die Creator Economy im Journalismus. Ein Vergleich plattformbasierter Medienproduktion mit der Arbeit in redaktionellen Strukturen. *MedienWirtschaft* 19(4), 16–25.
- Guerrini, Federico (2013). *Newsroom Curators & Storytellers: Content Curation as a New Form of Journalism*. Working Paper. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Newsroom%2520Curators%2520%2526%2520Independent%2520Storytellers%2520-Content%2520Curation%2520as%2520a%2520New%2520Form%2520Of%2520Journalism.pdf> [02.11.2023].
- Guhl, Jakob & Davey, Jacob. (26. Juni 2020). *A Safe Space to Hate: White Supremacist Mobilisation on Telegram*. Institute for Strategic Dialogue. <https://www.isdglobal.org/isd-publications/a-safe-space-to-hate-white-supremacist-mobilisation-on-telegram/> [02.11.2023].
- Glaser, Barney G. & Strauss, Anselm L. (1998). *Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung*. Hans Huber Verlag.
- Hepp, Andreas, Breiter, Andreas & Hasebrink, Uwe (2018). Rethinking Transforming Communications: An Introduction. In Andreas Hepp, Andreas Breiter & Uwe Hasebrink (Hrsg.), *Communicative Figurations. Transforming Communications in Times of Deep Mediatization* (S. 3–13). Palgrave MacMillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-65584-0_1.

- Hepp, Andreas & Coudry, Nick (2023). Necessary Entanglements: Reflections on the Role of a “Materialist Phenomenology” in Researching Deep Mediatization and Datafication. *Sociologica*, 17(1), 137–153. <https://doi.org/10.6092/issn.1971-8853/15793>.
- Hepp, Andreas & Hasebrink, Uwe (2018). Researching Transforming Communications in Times of Deep Mediatization: A Figurational Approach. In Andreas Hepp, Andreas Breiter & Uwe Hasebrink (Hrsg.), *Communicative Figurations. Transforming Communications in Times of Deep Mediatization* (S. 14–48). Palgrave MacMillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-65584-0_1.
- Herrero-Solana, Victor & Castro-Castro, Carlos (2022). Telegram Channels and Bots: A Ranking of Media Outlets Based in Spain. *Societies*, 12(6), 1–13. <https://doi.org/10.3390/soc12060164>.
- Herasimenka, Aliaksandr, Bright, Jonathan, Knuutila, Aleksa & Howard, Philip N. (2023). Misinformation and Professional News on Largely Unmoderated Platforms: The Case of Telegram, *Journal of Information Technology & Politics*, 20(2), 198–212. <https://doi.org/10.1080/19331681.2022.2076272>.
- Hohlfeld, Ralf, Bauerfeind, Franziska, Braglia, Ilenia & Butt, Aqib (2021). *Communicating COVID-19 against the Backdrop of Conspiracy Ideologies: How Public Figures Discuss the Matter on Facebook and Telegram*. Disinformation Research Lab Passau. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.36822.78406>.
- Holzer, Boris (2021). Zwischen Protest und Parodie: Strukturen der „Querdenken“-Kommunikation auf Telegram (und anderswo). In Sven Reichardt (Hrsg.), *Die Misstrauensgemeinschaft der „Querdenken“-Die Corona-Proteste aus kultur- und sozialwissenschaftlicher Perspektive* (S. 125–157). Campus Verlag. <https://doi.org/10.31235/osf.io/9rgtk>.
- Jarynowski, Andrzej, Semenov, Alexander & Belik, Vitaly (2020). Protest Perspective Against COVID-19 Risk Mitigation Strategies on the German Internet. In Sriram Chellappan, Kim-Kwang Raymond Choo & NhatHai Phan (Hrsg.), *Lecture Notes in Computer Science. Computational Data and Social Networks* (S. 524–535). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-66046-8_43.
- Jünger, Jakob & Gärtner, Chantal (2020). *Datenanalyse von rechtsverstoßenden Inhalten in Gruppen und Kanälen von Messengerdiensten am Beispiel Telegram*. Landesanstalt für Medien NRW. https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/NeueWebsite_0120/Zum_Nachlesen/Telegram-Analyse_LFMNRW_Nov20.pdf [02.11.2023].
- Khaund, Tujia, Hussain, Muhammad Nihal, Shaik, Mainuddin & Agarwal, Nitin (2021). Telegram: Data Collection, Opportunities and Challenges. In Juan Antonio Lossio-Ventura, Jorge Valverde-Rebaza, Eduardo Díaz & Hugo Alatrística-Salas (Hrsg.), *Information Management and Big Data. 7th Annual International Conference, SIMBig 2020, Lima, Peru, October 1–3, 2020, Proceedings* (S. 513–526). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-76228-5>.
- Kelle, Udo & Kluge, Susanne (2010). *Vom Einzelfall zum Typus. Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung*. VS Verlag.
- Krämer, Benjamin (2021). Stop Studying “Fake News” (We Can Still Fight against Disinformation in the Media). *Studies in Communication and Media*, 10(1), 6–30. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2021-1-6>.
- Lou, Chen, Tandoc Jr., Edson C., Hong, Li Xuan, Pong, Xiang Yuan, Lye, Wan Xi & Sng, Ngiag Gya (2021). When Motivations Meet Affordances: News Consumption on Telegram. *Journalism Studies*, 22(7), 934–952. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1906299>.
- Mayring, Philipp (2022). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken* (13. Aufl.). Beltz.
- Müller, Pia (2022). Extrem rechte Influencer*innen auf Telegram: Normalisierungsstrategien in der Corona-Pandemie. *Zeitschrift für Rechtsextremismusforschung*, 2(1), 91–109. <https://doi.org/10.3224/zrex.v2i1.06>.
- Riedl, Magdalena, Schwemmer, Carsten, Ziewiecki, Sandra & Ross, Lisa M. (2021). The Rise of Political Influencers—Perspectives on a Trend Towards Meaningful Content. *Frontiers in Communication*, 6, 752–656. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2021.752656>.
- Rogers, Richard (2020). Deplatforming: Following Extreme Internet Celebrities to Telegram and Alternative Social Media. *European Journal of Communication*, 35(3), 213–229. <https://doi.org/10.1177/0267323120922066>.
- Rothut, Sophia, Schulze, Heidi, Hohner, Julian & Rieger, Diana (2023). Ambassadors of Ideology: A Conceptualization and Computational Investigation of Far-Right Influencers, Their Networking Structures, and Communication Practices. *New Media & Society*, 0(0), 1–28. <https://doi.org/10.1177/14614448231164409>.

- Salmons, Janet (2016). *Doing Qualitative Research Online*. Sage.
- Simon, Mónica, Welbers, Kasper, C., Kroon, Anne & Trilling, Damian (2022). Linked in the Dark: A Network Approach to Understanding Information Flows within the Dutch Telegramsphere. *Information, Communication & Society*, 1–25. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2022.2133549>.
- Schlesinger, Philip (2020). After the Post-Public Sphere. *Media, Culture & Society*, 42(7–8), 1545–1563. <https://doi.org/10.1177/0163443720948003>.
- Schulze, Heidi, Hohner, Julian, Greipl, Simon, Girgnhuber, Maximilian, Desta, Isabell & Rieger, Diana (2022). Far-Right Conspiracy Groups on Fringe Platforms: A Longitudinal Analysis of Radicalization Dynamics on Telegram. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 28(4), 1103–1126. <https://doi.org/10.1177/13548565221104977>.
- Schwaiger, Lisa, Schneider, Jörg, Rauchfleisch, Adrian & Eisenegger, Mark (2022). Mindsets of Conspiracy: A Typology of Affinities towards Conspiracy Myths in Digital Environments. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 28(4) 1007–1029. <https://doi.org/10.1177/13548565221106427>.
- Urman, Aleksandra & Katz, Stefan (2020). What They Do in the Shadows: Examining the Far-Right Networks on Telegram. *Information, Communication & Society*, 25(7) 904–923. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1803946>.
- Walther, Samantha & McCoy, Andrew (2021). US Extremism on Telegram: Fueling Disinformation, Conspiracy Theories, and Accelerationism. *Perspectives on Terrorism*, 15(2), 100–124. <https://www.jstor.org/stable/27007298>.
- Werner, Petra (2013). Qualitative Befragungen. In Konrad Umlauf, Simone Fühles-Ubach & Michale Seadle (Hrsg.), *Handbuch Methoden der Bibliotheks- und Informationswissenschaft* (S. 128–151). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110255546>.
- Wehden, Lars-Ole (2023). Nachrichtenangebote und -nutzung in den Sozialen Medien. In ders., *Journalistische Gatekeeper in den Sozialen Medien* (S. 43–83). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-40257-0_3.
- Wimmer, Jeffrey (2014). Öffentlichkeit, Gegenöffentlichkeiten und Medienpartizipation im Zeitalter des Internets. In Caroline Schmitt & Asta Vonderau (Hrsg.), *Transnationalität und Öffentlichkeit. Interdisziplinäre Perspektiven* (S. 285–308). transcript. <https://doi.org/10.14361/transcript.9783839421543.285>.
- ZAF (2023). *Abschlussbericht – Mainstreaming und Radikalisierung in sozialen Medien*. https://www.verfassungsschutz.de/SharedDocs/publikationen/DE/zaf/2023-02-16-zaf-abschlussbericht.pdf?__blob=publicationFile&v=7 [02.11.2023].
- Zehring, Maximilian & Domahidi, Emese (2023). German Corona Protest Mobilizers on Telegram and Their Relations to the Far Right: A Network and Topic Analysis. *Social Media & Society*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.1177/20563051231155106>.
- Zihiri, Saifeldde, Lima, Gabriel, Han, Jiyoung, Cha, Meeyoung & Lee, Wonjae (2022). QAnon shifts into the mainstream, remains a far-right ally. *Heliyon*, 8(2), 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e08764>.
- Zimmermann, Fabian & Kohring, Matthias (2020). Aktuelle Desinformation – Definition und Einordnung einer gesellschaftlichen Herausforderung. In Ralf Hohlfeld (Hrsg.), *Fake News und Desinformation* (S. 32–43). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783748901334>.

Anhang 1: Details zur Bildung des Lebendigkeitsindex

Hier werden die Komponenten und das Vorgehen bei der Erstellung des Lebendigkeitsindex dargestellt. Detaillierte Ergebnisse zur Güte des Index sind über die Autor*innen verfügbar.

| Publizistischer Relevanzfaktor | Inhaltliche Interpretation | Kennzahlen |
|--------------------------------|--|------------------------------|
| Reichweite | Setzt sich zusammen aus der Anzahl der Subscribers und ggf. Growth. Sie bildet das Aufmerksamkeitspotential eines Kanals. Es wird daher angenommen, dass die Subscribers die wichtigste Dimension darstellen. | Subscribers, Growth |
| Output | Misst die Zahl der Posts in einem zuvor definierten Zeitraum. Über den Output ist somit die Produktionsaktivität eines Kanals messbar, er ist somit die zweitwichtigste Dimension. | Zahl der Posts pro Zeitraum |
| Engagement | Für das Engagement lassen sich Aussagen zur Sichtbarkeit der Postings sowie zur Interaktionsfähigkeit eines Kanals treffen. Konkret wird die Anzahl der Posting-Aufrufe sowie das Volumen an Interaktionen gemessen, die ein Kanal im Verhältnis zur durchschnittlichen Reichweite eines Postings erhält: Hat ein Kanal viele Subscribers, erreicht von diesen aber wenige, weil diese die Postings nicht ansehen, dann ist die Engagement-Rate sehr gering oder gleich Null. Hat ein Kanal aber viele Subscribers und sind diese auch sehr aktiv, weil sie die Postings im Kanal rezipieren, dann ist der Kanal erfolgreicher im Sinne eines hohen Engagements. | ERR% und Views (Total Reach) |
| Verbreitung | Relevant wird ein Kanal insbesondere dann, wenn er auch von anderen Kanalbetreiber*innen und User*innen rezipiert und weitergeleitet wird. Wer also eine hohe Effizienz in seiner Zielgruppe aufweist und zusätzlich über ein breites Netzwerk verfügt, hat somit eine starke Ausstrahlungskraft und ist etwa ein sogenannter „Big Shot“. | Forwards |

Für den Index wurden alle Kanäle und Gruppen herangezogen, die ausschließlich gemäß Abonnierendenzahlen die größte Sichtbarkeit suggerieren. In den Pool aufgenommen wurden jene Telegram-Kanäle und -Gruppen, die a) nachweislich Desinformation verbreiten (siehe Experteninterviews und Excel-Datei Kanalpool) und b) zum Zeitpunkt des Desk research die meisten Abonnierendenzahlen aufwiesen. Insgesamt befanden sich 1.025 Kanäle und Gruppen im Pool.

Um die Validität und Reliabilität des kennzahlenbasierten Indexes zu prüfen, wurde eine Hauptkomponentenanalyse für alle 1.025 Kanäle und Gruppen durchgeführt. Dabei wurden zunächst die Kennzahlen Subscribers, Growth, Views, ERR%, Output und Forwards geprüft. Aufgrund der sehr unterschiedlichen Spannweite der einzelnen Kennzahlen wurden die Variablen vor der Analyse eine z-Standardisierung vorgenommen. Die Hauptkomponentenanalyse zeigte, dass die Komponenten ERR% und Growth keinen Mehrwert brachten. Daher wurden sie von der Indexbildung ausgeschlossen. Die abschließende Bewertung von Cronbach's Alpha zeigt für die Reliabilität des Indexes darüber hinaus zufriedenstellende Ergebnisse.

Anhang 2: Struktur der rekonstruierten Kategorien

Die Tabelle zeigt die in der qualitativen Analyse aus dem Material abgeleiteten Kategorien. Die Ausprägungen können aus Platzgründen hier nicht dargestellt werden, sind aber über die Autor*innen verfügbar.

| Dimension | Details |
|--|--|
| Formalia | Post-ID, Kanal, Datum, Uhrzeit, Anzahl der Aufrufe, Stunde, Anzahl der Forwards, Text des Postings |
| Referenz | Detailausprägungen, Klartext |
| Themen | Themenschwerpunkt, inhaltliche Besonderheiten |
| Politische Position | Erkennbar, Pro/Contra, Inhalte, Besonderheiten |
| Narrative | Vorhanden, Inhalte, Besonderheiten, Ausgangspunkte, Objekt & Ziele, Endpunkt, Helfer*in, Protagonist*in, Antagonist*in |
| Argumente | Vorhanden, Inhalte, Besonderheiten |
| Mittel zur Steigerung der Aufmerksamkeit | Vorhanden, Ausprägungen, Besonderheiten |
| Affektives Potential | Vorhanden, Inhalte, Besonderheiten |
| Zugrundeliegendes Weltbild | Erkennbar, Beschreibung |
| Sprachliche Emotionalisierung | Erkennbar, Ausprägungen, Besonderheiten |
| Journalistische Professionalität | Einordnung möglich, Ausprägungen, Besonderheiten |
| Einbettung in den Alltag | Erkennbar, Inhalte, Besonderheiten |
| Glaubwürdigkeitsmarker | Vorhanden, Ausprägungen, Besonderheiten |



© Katarina Bader / Kathrin Friederike Müller / Lars Rinsdorf