

Linguistische Grenzübergänge

Einblicke in die Sprachfacetten und Diskurswelten
moderner Kommunikation

Herausgegeben von
Izabela Kujawa und Roman Opiłowski

INTERKULTURELLE LINGUISTIK
Studien zu Sprache, Kultur und Medien | 1

Franz Steiner Verlag





Interkulturelle Linguistik / Intercultural Linguistics

Studien zu Sprache, Kultur und Medien / Studies in Language, Culture and Media

Herausgegeben von

ROMAN OPIŁOWSKI, DOMINIQUE DIAS, IZABELA KUJAWA, MIKAELA
PETKOVA-KESSANLIS, SANDRA REIMANN und NADINE RENTEL

Band 1

LINGUISTISCHE GRENZÜBERGÄNGE

Einblicke in die Sprachfacetten und
Diskurswelten moderner Kommunikation

Herausgegeben von
Izabela Kujawa und Roman Opiłowski

Franz Steiner Verlag

Die Veröffentlichung dieses Sammelbandes wurde durch den Fond für wissenschaftliche Forschung und Kommerzialisierung ihrer Ergebnisse der Universität Wrocław und das Programm „Exzellenzinitiative – Forschungsuniversität“ (IDUB) für die Universität Wrocław für 2020 – 2026 sowie durch das im Rahmen der „Exzellenzinitiative – Forschungsuniversität“ (IDUB) der Universität Gdańsk durchgeführte „Programm für Publikationen der Universität Gdańsk“ finanziell unterstützt.

Umschlagabbildung: Ein Bild mit sechs Silhouetten von Menschen, verbunden mit mehreren Sprechblasen und visuellen Symbolen der modernen Kommunikation wie Zahnrädern, Fragezeichen, Dreiecken und Internetzeichen. © DrAfter123, iStock



Dieses Buch ist eine Open-Access-Publikation und wird unter der Lizenz CC BY-NC-ND 4.0 veröffentlicht. Informationen über die Möglichkeiten und Bedingungen zum Teilen und zur Weiternutzung finden Sie unter www.creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de

Der Verlag behält sich sämtliche Rechte an seinen Inhalten für kommerzielles Text- und Data-Mining im Sinne von §44b UrhG ausdrücklich vor. Die Inhalte dürfen nicht zur Entwicklung, zum Training und/oder zur Anreicherung oder Vergleichbarem von KI-Systemen, insbesondere von generativen KI-Systemen, verwendet werden. Ebenso ist die Erfassung und Speicherung der Inhalte durch digitale, fotomechanische oder durch ähnliche Verfahren zu den vorgenannten Zwecken untersagt.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über dnb.d-nb.de abrufbar.

© Izabela Kujawa und Roman Opiłowski 2026
Veröffentlicht in der Franz Steiner Verlag GmbH
Maybachstraße 8, 70469 Stuttgart
service@steiner-verlag.de
www.steiner-verlag.de

Layout und Herstellung durch den Verlag
Satz: primustype Hurler GmbH, Notzingen
Druck: Beltz Grafische Betriebe, Bad Langensalza
Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier.
Printed in Germany.
ISBN 978-3-515-14029-4 (Print)
ISBN 978-3-515-14035-5 (E-Book)
DOI 10.25162/9783515140355

Inhaltsverzeichnis

IZABELA KUJAWA / ROMAN OPIŁOWSKI

Linguistische Grenzübergänge

Von der Idee eines wissenschaftlichen Projektes zur interdisziplinären Sammelarbeit ... 7

Diskursanalyse und Medienkommunikation

WALDEMAR CZACHUR

Kollektive Identität als Gegenstand diskurslinguistischer Forschung 19

BEATA MIKOŁAJCZYK

Der Topos der historischen Analogie und der Vertrauensverlust in den Staat
im Corona-Anti-Impf-Diskurs auf deutsch- und polnischsprachigem Twitter
(Plattform X)

35

MICHAŁ SMUŁCZYŃSKI

Rechtspopulismus auf X (ehem. Twitter) in Polen und Deutschland

Eine softwaregestützte Analyse der Kommentare von PiS- und

AfD-Spitzenpolitikern 55

IZABELA KUJAWA

Einblicke in die Wahlkampfkommunikation im Zeitalter des Populismus

Eine linguistische Untersuchung der Topoi rechtspopulistischer Wahlplakate 71

ROMAN OPIŁOWSKI

Zwischen den Medien

Zur Intermedialität als methodisches Prinzip im Kontrastieren von Texten 89

Sprachkommunikation im Unterricht und Beruf

BEATA GRZESZCZAKOWSKA-PAWLIKOWSKA

Selbstbeobachtung und -evaluation als didaktisch-methodische Tools
zur Entwicklung von Reflexionsfähigkeit als Bestandteil der Redekompetenz

Einblicke in die DaF-Unterrichtspraxis 107

JACEK MAKOWSKI

Fachkommunikation und Berufsbezug in DaF-Lehrwerken am Beispiel des
Geschäftsprozesses der Personalbeschaffung

127

Minitexte auf der Straße aus lexikalischer, interkultureller und multimodaler Sicht

CAMILLA BADSTÜBNER-KIZIK

Polysemie, Hybridisierung, Spoonerismus, *Disemvoweling* und
visuelle Anreicherung

Das Spiel mit ‚linguistischen Irritationen‘ im öffentlichen Raum 151

MAGDALENA MAKOWSKA

Politik auf der polnischen Straße

Perspektiven der Linguistic-Landscape-Forschung 171

KATARZYNA SIEWERT-KOWALKOWSKA

Emotionen im Protest

Eine Analyse der Kodierung von Emotionen am Beispiel

der Textsorte Protestplakat 189

Linguistische Grenzübergänge

Von der Idee eines wissenschaftlichen Projektes zur interdisziplinären Sammelarbeit

IZABELA KUJAWA / ROMAN OPIŁOWSKI

1. Ziele und Inhalte eines wissenschaftlichen Projektes

Die wissenschaftliche Bearbeitung *„Linguistische Grenzübergänge: Einblicke in die Sprachfacetten und Diskurswelten moderner Kommunikation“* entstand als Ergebnis des linguistisch-didaktischen Projekts *„Współczesne oblicza komunikacji. Wykłady gościnne w Instytucie Filologii Germańskiej UG“* („Zeitgenössische Gesichter der Kommunikation. Gastvorträge am Institut für Germanistik der Universität Gdańsk“), das von März bis Oktober 2023 am Institut für Germanistik der Universität Gdańsk durchgeführt wurde. Die Initiatorin und Leiterin dieses Projekts war Dr. Izabela Kujawa (Universität Gdańsk). Das Projekt umfasste die Zusammenarbeit mit acht Wissenschaftler*innen, Linguist*innen sowie Germanist*innen, die unterschiedliche polnische Universitäten vertraten. Im Rahmen einer Reihe von 30 Gastvorträgen für Studierende der Germanistik vermittelten sie aktuelle Forschungserkenntnisse zur zeitgenössischen und modernen Kommunikation. Ein erheblicher Teil der Vortragenden bereitete auch didaktisch orientierte Referate und Aufgaben vor, so dass die Studierenden aktiv an wissenschaftlichen Inhalten und Herausforderungen teilgenommen haben. Zur Gruppe von Projektteilnehmer*innen gehörten (in der Reihenfolge der Projektbeteiligung am IFG UG):

- Univ.-Prof. Dr. habil. Anna Dargiewicz (Universität Ermland-Masuren in Olsztyn, Lehrstuhl für deutsche Sprache),
- Prof. Dr. habil. Joanna Szczek (Universität Wrocław, Institut für Germanistik),
- Univ.-Prof. Dr. habil. Jacek Makowski (Universität Łódź, Institut für Germanistik),
- Univ.-Prof. Dr. habil. Joanna Pędzisz (Maria-Curie-Skłodowska-Universität Lublin, Lehrstuhl für Angewandte Linguistik),
- Prof. Dr. habil. Waldemar Czachur (Universität Warszawa, Institut für Germanistik),
- Univ.-Prof. Dr. habil. Beata Mikołajczyk (Adam-Mickiewicz-Universität Poznań, Institut für Germanische Philologie),
- Prof. Dr. habil. Ewa Żebrowska (Universität Warszawa, Institut für Fachliche und Interkulturelle Kommunikation),
- Univ.-Prof. Dr. habil. Roman Opiłowski (Universität Wrocław, Institut für Germanistik).

Da sich nicht alle Projektteilnehmer*innen am Sammelband beteiligen konnten, haben die Bandherausgeber zusätzliche Kolleg*innen um Artikel mit dem aktuellen und interdisziplinären Blick auf die Kommunikation gebeten. Insgesamt gehören zur Gruppe von Beitragsautor*innen im Band folgende Personen: Camilla Badstübner-Kizik, Waldemar Czachur, Beata Grzeszczakowska-Pawlikowska, Izabela Kujawa, Magdalena Makowska, Jacek Makowski, Beata Mikołajczyk, Roman Opiłowski, Katarzyna Siewert-Kowalkowska und Michał Smulczyński.

Unser herzlicher Dank gebührt allen Kolleginnen und Kollegen, die sich die Mühe gemacht haben, an der Universität Gdańsk ihre neuesten Forschungsergebnisse in der wissenschaftlichen und didaktisierten Gestalt darzustellen und/oder einen Beitrag zum Sammelband zu verfassen. Da eine Fortsetzung dieses Projektes – jedoch in einer erneuerten Form und unter dem Titel „Mee(h)r Wissen. Begegnungen mit Sprachwissenschaftler*innen an der Universität Gdańsk“ geplant ist, soll nach der kommenden Vortragsreihe ebenso eine Sammelpublikation erscheinen.

2. Thematische Schwerpunkte

Sowohl in den vorgestellten Projektvorträgen als auch in den eingereichten Texten lassen sich drei grundlegende Bereiche der modernen Forschung an der Sprachkommunikation feststellen, die durch Zielsetzung der Einzelbeiträge, interdisziplinäre Methodik und herangezogene Korpora (vom Lexem zum Diskurs) über die Grenzen der konventionellen Sprachwissenschaft hinausgehen. Zu diesen Bereichen zählen die Diskursanalyse, die Medienkommunikation, die Sprachkommunikation im Unterricht und Beruf sowie die Untersuchung von Minitexten im öffentlichen Raum aus lexikalischer, interkultureller und multimodaler Perspektive.

Auf dem ersten Gebiet der **Diskursanalyse und Medienkommunikation** situieren sich Beiträge von **Waldemar Czachur, Beata Mikołajczyk, Michał Smulczyński, Izabela Kujawa** und **Roman Opiłowski**.

Ein wesentlicher Akzent des Bandes liegt auf der Diskursanalyse, wobei ein besonderes Augenmerk auf die mediale Darstellung deutsch-polnischer Beziehungen, die multimodale Kommunikation in sozialen Netzwerken, die Implementierung von Strategien der Imagepflege, die Diskreditierung von Gegnern in politischen Auseinandersetzungen, Migrationsdiskurse, die Thematisierung der COVID-19-Pandemie sowie auf die Analyse der Topoi in der Wahlkampfkommunikation gelegt wird.

Waldemar Czachur untersucht in seinem Beitrag „*Kollektive Identität als Gegenstand diskurslinguistischer Forschung*“ die dynamische Konstruktion kollektiver Identität in sozialen Interaktionen aus einer diskurslinguistischen Perspektive. Unter Bezugnahme auf das Konzept des „Doing Identity“ untersucht er, wie Sprache sowohl als Instrument als auch als Medium zur Konstruktion von Identität dient. Besonders im Fokus stehen dabei die diskursive Gegenüberstellung von *uns* und den *anderen* sowie

die Bedeutung multimodaler Elemente in digitalen Medien. Anhand von Fallstudien zu polnischen und deutschen Identitäten verdeutlicht der Beitrag die Bedeutung der Rahmen-Semantik und der multimodalen Analyse bei der Identitätskonstruktion. Besonders in Zeiten gesellschaftlicher und politischer Spannungen wird deutlich, wie sprachliche und visuelle Narrative gezielt eingesetzt werden, um Gruppenzugehörigkeit zu konstruieren oder Ausgrenzung zu verstärken.

Der Aufsatz von **Beata Mikołajczyk** ist sowohl diskurs- als auch medienlinguistisch ausgerichtet. Sie widmet sich in ihrem Beitrag „*Der Topos der historischen Analogie und der Vertrauensverlust in den Staat im Corona-Anti-Impf-Diskurs auf deutsch- und polnischsprachigem Twitter (Plattform X)*“ der Analyse des Anti-Impf-Diskurses während der COVID-19-Pandemie. Historische Analogien dienen dabei als persuasive Mittel, um staatliche Maßnahmen zu delegitimieren und das Vertrauen in Institutionen zu untergraben. In Anlehnung an Wengeler (2003) lassen sie sich als allgemeine Topoi einordnen, die kontextunabhängig und universell anwendbar sind. Ihre Wirkung entsteht durch die Bezugnahme auf vertraute historische Ereignisse, um aktuelle Entwicklungen zu bewerten und politisch zu interpretieren. Dabei wird die Vergleichbarkeit von Vergangenheit und Gegenwart gezielt konstruiert, um Argumentation zu unterstützen. Basierend auf einem Korpus von über 2500 Tweets analysiert Mikołajczyk, wie sprachliche und visuelle Elemente gezielt eingesetzt werden, um kollektive Ängste und historische Traumata zu aktivieren. Die Studie verbindet diskurs- und medienlinguistische Ansätze, um die Mechanismen der Vertrauensbildung und -erosion in digitalen Kommunikationsräumen zu beleuchten. Mikołajczyk zeigt auf, dass gerade in Krisenzeiten die Vergangenheit als Argumentationsstrategie instrumentalisiert wird, um Skepsis gegenüber staatlichen Maßnahmen zu verstärken. Dies geschieht durch direkte Vergleiche mit autoritären Regimen, historischen Impfkampagnen oder gesundheitspolitischen Fehlschlägen der Vergangenheit.

Ein verwandtes Thema behandelt **Michał Smulczyński** in seinem Beitrag „*Rechtspopulismus auf X (ehem. Twitter) in Polen und Deutschland – eine softwaregestützte Analyse der Kommentare von PiS- und AfD-Spitzenpolitikern*“, der die sprachlichen Strategien rechtspopulistischer Politiker auf X (ehem. Twitter) in Polen und Deutschland analysiert. Die Plattform zählt zum Bereich des *Personal Publishing* (vgl. Taddicken/Schmidt 2017) und dient in erster Linie der Kommunikation, der Verbreitung aktueller Nachrichten sowie der Informationsvermittlung (vgl. Java et al. 2007). Seine Untersuchung basiert auf einem Korpus von 1000 aktuellen X-Beiträgen der deutschen und polnischen Politiker wie Alice Weidel, Tino Chrupalla, Mateusz Morawiecki und Mariusz Blaszczak. Er analysiert, welche Argumente im rechtspopulistischen Narrativ verwendet werden, wie sie sprachlich konstruiert sind und welche Unterschiede zwischen den deutschen und polnischen Politikern bestehen. Smulczyński hebt hervor, dass X als Plattform nicht nur zur Verbreitung politischer Botschaften, sondern auch zur direkten Interaktion mit Wählern genutzt wird.

Einen weiteren Blick auf rechtspopulistische Rhetorik wirft **Izabela Kujawa** in ihrem Aufsatz „*Einblicke in die Wahlkampfkommunikation im Zeitalter des Populismus. Eine linguistische Untersuchung der Topoi rechtspopulistischer Wahlplakate*“. Kujawa befasst sich mit rhetorischen Strategien rechtspopulistischer Parteien in Wahlplakaten. Ihre Untersuchung basiert auf Wahlkampagnen der Europawahl 2024, der polnischen Parlamentswahl 2023 sowie der deutschen Kommunalwahlen 2024. Im Mittelpunkt der Untersuchung steht das Konzept der Topoi als wiederkehrende argumentative Muster (vgl. Wengeler 2007, Niehr 2014), die in der politischen Kommunikation verwendet werden. Kujawa zeigt, wie polnische und deutsche populistische Parteien wie *PiS*, *Konfederacja* und *AfD* ihre Narrative um nationale Identität, staatliche Souveränität und traditionelle Werte aufbauen. Ein besonderer Fokus liegt auf den Unterschieden zwischen Deutschland und Polen: Während sich die polnischen Parteien stärker auf religiös fundierte Familienwerte berufen, spielt in Deutschland die Remigration eine zentrale Rolle. Die kontrastive Analyse offenbart, dass populistische Rhetorik flexibel an unterschiedliche soziopolitische Kontexte angepasst wird, um größtmögliche Mobilisierungseffekte zu erzielen (vgl. Kujawa 2023).

Abschließend setzt sich **Roman Opilowski** in seinem Beitrag „*Zwischen den Medien. Zur Intermedialität als methodisches Prinzip im Kontrastieren von Texten*“ mit der kontrastiven Medienlinguistik auseinander. Er untersucht, wie Medientexte aus sprachlicher, kultureller und diachroner Perspektive verglichen werden können. Im Fokus steht die intermediale Analyse, die unterschiedliche Medienformate – Fernsehen, Presse, Hörfunk, Internet und Stadt – miteinander in Beziehung setzt. Dabei werden kommunikative Praktiken wie Zitieren, Kommentieren, Bewerten oder Personalisieren als zentrale Strategien der intermedialen Textgestaltung herausgearbeitet. Opilowski hebt hervor, dass urbane Texte als Medientexte in kontrastiven Analysen bislang wenig berücksichtigt wurden, obwohl sie eine relevante Rolle in der medialen Landschaft spielen.

Die fünf Beiträge bieten neue Perspektiven auf zentrale Fragestellungen der Diskursanalyse und Medienkommunikation. Sie beleuchten die Rolle der Sprache in der Gestaltung und Beeinflussung öffentlicher Meinungen sowie sozialer Haltungen und untersuchen dabei den Einsatz von Framing-Strategien. Durch die Verbindung linguistischer, soziologischer und medienwissenschaftlicher Ansätze wird ein umfassender Einblick in die multimodale Konstruktion politischer und gesellschaftlicher Diskurse geboten.

Im weiteren Bereich der **Sprachkommunikation im Unterricht und Beruf** sind zwei Beiträge von **Beata Grzeszczakowska-Pawlikowska** und **Jacek Makowski** angesiedelt. Beide Beiträge bieten wertvolle Einblicke in didaktische und fachsprachliche Aspekte des DaF-Unterrichts, die sowohl für die akademische Sprachvermittlung als auch für die berufsbezogene Kommunikation von zentraler Bedeutung sind. Beide Arbeiten fokussieren sich auf innovative Lehrmethoden und zeigen praxisorientierte Ansätze zur Förderung der Sprachkompetenz in unterschiedlichen Kontexten auf.

Beata Grzeszczakowska-Pawlikowska untersucht in ihrem Aufsatz *„Selbstbeobachtung und -evaluation als didaktisch-methodische Tools zur Entwicklung von Reflexionsfähigkeit als Bestandteil der Redekompetenz – Einblick in die DaF-Unterrichtspraxis“* die Bedeutung von Selbstbeobachtung und -evaluation als didaktische Werkzeuge zur Förderung der mündlichen Ausdrucksfähigkeit im DaF-Unterricht. Sie argumentiert, dass rhetorische Kompetenz eine zentrale Voraussetzung für den akademischen und beruflichen Erfolg ist, jedoch nicht automatisch erworben wird (vgl. Barthel 2007, Mayer 2016). Besonders das Sprechen vor Publikum stellt sowohl für Muttersprachler*innen als auch für Fremdsprachlernende eine kommunikative Herausforderung dar. Erfolgreiches Sprechen erfordert nicht nur sprachliche Fertigkeiten, sondern auch die Fähigkeit zur Reflexion des eigenen Sprechverhaltens, seiner Wahrnehmung durch andere sowie möglicher Kommunikationsprobleme. Im Mittelpunkt ihrer Analyse steht die Frage, wie Selbstbeobachtung und Selbstevaluation gezielt zur Verbesserung der Redekompetenz eingesetzt werden können. Anhand von Beispielen aus der DaF-Unterrichtspraxis zeigt sie, wie Lernende durch bewusste Reflexion ihre Präsentationsfähigkeiten weiterentwickeln und mehr kommunikative Sicherheit gewinnen. Ein besonderer Fokus liegt auf der bewussten Reflexion über das eigene Sprachverhalten. Grzeszczakowska-Pawlikowska verdeutlicht, dass gezielte Selbstanalyse nicht nur die mündliche Ausdrucksfähigkeit verbessert, sondern auch dazu beiträgt, Sprechängste abzubauen und selbstbewusster zu kommunizieren.

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Praxis- und Arbeitsmarktorientierung in der akademischen Fremd- und Fachsprachenausbildung analysiert **Jacek Makowski** in seinem Beitrag *„Fachkommunikation und Berufsbezug in DaF-Lehrwerken am Beispiel des Geschäftsprozesses der Personalbeschaffung“* die Integration wirtschaftlicher Geschäftsprozesse in moderne DaF-Lehrwerke. Seine Arbeit basiert auf den Ergebnissen einer Pilotstudie, die Teil eines für 2024–2025 geplanten Forschungsprojekts ist. Im Fokus steht die Frage, wie wirtschaftsbezogene Kommunikationsprozesse sprachlich und didaktisch aufbereitet werden und welche Kategorien zur Beschreibung der Teilprozesse der Personalgewinnung herangezogen werden können. Exemplarisch untersucht Makowski die Implementierung des Geschäftsprozesses der Personalbeschaffung im DaF-Lehrwerk *„Schritte international neu 5/B1.1. Deutsch als Fremdsprache. Kurs- und Arbeitsbuch“*. Dabei identifiziert er zentrale fachsprachliche Strukturen und analysiert deren didaktische Umsetzung. Besondere Aufmerksamkeit gilt der fachsprachlichen Vielfalt in der Personalwirtschaft. In Anlehnung an aktuelle Erkenntnisse zum berufsorientierten Fremd- und Fachsprachenunterricht (vgl. Baumann 2016, Grucza/Alnajjar 2015, Kujawa 2022, Makowski 2018, Stawikowska-Marcinkowska 2022, Stawikowska-Marcinkowska/Makowski 2023) diskutiert Makowski den Einfluss dieser Vielfalt auf die Sprachvermittlung und zeigt, wie sich die fachspezifischen Inhalte praxisnah in den DaF-Unterricht integrieren lassen.

Obwohl beide Beiträge unterschiedliche Schwerpunkte setzen – einerseits die methodische Förderung der Sprachproduktion und andererseits die fachsprachliche Inte-

gration –, verbindet sie das gemeinsame Ziel, den DaF-Unterricht praxisnah und kommunikativ zu gestalten. Sie liefern damit wertvolle Impulse für die Weiterentwicklung der Sprachdidaktik und zeigen auf, wie unterschiedliche Ansätze zur Verbesserung der Sprachkompetenz von Lernenden beitragen können.

Abschließend bietet der Band eine fundierte Einführung in die Theorie von **Linguistic Landscapes** und analysiert die Verwendung von Sprache und Bild in städtischen und regionalen Räumen. Texte im öffentlichen Raum, die aufgrund ihrer Kürze als **Minitexte** genannt werden, sind ein zentrales Element gesellschaftlicher Kommunikation. Sie prägen nicht nur das Stadtbild, sondern erfüllen vielfältige kommunikative Funktionen, von ästhetischer Gestaltung über politische Meinungsäußerung bis zur emotionalen Mobilisierung. Die Beiträge von **Camilla Badstübner-Kizik**, **Magdalena Makowska** und **Katarzyna Siewert-Kowalkowska** untersuchen unterschiedliche Aspekte dieser sprachlichen und visuellen Textpraktiken im öffentlichen Raum, indem sie Minitexte in diesem Raum aus lexikalischer, interkultureller und multimodaler Perspektive betrachten.

Camilla Badstübner-Kizik analysiert in ihrem Beitrag *„Polysemie, Hybridisierung, Spoonerismus, Disemvoweling und visuelle Anreicherung – Das Spiel mit ‚linguistischen Irritationen‘ im öffentlichen Raum“* die sprachliche und visuelle Gestaltung von Minitexten im urbanen Raum und zeigt, wie gezielt eingesetzte Irritationseffekte die Wahrnehmung und Rezeption solcher Texte beeinflussen. Da urbane Kommunikate oft auf begrenztem Platz mit konkurrierenden Texten koexistieren, greifen sie auf kreative sprachliche und visuelle Strategien zurück, um Aufmerksamkeit zu erzeugen. Badstübner-Kizik identifiziert fünf zentrale Verfahren: Polysemie, Hybridisierung, Spoonerismus, Disemvoweling und visuelle Anreicherung. Diese Techniken dienen nicht nur der ästhetischen und kommunikativen Gestaltung, sondern besitzen auch didaktisches Potenzial, insbesondere für den DaF-Unterricht. Durch bewusste Irritation regen sie zur Reflexion über Sprache an und verdeutlichen kreative Abweichungen von sprachlichen Normen.

Während Badstübner-Kizik die Wirkung urbaner Texte aus einer allgemeinen, sprach- und kommunikationswissenschaftlichen Perspektive beleuchtet, fokussiert sich **Magdalena Makowska** in ihrem Artikel *„Politik auf der polnischen Straße: Perspektiven der Linguistic-Landscape-Forschung“* auf die spezifische Rolle von Protestbotschaften im öffentlichen Raum Polens. In ihrem Beitrag untersucht sie politische Transparente als mobile urbane Texte und analysiert deren sprachliche und visuelle Gestaltung. Ihre Studie basiert auf einem Korpus von 296 Transparenten, die während regierungskritischer Demonstrationen in Warschau im Jahr 2023 dokumentiert wurden. Sie stellt die Frage, inwiefern diese Plakate als eigene urbane Textform klassifiziert werden können und welche sprachlichen Mittel zur Verdichtung politischer Inhalte genutzt werden. Ihre Analyse zeigt, dass sich Protestbotschaften durch kommunikativen und gestalterischen Minimalismus auszeichnen und dennoch eine starke gesellschaftliche Wirkung entfalten. Makowska kommt zu dem Schluss, dass urbane

Protesttexte eine prägnante und kreative Ausdrucksform politischer Kommunikation darstellen, die nicht nur der Meinungsäußerung dient, sondern auch aktiv gesellschaftliche Diskurse mitgestaltet und beeinflusst.

Katarzyna Siewert-Kowalkowska erweitert diese Perspektive in ihrem Beitrag „*Emotionen im Protest. Eine Analyse der Kodierung von Emotionen am Beispiel der Textsorte Protestplakat*“ um die emotionale Dimension der Protestkommunikation. Sie analysiert die sprachliche Kodierung von Emotionen auf Protestplakaten und betrachtet Protest als kommunikative Praxis, in der unterschiedliche Ausdrucksformen gezielt eingesetzt werden, um politische Themen sichtbar zu machen (vgl. Dang-Anh/Meer/Wyss 2022, Spitzmüller 2022). Während Demonstrationen, Kundgebungen oder Streiks als etablierte Protestformen gelten, untersucht Siewert-Kowalkowska Protestplakate als eigenständige Textsorte. Am Beispiel der Bauernproteste in Deutschland analysiert sie, wie Emotionen sprachlich und visuell auf Plakaten kodiert und verstärkt werden. Sie identifiziert verschiedene Strategien der emotionalen Ansprache, die gezielt eingesetzt werden, um Protestbotschaften eindringlicher und mobilisierender zu gestalten. Der Beitrag liefert wertvolle Erkenntnisse über die Funktion emotionaler Sprache im öffentlichen Raum und zeigt, wie Protestkommunikation gezielt Emotionen nutzt, um politische und gesellschaftliche Botschaften zu vermitteln.

Diese drei letzten Beiträge ergänzen sich in ihrer Betrachtung urbaner Texte als mehrdimensionale Kommunikationsphänomene. Während Badstübner-Kizik die Irritationsstrategien von Minitexten analysiert, beleuchtet Makowska die sprachlich-visuelle Gestaltung von Protestplakaten, und Siewert-Kowalkowska zeigt, wie Emotionen als strategisches Mittel der Protestkommunikation genutzt werden. Gemeinsam tragen sie zu einem tieferen Verständnis der multimodalen und funktionalen Vielfalt von Texten im öffentlichen Raum bei.

3. Resümee und Ausblick auf die Fortsetzung

Die vorliegende Sammelarbeit „*Linguistische Grenzübergänge: Einblicke in die Sprachfacetten und Diskurswelten moderner Kommunikation*“ bietet eine tiefgreifende Erforschung und Analyse der vielfältigen Ebenen und Dynamiken moderner Sprache und Kommunikation. Dieses Werk zeichnet sich durch seinen umfassenden und multidisziplinären Ansatz aus, mit dem es die komplexen sprachlichen und medialen Phänomene in diversen gesellschaftlichen und professionellen Kontexten beleuchtet.

Die Dynamik und die Veränderungen in Formen, Inhalten und Zielen zeitgenössischer und moderner Kommunikation führen zur Weiterentwicklung bestehender Forschungen und zur Erschließung neuer Sprachregister, die von rhetorischen und multimodalen Formen bis hin zu umfassenden gesellschaftlichen Diskursen reichen. Dadurch entsteht ein kontinuierlicher Bedarf an Revision und Entwicklung linguistischer Forschung an der Schnittstelle zu anderen Disziplinen und Methodologien. Der

Band umfasst daher verschiedene linguistische Subdisziplinen, Kommunikationsergebnisse und -praktiken und definiert neue Forschungsherausforderungen. Im Kontext sprachwissenschaftlicher Forschung stellt er eine bedeutende Publikation dar, die sich eingehend mit der Dynamik und den Transformationsprozessen moderner Sprache und Kommunikation befasst.

Insgesamt ist der Band „*Linguistische Grenzübergänge: Einblicke in die Sprachfacetten und Diskurswelten moderner Kommunikation*“ ein wertvolles Werk für Forschende und Studierende in den Bereichen der Sprach- und Kommunikationswissenschaften sowie der interkulturellen, diskursiven und medialen Kommunikation. Mit seinen tiefgehenden Schwerpunkten, Ansätzen, Methodologien und Analysen liefert er einen bedeutenden Beitrag zum Erkennen und Vertiefen der gegenwärtigen Sprach- und Medienkommunikation.

Bibliografie

- Barthel, Henner (2007): *Rhetorische Kompetenz heute? – Zwischenbericht über ein Forschungsprojekt*. In: Bose, Ines (Hg.): *Sprechwissenschaft: 100 Jahre Fachgeschichte an der Universität Halle* (= HSS. 22). Bern etc.: Peter Lang, S. 225–234.
- Baumann, Klaus-Dieter (2016): *Allgemeine und polnische Fachsprachenforschung*. In: Nycz Krzysztof / Baumann, Klaus-Dieter / Kalverkämper, Hartwig (Hg.): *Fachsprachenforschung in Polen*. Berlin: Frank & Timme, S. 7–32.
- Dang-Anh, Mark / Meer, Dorothee / Wyss, Eva L. (2022): *Zugänge und Perspektiven linguistischer Protestforschung*. In: Dang-Anh, Mark / Meer, Dorothee / Wyss, Eva L. (Hg.): *Protest, Protestieren, Protestkommunikation*. Berlin/Boston: De Gruyter, S. 1–23.
- Grucza, Sambor / Alnajjar, Justyna (Hg.) (2015): *Kommunikation in multikulturellen Projektteams*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Java, Akshay / Finin, Tim / Xiaodan, Song / Belle, Tseng (2007): *Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities*. In: https://eiquity.umbc.edu/_file_directory/papers/369.pdf [9.11.2022].
- Kujawa, Izabela (Hg.) (2022): *Zum Einsatz von authentischen Texten im Fremdsprachenunterricht im Hinblick auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes am Beispiel des Projekts/Lehrwerks: Wirtschaftsdeutsch als Fremdsprache. Ein Leitfaden mit ausgewählten Themen für die Praxis*. In: *Academic Journal of Modern Philology* 16, S. 149–155.
- Kujawa, Izabela (2023): *Politisches Argumentieren im Wandel. Strategien der rechtspopulistischen Parteien im Wahlkampf*. In: Szczyk, Joanna / Dargiewicz, Anna (Hg.): *Wende? Wenden! – Linguistische Annäherungen*. Band 1. Paderborn: Vandenhoeck & Ruprecht Verlag, S. 197–211.
- Makowski, Jacek (2018): *Zur textuellen Teilkompetenz im arbeitsmarktorientierten Fachsprachenunterricht am Beispiel der Branche moderner Unternehmensdienstleistungen und des Wissensbereichs Finanzen*. In: Grzeszczakowska-Pawlikowska, Beata / Stawikowska-Marcinkowska, Agnieszka (Hg.): *Speclang. Fachsprachen – Ausbildung – Karrierechancen*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Primum Verbum, S. 66–99.

- Meyer, Dirk (2016): *Rede*. In: Bose, Ines / Hirschfeld, Ursula / Neuber, Balduur / Stock, Eberhard (Hg.): *Einführung in die Sprechwissenschaft. Phonetik, Rhetorik, Sprechkunst*. 2., überarb. und erw. Aufl. Tübingen: Narr Francke Attempto, S. 121–125.
- Niehr, Thomas (2014): *Einführung in die linguistische Diskursanalyse*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Spitzmüller, Jürgen (2022): *Protest als soziale und kommunikative Praxis. Bedingungen – Formen – Erwartungen*. In: Hirschmüller, Tobias / Eva Muster (Hg.): *Protest. Motive – Wahrnehmungen – Erinnerungen*. München: Akademische Verlagsgemeinschaft München. Online-Vorveröffentlichung, <http://www.spitzmueller.org/docs/spitzmueller-protest-preprint.pdf> [20.10.2024].
- Stawikowska-Marcinkowska, Agnieszka (2022): *Linguistics for business (L4B) der Universität Łódź: ein Studiengang im Geist der Kompetenz- und Praxisorientiertheit. Sprachenbarometer Łódź 2021 – Stand und Prognosen*. In: *Academic Journal of Modern Philology* 16, S. 231–242.
- Stawikowska-Marcinkowska, Agnieszka / Makowski, Jacek (2023): *Berufs- und Fachkommunikation auf modernen Arbeitsmärkten aus der Perspektive der dritten Mission von Universitäten – Chancen, Herausforderungen, Wendepunkte*. In: Dargiewicz, Anna / Szczek Joanna (Hg.): *Wende? Wenden! – Linguistische Annäherungen. Teil 1*. Göttingen: V&R unipress, S. 225–244.
- Taddicken, Monika / Schmidt, Jan-Hinrik (Hg.) (2017): *Handbuch Soziale Medien*. Wiesbaden: Springer VS.
- Wengeler, Martin (2003): *Topos und Diskurs: Begriffe und Konzepte in der Diskurslinguistik*. Tübingen: Niemeyer.
- Wengeler, Martin (2007): *Topos und Diskurs. Möglichkeiten und Grenzen der topologischen Analyse gesellschaftlicher Debatten*. In: Warnke, Ingo (Hg.): *Diskurslinguistik nach Foucault. Linguistik-Impulse & Tendenzen* 25. Berlin: De Gruyter, S. 165–186.

Dr. Izabela Kujawa

Universität Gdańsk

Institut für Germanistik

ul. Wita Stwosza 51

PL 80–309 Gdańsk

E-Mail: izabela.kujawa@ug.edu.pl

ORCID: 0000-0002-8672-2324

Zur Person: Izabela Kujawa studierte Germanistik an der Universität Gdańsk und promovierte 2014 an der Universität Ermland-Masuren in Olsztyn aufgrund der Monografie „Der politische Diskurs als Gegenstand der linguistischen Analyse. Am Beispiel der Integrationsdebatte in Deutschland 2006-2010“ (Peter Lang Verlag). Zurzeit arbeitet sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Germanistik der Universität Gdańsk sowie Leiterin des Lehrstuhls für deutsche Sprache und Translatork und der Forschungsstelle für Text- und Diskurslinguistik. Sie war 2025 Stipendiatin der Hermann-Niermann-Stiftung an der Universität Würzburg. Ihre Forschungsinteressen umfassen die Bereiche der Text- und Diskurslinguistik, Politolinguistik und Medienlinguistik.

Univ.-Prof. Dr. habil. Roman Opilowski

Universität Wrocław

Institut für Germanistik

Forschungsstelle für Medienlinguistik

pl. Nankiera 15b

PL 50-140 Wrocław

E-Mail: roman.opilowski@uwr.edu.pl

ORCID: 0000-0002-0104-7527

Zur Person: Roman Opilowski promovierte 2005 an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg. Die Habilitation erfolgte 2016 an der Universität Wrocław zum Thema „Der multimodale Text aus kontrastiver Sicht. Textdesign und Sprache-Bild-Beziehung in deutschen und polnischen Presstexten“. Zurzeit arbeitet Roman Opilowski als assoziierter Professor und Leiter der Forschungsstelle für Medienlinguistik am Institut für Germanistik an der Universität Wrocław. Zuletzt hat er die Monografie „Kontrastive Medienlinguistik. Multimodale Kommunikation, Analysemethoden, Forschungsfelder“ (2024, Franz Steiner Verlag) veröffentlicht. Er war mehrmaliger Stipendiat des DAAD, der Landesregierung Sachsen-Anhalt und der Hermann-Niermann-Stiftung an der Universität Würzburg. Er hat als Leiter, Koordinator und Mitarbeiter an einigen Landes- und EU-Projekten wie MNiSW, IDUB, FWPN, PNFN, POWER II, INTERREG und DARIAH teilgenommen. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören Text-, Diskurs- und Medienlinguistik aus kontrastiver Sicht, Multimodalität, mediale Sprachlandschaften im öffentlichen Raum und Werbekommunikation.

Diskursanalyse und Medienkommunikation

Kollektive Identität als Gegenstand diskurslinguistischer Forschung

WALDEMAR CZACHUR

Collective identity as a subject of discourse linguistic research

Kurzfassung: Der Beitrag reflektiert die kollektive Identität als sprachlich-diskursives Phänomen, als „Doing Identity“, das dynamisch durch Sprache in sozialen Interaktionen konstruiert wird. Sprache gilt als Werkzeug und Medium für die Konstruktion der Identität, die durch kommunikative Praktiken erzeugt wird. Bei der diskursiven Identitätskonstruktion spielt die Dichotomie zwischen „Wir“ und „den Anderen“ eine wichtige Rolle und multimodale Aspekte – insbesondere in digitalen Medien – verstärken kollektiv geteilte Bedeutungen in soziohistorischen Kontexten. Anhand von linguistischen Fallstudien über polnische und deutsche Identitäten werden Framesemantik und multimodale Analyse als zentrale Methoden hervorgehoben und die wachsende Relevanz der diskurslinguistischen Identitätsforschung betont.

Schlagnworte: Kollektive Identität, Diskursanalyse, Doing Identity, Multimodalität, Frame-Semantik

Abstract: The paper explores collective identity through a discourse-linguistic lens, presenting identity as dynamically constructed via language in social interactions, or „Doing Identity“. Integrating psychology, sociology, and linguistics, the study views language as a tool and medium for identity, formed through shared practices that establish community norms. Discursive identity construction often involves „us“ vs. „others“ distinctions, and multimodal aspects—especially in digital media—reinforce shared meanings within socio-historical contexts. Using case studies of Polish and German identities, the paper highlights frame semantics and multimodal analysis as key methods, emphasizing the growing relevance of discourse-linguistic identity research in a global, digital age marked by intersectional identities and evolving social dynamics.

Keywords: Collective Identity, Discourse Analysis, Doing Identity, Multimodality, Frame Semantics

1. Vorbemerkungen

Die Diskursanalyse hat das Selbstverständnis der Linguistik stark geprägt, denn sie hat die Fokussierung auf den kontextbezogenen und kulturellen Sprachgebrauch radikalisiert. Auf diese Weise ist die Linguistik auch zu einer Disziplin avanciert, die mit ihrer Analyse der Sprachverwendung zusätzlich eine Gesellschaftsanalyse bietet. Dabei geht es nicht um Ideologiekritik im Sinne einer kritischen Diskursanalyse, sondern um eine „Analyse des Sozialen im Grenz- und Überschneidungsbereich von Denken, Sprache und gesellschaftlichem Wissen“ (Busse 2013: 73). Somit wurden solche Kategorien wie kollektiv geteiltes Wissen, Mentalität und auch Identität zum Gegenstand der linguistischen Reflexion. Einen ähnlichen Weg hat die Ethnolinguistik vor allem in der Lubliner Schule beschritten, wenn Bartmiński und Chlebda wie folgt argumentieren:

Wir gehen davon aus, dass die ethnolinguistische Forschung, in deren Rahmen wir uns bewegen, ihrem Wesen nach Identitätsforschung ist, genauer gesagt: die Erforschung der gemeinschaftlichen Identität, insbesondere (aber nicht ausschließlich) der nationalen Identität. [...] Diese These besagt, dass ein Forscher einer bestimmten Fragestellung versuchen sollte, zunächst zu bestimmen, aus welchen sprachlichen Phänomenen sich eine kollektive Identität zusammensetzt, und zweitens, mit welchen Methoden und anhand welcher Quelldaten die Merkmale einer kollektiven Identität zu rekonstruieren und die Zuverlässigkeit dieser Rekonstruktionen zu bestätigen sind (Bartmiński/Chlebda 2008: 11–12).¹

Die Sprachlichkeit der individuellen und kollektiven Identität wurde zwar zum Gegenstand der Sozio- und Pragmalinguistik, doch erst die Diskursanalyse, darunter die polonistische Ethnolinguistik, hat ihre kommunikativen und diskursiven Dimensionen reflektiert. Als grundlegend gilt die These, dass sich das Bewusstsein einer bestimmten sozialen Gruppe für die gemeinsamen Merkmale und die Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft erst durch die sprachliche und multimodale Kommunikation ihrer Mitglieder herausbildet. Wichtig sind in dem Prozess auch die anderen sozialen Gruppen, denn die Identität reibt sich stets an Alterität: „Selbstbilder reiben sich an

¹ Wychodzimy z założenia, że badania etnolingwistyczne, w których obrębie pozostajemy, są z samej swojej istoty badaniami tożsamościowymi, ściślej – badaniami nad tożsamością wspólnotową, zwłaszcza narodową (choć nie tylko). Wynika to z faktu, że, z jednej strony, sama tożsamość wspólnotowa jest wielorako ujętowa, z drugiej zaś – że badania etnolingwistyczne stawiają sobie za cel główny docieranie do takich fenomenów, które, postrzegane całościowo, określamy właśnie jako tożsamość wspólnotową, zbiorową. Teza ta oznacza, że badacz danej problematyki powinien, po pierwsze, dążyć do ustalenia, z jakich to mianowicie fenomenów językowych złożona jest tożsamość wspólnotowa, po drugie zaś, jakimi metodami i na podstawie jakich danych źródłowych cechy tożsamości wspólnotowej rekonstruować i wiarygodność tych rekonstrukcji potwierdzać (Bartmiński/Chlebda 2008: 11–12).

Fremdbildern, und die Konstruktion der eigenen Identität basiert nicht selten auf der Kontrastfolie des Anderen“ (Müller/Kluwe 2012: 6).

Der Mensch erwirbt seine Identität also mit der Sprache und formt mit ihrer Hilfe sein eigenes Selbstverständnis (vgl. Gajda 2007: 42). Somit schafft die Sprache Identität, dies geschieht jedoch erst im Prozess des *Doing Identity*, denn es gibt keine Identität als solche, sie wird ständig über den Sprachgebrauch in Diskursen konstruiert. Im Prozess des *Doing Identity* (be)deuten sich Menschen selbst, indem sie sich selbst durch die Selbst- und Fremduzuweisung Bedeutung zuweisen (vgl. Klug 2021: 34, aber auch Grotek 2015 und Mucha 2017).

Das Ziel des Aufsatzes ist es, einen Überblick über die diskurslinguistische Identitätsforschung zu geben. Dabei soll zunächst kollektive Identität als psychologisches, soziales und linguistisches Phänomen beleuchtet werden, um im zweiten Schritt den Erkenntnisgewinn der diskurslinguistischen Identitätsforschung sowie die Analysemethoden zu reflektieren.

2. Identität als psychologischer, soziologischer und linguistischer Untersuchungsgegenstand

Identität wird in der Psychologie oft als das Selbstkonzept eines Individuums verstanden, das sich aus seinen Überzeugungen, Werten, Erinnerungen und sozialen Zugehörigkeiten zusammensetzt. Die Identität umfasst dabei nicht nur das individuelle Selbstbild, sondern auch die soziale und kulturelle Verortung in der Gesellschaft. Zentral für die Identitätsbildung sind psychologische Konzepte wie Selbstwahrnehmung, soziale Rollen und interpersonale Beziehungen. In diesem Gefüge wird Identität als eine dynamische Struktur aufgefasst, die sich in verschiedenen Phasen der psychosozialen Entwicklung entfaltet (vgl. Erikson 1986) und zugleich nicht nur ein individuelles Konzept ist, sondern stark von der Zugehörigkeit zu sozialen Gruppen beeinflusst wird (vgl. Tajfel/Turner 1979). Aus Sicht der Theorie der narrativen Identität schaffen Individuen ihre Identität durch die Konstruktion persönlicher Geschichten in der Kommunikation. Durch diese autobiografischen Erzählungen geben Menschen ihrem Leben Bedeutung und entwickeln ein kohärentes Selbstbild (vgl. McAdams/McLean 2013). Vor dem Hintergrund von Migration und Globalisierung werden multilokale Identitäten festgestellt, die auch als hybrid bezeichnet werden. Identität wird hier als etwas beschrieben, das sich über mehrere kulturelle Kontexte erstreckt und nicht auf eine Kultur oder Nationalität beschränkt ist. Hybride Identitäten erlauben es Menschen, ihre Zugehörigkeit zu verschiedenen kulturellen Gruppen dynamisch zu verhandeln und an diese anzupassen (vgl. Hermans/Dimaggio 2007).

In der Soziologie wird Identität hingegen als ein vielschichtiges Konzept verstanden, das das individuelle Selbstkonzept vor allem mit kollektiven sozialen Rollen und kulturellen Zugehörigkeiten verbindet. Im Gegensatz zur Psychologie rückt die

Soziologie die sozialen und kulturellen Einflüsse auf die Identität und die Wechselwirkungen zwischen Individuum und Gesellschaft in den Mittelpunkt. Es wird davon ausgegangen, dass die Identität eine Sammlung von Wahrnehmungen, Urteilen und Überzeugungen von Akteuren darstellt, die den Prozess der Selbstdefinition dieser Akteure zumindest in gewissem Maße zu einem organisierten Ganzen mitgestalten (vgl. Bokszański 2005: 30). Zu betonen ist, dass Identität durch soziale Interaktionen geformt wird. Nach den unterschiedlichen soziologischen Konzepten ist Identität keine feste Einheit, sondern ein Produkt von sozialen Beziehungen, Machtstrukturen, kulturellen Bedeutungen und sozialen Rollen, die Menschen ständig verhandeln und anpassen. In der „flüssigen Moderne“, die Zygmunt Bauman in seiner Theorie entwirft, ist Identität weniger stabil und wird ständig neu definiert. Menschen haben verschiedene Identitäten, die sie in unterschiedlichen sozialen Kontexten annehmen. Diese Theorie reflektiert die heutige Flexibilität und Anpassungsfähigkeit von Identität angesichts schnelllebigender sozialer und kultureller Veränderungen (vgl. Bauman 2000).

Aus linguistischer Sicht wird Identität als eine Art kollektive Wissensformationen betrachtet, die in der sprachlichen und multimodalen Kommunikation erzeugt und in Diskursen einzelner Gemeinschaften geteilt werden. Dementsprechend sind die Gemeinschaft und ihre Diskurse die Bedingung einer Identität und die Identität wiederum das Produkt der Gemeinschaft und ihrer Diskurse. Bei der Konstruktion der Identität spielt die Sprache eine konstitutive Rolle, denn:

[m]an ist immer jemand, wenn man spricht. Italienerin oder Deutscher, Sachse oder Hamburgerin. Man ist Mann oder Frau, jung oder alt, ist gebildet, naiv, freundlich oder vulgär. Schon wenige Worte reichen, um einen Eindruck davon entstehen zu lassen, wer und was wir sind. Nicht nur die Sprache trägt zu diesem Urteil bei, aber sie hat einen großen Anteil daran. Es ist fast unmöglich, dem zu entgehen, und auch Schweigen hilft nur, wenn es nicht als beredtes Schweigen gedeutet wird. (Gardt 2016: 105)

Die kollektive Identität als sprachliches, kommunikatives und diskursives Phänomen ist demnach als ein System von Normen und Regeln der sprachbezogenen Identifikation und zugleich als ein dynamischer Prozess der sprachbezogenen Bestätigung sowie Modifikation der Identifikation (Positionierung) von Mitgliedern einer bestimmten Gemeinschaft in einer bestimmten soziokulturellen Realität zu betrachten. Das aktivierte System von Normen und Regeln der kollektiven Identifikation löst ein bestimmtes Set von Wahrnehmungen über sich selbst (als Mitglied einer sozialen Gruppe) und den anderen (als Mitglied einer anderen sozialen Gruppe) aus und erzeugt bestimmte Wissensordnungen sowie Stereotype, die sich in einer Gemeinschaft etabliert haben und als kollektiv geteilter Wissensvorrat fungieren (vgl. Czachur/Wójcicka 2023). Die soziokulturelle Realität drückt sich auf drei kontingenten Ebenen aus: auf der Ebene der Vielfalt von Akteuren, die in einer bestimmten Raum-Zeit-Konstellation miteinander interagieren, auf der Ebene der kulturellen Werte und kollektiv geteilten Normen

sowie auf der Ebene der sprachlichen Handlungen von Akteuren, aus der auch die Spezifika der sozialen Beziehungen und Ordnungen hervorgehen (vgl. Kłopot 2017: 149–180). Alle drei Ebenen sind durch eine spezifische Dynamik und Prozesshaftigkeit gekennzeichnet, so dass

‘identity’ is revealed to use only as something to be invented rather than discovered; as a target of an effort, ‘an objective’; as something one still needs to build from scratch or to choose from alternative offers and then to struggle for and then to protect through yet truth of the precarious and forever incomplete status of identity needs to be, and tends to be, suppressed and laboriously covered up. (Bauman 2004: 16–17)

Auch diese Überlegungen gehen von der Annahme aus, dass die Identität insofern einen diskursiven Charakter aufweist, als der Diskurs als ein Ort definiert wird, in dem der Sprachgebrauch in Form von sprachlichen Äußerungen und den Regeln ihrer Kombination Bedeutungen erzeugt und somit bestimmte Weltbilder modelliert (vgl. Czachur 2020: 151). Damit verbunden ist auch die Wahrnehmung und Konzeptualisierung der eigenen und der fremden Gruppe. Die Sprache spielt hier eine Schlüsselrolle, denn sie ist das Material, das Werkzeug und der Träger der Identität über die Bedeutungen identitätsrelevanter Zeichen. Somit liefern die Sprache und ihr Gebrauch die wahrnehmbare Grundlage für die Identifikation sowie für die Selbst- und Fremdzureisungen.

3. Linguistische Perspektivierung auf die sprachliche und diskursive Konstruktion von kollektiver Identität

Sprache konstituiert insofern kollektive Identität, als sie zeichenhaft operiert und performativ in Diskursen prozessiert. Die Zeichenhaftigkeit der Sprache gilt daher als Voraussetzung für Konstitutionsmittel und Träger der kollektiven Identität, die Performativität der Sprache wiederum gilt als Voraussetzung zur diskursiven Erzeugung, Vermittlung und Stabilisierung der kollektiven Identität, die erst über die Bedeutungen von sprachlichen und multimodalen Zeichen wirksam und kollektiv handlungsleitend wird. Ferner wird davon ausgegangen, dass kollektive bzw. nationale Identität

keineswegs eine bloße Eigenschaft [ist], die etwas oder jemand haben kann, sondern ein stets situiertes und aktualisiertes, komplexes diskursives Objekt, das

- von benennbaren Trägern besessen wird,
- mit dem oder an dem Handlungen stattfinden,
- das in bestimmten Feldern der sozialen Wirklichkeit und des politischen Handelns erscheint,
- dem bestimmte Bestandteile zugesprochen werden,

- das bestimmte Zustände aufweisen und von unterschiedlichen Gefühlswerten und Sollens-Aussagen betroffen sein kann.
- Zudem ist es gelegentlich als etwas Entstandenes konzeptualisiert oder aber seine Entstehung selbst Thema des Diskurses, und bei wenigen Gelegenheiten ist die nationale Identität sogar in eine Subjektrolle gerückt und handelt gleichsam selbst. (Drommler 2024: 542).

3.1 Zeichenhaftigkeit der Sprache als Voraussetzung für Konstitutionsmittel und Träger der kollektiven Identität

Sprachliche Zeichen sind nicht nur Darstellungsmittel, sondern sie sind „an der Konstitution dessen beteiligt, was sie zum Ausdruck bringen“ (Jäger 2013: 16). Dabei sind sowohl der Ausdrucksstoff als auch die Ausdruckssubstanz zentral, denn das sprachliche Zeichen wird dadurch als symbolische Einheit kulturell wirksam und bedeutsam, dass Inhalt (kognitiver Gehalt) und Form (sinnliche Erscheinungsmodalität) in wechselseitigem, konventionsbasiertem Bezug zueinanderstehen. Dabei sind zwei Aspekte wichtig: die kognitive Dimension der Zeichenprozessierung, denn ein sprachliches Zeichen erhält erst durch kognitive Aktivitäten der in einer Gemeinschaft agierenden Individuen eine intendierte Bedeutung, und die sozial-interaktive Dimension der Zeichenprozessierung, weil es ihre Bedeutung erst in der sozialen Interaktion (in Diskursen) stabilisiert (vgl. Busse 2016: 649). Es handelt sich also um materialisierte, greifbare und wahrnehmbare Zeichen, die aufseiten der Diskursakteure, aber – durch die vergemeinschafteten Bedeutungen dieser Zeichen – eine kollektiv geteilte Identität aktivieren. Mit der Verwendung identitätsrelevanter Zeichen wird also identitätsbezogenes Handeln ausgeführt.

3.2 Performanz der Sprache als Voraussetzung für die diskursive Erzeugung der kollektiven Identität

Wenn oben von der kognitiven und sozial-interaktiven Dimension der Zeichenprozessierung die Rede war, so nur deshalb, weil die „Emergenz von Zeichenhaftigkeit [...] die semiotisch konstitutive Rolle des Zeichenprozesses und der performativen Bedingungen für die Zeichenbedeutung [betrifft]“ (Feilke 2016: 18). Die materielle Existenz eines Zeichens ist aber keine vorgefundene Einheit, sondern eine zu konstituierende Funktion in diskursiver Relation zu den anderen Aussagen (vgl. Dreesen 2015: 59). Die Bedeutungskonstitution ist also ein handlungs- und funktionsbezogener und zugleich medienbasierter und diskursiver Prozess, denn die Bedeutungen werden erst in den durch die Medien vermittelten Diskursen als Handlungs- und Interaktionsrahmen hergestellt. In Diskursen werden Zeichen zu identitätsrelevanten Zeichen, indem sie durch wiederholte Verwendung und in bestimmten sozia-

len, historischen und kulturellen Kontexten kollektiv geteilte Bedeutung erlangen. Durch diese wiederholte performative Verwendung verdichten sich die Zeichen zu zentralen Trägern von Identität, da sie kontinuierlich die sozialen Erwartungen und die Position des Individuums in einer Gruppe und gegenüber den anderen Gruppen markieren (vgl. Czachur 2023).

Diskurse „strukturieren die Gesellschaften als Wissensordnung und als machtvolle Praxis, indem sie im Allgemeinen die Bedingungen für Aussagen sowie im Besonderen die Gegenstände und die Subjekte (re)produzieren und handlungsleitend sind“ (Dreesen 2015: 57). In diesem Sinne werden Diskurse als ein von (medialen) Akteuren erzeugter epistemologischer Rahmen aufgefasst, als Bedingungen für die Möglichkeit, genau diese und nicht andere Bedeutungen von identitätsrelevanten Zeichen regelhaft zu erzeugen. In Diskursen werden also die Bedeutungen von Äußerungen, mittels deren sich die jeweiligen Akteure positionieren, durch die Bezugnahme auf kollektiv geteiltes Wissen (kollektives Gedächtnis, Stereotypen) konstituiert. Damit wird ein spezifisches System von Normen und Regeln für die interne und externe Identifikation aktiviert. Das kollektive Gedächtnis ist in diesem Prozess von entscheidender Bedeutung. Damit es Identität gibt, muss es kollektiv geteilte Wissensformationen, also das kollektive Gedächtnis einer Gemeinschaft geben. Umgekehrt wiederum ist ohne das kollektive Gedächtnis auch der Prozess des Identitätskonstruierens nicht möglich (vgl. Czachur 2023).

Die Zeichenhaftigkeit und Performativität der Sprache drücken sich vor allem in den Konzeptualisierungen der sprachlich konstituierten, diskursiv verfestigten und kollektiv geteilten Bedeutungen identitätsrelevanter Zeichen aus.

4. Diskurslinguistische Identitätsforschung

Unter linguistischer Identitätsforschung werden hier die diskurslinguistischen Ansätze subsumiert, die davon ausgehen, dass Identität durch den diskursspezifischen Sprachgebrauch konstruiert und verhandelt wird. Es handelt sich dabei um interdisziplinäre Ansätze, die auf Methoden aus unterschiedlichen linguistischen Subdisziplinen zurückgreifen.

4.1 Konzeptionen und Operationalisierungen

Als zentral gilt hier die Annahme, dass Identität eine diskursive Konstruktion ist. Dieser, besonders durch die kritische Diskursanalyse geprägte Ansatz beleuchtet, wie soziale Gruppen (z. B. nationale, ethnische oder geschlechtliche Gruppen) durch sprachliche Praktiken und Diskurse konstruiert werden und dabei Identitäten formen und Machtverhältnisse stabilisieren oder infrage stellen. Analysiert wird, wie Grup-

penidentitäten durch sprachliche und kulturelle Praktiken gefestigt und zugleich abgegrenzt werden (vgl. Wodak/Kargl/de Cillia/Reisigl/Liebhart/Hofstätter 1999, Duszak 2002).

Im Zentrum der diskursanalytischen Arbeiten steht die Dichotomie von „Wir“ und „die Anderen“, die oft durch diskursive Strategien wie Inklusion (Schaffung interner Einheit) und Exklusion (Abgrenzung zu anderen Gruppen) realisiert wird. In politischen und öffentlichen Diskursen wird das „Wir“ häufig als positiv konnotiert dargestellt, während „die Anderen“ entweder offen oder implizit als Bedrohung für die nationale Identität dargestellt werden.

Bei der Konstruktion von „Wir“ und „die Anderen“ spielt vor allem die Strategie der Prädikation und der Argumentation eine zentrale Rolle. So wird etwa in westlichen Diskursen bei der Konzeptualisierung des Westens die „Wir“-Gruppe in der Regel mit positiv konnotierten Eigenschaften beschrieben. Typische Attribute wie „demokratisch“, „rational“, „fortschrittlich“ und „säkular“ schaffen ein positives Selbstbild des Westens und betonen seine moralische und kulturelle Überlegenheit gegenüber dem „Anderen“, vor allem gegenüber der islamischen Welt (vgl. Kromminga 2022). Ein weiterer diskursiver Mechanismus ist die Betonung gemeinsamer Werte wie Freiheit, Menschenrechte und Demokratie, die als zentrale Merkmale der „Wir“-Gruppe gelten. Kromminga zeigt, dass diese Werte oft durch Bedrohungsszenarien verstärkt werden, in denen der „Westen“ seine Identität als Verteidiger von Freiheit und Rationalität gegenüber vermeintlich bedrohlichen „Anderen“ (etwa autoritäre Staaten oder religiöse Fundamentalisten) behauptet. Die „Wir“-Gruppe wird also als eine homogene Einheit dargestellt, indem sprachlich impliziert wird, dass alle westlichen Akteure die gleichen Werte und Normen teilen. Gleichzeitig werden durch Ausdrücke wie „die da draußen“ oder „diese Leute“ klare Grenzen zwischen dem Westen und nicht-westlichen Kulturen gezogen (vgl. Kromminga 2022). Diese Abgrenzung stärkt die interne Kohäsion der „Wir“-Gruppe und dient als Grundlage für die Legitimation von politischen und kulturellen Einstellungen.

In diesem Zusammenhang spielen die Stereotype eine zentrale Rolle, denn sie erleichtern als kognitive Vereinfachung die soziale Kategorisierung und die Abgrenzung zwischen „Wir“ und „den Anderen“. Durch den Einsatz von stereotypen Bildern kann die „Wir“-Gruppe bestimmte andere Gruppen systematisch ausschließen und marginalisieren, indem sie diese als gleichförmig, minderwertig oder bedrohlich konzeptualisiert. So werden z. B. Migranten oder LGBTQ+-Personen in konservativen Diskursen in Polen als Bedrohung für traditionelle Werte dargestellt, was die Vorstellung einer homogenen nationalen Identität stützt (vgl. Ciesek 2018).

In dem Kontext werden die Strategien der Stigmatisierung, Diskreditierung und Legitimierung im Prozess der Ausgrenzung der Anderen und damit der Schaffung von Identitäten des Eigenen und des Anderen analysiert. Bernadetta Ciesek (2018) untersucht Kriegsmetaphern, die mit biblischer Rhetorik interagieren, wie in diesem Beispiel:

Das Evangelium kapituliert, verliert im Kampf gegen die Mächte der Finsternis, gegen diese ideologische Front der Gottlosen, der Linken und der Libertären, die ohne einen einzigen Schuss, aber mithilfe der bösen Medien, Herz und Verstand versklavt und unser Gewissen tötet. Und ‚ohne Herzen, ohne Geist sind verkümmerte Völker‘. Das polnische Volk muss klug sein, es muss intelligent sein, es muss sich aus den Fängen der postkommunistischen Sophisten, der Liberalen, der intellektuellen Schwindler befreien. (Nasz Dziennik, 9. Juli 2008)

Liberalen werden also als Aggressoren charakterisiert, die die Freiheit der Polen angreifen. Dabei wird auch auf die Symbolik der Dunkelheit zurückgegriffen: Was dunkel ist, wird als rätselhaft, furchterregend, gefährlich und böse eingestuft. Oft werden „dunkle Mächte“ als satanische Mächte begriffen. Der Kampf zwischen konservativen und nationalen Kreisen und der liberalen Welt, der Kampf zwischen Christentum und Liberalismus, wird als Kampf zwischen Gut und Böse stilisiert (vgl. Ciesek 2018).

Bei der Analyse autobiografischer Aussagen von LGBTQ+-Personen unterscheidet Rejter (2024) die thematischen und problembezogenen Kontexte des Diskurses der Ausgegrenzten und die in diesen Kontexten vorherrschenden Schlüsselbegriffe, die für diesen Diskurs als konstitutiv gelten. Für den Kontext eines Coming-outs sind dies zum Beispiel Befreiung, für den Kontext der Familie Konflikte, für den Kontext von Kirche und Religion Unterdrückung und Feindseligkeit. So kommt er zu dem Schluss, dass der Diskurs der Ausgeschlossenen als Identitätsselbstnarrativ der Ausgeschlossenen betrachtet werden kann (vgl. Rejter 2024).

Zum Gegenstand der diskurslinguistischen Identitätsforschung wurden bevorzugt folgende Aspekte herangezogen:

- lexikalische Einheiten in Abhängigkeit von der Nominalisierung und Argumentierung der Dichotomie zwischen Wir und den Anderen sowie die Strategien der Polarisierung und der Gegensatzbildung;
- Sprechakte, kommunikative Handlungen, Handlungsmuster und -formen und Sprachgattungen, sequenzielle Gesprächsorganisation, Turn-Taking und ihre unterschiedlichen Funktionen in den untersuchten sozialen und politischen Bereichen;
- Redestile, Kommunikationsstile, Verwendung rhetorischer Mittel wie Metaphern, Metonymien, Euphemismen, Präsuppositionen, Implikaturen, rhetorische Fragen und ihre unterschiedlichen Funktionen in den untersuchten sozialen und politischen Bereichen;
- kommunikative, relativ diskursive Strategien, verstanden als spezifische Verwendungen wie Emotionalisierung, Exklusion, Integration, Legitimation, aber auch Stereotypisierung, Diskriminierung usw.

4.2 Methoden: Framesemantische und multimodale Analysen

Schaut man sich die neusten diskurslinguistischen Arbeiten zur Identitätsforschung in der Reihe „Sprache und Wissen“ oder „Diskursmuster“ an, so fällt auf, dass darin hauptsächlich der framesemantische bzw. multimodale Ansatz dominiert, der auch mit dem ethnolinguistischen Ansatz der kognitiven Definition deckungsgleich ist. Begründet ist diese These insofern, als beide Ansätze Bedeutung als miteinander vernetzte Wissens Elemente begreifen, die in Form von Frames, Profilen und Facetten strukturiert sind (vgl. Czachur 2011). Mit diesen Analysen wird die konzeptuelle Vernetzung dieser Wissens Elemente offengelegt, um die kollektiv geteilten Denkweisen und Denkmuster zu rekonstruieren.

Ethnolinguistische Methoden verwendet Aleksandra Niewiara im Buch „Kształty polskiej tożsamości“ [Formen der polnischen Identität] (2010). Mittels der lexikalisch-semantischen Analyse (der kognitiven Definition) untersucht sie zuerst identitätsspezifische Begriffe wie „ojczyzna“ (Vaterland/Heimat), „naród“ (Nation) oder „Polak“ (Pole), um die Bedeutungsentwicklung dieser Begriffe im historischen Kontext zu zeigen. Im nächsten Schritt geht sie diskursanalytisch vor, wenn sie wiederkehrende Themen, Narrative und rhetorische Strategien identifiziert, die zur Konstruktion eines kollektiven Selbstbildes beitragen. Als zentrale Aspekte, die die polnische Identität konstituieren, gelten solche Merkmale wie „Mut“, „Ehre“, „Freiheit“ und „Religiosität“, wobei sie in verschiedenen Epochen unterschiedlich interpretiert und entweder als heldenhafte Tugenden oder als Schwächen konzeptualisiert werden. Als zentrales Narrativ gilt die messianische Vorstellung Polens als „Christus der Nationen“, die sich besonders im 19. Jahrhundert verbreitet und etabliert. Polen wird als leidende und gepörferte Nation konzeptualisiert, die eine besondere historische Mission in Europa hat. Diese Narrative schaffen ein Selbstbild, das die Vergangenheit und das Leiden Polens als Basis für kollektiven Stolz und Identität heranzieht. Auch die Konstruktion der Dichotomie von „Wir“ und „die Anderen“ ist eine feste Strategie, besonders im Kontext der geografischen und kulturellen Position Polens zwischen Ost und West. Polen wird oft als Teil der „zivilisierten“ westlichen Welt dargestellt, im Gegensatz zu Russland oder dem Osten, die als „fremd“ und potenziell bedrohlich wahrgenommen werden. Diese Abgrenzung stärkt das polnische Selbstverständnis als eigenständige und wertvolle kulturelle Nation (vgl. Niewiara 2010).

Bei der Analyse der historischen Texte (autobiografische und private Texte wie Tagebücher und Memoiren, die zwischen dem 16. und 20. Jahrhundert verfasst wurden) sucht sie nach Begriffen, Metaphern und Redewendungen, die sich auf „Polen“ und „Polnischsein“ beziehen, und rekonstruiert den diskursiven Wandel der diskurs-spezifischen Begriffe. Wichtig sind dabei auch die verborgenen Strukturen und Brüche im Diskurs, die darauf hinweisen, wann und wie sich die Vorstellungen über die polnische Identität verändert haben. Sie analysiert nicht nur, was über „Polen“ gesagt wird, sondern auch, was zu bestimmten Zeiten unausgesprochen blieb oder aus dem

Diskurs ausgeschlossen wurde, um so die impliziten Normen und Denkmuster dieser Zeit zu beleuchten.

Einer framesemantischen Analyse geht Drommler in der Arbeit „Nationale Identität in der Berliner Republik“ nach. Er identifiziert mehrere zentrale Frames, die in politischen und medialen Diskursen als dominant verwendet werden, wie Einheits-Frame, Freiheits-Frame, Sicherheits-Frame oder Modernitäts-Frame, um die Spezifik der „deutschen nationalen Identität“ zu erfassen. Er analysiert z. B. politische Reden, die im Kontext der Wiedervereinigung und der europäischen Integration gehalten wurden, und stellt fest, dass dort vor allem der Einheits-Frame dominiert, mit dem durch spezifische sprachliche Strategien ein Gefühl der Zugehörigkeit und Kohärenz erzeugt wird. Hier sind die sprachlich hergestellten Bezugnahmen auf Demokratie und Rechtsstaatlichkeit besonders wichtig, denn damit wird die deutsche Identität als einheitlich und auf gemeinsamen Werten basierend konzeptualisiert, während gleichzeitig eine gewisse Abgrenzung zur „Anderen“ (etwa autoritären Systemen) erfolgt (vgl. Drommler 2024).

Zu den zentralen Aspekten, die die deutsche Identität nach der Wiedervereinigung laut Drommler ausmachen, gehören Einheit und Zusammengehörigkeit, historische Verantwortung und Vergangenheitsbewältigung, demokratische und freiheitliche Werte, europäische Integration und internationale Verantwortung sowie Sicherheit und soziale Stabilität. Geprägt wird die deutsche Identität durch den sogenannten Verfassungspatriotismus, der einen universellen Ansatz verfolgt und den Lehren aus dem Nationalismus des 20. Jahrhunderts Rechnung trägt. Dabei geht es primär nicht um die kulturellen oder ethnischen Merkmale der Identitätskonstruktion, sondern um die rechtlichen und universellen Prinzipien. In dem Zusammenhang thematisiert Drommler auch die Stellung Deutschlands im europäischen Diskurs. Die nationale Identität wird nicht isoliert betrachtet, sondern als Teil einer größeren europäischen Identität, die in einem Spannungsfeld zwischen nationalem Bewusstsein und europäischer Integration steht. Diese Balance ist entscheidend für die politische Stabilität und Akzeptanz Deutschlands im europäischen Kontext (vgl. Drommler 2024).

Einen innovativen Weg geht Nina-Maria Klug im Buch „(Afro)Deutschsein. Eine linguistische Analyse der multimodalen Konstruktion von Identität“ (2021). Die afrodeutsche Identität wird als „Emergenzphänomen“ aufgefasst, die sich nicht als eine einfache Addition deutscher und afrikanischer Merkmale definiert, sondern als Amalgam, als Blend von Kollektivzugehörigkeiten, die spezifische kollektive Erfahrungen und Erlebnisse reflektiert. Diese Identität umfasst sowohl die Identifikation mit Deutschland als auch die Einbindung in die Gemeinschaft Schwarzer, die in Deutschland mit spezifischen gesellschaftlichen Erfahrungen und Herausforderungen verbunden ist, wie etwa rassistische Diskriminierung und Isolation. Am Beispiel von Covergestaltungen werden das Zusammenspiel sprachlicher, bildlicher und typografischer Elemente analysiert und die diskurspezifische Konstruktion afrodeutscher Identität aufgezeigt. Aus ihrer multimodalen und framesemantischen Analyse geht hervor, dass

die afrodeutsche Identität von einer spezifischen multiplen Zugehörigkeit geprägt ist: Afrodeutsche identifizieren sich sowohl als Deutsche als auch als Schwarze. Es handelt sich also um eine duale Identifikation, wobei Afrodeutsche häufig ihre nationale Zugehörigkeit zum Kollektiv der Deutschen legitimieren und verteidigen müssen. Die afrodeutsche Identität entsteht somit aus dem Zusammenspiel von sozialen Erwartungen, Erfahrungen mit Diskriminierung und dem Streben nach Anerkennung und Zugehörigkeit in Deutschland (vgl. Klug 2021).

5. Forschungsperspektiven

Die linguistische Identitätsforschung wird im Rahmen der diskurslinguistischen Forschung eine immer wichtigere Rolle spielen, da sie zentrale Fragen unserer zunehmend vernetzten und komplexen Gesellschaft anspricht und u. a. auf die wachsende Bedeutung kollektiver und hybrider Identitäten, die zunehmende Sichtbarkeit von Identitätskonflikten und das Verständnis des sozialen Zusammenhalts angesichts starker gesellschaftlicher Polarisierungen reagieren sollte.

Somit steht die linguistische Identitätsforschung diskursanalytischer Provenienz vor Herausforderungen wie einer stärkeren Berücksichtigung multimodaler Ansätze, die auch visuelle, auditive und gestische Zeichen umfassen. Denn diese Perspektive erweitert die Möglichkeiten, kollektive Identitäten diskursspezifisch zu analysieren und ihre visuelle oder audiovisuelle Dimension sichtbar zu machen. Dabei wird die linguistische Identitätsforschung die Überschneidungen verschiedener Identitätsaspekte wie Ethnie, Geschlecht, Klasse und Kultur beachten müssen (vgl. Klug 2021). Diese intersektionale Perspektive verdeutlicht, dass für die Konstruktion von Identität mehrere Dimensionen gleichzeitig relevant sind und sie miteinander interagieren. Die Verschiebungen in gesellschaftlichen Vorstellungen von Mehrheits- und Minderheitsidentitäten sowie die Frage, wer sich als Teil einer „dominanten“ oder „marginalisierten“ Gruppe sieht, erzeugen Spannungen in den Gesellschaften. Aus diesem Grund werden auch Analysen wichtiger, die die diskursiven Ab- und Ausgrenzungsmechanismen unter die Lupe nehmen, aber auch nach diskursiven Mechanismen des Sagbaren fragen. Dabei geht es vor allem um die Legitimierung oder Infragestellung sozialer Hierarchien und Machtverhältnisse, die zu gesellschaftlichen und politischen Polarisierungen beitragen und auch liberale Demokratien gefährden (vgl. Acke/Bonacchi/Junker/Seiler Brylla/Warnke 2023). Einen wichtigen Forschungsbereich bilden darüber hinaus die historische Dimension der kollektiven Identitäten und das kollektive Gedächtnis im Kontext der diskursspezifischen, historischen Narrative, da die Menschen erst durch Erzählungen ihren Platz in der Welt und ihre Zugehörigkeit zu bestimmten Gruppen definieren (vgl. Czachur 2023).

Bibliografie

- Acke, Hanna / Bonacchi, Silvia / Junker, Carsten / Seiler Brylla, Charlotta / Warnke, Ingo H. (2023): *Minorities and Majorities, Marginality and Centrality: An Introduction*. In: Acke, Hanna / Bonacchi, Silvia / Junker, Carsten / Seiler Brylla, Charlotta / Warnke, Ingo H. (Hg.): *Religious and National Discourses: Contradictory Belonging, Minorities, Marginality and Centrality*. Berlin/Boston: de Gruyter, S. 1–8.
- Bartmiński Jerzy / Chlebda, Wojciech (2008): *Jak badać językowo-kulturowy obraz świata Słowian i ich sąsiadów?* In: *Etnolingwistyka. Problemy Języka i Kultury* 20, S. 11–27.
- Bartmiński, Jerzy / Chlebda, Wojciech (2009): *Wie soll man das sprachlich-kulturelle Weltbild der Slawen und ihrer Nachbarn untersuchen?* In: Bartmiński, Jerzy/Lühr, Rosemarie (Hg.): *Europa und seine Werte. Akten der internationalen Arbeitstagung «Normen- und Wertbegriffe in der Verständigung zwischen Ost- und Westeuropa»*, 3./4. April 2008 in Lublin, Polen. Frankfurt am Main: Peter Lang, S. 271–287.
- Bauman, Zygmunt (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Zygmunt (2004): *Identity: Conversations with Benedetto Vecchi*. Cambridge: Polity Press.
- Bokszański, Zbigniew (2005): *Tożsamości zbiorowe*. Warszawa: PWN.
- Busse, Dietrich (2013): *Linguistische Diskursanalyse. Die Macht der Sprache und die soziale Konstruktion der Wirklichkeit aus der Perspektive einer linguistischen Epistemologie*. In: Keller, Reiner / Schneider, Werner / Viehöver, Willy (Hg.): *Diskurs-Sprache-Wissen. Interdisziplinäre Beiträge zum Verhältnis und Wissen in der Diskursforschung*. Wiesbaden: Springer VS, S. 51–77.
- Busse, Dietrich (2016): *Sprachwissenschaft als Kulturwissenschaft: eine theoretische Orientierung*. In: Jäger, Ludwig / Holly, Werner / Krapp, Peter / Weber, Samuel / Heekeren, Simone (Hg.): *Sprache – Kultur – Kommunikation. Ein internationales Handbuch zu Linguistik als Kulturwissenschaft*. Berlin: de Gruyter, S. 648–661.
- Ciesek, Bernadetta (2018): *Dyskursy dyskryminacji i tolerancji w przestrzeni publicznej współczesnej Polski (wartości, postawy, strategie)*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Czachur, Waldemar (2011): *Diskursive Weltbilder im Kontrast. Linguistische Konzeption und Methode der kontrastiven Diskursanalyse deutscher und polnischer Medien*. Wrocław: Atut.
- Czachur, Waldemar (2020): *Lingwistyka dyskursu jako integrujący program badawczy*. Wrocław: Atut.
- Czachur, Waldemar (2023): *Linguistische Erinnerungsforschung. Eine theoretische Verortung* In: Bonacchi, Silvia / Rellstab, Daniel Hugo / Roche, Jörg / Schiewer, Gesine Lenore / Warmbold Joachim (Hg.): *Linguistik der Interkulturalität. Dimensionen eines interdisziplinären Forschungsfeldes*. Baden-Baden: Nomos-Verlag, S. 67–98.
- Czachur, Waldemar / Wójcicka, Marta (2023): *Tożsamość zbiorowa jako zjawisko komunikacyjno-językowe. Refleksje z perspektywy lingwistycznej*. In: Matysiak, Anna / Damińska-Wójcik, Anna (Hg.): *Tożsamość jako proces. Od Johannes Bobrowskiego do dyskursu o „poniemieckim”*. Literatura – historia – krajobraz. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, S. 19–38.
- Dreesen, Philipp (2015): *Diskursgrenzen. Typen und Funktionen sprachlichen Widerstands auf den Straßen der DDR*. Berlin/Boston: de Gruyter.
- Drommler, Michael (2024): *Nationale Identität in der Berliner Republik 1998–2007. Ein framesemantischer Zugang zum Wissen gesellschaftlicher Selbstverständigung*. Berlin/Boston: de Gruyter.
- Duszak, Anna (2002): *Us and Others: An introduction*. In: Duszak, Anna (Hg.): *Us and Others: Social Identities across Languages, Discourses and Cultures*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins. S. 1–28.

- Erikson, Erik H. (1968): *Identity: Youth and Crisis*. New York: Norton.
- Feilke, Helmuth (2016): Einführung: Sprache – Kultur – Wissenschaft. In: Jäger, Ludwig / Holly, Werner / Krapp, Peter / Weber, Samuel / Heekeren, Simone (Hg.): *Sprache – Kultur – Kommunikation. Ein internationales Handbuch zu Linguistik als Kulturwissenschaft*. Berlin: de Gruyter, S. 9–36.
- Gajda, Stanisław (2007): *Tożsamość a język*. In: Mazur, Jan / Małyska, Agata / Sobstyl, Katarzyna (Hg.): *Człowiek wobec wyzwań współczesności. Upadek wartości czy walka o wartości?* Lublin: Wydawnictwo UMCS, S. 37–45.
- Gardt, Andreas (2016): *Ich spreche, also bin ich. Sprache ist Identität*. In: Schmitz, Colleen M. / Weiss, Judith Elisabeth (Hg.): *Sprache. Ein Lesebuch von A–Z*. Göttingen: Wallstein, S. 105–107.
- Grotek, Edyta (2015): *Sprache als Identitätsträger. Entwicklung eines Untersuchungsrahmens – ein Versuch am Beispiel der historischen Sprechergemeinschaft vom Toruń des 19. Jahrhunderts*. In: Opilowski, Roman / Czachur, Waldemar (Hg.): *Sprache – Wissen – Medien. Festschrift für Prof. Gerd Antos*. Wrocław/Dresden: Atut/Neisse Verlag, S. 85–100.
- Hermans, Hubert J. M. / Dimaggio, Giancarlo (2007): *Self, identity, and globalization in times of uncertainty: A dialogical analysis*. In: *Review of General Psychology* 11(1), S. 31–61.
- Jäger, Ludwig (2013): *Sprache*. In: Natalie Binczek / Till Dembeck / Jörgen Schäfer (Hg.): *Handbuch Medien der Literatur*. Berlin/Boston: de Gruyter, S. 11–26.
- Kłopot, Stanisław (2017): *Tożsamość socjokulturowa mieszkańców wsi*. In: Dziekanowska, Małgorzata / Wójcicka, Marta (Hg.): *Tożsamości w procesach społeczno-kulturowych*. Lublin: Wydawnictwo UMCS, S. 149–180.
- Klug, Nina-Maria (2021): *(Afro)Deutschsein: Eine linguistische Analyse der multimodalen Konstruktion von Identität*. Berlin: de Gruyter.
- Kromminga, Jan-Henning (2022): *Der Westen als Wir-Gruppe im „Kampf der Kulturen“: Diskursanalysen zu sprachlichen Konstruktionen der sozialen Welt*. Berlin: de Gruyter.
- McAdams, Dan P. / McLean, Kate C. (2013): *Narrative identity*. In: *Current Directions in Psychological Science* 22(3), S. 33–238.
- Mucha, Katharina (2017): *Identität in der Krise*. In: *Cahiers d'Études Germaniques* [Online], 73, DOI: <https://doi.org/10.4000/ceg.2398>
- Müller, Marcus / Kluwe, Sandra (2012): *Kunstkommunikation und Identität*. In: Müller, Marcus / Kluwe, Sandra (Hg.): *Identitätswürfe in der Kunstkommunikation Studien zur Praxis der sprachlichen und multimodalen Positionierung im Interaktionsraum ‚Kunst‘*. Berlin/Boston: de Gruyter, S. 1–22.
- Niewiara, Aleksandra (2010): *Kształty polskiej tożsamości. Potoczny dyskurs narodowy w perspektywie etnolingwistycznej (XVI–XX wiek)*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Rejter, Artur (2024): *Wobec (kryzysu) tożsamości, w konflikcie z większością normą. Autonarracje wykluczonych* (im Druck).
- Tajfel, Henri / Turner, John C. (1979): *An integrative theory of intergroup conflict*. In: Austin, William G. / Worchel, Stephen (Hg.): *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Monterey, CA: Brooks/Cole, S. 33–47.
- Wodak, Ruth / Kargl, Maria / de Cillia, Rudolf / Reisigl, Martin / Liebhart Karin / Hofstätter, Klaus (1998): *Zur diskursiven Konstruktion nationaler Identität*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Prof. Dr. Waldemar Czachur

Universität Warschau

Institut für Germanistik

Ul. Dobra 55

PL 00-311 Warszawa

E-Mail: waldemar.czachur@uw.edu.pl

ORCID: 0000-0002-8343-4765

Zur Person: Waldemar Czachur promovierte 2006 an der Universität Warschau. Die Habilitation erfolgte 2013 an der Universität Warschau zum Thema „Diskursive Weltbilder im Kontrast. Linguistische Konzeption und Methode der kontrastiven Diskursanalyse deutscher und polnischer Medien“. Zurzeit arbeitet Waldemar Czachur als Professor am Institut für Germanistik an der Universität Warschau. Zuletzt hat er die Monografie „Lingwistyka dyskursu jako integrujący program badawczy“ (2020, Atut-Verlag) und „Nie wieder Krieg. Der 1. September in der Erinnerungskultur Polens und Deutschlands zwischen 1945 und 1989“ (2022, Harrasowitz-Verlag) (zusammen mit Peter Oliver Loew) herausgegeben. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören (vergleichende) Text-, Diskurs- und Medienlinguistik, linguistische Erinnerungsforschung sowie die Geschichte der deutsch-polnischen Beziehungen. Prof. W. Czachur ist Initiator und Mitherausgeber der Zeitschrift „tekst i dyskurs – text und diskurs“ (www.tekst-dyskurs.eu).

Der Topos der historischen Analogie und der Vertrauensverlust in den Staat im Corona-Anti-Impf-Diskurs auf deutsch- und polnischsprachigem Twitter (Plattform X)

BEATA MIKOŁAJCZYK

The topos of historical analogy and the loss of trust in the state in the anti-vaccination discourse on coronavirus on German- and Polish-language Twitter (Platform X)

Kurzfassung: Der Beitrag untersucht die Verwendung des Topos der historischen Analogie im Anti-Impf-Diskurs auf deutsch- und polnischsprachigem Twitter (Plattform X) während der COVID-19-Pandemie. Historische Analogien dienen als persuasive Mittel, um staatliche Maßnahmen zu delegitimieren und das Vertrauen in Institutionen zu untergraben. Basierend auf einem Korpus von über 2500 Tweets wird analysiert, wie sprachliche und visuelle Elemente eingesetzt werden, um kollektive Ängste und historische Traumata zu aktivieren. Der Beitrag verbindet diskurs- und medienlinguistische Ansätze, um die Mechanismen der Vertrauensbildung und -erosion in digitalen Kommunikationsräumen aufzuzeigen.

Schlagworte: Corona-Anti-Impf-Diskurs, Topos, Vertrauen, Twitter

Abstract: This paper examines the use of the topos of historical analogy in anti-vaccination discourse on German- and Polish-speaking Twitter (Platform X) during COVID-19 pandemic. Historical analogies are used as a persuasive tool to delegitimise state action and undermine trust in institutions. Based on a corpus of over 2,500 tweets, the study analyses how linguistic and visual elements are used to evoke collective fears and historical traumas. The paper integrates discourse linguistic and media linguistic approaches to shed light on the mechanisms of trust building and trust erosion in digital communication spaces.

Keywords: Anti-vaccine discourses during the COVID-19 pandemic, topos, trust, Twitter

1. Einleitung

Soziales Vertrauen, verstanden als Vertrauen in andere Menschen, Gruppen und Institutionen stellt eine Grundvoraussetzung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt dar. In Krisensituationen, wie beispielsweise der Pandemie infolge des Corona-Virus, fördert ein hohes Maß an sozialem Vertrauen die Bereitschaft der Bevölkerung, An-

weisungen zu befolgen und kollektive Maßnahmen zu unterstützen. Das Vertrauen in staatliche Institutionen und deren Vertreter*innen wirkt stabilisierend, da es Ängste und Zweifel mindert und die Legitimität politischer Entscheidungen stärkt. Ein Mangel an sozialem Vertrauen hingegen erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die Bürger*innen Maßnahmen kritisch hinterfragen oder ablehnen, was die Effektivität der Krisenbewältigung erheblich beeinträchtigt. In einer Reihe von Studien der vergangenen Jahre, darunter diejenigen von Qing et al. (2023), Christensen/Læg Reid (2020) sowie Devine/Gaskell/Jennings/Stoker (2021), wurde eine zunehmende Erosion des Vertrauens in staatliche Institutionen beobachtet. Zu den Hauptursachen zählen Korruption, mangelnde Transparenz sowie soziale Ungleichheit. Als weitere wesentliche Einflussgröße ist die politische Polarisierung sowie das Erstarken populistischer Bewegungen zu nennen, welche gezielt Misstrauen gegenüber staatlichen Institutionen schüren. Zudem spielt die Medienlandschaft eine zentrale Rolle. Die Verbreitung von Desinformation sowie der Einfluss von Fake News erschweren es der Öffentlichkeit, verlässliche von manipulierten Informationen zu unterscheiden, was das Vertrauen in die Legitimität staatlicher Institutionen weiter schwächt.

2. Diskurslinguistische Perspektiven auf Vertrauen

Die Vertrauensforschung ist heute durch einen starken interdisziplinären Ansatz gekennzeichnet und umfasst verschiedene wissenschaftliche Disziplinen wie Soziologie, Psychologie, Politikwissenschaft, Ökonomie und Kommunikationswissenschaft. Die einzelnen Disziplinen definieren den Vertrauensbegriff folglich aus unterschiedlichen Perspektiven und anhand ihrer jeweiligen theoretischen und methodischen Ausrichtung. In der Soziologie wird Vertrauen häufig in Anlehnung an Luhmann (1979) als Mechanismus zur Reduktion sozialer Komplexität verstanden, wobei es als notwendiges Element zur Reduktion von Unsicherheit und Unvorhersehbarkeit sozialer Interaktionen angesehen wird. In der Psychologie wird Vertrauen insbesondere im Hinblick auf individuelle und interpersonale Aspekte erforscht, die für die Entwicklung zwischenmenschlicher Beziehungen von Bedeutung sind (Simpson/Rholes 2017). In der Politikwissenschaft wird Vertrauen häufig im Kontext von institutionellem Vertrauen sowie der Legitimität politischer Systeme erforscht. Das Vertrauen in politische Institutionen wird als wesentlich für die Stabilität demokratischer Systeme erachtet, da es die Bürger*innen dazu veranlasst, politische Entscheidungen anzuerkennen und zu unterstützen (Devine/Gaskell/Jennings/Stoker 2021). In der Ökonomie wird Vertrauen als wesentlicher Faktor für die Effizienz und Stabilität von Märkten betrachtet. Es senkt Transaktionskosten, erleichtert den Handel und trägt zur Stabilität wirtschaftlicher Beziehungen bei, insbesondere dort, wo Vertragssicherheit nicht gewährleistet ist (Botsman 2017; Hong/Chen/Morris 2020; Zak 2017).

Die linguistische Forschung hat sich bislang nicht in systematischer Weise mit dem Phänomen Vertrauen auseinandergesetzt und sich nur punktuell mit Disziplinen ausgetauscht, die eine längere Tradition in der Vertrauensforschung aufweisen. Schäfer hat mit ihren Arbeiten (2016, 2018; Schäfer/Bock 2016), insbesondere mit ihrer Einführung in die linguistische Vertrauensforschung (2016), den Boden für eine weiterführende Diskussion im Fach bereitet. Sie betont, dass die Linguistik aufgrund ihrer methodischen Vielfalt – etwa der Text-, Diskurs- und Korpuslinguistik sowie der Gesprächsanalyse – einen wichtigen Beitrag zur Analyse sprachlicher Mechanismen der Vertrauensbildung und -erosion leisten kann.

Die bisherigen linguistischen Untersuchungen zum Thema Vertrauen haben sich vornehmlich auf spezifische Kommunikationskontexte konzentriert, z. B. die Wirtschaftskommunikation (Keller 2006; Reinmuth 2009) und die Wissenschaftskommunikation (Krämer 2009). Des Weiteren haben Studien zur Konstruktion von Vertrauen in medialen und politischen Diskursen, wie beispielsweise politischen Talkshows (Kuhnhehn 2014) oder Arzt-Patienten-Gesprächen (Imo 2017) wertvolle Erkenntnisse geliefert. Ein erster Versuch, die Kategorie Vertrauen im Rahmen einer diskurslinguistischen Analyse zu untersuchen, findet sich in der Dissertation von Belošević (2022) zum Migrationsdiskurs in den Massenmedien. Belošević (2022: 23 ff.) definiert Vertrauen als ein durch Massenmedien geformtes Wissen, welches auf Erfahrungen, Zukunftserwartungen sowie auf der Verlässlichkeit und den Erwartungen in Bezug auf vertrauenswürdige Akteur*innen basiert. Diese Form des Vertrauens manifestiert sich in einem medialen Diskurs, in der Regel indirekt und ohne explizites Ziel, sondern durch implizite sprachliche Mittel. Obgleich Vertrauen und Misstrauen auch außerhalb des medialen Kontextes existieren und beispielsweise in soziologischen Studien untersucht werden können, fokussiert die diskurslinguistische Methode auf der sprachlichen Repräsentation dieser Einstellungen in den Medien. Der Begriff des Vertrauens wird in diesem Kontext als Ausdruck einer kollektiven Denkweise verstanden, d. h. als Bestandteil eines gemeinsamen Denkens, Fühlens und Wollens. In Abhängigkeit vom Kontext wird das Verhältnis von Vertrauen und Misstrauen entweder als Gegensatz oder als nebeneinander existierende Konzepte formuliert. Belošević (2022) verweist zu Recht auf die Notwendigkeit, Vertrauen im Kontext von Topoi in Diskursen zu untersuchen. Topoi werden von ihr als zentrale Bausteine in der Konstruktion und Repräsentation von Vertrauen in medialen Diskursen verstanden. Die Topoi-Analyse (Belošević 2020, 2022; Römer 2018; Wengeler 2003, 2019) demonstriert, wie die in einem Diskurs vorherrschenden Denkmuster Vertrauen aufbauen oder untergraben können. Die Arbeit von Belošević (2022) verdeutlicht, dass die diskursive Konstruktion von Vertrauen in hohem Maße von den verwendeten Topoi abhängt. Diese beeinflussen ihrerseits gesellschaftliche Einstellungen und kollektives Vertrauen. Die vorliegende Untersuchung basiert ebenfalls auf der Annahme, dass Topoi eine wesentliche Bedeutung bei der Konstruktion von Vertrauen sowie dessen Erosion einnehmen.

3. Der Analogie-Topos: ein universelles Argumentationsmuster im Diskurs

Der Begriff *Topos* wird von Wengeler (2003, 2019) als eine vordiskursive Größe, als Denkfigur des Herangehens an eine Fragestellung betrachtet. Dabei ist der Topos (Wengeler 2003: 279) kulturell und historisch geprägt und dient in unterschiedlichen Diskursen zur (De-)Legitimierung bestimmter Perspektiven und Meinungen. In diesem Kontext kann ein Topos als ein wiederkehrendes, kulturell verankertes Argumentationsmuster definiert werden, welches die Wahrnehmung bestimmter Themen strukturiert und beeinflusst. Darüber hinaus erfüllt er die Funktion einer Gedächtnisstütze, indem er den Rezipient*innen die Möglichkeit bietet, auf bereits bekannte Konzepte oder Vorstellungen zurückzugreifen, wenn sie mit neuen oder komplexen Themen konfrontiert sind. Die Verwendung von Topoi erlaubt es Diskursakteur*innen, ihre Argumente auf nachvollziehbare und plausible Weise zu gestalten, was ihnen die Etablierung ihrer Perspektiven im Diskurs erleichtert (Belošević 2020, 2022; Hamp 2017; Römer 2018; Smykała 2021; Szulc-Brzozowska 2018; Wengeler 1996, 2003, 2018, 2019; Žagar 2010).

Wengeler (2003: 63) differenziert zwischen kontextabhängigen und kontextabstrakten (allgemeinen) Topoi. Kontextabhängige Topoi sind spezifisch an einen bestimmten Diskurs oder ein bestimmtes Thema gebunden und reflektieren die individuellen Bedingungen und Wertvorstellungen, die in einem bestimmten sozialen oder politischen Kontext von Relevanz sind. Allgemeine Topoi hingegen besitzen übergreifende Gültigkeit und können in einer Vielzahl von Diskursen verwendet werden, da sie auf allgemeinen kulturellen oder gesellschaftlichen Annahmen beruhen.

Der in diesem Beitrag thematisierte Analogie-Topos gehört zu den allgemeinen Topoi, die kontextunabhängig und universell anwendbar sind. Analogien stellen ein universelles Instrument der Argumentation dar, welches in verschiedenen Diskursen Anwendung findet. Dies lässt sich auf die allgemeine menschliche Fähigkeit zurückführen, Analogien zwischen verschiedenen Situationen herzustellen. In seiner Charakterisierung des Analogie-Topos aus der Perspektive der formalen Logik führt Gerner (2023) aus:

1. Prämisse: Wenn Fall A *analog* ist zu Fall B und wenn Fall A Wirkung P hat, dann ist es erwartbar, dass Fall B ebenfalls zur Wirkung P hat.
2. Prämisse: Fall A ist analog zu Fall B und Fall A hat zur Wirkung P.
Konklusion: Es ist erwartbar, dass auch Fall B die Wirkung P hat.

Dabei wird vorausgesetzt, dass der erste Bereich den Diskursakteur*innen vertraut ist und das Potenzial hat, die gewünschten Assoziationen, Erinnerungen oder Emotionen hervorzurufen. Die Herstellung von Vergleichbarkeiten ermöglicht es dem Analogie-Topos, komplexe oder neue Sachverhalte durch die Bezugnahme auf vertraute Beispiele verständlicher und zugänglicher zu machen. Der Analogie-Topos stellt ein

Argumentationsmuster dar, durch welches bestimmte Handlungen oder Positionen (de-)legitimiert werden können. Dies erfolgt durch die Heranziehung eines anderen allgemein bekannten Sachverhalts, um eine Parallele zu ziehen. Die Annahme, die dieser Argumentation zugrunde liegt, besagt, dass eine Handlung oder ein Ereignis in einem Bereich ähnliche Auswirkungen hat wie eine vergleichbare Handlung oder ein Ereignis in einem anderen Bereich. Die Übertragung von Eigenschaften oder Wirkungen eines bekannten Sachverhalts auf einen neuen Sachverhalt stellt folglich ein wesentliches Merkmal des Analogie-Topos dar, welches dessen persuasive Kraft entfaltet. Der Aufbau eines Analogiearguments erfordert lediglich die Gleichsetzung zweier Sachverhalte hinsichtlich einer einzigen Eigenschaft, wobei die tatsächliche Übereinstimmung dieser Sachverhalte irrelevant ist. Die Simplifikation ist ein wesentlicher Faktor, der den Analogie-Topos zu einem effektiven Instrument der Persuasion im Diskurs macht. Der Analogie-Topos kann auch dann erfolgreich sein, wenn die Analogie nicht zutrifft. Die manipulative Potenz des Analogie-Topos erlaubt es Diskursakteur*innen, gezielt negative Assoziationen zu schaffen, welche die öffentliche Wahrnehmung beeinflussen und Feindbilder erzeugen können.

Als allgemeiner Topos ist der Analogie-Topos flexibel einsetzbar und nicht an einen bestimmten Diskurs gebunden. Der Analogie-Topos wird häufig zur Unterstützung oder Verdeutlichung anderer Topoi verwendet, wobei er als anschauliches Beispiel oder als Ergänzung zu moralischen oder kausalen Argumentationsmustern dient. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die hergestellten Analogien eine hohe Diversität aufweisen können: *Historische Analogien* dienen der Aufzeigung von Parallelen zwischen vergangenen und gegenwärtigen Ereignissen, um ein tieferes Verständnis für wiederkehrende Muster und Dynamiken zu ermöglichen. Im Gegensatz dazu dienen *biologische Analogien* der Veranschaulichung komplexer Systeme, indem sie Prinzipien aus der Natur auf andere Kontexte übertragen. Dies kann beispielsweise die Funktionsweise eines Organismus auf soziale Strukturen betreffen. *Technologische Analogien* wiederum dienen der Erläuterung moderner Entwicklungen, indem sie abstrakte Konzepte in vertraute Bilder übersetzen, wie etwa die Vergleichbarkeit von Gehirn und Computer. Schließlich können auch *literarische* oder *philosophische Analogien* genutzt werden, um abstrakte Ideen auf kreative Weise zu konkretisieren und so den Zugang zu komplexen Themen zu erleichtern.

4. Forschungsziele, methodische Einbindung und Untersuchungskorpus

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit der Analyse historischer Analogien im Covid-Anti-Impf-Diskurs auf polnisch- und deutschsprachigem Twitter. Die Untersuchung verfolgt das Ziel, den Topos der historischen Analogie als ein persuasives Mittel im Diskurs zu identifizieren und zu analysieren, welches zur Erosion des Vertrauens in staatliche Institutionen, Gesundheitssysteme und Impfprogramme beiträgt. Ein zentrales

Anliegen besteht in der Untersuchung der durch den Einsatz des Topos der historischen Analogie aktivierten persuasiven Strategien, welche Skepsis schüren und negative Einstellungen gegenüber Impfmaßnahmen verstärken. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wird zudem ein besonderes Augenmerk auf die sprachliche und visuelle Umsetzung des betreffenden Topos in den analysierten Tweets gelegt. Auf diese Weise lässt sich die Wirkung dieses Topos auf die Dynamik des Diskurses erfassen.

Die Analyse basiert auf einer methodischen Verknüpfung diskurslinguistischer, medien- und textlinguistischer Ansätze. Der diskurslinguistische Ansatz ermöglicht durch wiederholtes, systematisches Lesen der Daten die induktive Erschließung relevanter Topoi, welche die Wissensbestände und Argumentationsmuster im Diskurs präzise abbilden. Die medien- und textlinguistische Methode legt den Schwerpunkt auf die Analyse multimodaler Texte. Dabei wird die Verbindung sprachlicher und rhetorischer Mittel (z. B. Lexik, Grammatik, Metaphorik) mit visuellen Elementen wie Bildern, Grafiken und Symbolen untersucht.

Das Untersuchungskorpus umfasst polnisch- und deutschsprachige Tweets, die zwischen 2020 und 2022 veröffentlicht wurden. Das Korpus wurde manuell durch eine gezielte Suche nach relevanten Hashtags (z. B. #NichtImpfen, #Ungeimpft, #ichimpfemichnicht) zusammengestellt und umfasst 2.532 Tweets (davon 1.558 polnischsprachige und 974 deutschsprachige). Unter Tweets werden auch Retweets und Antworten auf Tweets subsumiert. Die Wahl von Twitter als Forschungsmedium basiert auf dessen Eigenschaften als öffentlich zugängliche Plattform mit einer schnellen Informationsverbreitung und diskursiver Offenheit (Bruns/Burgess 2012; Boyd/Crawford 2012; Papacharissi 2015; Weller et al 2014). Diese Eigenschaften ermöglichen es den Nutzer*innen, Meinungen, Informationen und Reaktionen unmittelbar und ohne institutionelle Einschränkungen zu veröffentlichen. Die getroffene Entscheidung basiert zudem auf dem Fehlen einer umfassenden Gatekeeper-Funktion, welches dazu führt, dass der Diskurs auf der Plattform weitgehend unreguliert und frei zugänglich ist. Im Gegensatz zu traditionellen Medien unterliegen die auf Twitter veröffentlichten Beiträge nur minimalen inhaltlichen Eingriffen, was die Plattform zu einem offenen Raum für eine Vielzahl von Meinungen macht, einschließlich kontroverser oder regierungskritischer Positionen. Die geringe Kontrolle und die Struktur von Twitter fördern die ungehinderte Teilhabe kritischer Perspektiven, wie sie beispielsweise von der No-Vax-Bewegung vertreten werden. Dies trägt dazu bei, die Diskurslandschaft in ihrer Vielfalt und Offenheit zu bewahren.

5. Die Textsorte *Tweet* und ihre Realisierungsformen

Der Tweet stellt eine zentrale Textsorte der digitalen Kommunikation dar, die sich durch spezifische Merkmale und Strukturen auszeichnet (Dang-Anh/Einspänner/Thimm 2012, 2013, 2014; Weller et al. 2014; Zappavigna 2012). Die Begrenzung der Zeichenanzahl auf gegenwärtig bis zu 280 Zeichen bedingt eine komprimierte, pointierte

Ausdrucksweise. Die Kürze der Tweets bedingt, dass Nutzer*innen ihre Botschaften auf das Wesentliche reduzieren und häufig auf Schlüsselbegriffe, Hashtags und prägnante Formulierungen zurückgreifen. Ein weiteres wesentliches Merkmal von Tweets ist ihre Multimodalität. Neben sprachlichen Mitteln können auch Bilder, Videos, GIFs und Links in den Tweet integriert werden. Die Einbindung von multimedialen Elementen eröffnet die Möglichkeit, Argumente durch Bilder und Symbole visuell zu unterstützen und dadurch die intendierte Argumentation zu verstärken.

Tweets lassen sich in drei grundlegenden Formen realisieren, nämlich rein sprachliche Tweets, rein visuelle Tweets und Hybrid-Tweets. Jede dieser Varianten ist durch spezifische Merkmale gekennzeichnet, die eine maßgebliche Beeinflussung ihrer Funktion und Wirkung im Kommunikationsprozess bewirken. In rein sprachlichen Tweets werden ausschließlich sprachliche Elemente verwendet, wobei eine gewisse Vielfalt an sprachlichen Mitteln zu beobachten ist. Hashtags werden häufig genutzt, um Inhalte mit thematisch verwandten Beiträgen zu verknüpfen. Des Weiteren lassen sich Direktadressierungen an andere Nutzer*innen beobachten, welche den Fokus auf bestimmte Themen oder Verantwortlichkeiten lenken. Die sprachliche Gestaltung ist in der Regel einfach, direkt und emotional, um in der kompakten Form eine maximale Wirkung zu erzielen.

Im Gegensatz dazu sind rein visuelle Tweets durch die Dominanz von Bildern, Zeichnungen, Grafiken oder anderen visuellen Elementen geprägt. In diesen Tweets sind sprachliche Inhalte entweder nur in minimalem Umfang, beispielsweise in Form von Hashtags, oder gar nicht vorhanden. Die visuelle Dimension erlaubt eine zeitökonomische Vermittlung der Botschaft: Die Übertragung symbolischer, metaphorischer oder emotionaler Inhalte erfolgt mittels visueller Mittel, wodurch bei den Rezipient*innen unmittelbare Reaktionen evoziert werden.

Die Kombination sprachlicher und visueller Elemente in sogenannten Hybrid-Tweets führt zu einer Intensivierung der Wirkung. Die Verbindung von Sprache und Bild ermöglicht eine semiotische Synergie, bei der sich beide semiotischen Ressourcen gegenseitig ergänzen und verstärken. Die Verwendung sprachlicher Elemente wie prägnanter Sätze, Schlagwörter oder Hashtags wird durch visuelle Inhalte unterstützt, wodurch eine emotionale Untermauerung oder visuelle Konkretisierung der Botschaft erfolgt. Die Einbindung visueller Elemente eröffnet zudem die Möglichkeit einer zusätzlichen Interpretationsebene für die sprachlichen Inhalte.

Die Vielzahl an Realisierungsformen veranschaulicht die hohe Flexibilität der Textsorte Tweet. Die spezifischen Eigenschaften dieser Formen erlauben den Nutzer*innen, ihre Botschaften je nach Ziel und Kontext individuell anzupassen. Der Tweet erweist sich somit als eine dynamische und vielseitige Textsorte, die in der Lage ist, flexibel auf unterschiedliche Kommunikationsbedürfnisse zu reagieren.

6. Der Topos der historischen Analogie im Covid-Anti-Impf-Diskurs und die Erosion des Vertrauens in den Staat – eine Analyse deutsch- und polnischsprachiger Tweets

Durch wiederholtes, systematisches Lesen der gesammelten Daten konnten mehrere zentrale Argumentationsmuster sowohl im polnischen als auch im deutschen No-Vax-Diskurs erschlossen werden. Diese prägen die Struktur und Dynamik der beiden Diskursausschnitte auf vergleichbare Art und Weise. Die Topoi lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- *Topos eines totalitären Staates*: Weil die Regierung oder staatliche Institutionen die totale Kontrolle über die Bürger*innen anstreben, sollte man sich nicht impfen lassen.
- *Topos der Geldgier*: Weil die Regierung und staatliche Institutionen mehr an ihrem eigenen Profit interessiert sind als an der Gesundheit der Bevölkerung, sollte man sich nicht impfen lassen.
- *Topos einer Weltverschwörung*: Weil die Regierung die Impfpflicht unter dem Einfluss globaler Kräfte einführt, sollte man sich nicht impfen lassen.
- *Topos der natürlichen Immunität*: Weil das menschliche Immunsystem fähig ist, sich selbst gegen Krankheiten zu schützen, sollte man sich nicht impfen lassen.
- *Topos der Freiheit und Selbstbestimmung*: Weil jede*r das Recht hat, selbst über den eigenen Körper und die eigene Gesundheit zu entscheiden, sollte man sich nicht impfen lassen.
- *Topos der unzureichenden Forschung*: Weil die Impfstoffe angeblich nicht ausreichend getestet wurden und Langzeitfolgen unklar sind, sollte man sich nicht impfen lassen.
- *Topos der persönlichen Erfahrung*: Weil viele Menschen berichten, dass sie trotz Impfung krank wurden oder Nebenwirkungen hatten, sollte man sich nicht impfen lassen.

Zu den besonders destruktiven Topoi, welche das Vertrauen in staatliche Institutionen systematisch untergraben, gehören der Topos des totalitären Staates, der Topos der Geldgier und der Topos der Weltverschwörung. Die drei genannten Topoi intensivieren das Misstrauen gegenüber der Regierung, indem sie vermitteln, dass deren Handeln nicht im Interesse der Bevölkerung liegt, sondern von Machtinteressen, Profitstreben oder externen Einflüssen geleitet wird. Unter den genannten Topoi verdient der des totalitären Staates besondere Beachtung, da er durch die Verknüpfung mit dem Topos der historischen Analogie eine besonders starke Wirkung entfaltet. Die Verbindung staatlicher Maßnahmen mit autoritären Regimen der Vergangenheit erzeugt Assoziationen von Repression und Gefahr und aktiviert kollektive Ängste sowie moralische Empörung. In der Folge wird eine detaillierte Analyse der historischen Analogien vorgenommen, die bei der Realisierung des Topos des totalitären Staates zum Einsatz kommen.

6.1 Sprachliche und visuelle Gestaltung der Texte

Im Folgenden erfolgt eine exemplarische Analyse der Konstruktion des Topos der historischen Analogie im deutsch- und polnischsprachigen No-Vax-Diskurs. Im Rahmen dieser Untersuchung werden die textuellen Strategien analysiert, die dazu dienen, historische Bezüge herzustellen und für argumentative Zwecke zu nutzen. Die detaillierte Erörterung der einzelnen Texte zielt darauf ab, in einem nächsten Schritt die Funktionsweisen und die Wirkungskraft der historischen Analogien im Diskurs nachvollziehbar zu machen.

(dt_1) Katastrophe! Eine neue Form der Verhetzung und Spaltung. Die Regierenden tun genau das, wovor sie uns bewahren sollen. Vollzug unter dem Deckmäntelchen einer geheutelten Fürsorge zugunsten der Bevölkerung. #CovidDiktatur

Die in (dt_1) angewandte textuelle Strategie basiert auf einer gezielten Verwendung sprachlicher und stilistischer Mittel und zielt darauf ab, eine starke emotionale Wirkung zu erzielen sowie die Kritik an den Regierenden zu intensivieren. Die Verwendung einer auffälligen Hyperbel zu Beginn des Textes erzeugt eine alarmierende und dramatische Stimmung, die die Leser*innen unmittelbar in das Geschehen hineinzieht. Die Übertreibung fungiert als rhetorisches Signal, wodurch die Aufmerksamkeit der Rezipient*innen unmittelbar auf die Dringlichkeit des Themas gelenkt wird. Gleichzeitig evoziert sie Assoziationen zu gravierenden gesellschaftlichen oder politischen Krisen und suggeriert eine eskalierte Situation. Die Phrase *eine neue Form der Verhetzung und Spaltung* verweist auf historische Negativbeispiele, indem sie impliziert, dass bekannte Muster von Manipulation und gesellschaftlicher Zerrissenheit in abgewandelter Form erneut auftreten. Die Lexeme *Verhetzung* und *Spaltung* sind moralisch stark aufgeladen und evozieren negative Konnotationen, die den Regierenden bewusste Manipulation und schädigende Absichten unterstellen. Im Satz *Die Regierenden tun genau das, wovor sie uns bewahren sollen* wird ein rhetorischer Gegensatz formuliert, der die Handlungen der Regierenden als paradox und widersprüchlich darstellt. Die Umkehrung der Schutzfunktion führt zu einer Verstärkung des Vorwurfs der Täuschung und des Verrats. Diese Formulierung impliziert, dass die Regierung ihrer Verantwortung nicht nur nicht nachkommt, sondern aktiv gegen das Wohl der Bevölkerung handelt. Diese These findet eine Bestätigung in der historischen Analogie autoritärer Regime. Die Metapher *Deckmäntelchen* impliziert zusätzlich eine bewusste Täuschung und Verschleierung der wahren Absichten, während die Beschreibung *geheutelte Fürsorge* den Vorwurf weiter verstärkt, dass die Maßnahmen der Regierung nicht aus echten Fürsorgemotiven erfolgen, sondern aus eigennützigen oder kontrollierenden Absichten. Diese Argumentation beruft sich auf historische Ereignisse, in denen autoritäre Maßnahmen als fürsorglich deklariert wurden, um Kontrolle und Unterdrückung zu legitimieren. Der Hashtag *#CovidDiktatur* fungiert als prägnante Verdichtung der gesamten Aussage: Die gegenwärtigen Maßnahmen zur Bewältigung der Pandemie werden in

Verbindung mit der historischen Erfahrung von Diktaturen gebracht. Die Gleichsetzung der Maßnahmen mit autoritären Praktiken führt zu einer Verschärfung der Kritik an den Regierenden und staatlichen Institutionen. In (dt_1) werden negativ wertende Adjektive (*geheuchelt*), emotional aufgeladene Schlagwörter (*Katastrophe*, *Verhetzung*, *Diktatur*), Metaphern (*Deckmäntelchen*) sowie rhetorische Gegensätze als sprachliche Elemente einer historischen Analogie verwendet, um eine Stimmung des Misstrauens und der Ablehnung gegenüber den Regierenden zu erzeugen. Die Kombination dieser Mittel zielt demnach weniger auf eine rationale Argumentation als auf die emotionale Mobilisierung und Polarisierung der Leser*innen ab.

(pl_1) #StopSegregacjiSanitarnej @michaldworczyk @a_niedzielski @Morawiecki @szczepimy się nie wprowadzicie totalitaryzmu w Polsce pod pretekstem ochrony dt. #StopSanitärer-Segregation @michaldworczyk @a_niedzielski @Morawiecki @szczepimysię ihr werdet keinen Totalitarismus in Polen unter dem Vorwand des Schutzes einführen‘

Auch in (pl_1) findet sich eine vielschichtige textuelle Strategie, mittels derer scharfe Kritik an den pandemiebedingten Maßnahmen der polnischen Regierung formuliert wird. Dabei finden historische Analogien, emotionale Appelle sowie direkte Adressierungen Anwendung. Der Hashtag #StopSegregacjiSanitarnej (dt. #StopSanitärer-Segregation) nimmt eine zentrale Rolle ein, da er gezielt eine Parallele zu historischen Diskriminierungspraktiken wie der Apartheid oder dem Nationalsozialismus zieht. Das Lexem *segregacja* (dt. Segregation) ist stark negativ konnotiert und ruft unmittelbar Assoziationen mit systematischer Ausgrenzung und sozialer Diskriminierung hervor. In der europäischen Erinnerungskultur ist der Begriff *Segregation* insbesondere mit den Verbrechen des Nationalsozialismus sowie der rassistischen Apartheidspolitik Südafrikas assoziiert. Die Bezeichnung der pandemiebedingten Einschränkungen als *sanitarna segregacja* (dt. sanitäre Segregation) erweckt den Eindruck, dass es sich hierbei um eine ebenso ungerechte und menschenrechtsverletzende Praxis handelt, die gezielt bestimmte Bevölkerungsgruppen ausschließt. Die bewusste historische Last verleiht dem Vorwurf zusätzliche Schärfe und Emotionalität. Die direkte Adressierung der Regierungsmitglieder personalisiert die Kritik und lenkt die Aufmerksamkeit auf die individuellen Verantwortungsträger*innen. Sie dient nicht nur der Hervorhebung der Kritik, sondern auch der Wahrnehmung, dass die genannten Politiker*innen bewusst gegen die Interessen der Bevölkerung handeln. Die Personalisierung führt zu einer stärkeren Emotionalisierung des Diskurses, da konkrete Personen benannt werden, die sich potenziell rechtfertigen müssen, und verstärkt somit die Polarisierung. Die Aussage *Nie wprowadzicie totalitaryzmu w Polsce pod pretekstem ochrony* (dt. Ihr werdet keinen Totalitarismus in Polen unter dem Vorwand des Schutzes einführen) evoziert historische Assoziationen oder Erinnerungen an totalitäre Regime wie den Nationalsozialismus und den Kommunismus, die Polen in seiner Geschichte stark geprägt haben. Aus diesem Grund besitzt der Begriff *Totalitarismus* im kollektiven Ge-

dächtnis Polens eine besondere Relevanz. Seine Wahl lässt die aktuell implementierten Maßnahmen mit autoritärer Kontrolle, Freiheitsentzug und Repression gleichsetzen, wodurch deren moralische Fragwürdigkeit betont wird. Die Phrase *pod pretekstem ochrony* (dt. unter dem Vorwand des Schutzes) verstärkt diesen Eindruck zusätzlich, da sie impliziert, dass die Regierung die Pandemiebekämpfung lediglich als Vorwand benutzt, um repressive Strukturen einzuführen. Im Text kommt einer Reihe von Schlagwörtern wie *segregacja* (dt. Segregation), *totalitaryzm* (dt. Totalitarismus) und *ochrona* (dt. Schutz) vor, die gezielt gewählt wurden, um historische und emotionale Assoziationen hervorzurufen. Die Negation *Nie wprowadzicie* (dt. Ihr werdet nicht einführen) formuliert eine klare Gegenwehr und drückt zugleich Entschlossenheit und Widerstand aus. Die historische Analogiebildung verankert den Tweet in einer moralischen und politischen Dimension, wodurch den staatlichen Maßnahmen der Anschein von Unrecht und Unterdrückung verliehen wird. In der Gesamtbetrachtung des Tweets lässt sich eine Verbindung aus emotional stark aufgeladenen Begriffen, historischen Analogien und direkter Kritik an den Verantwortlichen feststellen. Diese Elemente dienen der Darstellung der Maßnahmen der Regierung als ungerecht, diskriminierend und totalitär. Die verwendeten sprachlichen und rhetorischen Mittel zielen darauf ab, kollektive Ängste und historische Traumata anzusprechen, um Widerstand gegen die Regierung zu mobilisieren und die öffentliche Meinung zu beeinflussen.

Man bedient sich in (pl_2, siehe unten) einer Symbolik, welche historische Kontexte mit den aktuellen verbindet. Die Wahl des ikonischen Tank Man-Motivs vom Platz des Himmlischen Friedens bildet die Grundlage der Darstellung und evoziert sofort Assoziationen mit Widerstand gegen staatliche Unterdrückung. Das weltweit bekannte Bild symbolisiert den Mut des Einzelnen, sich gegen eine übermächtige Gewalt zu stellen. Die stilisierte Veränderung, bei der das Kanonenrohr des Panzers durch eine Spritze ersetzt wird, transferiert die historische Bedeutung des Panzers in die aktuelle Impfdebatte. Der Panzer, ein universelles Symbol für staatliche Macht, Kontrolle und Gewalt, wird zur Metapher für die pandemiebedingten Maßnahmen des Staates eingesetzt, während die Spritze den Impfwang symbolisiert. Die visuelle Symbolik ruft Assoziationen und Erinnerungen an Krieg, Kontrolle und Repression hervor. Die Darstellung impliziert, dass der Staat unter dem Vorwand des Gesundheitsschutzes seine Bürger*innen unterdrückt und sie zu Impfungen zwingt. Gleichzeitig wird die anonyme, unbewaffnete Figur, die dem Panzer gegenübersteht, zum universellen Symbol für individuellen Widerstand. Die Anonymität der Figur erlaubt es den Betrachter*innen, sich mit dieser zu identifizieren und die dargestellte Botschaft auf die eigene Situation zu übertragen. Die Gegenüberstellung von Panzer und Individuum ist visuell äußerst wirkungsvoll und vermittelt eine unmissverständliche Positionierung. Dabei wird eine narrative Spannung evoziert, in der das Individuum als Kämpfer*in für Freiheit und Autonomie gegen eine übermächtige staatliche Gewalt inszeniert wird. Die dargestellte Dramatik kann eine emotional geprägte Reaktion hervorrufen, welche die Solidarität mit der symbolischen Figur des Widerstands verstärkt.



Abb. 1: (pl_2) Tweet mit einem Vergleich zwischen Impfwang und Repression – in Anlehnung an das Bild des „Tank Man“ vom Platz des Himmlischen Friedens.



Abb. 2: (pl_3) Tweet mit den Slogans „Szczepienie czyni wolnym“ (Impfen macht frei) und „Stop segregacji sanitarnej“ (Stoppt die Sanitätssegregation) mit dem Ausdruck von Widerstand gegen pandemiebedingte Ausgrenzung.



Abb. 3: (dt_2) Tweet mit Kritik an der Impfpflicht als Bedrohung der Freiheit.

Ebenfalls im Hybrid-Text (pl_3) findet sich eine historische Analogie, mittels derer die aktuelle Situation dramatisiert und die staatlichen Maßnahmen delegitimiert werden. Die Verwendung von Symbolen und Sprache, die aus der Geschichte des Holocausts entlehnt sind, zielt darauf ab, eine maximale emotionale Resonanz zu erzeugen. Dies geschieht jedoch auf Kosten der historischen Bedeutung dieser Ereignisse, welche dadurch für einen spezifischen politischen Diskurs instrumentalisiert werden. Der Tweet beginnt mit einer starken, alarmierenden Botschaft, die durch das Lexem *segregacja* (dt. Segregation) und den Slogan *Faszyzm nie przejdzie!!!* (dt. Der Faschis-

mus wird nicht durchkommen!!!) geprägt ist. Die Intensität der Aussage wird durch die Verwendung des Ausrufezeichens zusätzlich verstärkt. Diese Wortwahl stellt eine direkte Verbindung zu historischen Regimen wie dem Nationalsozialismus her. Die doppelte Großschreibung *SS* in der Phrase *STOP SSegregacji* (dt. StopSSegregation) kann als bewusste Anspielung auf die Waffen-SS interpretiert werden, eine zentrale Organisation des NS-Regimes, die für zahlreiche Kriegsverbrechen und die Durchführung des Holocausts verantwortlich war. Diese implizite Referenz intensiviert die historische Analogie, indem sie die Maßnahmen der Regierung oder die Impfkampagne mit den Gräueltaten des Nationalsozialismus gleichsetzt. Auch die abgebildeten Demonstrant*innen, welche gestreifte KZ-Häftlingsuniformen tragen, schaffen eine visuelle Verbindung zu den Opfern des Holocausts. Es wird suggeriert, dass die Maßnahmen zur Pandemiebekämpfung in ähnlicher Weise wie die Verbrechen des Nationalsozialismus zu bewerten seien. Der Slogan *Szczepienie czyni wolnym* (dt. Die Impfung macht frei) imitiert die ikonische Inschrift *Arbeit macht frei* aus Auschwitz. Die Impfmaßnahmen werden erneut mit den Gräueltaten des Holocausts gleichgesetzt, was impliziert, dass die Regierung eine ähnliche Unterdrückung betreibt wie das NS-Regime. Diese Darstellung stellt eine extreme Form der historischen Analogie dar, die weniger auf Argumentation als auf Schockwirkung und moralische Empörung abzielt. Darüber hinaus stellen die weiß-roten Flaggen, die von den Demonstrant*innen getragen werden, eine Verbindung zur nationalen Identität Polens her und suggerieren, dass der Widerstand gegen die sanitäre Segregation ein patriotischer Akt sei. Die Zusammenführung sprachlicher und visueller Elemente im Tweet erzeugt eine außerordentlich starke Botschaft. Die Verwendung von Typografie, metaphorischen Bildern, stark emotionalisierten Phrasen und rhetorischen Mitteln, beispielsweise Exklamationen, dient nicht nur der Delegitimierung der Impfkampagne, sondern auch der Verknüpfung mit historischen Traumata.

Der Beitrag (dt_2) nimmt Bezug auf Martin Luther Kings berühmte Rede *I Have a Dream*, indem er die darin verwendete Traum-Metapher aufgreift: *Ich träumte heute Nacht*. Die sprachliche Parallele verleiht dem Text eine zusätzliche historische Tiefe und verbindet ihn mit dem universellen Streben nach Freiheit und Gleichheit. Während King von einer Welt träumte, in der Diskriminierung überwunden wird, träumt der/die Sprecher*in in diesem Kontext von einer politischen Veränderung, die er als Rückkehr zu demokratischen Werten versteht. Die historische Analogie zur DDR wird genutzt, um die aktuelle Situation – in diesem Fall die Impfpflicht – als Einschränkung persönlicher Freiheiten darzustellen. Die Verwendung des Ausdrucks *die Mauer wäre gefallen* intensiviert die symbolische Bedeutung des Tweets, da die Berliner Mauer ein universelles Symbol für die Spaltung einer Gesellschaft, die Unterdrückung von Individuen und das Fehlen von Freiheit ist. Die nachfolgende Aussage *Es gab eine Wiedervereinigung mit der BRD* verstärkt die historische Referenz und etabliert eine Verbindung zwischen der gegenwärtigen Lage und der Vergangenheit der Deutschen Demokratischen Republik. Die visuelle Darstellung dieser Botschaft erfolgt unter Zu-

hilfenahme des Bildes der DDR-Nationalpfanne, welche als Symbol des Alltagslebens in der ehemaligen Deutschen Demokratischen Republik gilt und mit Einschränkung sowie staatlicher Kontrolle assoziiert wird. Es wird ein Gefühl von *Déjà-vu* evoziert, das eine Rückkehr zu Zeiten der massiven Beschneidung individueller Freiheiten impliziert. Die Beschreibung der *#Demokratie* als ein Ort, *wo jeder sagen und denken kann, was er will* und *wo niemand zu irgendetwas gezwungen wird*, kontrastiert sie stark mit der suggerierten aktuellen Situation. Die Bemerkung *Verrückt, ich weiß* fungiert als ironische Selbstreflexion und lässt den zuvor geäußerten Traum als nahezu unerreichbar erscheinen und betont dadurch die Wahrnehmung einer starken Entfremdung vom gegenwärtigen politischen System.

6.2 Persuasive Strategien im Diskurs

Im sowohl polnischen als auch deutschen Covid-Anti-Impf-Diskurs erlangen historische Analogien eine signifikante persuasive Wirkung, die auf mehreren ineinandergreifenden Strategien basiert, welche sowohl sprachliche als auch visuelle Mittel einbeziehen, um spezifische emotionale und gesellschaftliche Dynamiken zu erzeugen. Sie werden eingesetzt, um staatliche Maßnahmen zu diskreditieren, den Diskurs zu emotionalisieren, gesellschaftliche Konflikte und Polarisierung zu verstärken, sowie ein Misstrauen gegenüber Institutionen zu schüren, indem auf kollektive Ängste und Traumata zurückgegriffen wird. Die Assoziation aktueller politischer Entscheidungen mit totalitären Regimen wie dem Nationalsozialismus, der DDR oder der Sowjetunion erzeugt ein Bild von Repression und Freiheitsverlust, welches Ängste mobilisiert und Widerstand stärkt.

Die Analyse des Diskurses ergibt, dass die *Emotionalisierung* eine entscheidende Rolle spielt. Sie ruft starke emotionale Reaktionen wie Angst, Empörung oder Mitgefühl hervor. Dies erfolgt zunächst durch die gezielte sprachliche Assoziation staatlicher Maßnahmen mit repressiven Systemen. Die Verwendung von Begriffen wie *Covid-Diktatur*, *Segregation* oder *Freiheitsberaubung* evoziert negative Konnotationen, die staatliche Maßnahmen in ein Licht der Diskriminierung rücken und verknüpft semantische Felder von Repression, Unrecht und Gefahr miteinander. Die Verwendung rhetorischer Fragen, wie beispielsweise *Haben wir in über 80 Jahren nichts dazu gelernt?*, suggeriert eine moralische Empörung sowie eine historische Wiederholung. Des Weiteren werden Ausdrücke wie *Volksgemeinschaft* oder *Impfung macht frei* verwendet, welche historische Kontexte von Diskriminierung und Unterdrückung aufgreifen, um Empörung und Widerstand zu mobilisieren. Die Verwendung von Hyperbeln wie *Katastrophe!* oder *Pfizer macht frei* dient der Steigerung der Dramatik und der Intensivierung der Wahrnehmung einer als bedrohlich wahrgenommenen Situation. Die visuelle Gestaltung der Botschaften wird durch kraftvolle Symbole ergänzt, die gezielt auf historische Traumata Bezug nehmen. Die Verwendung von Bildern, die Assoziatio-

nen zu Unterdrückung und Gewalt wecken, wie beispielsweise Panzer, Spritzen oder KZ-Häftlingsuniformen, erzeugt eine unmittelbare Verbindung zu diesen negativen Emotionen. Insbesondere der gelbe Davidstern mit der Aufschrift *NOT VACCINATED* ist als Symbol von großem Wiedererkennungswert zu nennen, da er eine direkte Verbindung zur Holocaust-Symbolik herstellt und dadurch gezielt Empörung auslöst. Die Kombination visueller Darstellungen mit sprachlichen Elementen führt zu einer intensiven emotionalen Reaktion, welche die rationale Argumentation in den Hintergrund drängt.

Die *Polarisierung* im Diskurs um die Impfung gegen das Covid-19-Virus wird durch eine gezielte Trennung zwischen ‚uns‘ (den Impfgegner*innen) und ‚ihnen‘ (den Geimpften oder staatlichen Akteur*innen) verstärkt. Die Verwendung sprachlicher Mittel wie der Lexeme *Blockparteien*, *Regime* oder *Systemlinge* dient der Darstellung der Gegenseite als feindlich und autoritär, während direkte Adressierungen an regierende Politiker*innen eine Personalisierung der Kritik bewirken. Darüber hinaus wird die Gegenposition durch den Einsatz von Ironie und Sarkasmus, untergraben und das Misstrauen gegenüber staatlichen Institutionen vertieft. Die sprachlichen Strategien werden durch visuelle Mittel ergänzt, wodurch eine Verstärkung der Polarisierung zu beobachten ist. Historische Bilder, wie beispielsweise das des Tank Man oder Diktatoren wie Stalin oder Lukaschenka, werden mit modernen Symbolen, wie etwa Spritzen oder Masken, kombiniert, um staatliche Maßnahmen als repressiv darzustellen und sie mit autoritären Systemen zu assoziieren. Der gelbe Davidstern mit der Aufschrift *NOT VACCINATED* sowie Demonstrationen mit KZ-Häftlingsuniformen erwecken den Eindruck einer systematischen Ausgrenzung Ungeimpfter. Die dargestellten Szenen vermitteln, dass der Widerstand gegen die Impfpflicht nicht nur gerechtfertigt, sondern ein notwendiger Schutz der Freiheitsrechte sei. Die strategische Bezugnahme auf historische Ereignisse und totalitäre Regime verleiht diesen Botschaften zusätzliche emotionale und symbolische Tiefe. Vergleiche mit der DDR-Diktatur oder mit totalitären Regimen wie dem Stalinismus dienen der Charakterisierung der Regierung als autoritärer Akteur, der demokratische Werte untergräbt. Eine besonders polarisierende Wirkung entfalten Aussagen, in denen der Holocaust instrumentalisiert wird. Dies geschieht beispielsweise durch die Verwendung von Slogans wie *Pfizer macht frei* oder *Ungeimpfte sind die neuen Juden*. Die Übertragung der moralischen Schwere historischer Verbrechen auf die Impfpflicht führt zu einer Intensivierung der gesellschaftlichen Spaltung. Die Delegitimierung des Staates wird durch historische Analogien erreicht, welche staatliche Maßnahmen mit totalitären Regimen gleichsetzen. Metaphern wie *Deckmäntelchen der Fürsorge* implizieren Täuschung und Manipulation, während Begriffe wie *Covid-Diktatur* oder *totalitäre Maßnahmen* die Sprache autoritärer Systeme aufgreifen. Visuelle Symbole wie das Tor von Auschwitz mit der Aufschrift *Impfung macht frei* oder Darstellungen von Panzern mit Spritzen als Kanonenrohren vermitteln ein Bild repressiver Kontrolle und erhöhen das Misstrauen gegenüber staatlichen Institutionen.

Die *Instrumentalisierung historischer Traumata* stellt eine weitere zentrale Strategie dar. Die Instrumentalisierung kollektiver Erinnerungen an den Holocaust, die DDR-Diktatur oder die Apartheid erfolgt mit dem Ziel, Parallelen zu aktuellen Maßnahmen zu ziehen. Die bewusste Grenzüberschreitung zwischen Argumentation und Provokation ist ein wesentliches Merkmal sprachlicher Formulierungen wie *Ungeimpfte*, die in diesem Kontext als eine Art *neue Juden* bezeichnet werden können. Ihr Ziel ist es, Schock und Empörung zu erzeugen. Die visuelle Umsetzung dieser Strategie erfolgt durch den Einsatz von Davidsternen, gestreiften KZ-Häftlingsuniformen sowie historischen Fotografien, welche in einen Kontext moderner Maßnahmen wie Impfkampagnen oder Maskenpflicht gestellt werden.

Die *visuelle Dramatisierung* spielt eine wesentliche Rolle hinsichtlich der Einprägbarkeit der Botschaften. Die Verwendung von Bildern, welche einen Panzer mit einer Spritze als Kanonenrohr oder Demonstrant*innen in KZ-Häftlingsuniformen zeigen, erzeugt eine bedrohliche Atmosphäre, welche die Debatte sehr stark emotionalisiert. Der Einsatz von Holocaust-Symbolen wie dem Tor von Auschwitz bewirkt eine Intensivierung der emotionalen Wirkung und lenkt die Aufmerksamkeit von einer sachlichen Argumentation auf eine emotional geprägte Reaktion.

7. Schlussfolgerungen

Die vorliegende Analyse verdeutlicht, dass der Topos der historischen Analogie im deutsch- und polnischsprachigen Covid-Anti-Impf-Diskurs ein effektives Instrument zur Delegitimierung staatlicher Maßnahmen und zur Untergrabung des Vertrauens in staatliche Institutionen darstellt. In beiden Diskursräumen erfolgt die Anwendung des Topos in ähnlicher Weise, wobei staatliche Maßnahmen wie die Impfpflicht in einen Kontext von Unterdrückung und Repression eingebettet werden. Der wesentliche Unterschied manifestiert sich jedoch in der quantitativen Verteilung: Innerhalb des polnischen Korpus lässt sich eine signifikant höhere Frequenz an Belegen für den historischen Analogie-Topos feststellen als im deutschen. Dies lässt sich auf divergierende institutionelle Vertrauensverhältnisse in den jeweiligen Ländern zurückführen. Studien wie das Edelman Trust Barometer (2023) belegen, dass das Vertrauen in staatliche Institutionen in Polen geringer ist als in Deutschland. Diese Diskrepanz beeinflusst den Diskurs, da der Topos in Kontexten mit geringerem Vertrauen einerseits häufiger zum Einsatz kommt und andererseits potenziell stärkere Wirkung entfaltet.

Die diskursive Funktion des Topos besteht in seiner Fähigkeit, komplexe politische Sachverhalte durch die Bezugnahme auf bekannte historische Ereignisse oder Regime zu vereinfachen. Dies erleichtert es den Diskursakteur*innen, ihre Botschaften breiten Zielgruppen verständlich und emotional zugänglich zu machen. Historische Analogien besitzen eine hohe symbolische und kulturelle Resonanzkraft, da sie kollektive Erinnerungen und moralische Urteile aktivieren. Eine besonders effektive Strategie

ist die suggestive Gleichsetzung: In diesem Fall werden Eigenschaften wie Unterdrückung, Repression oder Gewalt aus ihrem historischen Kontext herausgelöst und unmittelbar auf die Gegenwart übertragen. Diese Übertragung erfolgt in vielen Fällen unabhängig davon, ob die Vergleichsgrundlage tatsächlich gegeben ist. Das Resultat ist eine signifikante moralische Polarisierung, in der staatliche Akteur*innen als repressiv und autoritär dargestellt werden, während Impfgegner*innen als Verteidiger*innen von Freiheit und Gerechtigkeit erscheinen. Ein wesentlicher Aspekt des Topos ist seine Funktion als Verbindungsglied zwischen Vergangenheit und Gegenwart. Die Wahl historischer Ereignisse wie der Verfolgung im Nationalsozialismus oder der Kontrolle in der DDR als Bezugspunkte führt dazu, dass gegenwärtige Maßnahmen in einen stark emotionalisierten Kontext eingebettet werden. Diese Vorgehensweise evoziert bei den Rezipient*innen Assoziationen zu Unterdrückung, Freiheitsverlust und staatlichem Kontrollwahn. Diese Strategie erlaubt zudem die Infragestellung der Legitimität aktueller politischer Prozesse, indem diese in ein moralisch verwerfliches Licht gerückt werden. Die sprachliche Gestaltung des Topos basiert auf der gezielten Einführung von Lexemen, Phrasen, Slogans usw., die in der Gesellschaft mit starken kulturellen und emotionalen Konnotationen verbunden sind. Diese Begriffe, tief in gesellschaftlichen Vorstellungen und kollektiven Erinnerungen verankert, aktivieren nicht nur emotionale Resonanz, sondern prägen auch die Wahrnehmung staatlicher Maßnahmen. Die sprachliche Dramatisierung erfolgt insbesondere durch den Einsatz von Hyperbeln, Metaphern sowie rhetorischen Fragen. Sie lenken die Wahrnehmung der Rezipient*innen von der tatsächlichen politischen Realität hin zu einer konstruierten Bedrohung. Die visuelle Komponente trägt maßgeblich zur Intensivierung des Effekts der sprachlichen Strategien bei. Die sprachlichen Äußerungen werden durch kraftvolle visuelle Symbole ergänzt, die unmittelbar verständlich sind und starke emotionale Reaktionen evozieren. Die Verbindung von Sprache und Visuellem führt zu einer Steigerung der Klarheit und Intensität der Botschaft.

Bibliografie

- Belošević, Milena (2020): *Was steckt denn nun wirklich hinter diesem Impfbzwang? Sprachliche Konstruktion der Impfverschwörung in der Debatte über die Masernimpfpflicht in Deutschland*. In: *tekst i diskurs – text und diskurs* 13, S. 195–215.
- Belošević, Milena (2022): *Vertrauen und Misstrauen in der Flüchtlingsdebatte 2015–2017. Eine diskurslinguistische Untersuchung von Argumentationsmustern*. Hamburg: Buske.
- Botsman, Rachel (2017): *Who Can You Trust? How Technology Brought Us Together and Why It Might Drive Us Apart*. New York: PublicAffairs.
- Boyd, Danah / Crawford, Kate (2012): *Critical Questions for Big Data: Provocations for a Cultural, Technological, and Scholarly Phenomenon*. In: *Information, Communication, & Society* 15, S. 662–679.
- Bruns, Axel / Burgess, Jean (2012): *Researching News Discussion on Twitter: New Methodologies*. In: *Journalism Studies* 13, S. 801–814.

- Christensen, Tom / Læg Reid, Per (2020): *Balancing governance capacity and legitimacy: How the Norwegian government handled the COVID-19 crisis*. In: *Public Administration Review* 80, S. 774–779.
- Dang-Anh, Mark / Einspänner, Jessica / Thimm, Caja (2012): *Politische Deliberation online – Twitter als Element des politischen Diskurses*. In: Krotz, Friedrich / Hepp, Andreas (Hg.): *Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze*. Wiesbaden: Springer VS, S. 283–305.
- Dang-Anh, Mark / Einspänner, Jessica / Thimm, Caja (2013): *Mediatisierung und Medialität in Social Media: Das Diskurssystem „Twitter“*. In: Marx, Konstanze / Schwarz-Friesel, Monika (Hg.): *Sprache und Kommunikation im technischen Zeitalter: Wieviel Internet (v)erträgt unsere Gesellschaft*. Berlin/Boston: De Gruyter, S. 68–92.
- Dang-Anh, Mark / Thimm, Caja / Einspänner, Jessica (2014): *Mediatized Politics – Structures and Strategies of Discursive Participation and Online Deliberation on Twitter*. In: Hepp, Andreas / Krotz, Friedrich (Hg.): *Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age*. London: Palgrave Macmillan, S. 187–203.
- Devine, David / Gaskell, Jennifer / Jennings, Will / Stoker, Gerry (2021): *Trust and the Coronavirus Pandemic: What Are the Consequences of and for Trust?* In: *Political Studies Review* 19, S. 274–285.
- Edelman Trust Barometer (2023): <https://www.edelman.com/trust/2023/trust-barometer> [18.10.2024].
- Gerner, Denis (2023): *Analogie-Topos*. In: Diskursmonitor. Glossar zur strategischen Kommunikation in öffentlichen Diskursen. <https://diskursmonitor.de/glossar/analogie-topos>. [6.09.2024].
- Hamp, Andrea (2017): *Der praktische Sinn in wissenschaftlichen Diskussionen. Toposanalyse einer soziologischen Theoriendebatte*. Wiesbaden: Springer VS.
- Hong, Ying-Yi / Chen Chao C. / Morris, Michael W. (2020): *Navigating Cross-Cultural Differences in Trust*. In: *Current Opinion in Psychology* 32, S. 62–66.
- Imo, Wolfgang (2017): *Das Problem der zweiten Meinung: Vom Umgang mit Vertrauen und Misstrauen in onkologischen Therapieplanungsgesprächen*. In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 67, S. 25–49.
- Keller, Rudi (2006): *Der Geschäftsbrief. Überzeugende Unternehmenskommunikation durch klare Sprache und gutes Deutsch*. Wiesbaden: Gabler.
- Krämer, Hannes (2009): *Vertrauen in der Wissenschaft. Zur kommunikativen Konstruktion von Vertrauen in wissenschaftlichen Publikationen*. Aachen: Shaker.
- Kuhnhenh, Martha (2014): *Glaubwürdigkeit in der politischen Kommunikation. Gesprächsstile und ihre Rezeption*. Konstanz: Universitätsverlag Konstanz.
- Luhmann, Niklas (1979). *Vertrauen: Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität*. Stuttgart: Enke.
- Qing, Han / Bang, Zheng / Mioara, Cristea (2023). *Trust in Government Regarding COVID-19 and Its Associations with Preventive Health Behaviour and Prosocial Behaviour During the Pandemic: A Cross-Sectional and Longitudinal Study*. In: *Psychological Medicine* 53, S. 149–159.
- Papacharissi, Zizi (2015): *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. New York: Oxford University Press.
- Reinmuth, Marcus (2009): *Vertrauen und Wirtschaftssprache: Glaubwürdigkeit als Schlüssel für erfolgreiche Unternehmenskommunikation*. In: Moss, Christoph (Hg.): *Die Sprache der Wirtschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 127–145.
- Römer, David (2018): *Argumentationstopoi in der Text- und Diskursanalyse – alte Pfade, neue Wege*. In: *tekst i dyskurs – text und diskurs* 11, S. 117–136.

- Schäfer, Pavla (2016): *Linguistische Vertrauensforschung. Eine Einführung*. Berlin/Boston: De Gruyter.
- Schäfer, Pavla (2018): *Verschwörungstheorien – Ein Fall für die linguistische Vertrauensforschung?* In: *Aptum. Zeitschrift für Sprachkritik und Sprachkultur* 14, S. 221–238.
- Schäfer, Pavla / Bock Bettina M. (2016): *Der Vertrauensbegriff als Kategorie der Geheimdienstarbeit. Eine exemplarische Analyse der Rolle von Vertrauen in der internen Kommunikation der DDR-Staatssicherheit*. In: Kaczmarek, Dorota (Hg.): *Politik – Medien – Sprache. Deutsche und polnische Realien aus linguistischer Sicht*. Łódz: WUL, S. 57–80.
- Simpson, Jeffrey A. / Rholes, Steven W. (2017): *Adult Attachment, Stress, and Romantic Relationships*. In: *Current Opinion in Psychology* 13, S. 19–24.
- Smykała, Marta (2021): *Kategoria toposu w lingwistycznej analizie dyskursu na przykładzie badań polskiego i niemieckiego dyskursu migracyjnego*. In: *tekst i dyskurs – text und diskurs* 14, S. 465–496.
- Szulec-Brzozowska, Magdalena (2018): *Argumentationstopoi – vermittelt durch Schlüsselkonzepte in Metaphern aus dem Diskurs über den Umweltschutz und die Energiepolitik. Eine framebasierte Analyse*. In: *tekst i dyskurs – text und diskurs* 11, S. 136–153.
- Weller, Katrin / Bruns, Axel / Burgess, Jean / Mahrt, Merja / Puschmann, Cornelius (Hg.) (2014): *Twitter and Society*. New York: Peter Lang.
- Wengeler, Martin (1996): *Topos und Diskurs – Möglichkeiten und Grenzen der topologischen Analyse von Diskursen*. In: Link, Jürgen / Oesterreicher, Wulf (Hg.): *Sprachnation – Sprachnationalismus*. Berlin/Boston: De Gruyter, S. 165–186.
- Wengeler, Martin (2003). *Topos und Diskurs: Begriffe und Konzepte in der Diskurslinguistik*. Tübingen: Niemeyer.
- Wengeler, Martin (2018): *Diskurslinguistik als Argumentationsanalyse*. In: Warnke, Ingo H (Hg.): *Handbuch Diskurs*. Berlin/Boston: De Gruyter, S. 209–230.
- Wengeler, Martin (2019): *Im Moment haben die Vertreter der Angstretorik die Lufthoheit. Diskurslinguistische Untersuchungen zur Konstruktion von Zukunftsangst und Vertrauen in deutschen Printmedien*. In: Smailagić, Vedad (Hg.): *Die Leistung der Philologie bei der Deutung der Kultur(en)*. Tübingen: Stauffenburg Aktuell, S. 95–112.
- Zak, Paul J. (2017): *Trust Factor: The Science of Creating High-Performance Companies*. New York: Amacom.
- Zappavigna, Michele (2012): *Discourse of Twitter and Social Media: How We Use Language to Create Affiliation on the Web*. London: Bloomsbury.
- Žagar, Igor Ž. (2010): *Topoi in Critical Discourse Analysis*. In: *Lodz Papers in Pragmatics* 6, S. 3–27.

Univ.-Prof. Dr. Beata Mikołajczyk

Adam-Mickiewicz-Universität Poznań

al. Niepodległości 4

PL 61–874 Poznań

E-Mail: beata.mikolajczyk@amu.edu.pl

ORCID: 0000-0001-6421-6335

Zur Person: Beata Mikołajczyk ist Professorin für Sprachwissenschaft und Lehrstuhlinhaberin am Institut für Germanistik an der Adam-Mickiewicz-Universität in Poznań. Ihre Forschungs- und Interessenschwerpunkte sind vergleichende Text- und Pragmalinguistik, Medienlinguistik, Soziolinguistik, Hochschulforschung und Wissenschaftstheorie.

Rechtspopulismus auf X (ehem. Twitter) in Polen und Deutschland

Eine softwaregestützte Analyse der Kommentare von PiS- und AfD-Spitzenpolitikern

MICHAŁ SMUŁCZYŃSKI

Right-wing populism on X (formerly Twitter) in Poland and Germany

A software-supported analysis of comments by PiS and AfD leaders

Kurzfassung: Wie der Digital 2024 Global Overview Report mitteilt, ist die Kommunikation heutzutage der wichtigste Verwendungszweck der sozialen Medien. Mit 619 Millionen aktiven Nutzern gehört der Mikroblogging-Dienst X zwar nicht zu den beliebtesten Plattformen. Er wird aber jedoch häufig von prominenten Politikern genutzt: Ministerpräsidenten, Ministern oder einflussreichen Abgeordneten, um einerseits ihre politischen Slogans zu verbreiten und andererseits mit Wählern in Kontakt zu bleiben. Zu diesen Politikern gehören Alice Weidel und Tino Chrupalla, sowie Mateusz Morawiecki und Mariusz Błaszczak. Sie sind Mitglieder von Parteien, die als rechtspopulistisch gelten: der deutschen AfD und der polnischen PiS.

Für die folgende kontrastive Studie habe ich jeweils 1000 der neuesten X-Einträge von Weidel, Chrupalla, Morawiecki und Błaszczak heruntergeladen. Die softwaregestützte Analyse sollte folgende Fragen beantworten: welche Argumentation im Rahmen der rechtspopulistischen Narration verwendet wurden und wie sie sprachlich konstruiert wurden (Vermittlung der Komponenten der Weltbildkonstruktion, Stilmittel, Ausdrücke und historisch belastete Wörter).

Schlagnote: Rechtspopulismus, X, softwaregestützte Analyse

Abstract: As the Digital 2024 Global Overview Report by Datareportal points out, is communication the most important use of social media today. With 619 million active users, the microblogging service X is not one of the most popular platforms. However, it is often used by prominent politicians: prime ministers, ministers, or influential MPs to spread their political slogans on the one hand and to stay in touch with voters on the other. Such politicians include Alice Weidel and Tino Chrupalla, as well as Mateusz Morawiecki and Mariusz Błaszczak. They are members of parties that are considered right-wing populist: the German AfD and the Polish PiS. For the following contrastive study, I downloaded 1000 of the latest X-entries from each of Weidel, Chrupalla, Morawiecki and Błaszczak.

The software-supported analysis was intended to answer the following questions: which arguments were used in the right-wing populist narrative, how they were constructed linguistically, and how the differences between German and Polish politicians occur.

Keywords: Right-wing populism, X, software-supported analysis

1. Einführung

Dank der sozialen Medien hat sich ein kommunikativer Wandel im Internet vollzogen, indem die One-to-Many-Monologe durch sozial-mediale Dialoge (many-to-many) erweitert wurden (vgl. Rybszleger 2014: 290). Darüber hinaus macht Kommunikation heutzutage den wichtigsten Verwendungszweck der sozialen Medien aus, worauf der Digital 2024 Global Overview Report von Datareportal hinweist. Die Möglichkeit, mit Freunden und Familie in Kontakt zu bleiben, wurde von 49,5 % der befragten User im Alter zwischen 16 und 64 Jahren als der wichtigste Grund dafür angegeben, soziale Medien zu nutzen.¹

Der Mikroblogging-Dienst X² gehört mit 619 Millionen aktiven Nutzern zwar nicht zu den populärsten Plattformen.³ Er wird aber häufig von prominenten Politikern: (Minister-)Präsidenten, Ministern oder einflussreichen Abgeordneten genutzt, um einerseits ihre politischen Parolen zu verbreiten, andererseits mit Wählern in Kontakt zu bleiben. Zu solchen Politikern gehören Alice Weidel und Tino Chrupalla sowie Mateusz Morawiecki und Mariusz Blaszczak. Sie sind Mitglieder der Parteien, die als rechtspopulistisch gelten: Weidel und Chrupalla sind seit 2021 Co-Vorsitzende der AfD-Bundestagsfraktion und seit Juni 2022 zudem Bundessprecher ihrer Partei. Morawiecki war von 2017 bis 2023 polnischer Ministerpräsident, Blaszczak von 2018 bis 2023 Verteidigungsminister Polens. Beide sind zugleich Mitglieder des Parteivorstands der Partei Recht und Gerechtigkeit (PiS).

Für die folgende kontrastive Studie habe ich jeweils 1000 der neuesten X-Einträge von Weidel, Chrupalla, Morawiecki und Blaszczak (insgesamt 4000 Einträge) heruntergeladen. Mithilfe der softwaregestützten Analyse⁴ sollten folgende Fragen beantwortet werden: welche Argumentation im Rahmen der rechtspopulistischen Narration verwendet wurden und wie sie sprachlich konstruiert wurden (Vermittlung der Komponenten der Weltbildkonstruktion, Stilmittel, Ausdrücke und historisch be-

¹ Quelle: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report> [18.10.2024].

² Bis 2023 hieß er noch Twitter.

³ Quelle: https://datareportal.com/reports/digital-2024-deep-dive-5-billion-social-media-users?utm_source=Global_Digital_Reports&utm_medium=Analysis_Article&utm_campaign=Digital_2024&utm_content=Digital_2024_Analysis_And_Review [18.10.2024].

⁴ Bei der Untersuchung war das Programm NVivo 12 behilflich. Die Software macht es möglich, das Korpus automatisch zu codieren und zu thematisieren, um dann sowohl die quantitative als auch die qualitative Analyse zu beschleunigen und zugleich leichter zu machen.

lastete Wörter). Bevor aber auf die Analyse eingegangen wird, möchte ich den Begriff (*Rechts*)*Populismus* kurz charakterisieren, sowie den Mikroblogging-Dienst X näher darstellen.

2. Zum Begriff (*Rechts*)*Populismus*

Der schon im 19. Jahrhundert begrifflich erwähnte Begriff *Populismus* ist als eine Folge der Entwicklung zur Postdemokratie zu betrachten, die mit der Erosion der Parteien, der Medialisierung der Politik und dem Aufstieg der Experten auf Kosten der Partei-Eliten identifiziert wurde (von Beyme 2018: 10). Obwohl der Terminus *Populismus* „negativ besetzt ist“ (Decker/Lewandowsky 2024) und von etablierten Parteien oft als Stigmawort verwendet wird (vgl. von Beyme 2018: 22), sollten Populisten weder als Gespenst noch als eine negative Elite betrachtet werden, da ihre Überzeugungen die Meinungen der Durchschnittsbürger widerspiegeln (vgl. von Beyme 2018: 18).

Wie Wolf (2017: 7) ausführt, „wurden bereits viele Versuche unternommen Populismus zu definieren“, wobei eine unmäßige Verwendung des Begriffs sowohl in den Medien als auch in der Wissenschaft zur Beraubung seiner begrifflichen Schärfe geführt hat. Auch solche Eigenschaften des Phänomens wie Komplexität, Kontextabhängigkeit und Veränderlichkeit haben die Definitionsversuche von Populismus kompliziert (vgl. Wolf 2017: 7 in Anlehnung an Meyer 2006: 81). Ein weiteres Definitionsproblem betrifft die Uneinigkeit darüber, ob Populismus ein Politikstil, eine Ideologie oder eine Kombination davon ist (vgl. Wolf 2017: 7).

In Anlehnung an Wolf (2017: 7–8) sehe ich Populismus als „ein rhetorisches Stilmittel, welches mit Komplexitätsreduktion, Schwarz-Weiß-Malerei und Vereinfachungen arbeitet“. Wenn der Stil um die Dichotomie *wir* (Volk) ↔ die Anderen (Elite, die Fremden, z. B. Ausländer⁵) erweitert wird, haben wir es mit Rechtspopulismus zu tun (vgl. Wolf 2017: 7–8).

Aus einer übertriebenen Hervorhebung des Konzepts *Volk* und der *wir* ↔ *die Anderen* Dichotomie ergeben sich weitere Eigenschaften des Rechtspopulismus wie „eine euroskeptische bis eurofeindliche Einstellung, Ethnopluralismus, ein überhöhtes Sicherheitsbedürfnis und Wirtschafts- und Sozialprotektionismus“ (Wolf 2017: 14). Darüber hinaus wird *den Anderen* die Rolle eines Prügelknaben zugeschrieben, dem man für alle Misserfolge in der Gesellschaft Verantwortung aufbürden kann (vgl. Wolf 2017: 16 in Anlehnung an Spier 2006: 38).

Um den Populismus wissenschaftlich zu analysieren, sollte man drei Bedeutungsebenen voneinander unterscheiden. Während auf der ersten Ebene nach Entstehungs-

5 Aus rechtspopulistischer Perspektive werden unter *Ausländer* nicht nur Personen mit anderer Nationalität gemeint, sondern, abhängig vom Land, auch Immigranten, Asylsuchende, Muslime oder Minderheiten (vgl. Wolf 2017: 14).

mechanismen des Populismus und den ihm zugrundeliegenden Ursachen gefragt wird, verweist die zweite Ebene auf die ideologischen Inhalte des Populismus, welche Abgrenzungsmuster dabei gepflegt und welche Gruppe(n) mit dem Volksbegriff adressiert werden. Meine Ausführungen zu Rechtspopulismus im Internetdiskurs können auf der dritten Ebene verortet werden, die sich auf die formalen und stilistischen Merkmale konzentriert, wie die Organisation des Populismus und seine Techniken der Wähleransprache (vgl. Decker/Lewandowsky 2024). Dies ist ausschließlich mithilfe der Sprache und Rhetorik erreichbar, wobei es eher um affektive, emotionale Asudrucksweisen geht (vgl. Kujawa 2020: 226).

3. Das soziale Netzwerk Twitter

Der Mikroblogging-Dienst X gehört zum Bereich Personal Publishing (vgl. Taddicken/Schmidt 2017: 11), wobei Kommunikation in Verbindung mit der Informationsmitteilung und Verbreitung der neuesten Nachrichten seine wichtigsten Verwendungszwecke ausmachen (vgl. Java u. a. 2007: 2). Die ersten User waren gezwungen, ihre Äußerungen, Überlegungen und Kommentare auf 140 Zeichen zu beschränken. Darüber hinaus bestanden die Einträge damals weitgehend aus dem Text. Im Laufe der Zeit konnte man verschiedene Medieninhalte zu einem Tweet hinzufügen (Fotos, Kurzfilme, Links) und seit 2016 ist auch das Livestreaming möglich.⁶ Ein durchschnittlicher X-Eintrag ist somit zu einem hypermodalen Konstrukt geworden (vgl. Storrer 2008: 318–322, Lemke 2002: 299–301, Smułczyński 2018: 275). Obwohl die zulässige Länge eines Tweets heutzutage auf 280 Zeichen gewachsen ist und in der Bezahlversion sogar 4000 Zeichen möglich sind, hat X in der Ökonomie und Kreativität der Sprachverwendung neue Maßstäbe gesetzt (vgl. Moraldo 2009).

Alle X-Einträge bilden die sog. Timeline, auf der der User die abonnierten Tweets anderer Nutzer verfolgen kann.⁷ Das macht ihn automatisch zum Follower, wobei er gleichzeitig Followees haben kann, die den eigenen Tweets folgen (vgl. Smułczyński 2021: 105). Das Followers-Followees-Verhältnis wurde zum Thema der Untersuchungen von u. A. Krishnamurthy/Gill/Arlitt (2008: 20).⁸

⁶ Quelle: <https://www.cbsnews.com/news/twitter-cbs-news-partnership-cbsn-live-stream-republican-democratic-national-conventions/> [25.10.2024].

⁷ Timeline ist seit Januar 2023 ausschließlich über den Internetbrowser zugänglich. Nachdem das Dienst Ende 2022 von Elon Musk übernommen worden war, wurde verschiedenen Drittanbietern der Zugang zum Twitter-API untersagt. Quelle: <https://www.pcmag.com/opinions/rip-third-party-twitter-clients> [25.10.2024].

⁸ In Anlehnung an die Analyse von 100.000 Twitter-Usern wurden drei Hauptgruppen von Usern unterschieden, je nachdem, ob die Zahl der Follower viel größer als Followees ist (broadcasters), ob sie fast gleich ist (acquaintances), oder ob sie vielen anderen Nutzern folgen, während sie nur wenige Abonnenten haben (miscreants/evangelists) (vgl. Krishnamurthy/Gill/Arlitt 2008: 20).

Im Hinblick auf einen der wichtigsten Verwendungszwecke von X – die Kommunikation – kann man zwischen der Operatorenebene (dem vorausbestimmten Zeichensystem), der Textebene (Tweet-Inhalte) und der Handlungsebene (Handlungsziele und Handlungszwecke) unterscheiden (vgl. Dang-Anh/Einspänner/Thimm 2013: 79). Die Operatorenebene besteht aus Tools wie Adressierung/Erwähnung (@), Indexierung/Tagging (#),⁹ Verlinkung (http://) und Redistribuirung (RT), wobei 66 % der X-Einträge wenigstens einen Operator beinhalten (vgl. Boyd/Golder/Lotan 2010).

Mithilfe der **@Username-Syntax** wird ein anderer Account erwähnt bzw. direkt adressiert,¹⁰ wobei die Adressierung hier keine Aufforderung zur Interaktion bedeutet. Es geht hier eher um eine Form der Informationsvermittlung, sowie um die Möglichkeit der Kontaktaufnahme, Interaktion, Aufmerksamkeitserzeugung, Kontextualisierung und Intertextualität (vgl. Dang-Anh/Einspänner/Thimm 2013: 82–83). Unter den kommunikativen Funktionen der **Indexierung/Tagging** soll neben der Kontextualisierung und der „kommunikativ-funktionalen Verschlagwortung“ vor allem die Strukturierung und gemeinschaftsstiftende Wirkung hervorgehoben werden (vgl. Dang-Anh/Einspänner/Thimm 2013: 84, Smulczyński 2021: 111). Dies führt einerseits zur Konzentrationsrichtung auf ein bestimmtes Thema andererseits zur Entstehung von **Echokammern**. Diese versammeln Menschen mit denselben Ansichten (z. B. Anhänger eines Politikers), sowie könnten auch als Stützpunkte betrachtet werden, die zum Angriff auf andere Twitter-User und ihre Ansichten genutzt werden (vgl. Jaki/Smulczyński 2023: 121). Der **Hyperlink** ist von allen Kommunikationsoperatoren der komplexeste (vgl. Thimm/Einspänner/Dang-Anh 2012: 9). Er erfüllt eine informierende Funktion für die Twittersphäre und für die einzelnen User ist er eine Unterstützung eigener Ansichten, Meinungen und Argumentationen.¹¹ Zu den Kommunikationsfunktionen von **Retweet (RT)** gehört neben Werbung, d. h. der Inhalt eines Tweets wird eigenen Followern weiterempfohlen, auch Bezugnahme und Aufmerksamkeitserzeugung (vgl. Boyd/Golder/Lotan: 2010, Dang-Anh/Einspänner/Thimm 2013: 80). Es kann damit auch eine Unterstützung ausgedrückt werden, ausgenommen dass auf einem Profil eine explizite Information beigefügt wird z. B. *retweet ≠ endorsement*.¹²

⁹ Das entsprechende Symbol wird bei Adressierung/Erwähnung dem Accountnamen und bei Indexierung/Tagging einem Wort oder einer Zeichenkette vorangestellt.

¹⁰ Um effektiv zu werden, muss das @-Zeichen direkt vor dem Account-Namen platziert werden (vgl. Dang-Anh/Einspänner/Thimm 2013: 81).

¹¹ Die Verlinkung von Bildern, Videos oder Audioelementen führt einerseits zum weiteren Argumentationsausbau, andererseits zur eindrucksvolleren Vermittlung, Emotionalisierung und Illustrierung des Tweet-Inhalts (vgl. Thimm/Einspänner/Dang-Anh 2012: 9).

¹² Retweet ist nach dem Hyperlink der strukturell komplexeste Operator (vgl. Boyd/Golder/Lotan 2010).

4. Untersuchungsgegenstand und Analyse

Das Korpus umfasst 4000 X-Einträge, die von vier prominenten Politikern rechtspopulistischer Parteien veröffentlicht wurden: Alice Weidel und Tino Chrupalla von der AfD bzw. Mateusz Morawiecki und Mariusz Błaszczak von der Partei PiS. Das Korpus wurde am 12. Juli 2024 mithilfe des Analysetools **Export Comments**¹³ zusammengestellt, indem die 1000 neuesten Einträge jedes oben erwähnten Politikers heruntergeladen wurden. Weil die Politiker sehr unregelmäßig tweeteten, fällt der neueste Eintrag bei Mariusz Błaszczak auf den 12. Juli, bei Alice Weidel und Mateusz Morawiecki auf den 9. Juli und bei Tino Chrupalla auf den 30. Juni. Im Falle des ältesten analysierten Eintrags sind die Unterschiede noch größer: bei Morawiecki ist das der 5. September 2022, bei Weidel der 1. Januar 2022 und bei Błaszczak der 15. August 2021. Tino Chrupalla brauchte mehr als fünf Jahre, um 1000 Tweets zu veröffentlichen. Der älteste Eintrag von ihm fällt auf den 4. Februar 2019.

Die Einträge sollen im Hinblick auf die Argumentation und ihre sprachliche Realisierung (Wörter¹⁴, Ausdrücke, Stilmittel) untersucht, die zur Erzeugung einer bestimmten Narration über die Welt bzw. zur Erzeugung von bestimmten Emotionen (Ärger, Wut, Ressentiments) bei den Rezipienten eingesetzt werden (vgl. auch Kuja-wa 2020: 227–228), sowie welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede dabei zwischen deutschen und polnischen Politikern vorkommen.

Für die Analyse habe ich die Dateien in das Programm NVivo 12 übertragen,¹⁵ das einem Forscher die Möglichkeit gibt, große Datenmengen zu handhaben, abzufragen und effizient zu analysieren (vgl. Gilbert 2002: 222). Das Korpus wurde einer automatischen Stimmungs- und Knotenkodierung unterzogen. Die **Stimmungskodierung** beruht darauf, Stimmungen der untersuchten Inhalte zu identifizieren, um die Frage „Ist die allgemeine Haltung in dem Inhalt positiv oder negativ?“ zu beantworten. Es wird ein Bewertungssystem verwendet, in dem jedem Wort, das eine Stimmung ausdrückt, ein vordefinierter Wert zugeschrieben wird. Inhalt wird dann als eine Reihe von Stimmungsknoten kodiert, wobei die Stimmung von sehr positiv bis sehr negativ reicht.¹⁶ Während der **Knotenkodierung** werden Muster oder Trends im analysierten

¹³ Das Tool ist auf der Webseite <https://exportcomments.com/> zugänglich und ermöglicht den Export von Einträgen und Kommentaren aus einer sehr großen Menge von Sozialen Netzwerken, wie Facebook, X, YouTube, Instagram oder Reddit, die dann als csv-Datei gespeichert werden. In kostenloser Version wird der Export auf 100 Kommentare begrenzt. Um eine größere Menge der Einträge/Kommentare herunterzuladen zu können, muss man sich auf der Seite registrieren und ein Abo abschließen.

¹⁴ Darunter die historisch belasteten Wörter (z. B. *Umwolkung*, *Lügenpresse*, mehr dazu Eitz (2014) oder Wörter mit pseudointellektuellem Hintergrund wie z. B. *Ethnopluralismus* oder *Remigration* (vgl. Niehr 2024).

¹⁵ Die Software gehört zu *qualitative data analysis software* (QDAS) (Mehr dazu: Yuen/Richards 1994: 279, Bazeley/Jackson 2013: 5).

¹⁶ Der breite Kontext wird dabei aber nicht berücksichtigt. Daher ist es auch möglich, dass der gleiche Satz zugleich als positiv und negativ kodiert wird. Quelle: <http://download.qsrinternational.com/Document/NVivo11/11.2.0/de-DE/NVivo11-Getting-Started-Guide-Plus-edition-German.pdf> [17.11.2024].

Material erkannt, um die Frage „Was sind die wichtigsten Themen in meinem Ausgangsmaterial?“ zu beantworten. NVivo identifiziert substantivische Asdrücke (z. B. *Deutschland*) und erfasst die Anzahl an Erwähnungen. Einigen Themen wird je nach Vorkommenshäufigkeit ein höherer Wert gegenüber den anderen zugewiesen. Die werden dann als **Knoten** dargestellt.¹⁷ Die beiden automatisierten Prozesse waren bei der Korpusanalyse sehr behilflich, weil man damit schneller feststellen konnte mit welchen Komponenten die rechtspopulistischen Politiker*innen ihr Weltbild in den Tweets konstruieren.

4.1 Stimmungskodierung

In Tabelle 1 wurden die Ergebnisse der automatischen Stimmungskodierung dargestellt:

Tab.1 Ergebnisse der automatischen Stimmungskodierung

| | Anzahl der Kodierungsreferenzen | | | | |
|--------------------|---------------------------------|---------------|---------|---------------|--------------|
| | sehr negativ | mäßig negativ | neutral | mäßig positiv | sehr positiv |
| Alice Weidel | 22 | 100 | 846 | 22 | 20 |
| Tino Chrupalla | 37 | 59 | 836 | 55 | 26 |
| Mateusz Morawiecki | 0 | 2 | 1002 | 4 | 0 |
| Mariusz Błaszczak | 0 | 5 | 996 | 0 | 0 |

Die Mehrheit der Tweets wurde als neutral kategorisiert. Was aber auffällt, ist die hohe Anzahl der als negativ klassifizierten Einträge der deutschen Abgeordneten, im Vergleich zu der Anzahl der *positiven* Tweets steht. Demgegenüber ist die Anzahl negativer Kodierungsreferenzen deutlich weniger. Es dominieren hier *neutrale* Einträge.

Die nähere Analyse von sehr bzw. mäßig negativen Referenzen von Weidel/Chrupalla hat ergeben, dass sie sich vor allem auf die Kritik der Bundesregierung wegen u. A. der Einwanderungspolitik, der Energiewende oder anderer Wirtschaftsprobleme konzentrieren. In den 59 *sehr negativen* Einträgen überwiegen negativgeladene Lexeme wie z. B. *der Dumme, Tragödie, Absurd, Wahnsinn, verkehrt* und Ausdrücke, wie z. B. *vollkommen falsch, irrt sich gewaltig, für ein Ministeramt völlig ungeeignet, ein großes Versagen*. Einträge, die von NVivo als mäßig negativ klassifiziert wurden, unterscheiden sich in ihrem Charakter minimal von *sehr negativen* Kodierungsreferenzen. Der Kontrast ist im Wortschatz sichtbar wie z. B. in den unten angeführten Beispielen. Der Eintrag (1) von Tino Chrupalla wurde als mäßig negativ und (2) als sehr negativ kategorisiert.

¹⁷ Mehr zum Kodierungsprozess in NVivo 12: <http://download.qsrinternational.com/Document/NVivo11/11.2.0/de-DE/NVivo11-Getting-Started-Guide-Plus-edition-German.pdf> [Zugriff am 17.11.2024].

- (1) [Tino Chrupalla]: Weil die Regierung **falsche Entscheidungen** trifft, wird Deutschland **von anderen Standorten überholt**.
- (2) [Tino Chrupalla]: Der tägliche #Corona **Wahnsinn!**

Ausdrücke wie *falsche Entscheidungen* und *von etwas überholt werden* können tatsächlich als weniger negativ empfunden werden als das Nomen *Wahnsinn*.

Während 218 Einträge der deutschen Politiker negativ kodiert wurde, wurden im polnischen Teil des Korpus nur 7 solche Beispiele gefunden. Die als mäßig negativ kategorisierte Gruppe der Einträge bezieht sich auf die Kritik der damaligen Opposition bzw. die illegale Migration und die damit verbundene Situation an der polnischen Ostgrenze.

In 127 als mäßig bzw. sehr positiv kodierten Referenzen überwiegen Sprechakte wie Danksagungen, Glücks- bzw. Genesungswünsche oder es werden Sprachmittel benutzt, mit deren Hilfe Freude ausgedrückt wird, wie in (3) und (4):

- (3) [Tino Chrupalla]: *Ein starkes Ergebnis, auf das wir stolz sein können.*
- (4) [Alice Weidel]: *Herzlichen Dank für Ihren Einsatz für den #Frieden – das ist der einzig richtige Weg und Vorbild für alle europäischen Staaten!*
- (5) [Mateusz Morawiecki]: *Pozdrawiamy serdecznie 😊 dziękujemy za każde słowa wsparcia i życzymy Wam udanych wakacji. :) Polskie morze jest najlepsze! „Herzliche Grüße 😊 Wir danken euch für jedes Wort der Unterstützung und wünschen euch einen schönen Urlaub. :) Das polnische Meer ist das Beste!“*

Die automatische Stimmungskodierung hat es auch ermöglicht, Beispiele für die rechtspopulistischen Argumentation zu finden. Die Analyse hat gezeigt, dass diese ausschließlich im deutschen Teil des Analysematerials vorkommen.

In der ersten Gruppe von Beispielen wird die Konstruktion des Feindbildes repräsentiert, die auf einer Dichotomie *wir* vs. *die Anderen* beruht. Unter *den Anderen* wird hier ein innerer und/oder äußerer Feind verstanden, der beispielsweise in Migranten seine Personalisierung findet. *Wir*, d. h. das Volk und seine Fürsprecher, sind Opfer (vgl. Kujawa 2020: 230). In den unten angeführten Beispielen spielen Zuwanderer: (7), (10) bzw. die Regierungsmitglieder: (6) die Rolle des Feindes; Deutschland: (8), (9) deutsche Bürger: (6), (7), (10), AfD-Politiker*innen: (11) die Rolle des Opfers:

- (6) [Alice Weidel]: *Mindestens 60 **Bürger** werden täglich Opfer von Messerangriffen, doch diese Zahl ist nur eine Minimal-Schätzung. Nach wie vor verweigert sich #Faeser einer echten Statistik. Aus gutem Grund: Die Zahlen könnten **die Bürger** „verunsichern“... #DeshalbAfD #AfD*
- (7) [Alice Weidel]: *Jede dritte Straftat wird von einem **Migranten** verübt – darin nicht eingerechnet diejenigen, die bereits als **deutsche Staatsbürger** gelten. Statistisch betrachtet werden täglich 150 **Bürger** Opfer einer schweren Körperverletzung durch nichtdeutsche Tatverdächtige, 10 zu Opfern einer...*

- (8) [Tino Chrupalla]: *Unser „sicheres **Deutschland**“: Die Staatsanwaltschaften sind so überlastet, dass fast jedes vierte Ermittlungsverfahren eingestellt wird.*
- (9) [Tino Chrupalla]: ***Deutschland** ist in schwieriger Lage: Teuerung, Deindustrialisierung, Isolation. Unerwünschte Zuwanderung gehört dazu. Wir laden Deutsche mit Migrationsgeschichte ein, zusammen die Wende zum Guten zu schaffen. Bot-schaften, die Spannung erzeugen und spalten, sind damit unvereinbar.*
- (10) [Tino Chrupalla]: *+++ Gewalt durch „**Flüchtlinge**“ 2018 +++Laut BKA 33 Flüchtlinge Opfer deutscher Täter, 230 **Deutsche Opfer ausländischer Täter**; bei Sexualdelikten 89 zu 3261. Noch schlimmer als diese Zahlen: der Heimatverlust.#AfD #Heimatverlust #BKA*
- (11) [Tino Chrupalla]: *In Mannheim ist unser Gemeinderatskandidat Heinrich Koch mit einem Messer verletzt worden, als er Plakaterstörer stellte. **Unsere Mitglieder und Repräsentanten** sind am häufigsten Opfer politischer Gewalt und Zerstörung. Das kann uns nicht aufhalten. Schnelle Genesung, Heinrich!*

Einträge von (6) bis (11) sind Beispiele für die Narration über den inneren bzw. äußeren Feind des Volkes. Mithilfe solcher Narration werden Ängste und Befürchtungen stimuliert, die dann gruppenbezogene feindliche Gefühle verursachen können (vgl. Kujawa 2020: 232).

In den nächsten Beispielen sehen wir eine weitere Argumentationsstrategie, in der wir es einerseits mit Dämonisierung des Feindes, hier: der Regierung: (12), (13), zu tun haben, andererseits spielen die Fürsprecher des Volkes, hier die AfD Politiker*innen, die Rolle des *Gegenmittels* gegen die durch den Feind verursachten Probleme. Ich möchte dabei auf die stark emotionalisierenden Formulierungen hinweisen, wie: *Wahnsinn* (12), *kämpfen* (13) – (16), *Freiheit* (13), (15), (16), *Bürgerrechte* (13), *Wohlstand* (16) oder *kategorisch ablehnen* (15):

- (12) [Alice Weidel]: *#Faeser's Einbürgerungs-Tsunami ist ein Anschlag auf das Fundament der Demokratie. Das Staatsvolk wird ohne Einverständnis transformiert. Der Doppelpass als Regelfall schafft gespaltene Loyalitäten und Fünfte Kolonnen. Wir werden diesen **Wahnsinn** rückgängig machen! #DeshalbAfD...*
- (13) [Tino Chrupalla]: *Der Verbots- und Vormundstaat nimmt Formen an: **Regie-rung** plant Wegfall der #Lohnfortzahlung für Urlauber aus #Corona-Risikogebieten; und Ärztepräsident Reinhardt möchte, dass die #Polizei Reiserückkehrer in Quarantäne überwacht. Zeit für **Freiheit** und **Bürgerrechte** zu **kämpfen!***
- (14) [Tino Chrupalla]: *Die #Impfpflicht ab 18 steht laut @BILD vor dem Aus. Diesen Erfolg haben @AfD und friedliche Demonstranten für alle Bürger in Deutschland erzielt. Auch eine Impfpflicht ab 50 darf es nicht geben. Wir werden weiter gegen die Impfpflicht und für die freie Impfentscheidung **kämpfen!***
- (15) [Tino Chrupalla]: *In Trauer um den achtjährigen Jungen, der am Frankfurter Hauptbahnhof ermordet wurde. Wir werden niemals hinnehmen, dass solche Verbrechen in Deutschland heute trauriger Alltag sind. Sorgen wir endlich dafür, dass*

*Kinder in unserem Land wieder in Frieden aufwachsen können!# Wir **lehnen** die geplanten Grundrechtseinschränkungen **kategorisch ab** und **kämpfen** weiter für **Freiheit** und Demokratie!*

- (16) [Tino Chrupalla]: *Die Alternative für Deutschland ist in nur einem Jahr von knapp 30.000 auf gut 40.000 Mitglieder angewachsen. Diese Zahl bestätigt unseren Kurs der Politik für die Interessen der Bürger. Wir **kämpfen** für ein soziales Deutschland in **Freiheit** und **Wohlstand**!*

Es ist noch darauf hinzuweisen, dass die Beispiele von (6) bis (16) bei der Stimmungskodierung ausschließlich als sehr bzw. mäßig negativ kategorisiert wurden. Von den Einträgen, die rechtspopulistische Parolen beinhalten, wurde keiner als positiv eingestuft.

4.2 Knotenkodierung

Unter *Knoten* werden hier Themen, Konzepte, Ideen, Meinungen oder Erfahrungen verstanden, wobei sie in NVivo entweder automatisch oder manuell kodiert werden können. Um die Kodierung zu beschleunigen, habe ich für beide Subkorpora – für das deutschsprachige und für das polnischsprachige – eine Worthäufigkeitsabfrage durchgeführt. Dieser Prozess ermöglicht eine schnelle Identifikation und Kodierung von Wörtern, die das rechtspopulistische Potenzial aufweisen, d. h., die oft den Teil von rechtspopulistischen Parolen ausmachen (siehe auch 4.1). In Tabelle 2 wurden jeweils zehn solche Wörter bzw. Hashtags berücksichtigt, die die höchste Frequenz aufweisen. Es konnten weder im deutschsprachigen noch im polnischsprachigen Subkorpus historisch belastete Wörter oder Wörter mit pseudointellektuellem Hintergrund festgestellt werden.¹⁸

Es fällt sofort auf, dass der Landesname und das davon abgeleitete Adjektiv Wörter mit der höchsten Frequenz sind. Der sichtbare Unterschied in der Anzahl der Wörter in beiden Subkorpora ist vor allem auf die Vielzahl der möglichen Flexionsformen der Wörter *Polska* ‚Polen‘ und *polski* ‚polnisch‘ im Gegensatz zu *Deutschland* und *deutsch* zurückzuführen. Hochfrequent sind auch Wörter, mit denen das (innere und äußere) Feindbild konstruiert wird. Im deutschsprachigen Subkorpus sind es Wörter wie *Migranten*, *Migration* und *Flüchtlinge*. Im polnischsprachigen Subkorpus sind es emotionsgeladene Wörter die „erst im Kontext der Wortgruppe oder Texteinheit, oder aufgrund des kollektiven Wissens ihr konnotatives Potenzial entfalten“ (Kujawa 2020: 232). Hier sind es Pronomina *nasz* ‚unser‘, *my* ‚wir‘, *oni* ‚sie‘.

¹⁸ Zwar sind im deutschsprachigen Subkorpus Lexeme wie *Volk* und *Volkspartei* zu finden, sie konnotieren hier aber keine rechtspopulistischen Inhalte.

Tab. 2 Die meist vorkommenden Wörter mit rechtspopulistischem Potenzial

| das deutschsprachige Subkorpus | | | das polnischsprachige Subkorpus | |
|--------------------------------|-------------------|--------|---------------------------------|--------|
| | Wort | Anzahl | Wort | Anzahl |
| 1. | Deutschland | 260 | Polska ‚Polen‘ | 557 |
| 2. | deutsch | 167 | polski ‚polnisch‘ | 454 |
| 3. | Land | 112 | nasz ‚unser‘ | 369 |
| 4. | #deutschland | 75 | bezpieczeństwo ‚Sicherheit‘ | 172 |
| 5. | Migranten | 30 | Polacy ‚Polen‘ | 147 |
| 6. | kämpfen | 20 | my ‚wir‘ | 140 |
| 7. | Migration | 18 | oni ‚sie‘ | 96 |
| 8. | #linksextremismus | 17 | państwo ‚Staat‘ | 56 |
| 9. | Flüchtlinge | 11 | walka ‚Kampf‘ | 33 |
| 10. | Kampf | 11 | kraj ‚Land‘ | 30 |

Im Weiteren werden die Einträge näher untersucht, in denen Wörter mit rechtspopulistischem Potenzial vorkommen. Aus Platzgründen konnte ich mich aber jeweils auf das populärste Wort: *Deutschland* bzw. *Polen* konzentrieren.

Bei der genaueren Analyse der Einträge mit dem Wort *Deutschland* können wir folgende Stilmittel der rechtspopulistischen Narration feststellen:

Hervorhebung des Migrationsproblems:

- (17) [Alice Weidel]: *Männer unter Generalverdacht zu stellen, ist okay. Die Realität auszusprechen, nämlich dass wir ein Problem mit einigen Männern haben, die als „**Flüchtlinge**“ nach **Deutschland** kamen, ist es nicht. Bestechende Logik bei #ARD & #ZDF...*
- (18) [Tino Chrupalla]: ***Deutschland** ist in schwieriger Lage: Teuerung, Deindustrialisierung, Isolation. **Unerwünschte Zuwanderung** gehört dazu. Wir laden Deutsche mit Migrationsgeschichte ein, zusammen die Wende zum Guten zu schaffen. Botschaften, die Spannung erzeugen und spalten, sind damit unvereinbar.*

Akzentuierung der wirtschaftlichen Krise in Deutschland, wobei die AfD als das einzige Gegenmittel gezeigt wird:

- (19) [Alice Weidel]: *„**Deutschland ruiniert mit seiner extremistischen Klimapolitik die Industrie**“, stellt Hans-Werner Sinn richtig fest. Und gleichzeitig zerstört die Ampel zehntausende Arbeitsplätze. **#DeshalbAfD #AfD***
- (20) [Tino Chrupalla]: ***Deutschland befindet sich im Ausnahmezustand.** Als Partei müssen wir dringender denn je zusammenstehen. **Nur so können wir Alternative bleiben.***

- Darstellung der Partei AfD als eine Partei, die für *normales* Deutschland kämpft:
- (21) [Tino Chrupalla]: *Am 10.8. startet #AfD-Wahlkampf für #BTW21 in Schwerin, Alter Garten, mit @Alice_Weidel, @Leif_Erik_Holm und Nikolaus Kramer. Kommen Sie nach Schwerin oder schauen Sie sich den Livestream auf Facebook an! **Wir kämpfen für Deutschland. Aber normal. #DeutschlandAberNormal***
- (22) [Alice Weidel]: *Statt islamistische Gefährder abzuschieben, wie das **ein normaler Rechtsstaat** tun würde, hat die Ampel ihnen die deutsche Staatsbürgerschaft verliehen. Die etablierten Parteien machen **Deutschland** zum Tollhaus! #Deshalb-AfD #AfD*

Es ist darauf hinzuweisen, dass in Tweets von Weidel/Chrupalla nicht selten mehr als ein Wort mit rechtspopulistischem Potenzial, wie *Deutschland* und *kämpfen* in (21), vorkommt.

Die im polnischsprachigen Subkorpus dominierenden Stilmittel der rechtspopulistischen Narration versprachlichen:

- die Dichotomie *wir* ⇔ *die Anderen* und das Bild des Feindes:
- (23) [Mariusz Błaszczak]: ***Polskę** odzyskamy wspólnymi siłami, bo łączy nas patriotyzm i miłość do **Polski**. Spoiwem koalicji 13 grudnia są kompleksy i chęć zemsty. **My** jesteśmy dumni z **Polski**, **oni** się tej Polski wstydzą. Zwycięzimy!* „Wir werden Polen gemeinsam zurückgewinnen, weil uns der Patriotismus und die Liebe zu Polen verbindet. Was die Koalition vom 13. Dezember zusammenhält, sind Komplexe und Rachegelüst. Wir sind stolz auf Polen, sie schämen sich für dieses Polen. Wir werden siegen!“
- (24) [Mateusz Morawiecki]: ***Tusk** chciał wpuścić do **Polski** tylu nielegalnych migrantów, ilu każą mu Niemcy. Chciał to zrobić raz, zrobiliby to znowu – jeśli tylko znów dojdzie do władzy. **Nie możemy** pozwolić na powrót tego szkodnika.* „Tusk wollte so viele illegale Einwanderer hereinlassen, wie die Deutschen ihm befahlen. Er wollte es einmal tun, er würde es wieder tun – wenn er wieder an die Macht kommt. Wir können nicht zulassen, dass dieser Schädling zurückkehrt.“
- (25) [Mateusz Morawiecki]: *🔴 **Platforma Obywatelska** i **Donald Tusk** chcą zostawić pół **Polski** na pastwę Putina! Niebezpieczni ludzie znów chcą wrócić do władzy. 🔴 **Nie możemy** do tego dopuścić!* „Die Bürgerliche Plattform wollen zusammen mit Donald Tusk halb Polen der Gnade Putins überlassen! Gefährliche Leute wollen wieder an die Macht kommen. Das können wir nicht zulassen!“
- (26) [Mateusz Morawiecki]: ***Tusk** obraża i dzieli Polaków, a pół **Polski** chciał oddać wrogowi. Tylko @pisorgpl może go powstrzymać! #LiniaZdradyTuska* „Tusk beleidigt und spaltet die Polen und wollte die Hälfte Polens dem Feind überlassen. Nur @pisorgpl kann ihn stoppen!“ #LiniaZdradyTuska

- (27) Die Wir-Narration und die (übertriebene) Akzentuierung der eigenen Fähigkeiten:
 [Mateusz Morawiecki]: *Dziś mamy pierwszy #DzieńWiosny i na szczęście rządzi @pisorgpl, więc węgla nie zabrakło, a na wiosnę 2023 roku Polska jest bezpieczna energetycznie i niezależna od rosyjskich węglowodorów. Wkrótce z @SasinJacek i @moskwa_anna powiemy więcej o tym jak #ChronimyPolaków.* 🍷 🙄🙄🙄🙄🙄🙄 „Heute ist der erste #Frühlingstag und zum Glück ist @pisorgpl an der Macht, so dass die Kohle nicht ausgegangen ist und Polen bis zum Frühjahr 2023 energiesicher und unabhängig von russischen Kohlenwasserstoffen ist. Bald werden wir mit @SasinJacek und @moskwa_anna mehr darüber erzählen, wie #Polengeschützt. 🍷🙄🙄🙄🙄🙄🙄“
- (28) [Mateusz Morawiecki]: *Bezpieczeństwo i rozwój to fundamenty polityki @pisorgpl, które skutecznie realizujemy już teraz, ale też to nasza wizja Polski przyszłości!* 🍷🇺🇦🇵🇱 „Sicherheit und Entwicklung sind die Eckpfeiler der Politik von @pisorgpl, die wir jetzt erfolgreich umsetzen, aber es ist auch unsere Vision vom Polen der Zukunft!“
- (29) [Mateusz Morawiecki]: *My realnie dbamy o bezpieczeństwo Polski, bezpieczeństwo polskich rodzin.* 🍷 „Die Sicherheit Polens und die Sicherheit der polnischen Familien liegen uns wirklich am Herzen.“

Der seit fast 20 Jahren dauernde Konflikt zwischen zwei größten polnischen Parteien: PiS und PO ist auch in den Einträgen von Błaszczak und Morawiecki sichtbar. Ihre Narration kennzeichnet sich durch die starke Dichotomie *wir* ⇔ *die Anderen*: unter *wir* werden vor allem die PiS-Politiker und PiS-Wählerschaft gemeint. *Die Anderen* sind dagegen in erster Linie Donald Tusk und die Partei PO. In den Beispielen (23) – (26) werden sie mithilfe von emotionsausdrückenden negativgeladenen Lexemen und Ausdrücken charakterisiert: *Rachegelüst, Schädling* oder *Tusk beleidigt und spaltet die Polen*. Die Partei PO und ihr Vorsitzender werden als Todfeinde dargestellt und Polen kann nur von PiS gerettet werden, vgl. (26) und (29). Eine ähnliche Narration wird auch von Weidel und Chrupalla verwendet, wobei die Rolle des Feindes hier Flüchtlinge und Migranten spielen. Wie Błaszczak und Morawiecki verwenden sie emotionalisierende Ausdrücke (*ruinieren, Ausnahmezustand, Tollhaus*) und damit konstruieren sie in ihren Einträgen das Bild von Deutschland als Land, das von Krisen stark betroffen sei, vgl. (18), (19), (20), (22).

5. Zusammenfassung

In dem Beitrag wurden 4000 X-Einträge analysiert, die von bekannten Politikern der rechtspopulistischen Parteien veröffentlicht wurden. Tweets von Mateusz Morawiecki und Mariusz Błaszczak (beide von der polnischen Partei PiS) sowie Alice Weidel und Tino Chrupalla (beide von der AfD) wurden mithilfe der Software NVivo 12

kodiert. Die softwaregestützte Analyse­methode hat die weitere Untersuchung automatisiert und vereinfacht, indem die für den Rechtspopulismus charakteristischen Wörter und Ausdrücke schnell identifiziert werden konnten, was bei der genaueren Untersuchung der Inhalte behilflich war. Darüber hinaus konnte eine qualitative deutsch-polnische Untersuchung auf dem Gebiet des sprachlichen Rechtspopulismus durchgeführt werden.

In der ersten Etappe der Analyse, in der automatischen Stimmungskodierung, wurden die Einträge in fünf Kategorien eingeteilt, je nachdem, ob die allgemeine Haltung (sehr bzw. mäßig) positiv, neutral oder (sehr bzw. mäßig) negativ war. Während fast alle Tweets der polnischen Politiker als neutral klassifiziert wurden, wurde die Stimmung in 218 Einträgen von Weidel/Chrupalla als mäßig oder sehr negativ eingestuft. In der weiteren Analyse konnten Beispiele für die rechtspopulistische Rhetorik wie die Aufrechterhaltung der Dichotomie *wir* ↔ *die Anderen* oder Dämonisierung des Feindes (hier der Ampel-Regierung bzw. der Zuwanderer) ermittelt werden.

In der weiteren Etappe konnten dank der Knotenkodierung und der Worthäufigkeitsabfrage die Wörter mit rechtspopulistischem Potenzial in beiden Subkorpora identifiziert und klassifiziert werden. In weiteren Erörterungen habe ich mich aus Platzgründen auf die Konnotationen der Lexeme *Deutschland* und *Polska* ‚Polen‘ beschränkt. Alle vier Politiker kreieren mithilfe von stark emotionsgeladenen Ausdrücken das Bild eines Landes in einer Krise oder Bedrohung, um negative Emotionen zu wecken und sich als die einzige Alternative zu zeigen.

Bibliografie

- Bazeley, Pat / Jackson, Christi (2013): *Qualitative Data Analysis with Nvivo*. London: SAGE
- von Beyme, Klaus (2018): *Rechtspopulismus. Ein Element der Neodemokratie?* Wiesbaden: Springer VS.
- Boyd, Danah / Golder, Scott / Lotan, Gilad (2010): *Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter*. In: *43rd Hawaii International Conference on Systems Science (HICSS-43 2010), Proceedings*. Koloa/Kauai, S. 1–10. <https://ieeexplore.ieee.org/document/5428313/?arnumber=5428313> [9.11.2024].
- Dang-Anh, Mark / Einspänner, Jessica / Thimm, Caja (2013): *Mediatisierung und Medialität in Social Media: Das Diskurssystem „Twitter“*. In: Marx, Konstanze / Schwarz-Friesel, Monika (Hg.): *Sprache und Kommunikation im technischen Zeitalter*. Berlin/Boston: De Gruyter, S. 69–91.
- Decker, Frank / Lewandowsky, Marcel (2017): *Rechtspopulismus: Erscheinungsformen, Ursachen und Gegenstrategien*. <https://www.bpb.de/themen/parteien/rechtspopulismus/240089/rechtspopulismus-erscheinungsformen-ursachen-und-gegenstrategien/> [20.11.2024].
- Fitz, Torsten (2014): *Belastete Wörter*. https://www.dvpb.de/wp-content/uploads/2015/03/POLIS1_2014_Belastete_Woerter1.pdf [23.11.2024].
- Gilbert, Linda (2002): *Going the distance: 'closeness' in qualitative data analysis software*. In: *International Journal of Social Research Methodology* 5, S. 215–228.

- Java, Akshay / Finin, Tim / Xiaodan, Song / Belle, Tseng (2007): *Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities*. https://ebiquity.umbc.edu/_file_directory/papers/369.pdf [9.11.2022].
- Krishnamurthy, Balachander / Gill, Phillipa / Arlitt, Martin (2008): *A Few Chirps About Twitter*. In: *Proceedings of the first Workshop on Online social networks – WOSN*. 17.–22.08.2008. Seattle / New York, S. 19–24. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.190.5190&rep=rep1&type=pdf> [9.11.2022].
- Jaki, Sylvia / Smulczyński, Michał (2023): *#ImpftEuchInsKnie: Impfkritische Stimmen im Coronadiskurs auf Twitter*. In: Szczepaniak Jacek / Schiewer, Lenore / Pociask Janusz (Hg.): *Emotionen – Medien – Diskurse. Interdisziplinäre Zugänge zur Emotionsforschung*. Wiesbaden: Harrassowitz Verlag, S. 117–139.
- Kujawa, Izabela (2020): *Weltbilder in der rechtspopulistischen Narration. Über Emotionen in den politischen Reden*. In: *Linguistische Treffen in Wrocław* 18, S. 225–235.
- Lemke, Jay (2002): *Travels in hypermodality*. In: *Visual Communication* 1, 3, S. 299–325.
- Meyer, Thomas (2006): *Populismus und Medien*. In: Decker, Frank (Hg.): *Populismus in Europa – Gefahr für die Demokratie oder nützliches Korrektiv?* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 81–96.
- Moraldo, Sandro (2009): *Twitter: Kommunikationsplattform zwischen Nachrichtenticker, Small Talk und SMS*. In: Moraldo, Sandro (Hg.): *Internet.kom. Neue Sprach- und Kommunikationsformen im WorldWideWeb*. Band 1: Kommunikationsplattformen. Roma, S. 245–281.
- Niehr, Thomas (2024): *Die Sprache am rechten Rand*. <https://www.bpb.de/themen/parteien/rechtspopulismus/240831/die-sprache-am-rechten-rand/> [10.11.2024].
- Rybszleger, Paweł (2014): *Soziale Medien als multimodale Communities of Practice*. In: Antos, Gerd / Opiłowski, Roman / Jarosz, Józef (Hg.): *Sprache und Bild im massenmedialen Text. Formen, Funktionen und Perspektiven im deutschen und polnischen Kommunikationsraum*. Wrocław / Dresden: Atut/Neisse, S. 287–298.
- Smulczyński, Michał (2018): *27:1. Der internationale Online-Diskurs zu Wahl des Präsidenten des Europäischen Rates*. In: Antos, Gerd / Opiłowski, Roman / Jarosz Józef (Hg.): *Online-Diskurse im interkulturellen Gefüge. Wissenstransfer, Öffentlichkeiten, Textsorten*. Berlin: Peter Lang, S. 271–288.
- Smulczyński, Michał (2021): *Mikroblogging i Danmark og Polen – en kontrastiv analyse. 1. Del*. In: *Scandinavian Philology*, 19 (1), S. 101–125.
- Spier, Tim (2006): *Populismus und Modernisierung*. In: Decker, Frank (Hg.): *Populismus in Europa – Gefahr für die Demokratie oder nützliches Korrektiv?* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 33–58.
- Storrer, Angelika (2008): *Hypertextlinguistik*. In Janich, Nina (Hg.): *Textlinguistik. 15 Einführungen*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, S. 315–332.
- Taddicken, Monika / Schmidt, Jan-Hinrik (Hg.) (2017): *Handbuch Soziale Medien*. Wiesbaden: Springer VS.
- Thimm, Caja / Einspänner, Jessica / Dang-Anh, Mark (2012): *Twitter als Wahlkampfmedium: Modellierung und Analyse politischer Social-Media-Nutzung*. In: *Publizistik*, 57 (3), S. 293–313.
- Wolf, Tanja (2017): *Rechtspopulismus. Überblick über Theorie und Praxis*. Wiesbaden: Springer VS.
- Yuen, Hoi-Kau / Richards, Thomas (1994): *Knowledge representation for grounded theory construction in qualitative data analysis*. In: *Journal of Mathematical Sociology* 19, S. 279–298.

Quellenverzeichnis

- <https://www.cbsnews.com/news/twitter-cbs-news-partnership-cbsn-live-stream-republican-democratic-national-conventions/> [25.10.2024]
- <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report> [18.10.2024]
- https://datareportal.com/reports/digital-2024-deep-dive-5-billion-social-media-users?utm_source=Global_Digital_Reports&utm_medium=Analysis_Article&utm_campaign=Digital_2024&utm_content=Digital_2024_Analysis_And_Review [18.10.2024]
- <http://download.qsrinternational.com/Document/NVivo11/11.2.0/de-DE/NVivo11-Getting-Started-Guide-Plus-edition-German.pdf> [31.10.2024]
- <https://www.pcmag.com/opinions/rip-third-party-twitter-clients> [25.10.2024]
- <https://exportcomments.com/> [01.07.2024]
- https://x.com/Alice_Weidel [15.07.2024]
- https://x.com/Tino_Chrupalla [16.07.2024]
- <https://x.com/MorawieckiM> [17.07.2024]
- <https://x.com/mblaszczak> [18.07.2024]

Dr. Michał Smułczyński

Universität Wrocław

Institut für Germanistik

pl. Nankiera 15 b

PL 50-140 Wrocław

E-Mail: michal.smulczynski@uwr.edu.pl

ORCID: 0000-0003-3699-4724

Zur Person: Adjunkt am Institut für Germanistik der Universität Wrocław. Promotionsstudium am Institut für Germanistik der Universität Wrocław (2007–2011) zum Thema „Polnisch-deutsche und polnisch-dänische Kontraste in der Valenz von Bewegungsverben“; seit 2012 Assistent und seit 2015 Adjunkt am Lehrstuhl für die Deutsche Sprache und an der Forschungsstelle für Skandinavistik. Die Forschungstätigkeit machen derzeit zwei Hauptbereiche aus. Den ersten bilden Phänomene wie Sprachaggression, sprachliche Unhöflichkeit und Hatespeech. Den zweiten Forschungsschwerpunkt bildet die Medienlinguistik. Hierzu gehören die Untersuchungen von Live-Tickern und X (ehem. Twitter). Darüber hinaus umfasst das wissenschaftliche Schaffen auch Studien über Phraseologie, Online-Diskurs und Persuasion.

Einblicke in die Wahlkampfkommunikation im Zeitalter des Populismus

Eine linguistische Untersuchung der Topoi rechtspopulistischer Wahlplakate

IZABELA KUJAWA

Insights into Campaign Communication in the Age of Populism

A Linguistic Analysis of the Topoi in Right-Wing Populist Election Posters

Kurzfassung: Der Beitrag bietet eine linguistische Analyse der rhetorischen Strategien, die in den Wahlplakaten rechtspopulistischer Parteien während der Europawahl 2024, der polnischen Parlamentswahl 2023 sowie der deutschen Kommunalwahlen 2024 zum Einsatz kamen. Im Mittelpunkt steht das Konzept der *Topoi* – wiederkehrende argumentative Muster –, anhand dessen untersucht wird, wie populistische Parteien, darunter die polnischen Parteien *PiS* [Recht und Gerechtigkeit] und *Konfederacja* [Konföderation] sowie *AfD* in Deutschland, ihre Narrative um nationale Identität, staatliche Souveränität und traditionelle Werte aufbauen und propagieren. In einer vergleichenden Betrachtung werden sowohl gemeinsame thematische Schwerpunkte wie die Betonung des Schutzes nationaler Souveränität und des kulturellen Erbes als auch signifikante Unterschiede in den rhetorischen Akzentsetzungen der deutschen und polnischen Wahlplakate herausgearbeitet. So ist der Rückgriff auf Familienwerte in Polen stärker religiös fundiert, während in Deutschland das Thema der Remigration eine zentrale Rolle einnimmt. Diese Analyse beleuchtet die flexible Anpassung rechtspopulistischer Rhetorik an unterschiedliche soziopolitische Kontexte und trägt damit wesentlich zum tieferen Verständnis des populistischen Diskurses im gegenwärtigen Europa bei.

Schlagnote: Populismus, Wahlkampfkommunikation, Topoi, rechtspopulistische Rhetorik, Diskursanalyse

Abstract: This paper provides a linguistic analysis of the rhetorical strategies employed in right-wing populist election posters during the 2024 European elections, the 2023 Polish parliamentary elections, and the 2024 local elections in Germany. Focusing on the concept of *topoi*—recurring argumentative patterns—the study examines how populist parties, including Poland’s *PiS* and *Konfederacja* as well as Germany’s *AfD*, construct narratives around national identity, sovereignty, and traditional values. Through a comparative lens, the paper identifies common themes across both countries, such as the emphasis on protecting national sovereignty and cultural heritage, while also noting significant divergences

in rhetorical focus. For instance, the invocation of family values is more strongly associated with religious elements in Poland, whereas themes of remigration are more prevalent in Germany. The analysis sheds light on the ways in which populist rhetoric adapts to different sociopolitical contexts, contributing to a broader understanding of populist discourse in contemporary European politics.

Keywords: Populism, campaign communication, *topoi*, right-wing populist rhetoric, discourse analysis

1. Einleitung

Populismus kann in vielfältigen Ausprägungen auftreten, darunter als linker, rechter, religiöser oder nationalistischer Populismus. Was all diese Varianten jedoch vereint, ist die Berufung auf den (tatsächlichen oder vermeintlichen) Willen des Volkes, der absolut gesetzt und als legitime Grundlage des politischen Handelns der Populisten dargestellt wird. Auffallend und nachvollziehbar ist, dass selbst in wissenschaftlichen Studien zum Populismus häufig keine einheitliche und allgemein anerkannte Definition dieses Begriffs existiert (vgl. Beigel/Eckert 2017). Die Frage, ob Populismus, der sich vor allem in Performance, Inszenierung und Kommunikation manifestiert, eine Weltanschauung, Ideologie, ein spezieller politischer Stil oder Strategie ist, steht seit langem im Fokus der wissenschaftlichen Überlegungen (vgl. Moffitt 2016, Brubaker 2017, Biskamp 2019, Laclau 2005, Wodak 2020). Auch der Begriff des Rechtspopulismus entzieht sich einer klaren Definition. Was genau unter Rechtspopulismus zu verstehen ist, bleibt sowohl in seiner allgemeinen Bedeutung als auch in den konkreten Definitionen der Fachliteratur umstritten (vgl. Wolf 2017: 3). Die Forschungen zum Rechtspopulismus zeigen, dass es angesichts der unterschiedlichen Erscheinungsformen rechtspopulistischer Parteien und Bewegungen in verschiedenen mitteleuropäischen Ländern und darüber hinaus nahezu unmöglich ist, eine allgemeingültige Definition von Rechtspopulismus zu formulieren (vgl. Schuppener/Demcišák/Fraščíková 2021; Wengeler 2007). Dennoch lassen sich in der politikwissenschaftlichen Debatte immer wieder bestimmte gemeinsame Merkmale rechtspopulistischer Parteien identifizieren. Dazu gehören insbesondere:

- die Opposition gegen traditionelle Eliten, insbesondere gegen etablierte Parteien, also gegen das sogenannte „Establishment“,
- die Selbstdarstellung als wahre Repräsentanten und Vollstrecker des „Volkswillens“,
- die Verknüpfung neoliberaler Konzepte mit einer gleichzeitigen Kritik an Multilateralismus und Globalisierung,
- starker Nationalismus und die Ablehnung von Fremden, Migration und Multikulturalismus,
- die Politik der „Law and Order“ (Schuppener/Demcišák/Fraščíková 2021: 8).

Rechtspopulistische Politik neigt dazu, die komplexen sozialen und wirtschaftlichen Strukturen stark zu vereinfachen und bietet dadurch einfache Erklärungen für vielfältige globale Entwicklungen an. In ihren Diskursen stützt sie sich auf bekannte Stereotype gegenüber dem „Anderen“ und „Fremden“. Diese Art der diskursiven und realen Ausgrenzung soll ein Gefühl von Gemeinschaft und Zugehörigkeit innerhalb des homogenen Volkes erzeugen (vgl. Wodak 2020, Pels 2012). Bei der Analyse rechts- (oder links-)populistischer Bewegungen ist es entscheidend zu verstehen, dass ihre Propaganda eine enge Verknüpfung von Form und Inhalt aufweist, die auf unterschiedlichen Ebenen und in allen relevanten gesellschaftlichen Bereichen stattfindet. Sie ist gezielt an bestimmte Zielgruppen ausgerichtet und wird an die jeweiligen situativen sowie politischen Kontexte angepasst. Gerade die dynamische Mischung aus Inhalt und Form hat der populistischen Politik in der heutigen Mediendemokratie eine führende Position bei den Wählern verschafft (Pels 2012: 32). Nur durch eine umfassende Analyse dieser strategischen Kommunikationsmechanismen lassen sich sowohl die Wirkkraft ihrer Botschaften als auch ihr Erfolg beim Wählerpublikum verstehen (vgl. Kujawa 2020, 2023).

Angesichts dieser Überlegungen ist es besonders sinnvoll, in diesem Beitrag eine detaillierte Analyse der Parteien vorzunehmen, die entweder als rechtspopulistisch gelten oder sich selbst als rechtsorientiert, nationalistisch oder konservativ positionieren. Ein Vergleich ihrer sprachlichen Strategien ermöglicht es, charakteristische Gemeinsamkeiten und Unterschiede dieser Parteien herauszuarbeiten. Da politische Kommunikation im Wesentlichen über Sprache erfolgt, bietet sich ein solcher Vergleich als wertvolles Instrument an.

In dem Beitrag werden *Topoi* auf den Wahlplakaten während der Wahlen 2024 in Polen und Deutschland (Europawahl, polnische Parlamentswahlen, deutsche Kommunalwahlen) untersucht, wobei sowohl Gemeinsamkeiten als auch länderspezifische Unterschiede beleuchtet werden.

Topos wird nach Wengeler (2007) und Niehr (2014) als ein wiederkehrendes Argumentationsmuster verstanden, das der Strukturierung und Legitimation von Ideen sowie der Verstärkung von Überzeugungen dient. In der politischen Rhetorik wird der Topos genutzt, um ideologische oder thematische Schwerpunkte zu identifizieren, die in unterschiedlichen Kommunikationsformen, wie etwa Wahlplakaten oder Reden, regelmäßig auftreten. Ein Topos erfüllt dabei die Funktion, komplexe Sachverhalte zu vereinfachen und eine emotionale Bindung zwischen dem Sender der Botschaft und dem Publikum herzustellen.¹

¹ Die Besonderheiten von Wahlplakaten rechtspopulistischer Parteien wurden bislang nur selten thematisiert oder lediglich als Randaspekt in einer umfassenderen Untersuchung des Phänomens Rechtspopulismus behandelt (vgl. Schuppener/Demcišák/Fraščíková 2021, Schuppener 2016, 2018, 2019, Wodak/KhosraviNik/Mral 2018).

2. Analyse(korpus)

Bei der Analyse der ausgewählten Wahlplakate ist hervorzuheben, dass diese als multimodale Texte zu verstehen sind, in denen die enge Verknüpfung von Sprache und Bild eine zentrale Rolle spielt. Bilder verstärken oder modifizieren die Botschaften und stellen bestimmte Inhalte explizit dar, worauf im Weiteren noch detaillierter eingegangen wird. Das Analysekorpus umfasst 110 Wahlplakate der polnischen Parteien *PiS* [Recht und Gerechtigkeit] und *Konfederacja Wolność i Niepodległość* [Konföderation Freiheit und Unabhängigkeit] sowie der deutschen Partei *Alternative für Deutschland* (AfD) und umfasst sowohl Plakate der jeweiligen Spitzenkandidaten als auch, im Falle der AfD, Motivplakate, die zentrale Elemente ihrer Wahlkampagnen in Deutschland darstellen. Die für die Untersuchung ausgewählten Wahlplakate, die aus den Wahlen der Europawahl 2024, der polnischen Parlamentswahl 2023 sowie den Kommunalwahlen in Polen und Deutschland stammen, wurden hinsichtlich der in ihnen enthaltenen *Topoi* analysiert. Diese *Topoi*, verstanden als wiederkehrende argumentative Muster, wurden dabei benannt und beschrieben. Anhand ausgewählter Beispiele von Wahlparolen, Schlagwörtern und Slogans wurde die Struktur und Funktion dieser rhetorischen Muster anschaulich gemacht.

Das Analysekorpus zeichnet sich durch einen primär kumulativen Charakter aus, da es Wahlplakate aus deutschen und polnischen Wahlkampagnen einbezieht und somit eine umfassende, integrative Analyse ermöglicht. Gleichzeitig zeigt die Untersuchung Unterschiede in bestimmten Aspekten der Plakate, die auf die jeweiligen kulturellen und politischen Kontexte der Parteien in beiden Ländern zurückzuführen sind. Diese Unterschiede werden in der Analyse ebenfalls berücksichtigt, um ihre Bedeutung und ihren Einfluss auf die kommunikativen Strategien der Wahlkampagnen differenziert zu beleuchten. Der multikulturelle und multilinguale Ansatz dieses Korpus bietet mehrere Vorteile: Erstens ermöglicht er die Identifikation einer größeren Vielfalt individueller *Topoi*. Zweitens wird ein systematischer Vergleich dieser *Topoi* zwischen den beiden nationalen Kontexten erleichtert. Drittens entsteht durch diesen Ansatz ein umfassenderes und differenzierteres Bild des Populismus in Europa. Diese Herangehensweise trägt somit nicht nur zur Vertiefung des Verständnisses rechtspopulistischer Strategien bei, sondern liefert auch einen wertvollen Beitrag zur Erforschung der Dynamik populistischer Kommunikation im europäischen Kontext. Die Wahlplakate, die in das Korpus aufgenommen wurden, stammen aus zwei Quellen: Einerseits wurden sie in städtischen Räumen fotografiert, wo sie öffentlich ausgestellt waren, andererseits wurden sie von den offiziellen Facebook-Profilen der jeweiligen Politiker oder Parteien gesammelt. Diese duale Herangehensweise ermöglicht es, sowohl die physische Präsenz der Plakate im öffentlichen Raum als auch deren digitale Verbreitung und Wirkung zu berücksichtigen.

Alle drei in diesem Beitrag analysierten Parteien zeichnen sich durch gesellschaftlichen Konservatismus, Euroskeptizismus und Nationalismus aus. Unterschiede zeigen

sich jedoch in ihren wirtschaftspolitischen Ansätzen: Während *AfD* und *Konfederacja* eine liberale Wirtschaftspolitik verfolgen, vertritt *PiS* solidaristische und interventionistische Positionen.

Im Rahmen der Untersuchung wurden folgende zentrale Fragestellungen behandelt: Welche *Topoi* lassen sich in den Wahlplakaten der ausgewählten rechtspopulistischen Parteien identifizieren? Inwiefern spiegeln sich zentrale Themen und typische Merkmale rechtspopulistischer Narrative in diesen *Topoi* wider? Zudem wurde erörtert, welche signifikanten Gemeinsamkeiten sich in den untersuchten Ländern Polen und Deutschland erkennen lassen und welche Unterschiede in der Rhetorik und den thematischen Schwerpunkten der Plakate deutlich werden.

3. Topoi in Wahlplakaten rechtspopulistischer Parteien

3.1 Topos der Identität

Der Topos der Identität spielt eine zentrale Rolle in der rechtspopulistischen Rhetorik und betont die Heimatverbundenheit, regionale Zugehörigkeit sowie die Bewahrung traditioneller und historischer Werte. Wahlparolen wie *Dumny z Podlasia* [Stolz auf Podlasie] und *Ziemia moich przodków* [Das Land meiner Vorfahren] (*PiS*) oder *Ein Sachse für Europa!* (*AfD*) stellen die regionale und historische Identität in den Mittelpunkt. Sie dienen dazu, den Stolz auf die eigene Region und die damit verbundenen Traditionen zu betonen. Diese Argumente zielen darauf ab, ein kollektives Zugehörigkeitsgefühl zu stärken und lokale Besonderheiten hervorzuheben, um die kulturelle und nationale Identität zu festigen. Parolen wie *Europa braucht Vaterländer!* und *Unser*



Abb. 1 Topos der Identität: *Dumny z Podlasia* [Stolz auf Podlasie] / *Ziemia moich przodków* [Das Land meiner Vorfahren], *Ojczyźnie służę na zawsze!* [Für immer der Heimat treu!] / [*Europa braucht Vaterländer!*] / *Unser Land, unsere Heimat. Du, mein Deutschland.* / *Ein Sachse für Europa!* (Quelle: Selbsterstellte Collage aus öffentlich zugänglichen Wahlplakaten).

Land, unsere Heimat. Du, mein Deutschland (AfD) richten sich gegen internationale Einflüsse und propagieren den Schutz der eigenen Kultur und Traditionen. Diese Botschaften implizieren, dass die nationale und regionale Identität durch äußere Einflüsse bedroht wird und es notwendig sei, diese aktiv zu verteidigen. Der Einsatz nationaler Symbole, wie Flaggen oder lokale Bezüge, dient dabei als visuelles und emotionales Mittel, um den Zusammenhalt und die Verbundenheit innerhalb der Gemeinschaft zu verstärken. Der *Topos der Identität* zielt auf die Mobilisierung von Wählerstimmen, indem er ein starkes Gefühl von Stolz und Verpflichtung gegenüber der Heimatkultur erzeugt. Er stellt die Bewahrung der kulturellen Identität als unverzichtbar für die Stabilität und den Fortbestand der Gesellschaft dar. Durch die Betonung von Regionalität und Patriotismus wird die Bedeutung der Abgrenzung von äußeren Einflüssen und die Verteidigung des Eigenen betont. Dieser Diskurs verknüpft die Erhaltung der sozialen Ordnung mit der aktiven Bewahrung und Förderung der nationalen und regionalen Identität, was in rechtspopulistischen Kampagnen oft als ein zentrales Motiv inszeniert wird.

3.2 Topos der nationalen Souveränität

Der Topos der nationalen Souveränität hebt die zentrale Bedeutung des Schutzes und der Priorisierung nationaler Interessen hervor. Slogans wie *Bezpieczna Polska* [Sicheres Polen] (PiS) und *Unser Land zuerst!* (AfD) betonen die Notwendigkeit, äußere Einflüsse abzuwehren und sich gegen internationale Institutionen oder Verpflichtungen abzugrenzen. Die Wahlplakate vermitteln das Narrativ, dass die Sicherheit und das Wohl des Landes nur durch die Bewahrung der nationalen Eigenständigkeit und die Abwehr von externen Bedrohungen, insbesondere durch Migration und internationale



Abb. 2 Topos der nationalen Souveränität: *Bezpieczna Polska* [Sicheres Polen] / *Silna Polska Bezpieczna Europa* [Starkes Polen, sicheres Europa] / *Unser Land zuerst!* (Quelle: Selbsterstellte Collage aus öffentlich zugänglichen Wahlplakaten).

Abkommen, sichergestellt werden können. Dieser Topos stellt die nationale Identität als gefährdet dar und suggeriert, dass die Souveränität des Staates durch äußere Einflüsse untergraben wird, sei es durch internationale Organisationen wie die Europäische Union oder durch Migration. In diesem Diskurs wird die nationale Souveränität als unentbehrlich für den Schutz der nationalen Identität und Sicherheit präsentiert. Es wird argumentiert, dass nationale Interessen an erster Stelle stehen müssen und nicht durch internationale Kooperationen oder Verpflichtungen verwässert werden dürfen.

Dieser Topos reflektiert eine nationalistische Rhetorik, die sich gegen Globalisierung und europäische Integration wendet. Er betont, dass nur durch die Wahrung und Verstärkung nationaler Unabhängigkeit langfristige Sicherheit und Wohlstand erreicht werden können. Die implizite Annahme, dass internationale Zusammenarbeit die nationale Souveränität bedroht, stellt eine klare Abgrenzung zwischen dem Volk und dem „Fremden“ dar, wobei der Fokus auf der Vorstellung liegt, dass das Wohl des Landes durch exklusive nationale Interessenpolitik gesichert werden muss.

3.3 Topos der Familie(nwerte)

Der Topos der Familienwerte betont traditionelle Werte, die als grundlegende Säulen der Gesellschaft betrachtet werden und im Gegensatz zu als bedrohlich empfundenen progressiven Einflüssen stehen. Diese Konstruktion, obwohl im spezifisch polnischen Kontext verankert, weist deutliche Parallelen zu impliziten Wertvorstellungen auf deutschen Wahlplakaten auf, welche ebenfalls das traditionelle Familienbild sowie konservative Werte betonen (z. B. *Wir schützen eure Kinder!*). Dabei wird das Familien-



Abb. 3 Topos der Familie(nwerte): *Wiara, Rodzina, Własność* [Glaube, Familie, Eigentum] / *Wir schützen eure Kinder!* / *Familien fördern!* / *Die AfD steht an der Seite der Familien!* / *Godna praca. Zdrowa rodzina. Niskie podatki. Silna Polska* [Gute Arbeit. Gesunde Familien. Niedrige Steuern. Starkes Polen] (Quelle: Selbsterstellte Collage aus öffentlich zugänglichen Wahlplakaten).

modell der Vater-Mutter-Kind(er)-Konstellation auf den Plakaten explizit dargestellt, indem eine klassische, heteronormative Familie abgebildet wird, die traditionelle Geschlechterrollen und Aufgabenverteilungen reproduziert und als gesellschaftliches Ideal präsentiert. Diese Darstellung impliziert, dass diese Familienstruktur als schützenswert und förderungswürdig gilt, da sie die Grundlage für gesellschaftliche Stabilität bildet. Der Topos betont die Unverzichtbarkeit von Religion, Familie und persönlichem Eigentum, die als zentrale Werte in Gefahr gesehen werden, durch moderne, liberale Entwicklungen untergraben zu werden. Daraus ergibt sich die implizite Forderung nach der Verteidigung dieser Werte, um die Integrität und den Zusammenhalt der Gesellschaft zu sichern. Die Narrative, die auf diesen Plakaten vermittelt werden, zielen darauf ab, ein Gefühl der Bedrohung durch gesellschaftlichen Wandel zu erzeugen und gleichzeitig ein konservatives Wertesystem zu stärken, das als Garant für soziale Ordnung und moralische Integrität verstanden wird.

Obwohl ähnliche Werte wie Familie, Religion und Eigentum sowohl auf polnischen als auch auf deutschen Wahlplakaten betont werden, zeigen sich deutliche Unterschiede in der sprachlichen und visuellen Umsetzung dieses Topos. Auf polnischen Plakaten, wie etwa bei *Konfederacja*, wird der Familienwert oft in Verbindung mit patriotischen und religiösen Begriffen wie *Wiara, Rodzina, Własność* [Glaube, Familie, Eigentum] dargestellt. Diese Werteverbindung betont die Einheit von Nation, Glaube und Familie als eine untrennbare Grundlage für die polnische Identität und spiegelt zugleich den spezifischen historischen und kulturellen Hintergrund Polens wider, in dem diese Werte eng mit der nationalen Identität und dem Widerstand gegen äußere Einflüsse, wie etwa den Kommunismus, verbunden sind.

In Deutschland hingegen wird die Botschaft, wie bei *AfD* mit Slogans wie *Wir schützen eure Kinder!*, stärker auf den Schutz der Familie vor äußeren Bedrohungen fokussiert, ohne explizit eine religiöse Dimension einzubringen. Der Fokus liegt hier ebenso stärker auf sozialpolitischen Herausforderungen und der Abgrenzung gegenüber globalen Einflüssen oder äußeren Gefahren wie Migration ohne die gleiche historische Dimension. Während polnische Plakate sich vor allem auf Schlagwörter konzentrieren und weniger auf direkte visuelle Emotionalisierung abzielen, zeigen deutsche Plakate eine konkrete, emotionalisierende Bildsprache. Die Darstellung einer glücklichen, traditionellen Familie vermittelt ein klares Ideal.

3.4 Topos der Bedrohung

Der Topos der Bedrohung (durch externe Einflüsse) nutzt gezielt die Darstellung äußerer Gefahren, um Ängste und Unsicherheiten in der Bevölkerung zu verstärken und zugleich den gesellschaftlichen Zusammenhalt gegen vermeintliche Bedrohungen zu mobilisieren. In diesem Topos werden externe Kräfte wie die Europäische Union,



Abb. 4 Topos der Bedrohung: *EU-Macht begrenzen!* / *Frauen und Mädchen schützen!* / *Obroniliśmy granicę. Obronimy Polskę!* [Wir haben die Grenze verteidigt. Wir werden Polen verteidigen!] / *Sicherheit statt Multikulti!* / *Asylchaos beenden!* / *Frieden schützen!* / *Zatrzymajmy pakt migracyjny!* [Migrationspakt stoppen!] (Quelle: Selbsterstellte Collage aus öffentlich zugänglichen Wahlplakaten).

Migranten oder kulturelle Veränderungen als Bedrohung für nationale Souveränität, Identität und Sicherheit dargestellt. Beispiele wie *EU-Macht begrenzen!* oder *Wir haben die Grenze verteidigt. Wir werden Polen verteidigen!* suggerieren, dass die nationale Integrität und Unabhängigkeit durch äußere Einflüsse gefährdet werden. Die EU wird oft als übermächtige, zentralisierte Institution dargestellt, die den nationalen Interessen entgegenwirkt, während Migration als Quelle von Chaos, Unsicherheit und Identitätsverlust beschrieben wird. Slogans wie *Frauen und Mädchen schützen!* und *Sicherheit statt Multikulti!* verstärken dieses Narrativ, indem sie darauf hinweisen, dass Migration nicht nur eine Bedrohung für die kulturelle Identität, sondern auch für die persönliche Sicherheit darstellt. Der Schutz von Frauen und Kindern wird hier besonders hervorgehoben, um moralische und emotionale Zustimmung in der Bevölkerung zu bewirken, während Multikulturalismus als Bedrohung der sozialen Ordnung dargestellt wird.

Diese Narrative schaffen gezielt Feindbilder, sei es in Form von politischen Institutionen wie der EU oder durch die Darstellung von Migranten als potenzielle Gefährder, wobei bemerkenswert ist, dass diese Feindbilder nicht explizit genannt werden, sondern vielmehr durch eine Form des indirekten Sprechens vermittelt werden. Der Topos der Bedrohung stellt einfache Lösungen in Aussicht, wie das *Beenden des Asylchaos* oder die *Verteidigung der Grenzen*, und verspricht eine Rückkehr zu Sicherheit, Ordnung und nationaler Einheit. Durch das Schüren von Ängsten und die Betonung von Schutz und Verteidigung wird die Bevölkerung zur Unterstützung einer Politik aufgerufen, die verspricht, nationale Werte und Identität zu bewahren.

3.5 Topos des Wirtschaftsnationalismus

Der Topos des Wirtschaftsnationalismus betont die Notwendigkeit, die nationale Wirtschaft vor externen Einflüssen zu schützen, um sowohl die wirtschaftliche als auch die politische Souveränität eines Landes zu bewahren. In diesem Zusammenhang wird die Verteidigung der nationalen Währung und der Erhalt traditioneller wirtschaftlicher Strukturen als unverzichtbar für die Sicherung der Unabhängigkeit und des Wohlstands der Nation dargestellt. Ein prägnantes Beispiel für diesen Topos findet sich im Slogan *Obronimy Złotówkę!* [Wir verteidigen den Złoty], der den Erhalt der polnischen Währung als Symbol nationaler Souveränität gegenüber der Einführung des Euro hervorhebt. Ähnlich dazu nutzt die deutsche Partei AfD den Slogan *Bargeld ist Freiheit!*, der sich gegen globale wirtschaftliche Trends richtet und die Bedeutung der wirtschaftlichen Autonomie betont. In beiden Fällen wird suggeriert, dass nur eine unabhängige und eigenständige Wirtschaftspolitik in der Lage ist, die nationalen Interessen und den Wohlstand der Bevölkerung langfristig zu sichern.

Dieser Topos wird oft mit dem Topos der Freiheit und Selbstbestimmung verknüpft. Ein Beispiel dafür ist der Slogan *Für ein Europa der Freiheit!* (AfD), der die Vorstellung von politischer und wirtschaftlicher Freiheit in Abgrenzung zu internationalen Organisationen wie der Europäischen Union hervorhebt. In diesem Kontext wird die Freiheit sowohl der Nation als auch des Individuums als bedroht dargestellt, insbesondere durch äußere Eingriffe, die die nationale Souveränität schwächen könnten. Diese Verknüpfung macht deutlich, dass die wirtschaftliche Autonomie untrennbar mit politischer Freiheit verbunden ist – nur eine starke, unabhängige Wirtschaftspolitik vermag es, die nationale Freiheit langfristig zu sichern.



Abb. 5 Topos des Wirtschaftsnationalismus: *Obronimy Złotówkę!* [Wir verteidigen den Złoty] / *Bargeld ist Freiheit!* / *Für ein Europa der Freiheit!* (Quelle: Selbsterstellte Collage aus öffentlichen zugänglichen Wahlplakaten).

3.6 Topos der Machtentfremdung

Der Topos der Machtentfremdung, auch bekannt als Elitekritik- oder Anti-Establishment-Topos, stellt die politische Elite als abgehoben, korrupt und losgelöst von den wahren Interessen des Volkes dar. Dieser Topos ist charakteristisch für die rechtspopulistische Rhetorik, die die Kluft zwischen dem Volk und den Eliten besonders hervorhebt. Slogans wie *Rozbijmy Układ III RP!* [Zerschlagen wir das System der Dritten Republik] oder *Demokratie bewahren!* (AfD) veranschaulichen diesen Topos, indem sie die politischen Eliten als Hindernis für wahre Demokratie und Gerechtigkeit darstellen. Sie vermitteln die Botschaft, dass die gegenwärtige politische Elite die Interessen des Volkes nicht vertritt und daher ein tiefgreifender Wandel notwendig sei. Der Topos der Machtentfremdung beruht auf einer klaren Dichotomie zwischen dem „korrupten“ Establishment und dem „moralisch überlegenen“ Volk, das als ehrlicher und authentischer Vertreter der nationalen Interessen gezeichnet wird. Die bestehende politische Ordnung wird als illegitim und undemokratisch dargestellt, was die Forderung nach radikalen Veränderungen rechtfertigt. Diese Rhetorik ruft dazu auf, die Macht wieder in die Hände des Volkes zu legen, indem verstärkte Volkssouveränität und direkte Demokratie gefordert werden, um die „wahre“ Demokratie wiederherzustellen.



Abb. 6 Topos der Machtentfremdung: *Rozbijmy Układ III RP!* [Zerschlagen wir das System der Dritten Republik] oder *Demokratie bewahren!* (Quelle: Selbsterstellte Collage aus öffentlich zugänglichen Wahlplakaten).

3.7 Topos der Remigration

Der Topos der Remigration stellt eine radikale Form des migrationspolitischen Diskurses dar, der die Rückkehr von Migranten in ihre Herkunftsländer fordert. Slogans wie *Remigration sofort starten!* und *Schnelle Remigration schafft Wohnraum* verstärken diese Forderung, indem sie suggerieren, dass die Rückführung von Migranten eine Lösung für ökonomische und soziale Probleme darstelle, insbesondere im Bereich des Wohnraum Mangels. Der Topos stützt sich auf eine stark nationalistische Rhetorik, die impliziert, dass die gesellschaftlichen Herausforderungen, denen die Nation gegenübersteht, durch eine ethnische Homogenisierung und die Entfernung von Migranten überwunden werden könnten. Wahlplakate wie *Sommer, Sonne, Remigration* bedienen sich dabei einer auffallend simplifizierten und emotional aufgeladenen Sprache, die das Konzept der Remigration als notwendige und dringliche Maßnahme darstellt. Dies geht einher mit einer Darstellung von Migration als Bedrohung für die nationale Identität und soziale Stabilität. Bemerkenswert ist, dass der Topos der Remigration ausschließlich in den deutschen Wahlplakaten auftaucht und in Polen nicht präsent ist. Während *AfD* diesen Topos in Deutschland aktiv nutzt, um ihre migrationskritischen Positionen zu verdeutlichen, fehlt ein vergleichbarer Ansatz in den Wahlkampagnen der polnischen Parteien *PiS* oder *Konfederacja*. In Polen konzentrieren sich migrationspolitische Narrative eher auf die Sicherung der nationalen Grenzen, den Schutz der Souveränität oder kulturelle Aspekte, ohne explizit die Rückführung von Migranten zu thematisieren. Durch die Betonung der Remigration in Deutschland wird ein Bild von Migranten als „fremd“ und „unerwünscht“ gezeichnet, während gleichzeitig die Vorstellung einer ethnisch homogenen Gesellschaft als wünschenswert und notwendig vermittelt wird. Dieser Topos impliziert, dass die Wiederherstellung einer „reinen“ nationalen Gemeinschaft nur durch die Abwesenheit von Migranten möglich sei, wodurch eine klare Tren-



Abb. 7 Topos der Remigration: *Sommer, Sonne, Remigration* und *Deutsche Jugend fordert Remigration!* / *Remigration sofort starten!* / *Schnelle Remigration schafft Wohnraum* (AfD) (Quelle: (Selbsterstellte Collage aus öffentlich zugänglichen Wahlplakaten).

nung zwischen „wir“ und „sie“ geschaffen wird. In diesem Kontext handelt es sich bei diesem Topos um eine Form des Nationalismus, der auf Ausgrenzung und ethnische Homogenität abzielt. Dabei wird eine idealisierte Vergangenheit beschworen, in der die Nation angeblich frei von Migration und multikulturellen Einflüssen war und die als Grundlage für zukünftige politische Maßnahmen herangezogen wird.

4. Schlussbemerkungen

Die vorliegende Analyse der Wahlkampfkommunikation rechtspopulistischer Parteien in Polen und Deutschland hat verdeutlicht, dass die sprachlichen und visuellen Strategien der Plakate darauf abzielen, komplexe politische Botschaften zu vereinfachen, emotionale Bindungen herzustellen und die ideologischen Kernthemen der jeweiligen Parteien klar zu vermitteln. Diese Erkenntnis wird durch die Untersuchung gestützt, die zeigt, dass der gezielte Einsatz von Topoi eine zentrale Rolle in den Kommunikationsstrategien dieser Parteien einnimmt und zugleich ein entscheidendes Unterscheidungsmerkmal gegenüber anderen Parteien darstellt. Durch die wiederholte Verwendung argumentativer Muster, die nationale Identität, Tradition, Souveränität und Sicherheit in den Fokus rücken, versuchen die Parteien, ihre Anhängerschaft anzusprechen und sie gegenüber als bedrohlich empfundenen äußeren Einflüssen zu mobilisieren. Allerdings bleibt spekulativ, inwieweit diese Narrative tatsächlich das Wahlverhalten beeinflussen, da ohne empirische Untersuchungen die konkrete Wirkung dieser Strategien nicht abschließend bewertet werden kann. Die vorliegende Analyse liefert daher hypothetische Annahmen über den potenziellen Einfluss der verwendeten rhetorischen Mittel.

Darüber hinaus verfolgte die Analyse das Ziel, die in den jeweiligen Wahlkampagnen verwendeten Topoi zu untersuchen, insbesondere im Vergleich der Wahlplakate aus Deutschland und Polen. Es wurden sowohl Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede in der Rhetorik analysiert. Dieser vergleichende Ansatz ermöglicht es, die länderspezifischen Anpassungen der rechtspopulistischen Kommunikation aufzuzeigen, wobei wiederkehrende Themen wie nationale Souveränität und die Abgrenzung gegenüber äußeren Bedrohungen deutlich werden. Gleichzeitig traten signifikante Unterschiede in anderen Bereichen hervor, etwa in der Gewichtung von Familienwerten oder dem Thema der Remigration.

Gleichzeitig kann festgestellt werden, dass trotz der unterschiedlichen historischen und politischen Kontexte beider Länder bemerkenswerte Gemeinsamkeiten in den angewandten Diskursstrategien bestehen. Sowohl PiS als auch AfD nutzen eine Rhetorik, die nationale Interessen und Identität gegenüber internationalen Organisationen und Migrationsbewegungen in den Vordergrund stellt. Beide Parteien inszenieren sich als Verteidiger der „wahren“ nationalen Werte, die es vor äußeren Einflüssen zu schützen gilt.

Trotz dieser gemeinsamen Grundmuster zeigen sich jedoch signifikante Unterschiede in den Wahlkampagnen der beiden Länder. In Deutschland dominiert der *Topos der Remigration*, der die Rückführung von Migranten als zentrale politische Lösung darstellt, während in Polen der *Topos der Familienwerte* eine stärkere Rolle spielt, häufig in Verbindung mit religiösen Elementen. Auch im wirtschaftlichen Diskurs gibt es Unterschiede: Während die AfD neoliberale Konzepte wie die Bewahrung des Bargelds hervorhebt, konzentriert sich die PiS auf den Schutz der nationalen Währung und staatliche Intervention.

Die hier aufgeführten Überlegungen lassen sich durch die Perspektiven von Czachur/Pappert (2019) aus ihrer Analyse von Wahlplakaten weiter vertiefen. Ihre Untersuchung ermöglicht eine differenzierte Auseinandersetzung mit den Mechanismen und Konsequenzen populistischer Kommunikation. Czachur/Pappert (ebd.) kommen zu ähnlichen Bemerkungen und betonen, dass populistische Wahlplakate auf einer klaren vertikalen und horizontalen Dichotomie beruhen: „das Volk gegen die Elite“ und „das Eigene gegen das Fremde“. Diese Dichotomien werden durch multimodale Praktiken verstärkt, die Sprache und visuelle Elemente miteinander verbinden, um emotionale und stereotype Bilder zu erzeugen.

Die in diesem Beitrag thematisierte Spaltung und die Förderung von Konflikten innerhalb der populistischen Narration auf Wahlplakaten wird durch Czachur/Pappert (ebd.) näher analysiert. Sie zeigen auf, dass populistische Diskurse häufig darauf abzielen, ein Gefühl von Bedrohung zu erzeugen und soziale Gruppen gezielt gegeneinander auszuspielen. Dies wird insbesondere durch die visuelle Inszenierung von Feindbildern erreicht, wie beispielsweise die Darstellung von Migranten als Bedrohung oder die Verwendung von Symbolen, die nationale Überlegenheit betonen.

Beide Analysen erkennen die emotionale Wirkung populistischer Rhetorik an, heben jedoch ihre potenziellen Grenzen hervor. Czachur/Pappert (ebd.) argumentieren, dass die Kombination aus visuellen und sprachlichen Stereotypen besonders effektiv darin ist, schnelle emotionale Reaktionen hervorzurufen. Sie zeigen jedoch auch, dass diese Strategien oft auf Vereinfachungen beruhen, die bei einer breiteren Zielgruppe möglicherweise nicht dauerhaft überzeugen.

Die Feststellung, dass rechtspopulistische Rhetorik sowohl Migranten als auch internationale Institutionen delegitimiert, wird von Czachur/Pappert (ebd.) ergänzt. In ähnlicher Weise argumentieren sie, dass populistische Kommunikationsstrategien oft bewusst auf bestehende gesellschaftliche Spannungen und Diskurse reagieren, indem sie diese aufgreifen und in eine eigene, vereinfachte Narrative einbetten. Allerdings sehen sie in der starken Polarisierung dieser Narrative eine Gefahr für den öffentlichen Diskurs, da sie selten zur Ausgewogenheit beitragen, sondern eher bestehende Konflikte verschärfen.

Für die Formulierung umfangreicherer Schlussbemerkungen in diesem Beitrag bietet es sich an, die hier analysierte rhetorische und argumentative Dimension der Wahlplakate um ihre visuellen Elemente zu erweitern. Diese werden von Czachur/Pappert

(2019) als entscheidend für die Konstruktion und Stabilisierung populistischer Botschaften betrachtet. Beide Analysen ergänzen sich in ihrer Einschätzung, dass rechtspopulistische Strategien zwar kurzfristig wirksam, jedoch langfristig schädlich sein können.

Es wäre interessant, diese Perspektiven in zukünftigen empirischen Untersuchungen weiter auszuarbeiten, um die Wirkung und den Einfluss dieser rhetorischen Strategien genauer zu bestimmen. Besonders die Rolle der Multimodalität und die aktive Nutzung von visuellen Stereotypen bieten wichtige Impulse für eine weitere empirische Analyse der Wirkungsweise solcher Strategien.

5. Kritische Reflexion

Eine Erweiterung der hier bereits dargestellten Analyse durch eine kritische Reflexion könnte aufzeigen, dass rechtspopulistische Rhetorik nicht nur ein strategisches Kommunikationsmittel ist, sondern auch weitreichende gesellschaftliche und politische Konsequenzen haben kann. Dabei stellen sich mehrere zentrale Fragen, die die Auswirkungen und das Potenzial dieser rechtspopulistischen Rhetorik betreffen:

– Wohin führt diese Rhetorik?

Die in den analysierten Wahlplakaten genutzten Topoi dienen nicht nur dazu, die Wählerschaft emotional anzusprechen, sondern tragen auch zur Polarisierung des politischen Diskurses bei. Die konsequente Darstellung von „Wir“ gegen „Sie“, die Betonung von Bedrohung und die Schaffung von Feindbildern fördern ein gesellschaftliches Klima, das von Spaltung und Abgrenzung geprägt ist. Dies könnte langfristig zu einer Verschärfung sozialer Konflikte führen, da die Themen Migration, nationale Souveränität und kulturelle Identität bewusst instrumentalisiert werden.

– Ist diese Rhetorik wirksam?

Die Wirksamkeit dieser Strategien hängt von verschiedenen Faktoren ab, darunter die politische und gesellschaftliche Ausgangslage, die Medienlandschaft und die Zielgruppe. In einem polarisierten Umfeld können solche rhetorischen Muster durchaus Resonanz finden, da sie auf einfache Antworten auf komplexe Fragen setzen und emotionale Bindungen schaffen. Dennoch bleibt offen, ob sie langfristig nachhaltige politische Unterstützung sichern können oder ob sie lediglich kurzfristig Wähler mobilisieren.

– Wen unterstützt die Rhetorik, und wem oder was könnte sie schaden?

Diese Rhetorik unterstützt in erster Linie die politischen Akteure, die sich als Verteidiger nationaler Werte und Identität präsentieren. Sie richtet sich an eine Zielgruppe, die sich von den etablierten Parteien oder internationalen Organisationen entfremdet fühlt. Gleichzeitig könnte diese Art von Kommunikation bestimmten gesellschaftli-

chen Gruppen schaden, indem sie diese als „Bedrohung“ oder „fremd“ darstellt. Dies betrifft insbesondere Migranten, internationale Institutionen oder auch politische Gegner, die als Teil des „Establishments“ stigmatisiert oder diffamiert werden. Darüber hinaus kann solche Rhetorik dem gesellschaftlichen Zusammenhalt insgesamt schaden, indem sie Feindbilder und Misstrauen innerhalb der Bevölkerung verstärkt.

- Lässt sich diese Rhetorik als ein logisches Gegengewicht zu anderen Topoi betrachten?

Man kann annehmen oder sogar argumentieren, dass diese Rhetorik eine Reaktion auf Narrative darstellt, die in anderen politischen Lagern verbreitet sind, etwa progressive oder globalistische Topoi. In diesem Sinne könnte sie als Gegengewicht zu wahrgenommenen liberalen Diskursen fungieren. Allerdings besteht die Gefahr, dass dieses Gegengewicht nicht zur Bereicherung des Diskurses beiträgt, sondern die politische Landschaft weiter polarisiert.

Bibliografie

- Beigel, Thorsten / Eckert, Georg (Hg.) (2017): *Populismus. Varianten von Volksherrschaft in Geschichte und Gegenwart*. Münster: Aschendorff.
- Biskamp, Floris (2019): *Six theories and six strategies concerning right-wing populism*. In: Bevelander, Pieter / Wodak, Ruth (Hg.): *Europe at the Crossroads: Confronting Populist, Nationalist, and Global Challenges*. Lund: Nordic Academic Press, S. 93–112.
- Brubaker, Rogers (2017): *Why populism?* In: *Theory and Society* 46(3), S. 57–385.
- Czachur, Waldemar / Pappert, Steffen (2019): *Wizualny populizm: analiza praktyk multimodalnych na przykładzie plakatów wyborczych z Polski i Niemiec*. In: *tekst i dyskurs – text und diskurs* 12, S. 165–189.
- Kujawa, Izabela (2023): *Politisches Argumentieren im Wandel. Strategien der rechtspopulistischen Parteien im Wahlkampf*. In: Szczęk, Joanna / Dargiewicz, Anna (Hg.): *Wende? Wenden! – Linguistische Annäherungen*. Band 1. Paderborn: Vandenhoeck & Ruprecht Verlage, S. 197–211.
- Kujawa, Izabela (2023): *Politische Wahlreden im Zeichen der Corona-Pandemie. Analyse der rechtspopulistischen Topoi*. In: Jakosz, Mariusz / Kałasznik, Marcelina (Hg.): *Corona Pandemie im Text und Diskurs*. Paderborn: Vandenhoeck & Ruprecht Verlage, S. 155–173.
- Kujawa, Izabela (2020): *Weltbilder in der rechtspopulistischen Narration. Über Emotionen in politischen Reden*. In: *Linguistische Treffen in Wrocław* 18 (II), S. 225–235.
- Laclau, Ernesto (2005): *On Populist Reason*. London: Verso.
- Moffitt, Benjamin (2016): *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, and Representation*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Niehr, Thomas (2014): *Einführung in die linguistische Diskursanalyse*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Pels, Dick (2012): *The New National Individualism – populism is here to stay*. In: Meijers, Eric (Hg.): *Populism in Europe*. Linz: Planet, S. 25–46.
- Schuppener, Georg (2016): *Rhetorische Stilmittel auf Wahlplakaten*. In: *Germanistik in der Ukraine* 11, S. 188–203.

- Schuppener, Georg (2018): *Phraseologismen auf Wahlplakaten*. In: Gondek, Anna / Jurasz, Anna / Szczęk, Joanna (Hg.): *Einblicke und Rückblicke. Beiträge zur deutschen Phraseologie und Parömiologie aus intra- und interlinguistischer Sicht. Bd. 2. Phraseologie und Parömiologie 34*. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren, S. 39–57.
- Schuppener, Georg (2019): *Für eine gerechte Welt – Gerechtigkeit als Thema auf Wahlplakaten*. In: *Slowakische Zeitschrift für Germanistik 11*, S. 81–94.
- Schuppener, Georg (2019): *Sicherheit statt Angst – Der Sicherheitsdiskurs auf Wahlplakaten der AfD*. In: *Philologia 36*, S. 110–121.
- Schuppener, Georg (2019): *Lexik und Diskurse rechtspopulistischer Wahlwerbung – Plakate der AfD aus den Jahren 2016 bis 2018*. In: *Aussiger Beiträge 13*, S. 243–259.
- Schuppener Georg / Demčíšák, Ján / Fraščíková, Simona (Hg.) (2021): *Selbstdarstellungen von rechtspopulistischen Parteien (Deutschland, Österreich, Slowakei)*. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag.
- Wengeler, Martin (2007): *Topos und Diskurs. Möglichkeiten und Grenzen der topologischen Analyse gesellschaftlicher Debatten*. In: Warnke, Ingo (Hg.): *Diskurslinguistik nach Foucault. Linguistik – Impulse & Tendenzen 25*. Berlin: De Gruyter, S. 165–186.
- Wodak, Ruth / KhosraviNik, Majid / Mral, Brigitte (Hg.) (2018): *Right-wing populism in Europe. Politics and discourse*. London: Bloomsbury.
- Wodak, Ruth (2020): *The trajectory of far-right populism – a discourse-analytical perspective*. In: Forchtner, B. (Hg.): *The Far Right and the Environment*. London: Routledge, S. 21–37.
- Wolf, Tanja (2017): *Rechtspopulismus. Überblick über Theorie und Praxis*. Wiesbaden: Springer VS.

Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1: Topos der Identität
 Abb. 2: Topos der nationalen Souveränität
 Abb. 3: Topos der Familie(nwerte)
 Abb. 4: Topos der Bedrohung
 Abb. 5: Topos des Wirtschaftsnationalismus
 Abb. 6: Topos der Machtentfremdung
 Abb. 7: Topos der Remigration

Dr. Izabela Kujawa

Universität Gdańsk

Institut für Germanistik

ul. Wita Stwosza 51

PL 80–309 Gdańsk

E-Mail: izabela.kujawa@ug.edu.plORCID: [0000-0002-8672-2324](https://orcid.org/0000-0002-8672-2324)

Zur Person: Izabela Kujawa studierte Germanistik an der Universität Gdańsk und promovierte 2014 an der Universität Ermland-Masuren in Olsztyn aufgrund der Monografie „Der politische Diskurs als Gegenstand der linguistischen Analyse. Am Beispiel der Integrationsdebatte in Deutschland 2006–2010“ (Peter Lang Verlag). Zurzeit arbeitet sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Germanistik der Universität Gdańsk sowie Leiterin des Lehrstuhls für deutsche Sprache und Translatork und der Forschungsstelle für Text- und Diskurslinguistik. Sie war 2025 Stipendiatin der Hermann-Niermann-Stiftung an der Universität Würzburg. Ihre Forschungsinteressen umfassen die Bereiche der Text- und Diskurslinguistik, Politolinguistik und Medienlinguistik.

Zwischen den Medien

Zur Intermedialität als methodisches Prinzip im Kontrastieren von Texten

ROMAN OPIŁOWSKI

Between the media

Intermediality as a methodological principle in the contrasting of texts

Kurzfassung: Die kontrastive Medienlinguistik fungiert als Disziplin für das Vergleichen von Medientexten aus sprachlicher, kultureller, diachroner und medialer Sicht. Der vorliegende Beitrag wendet sich der intermedialen Perspektive als Methode im Kontrastieren von Texten zu. Es wird aufgezeigt, welche institutionellen Medien (Fernsehen, Presse, Hörfunk, Internet und Stadt) miteinander kombiniert werden, damit Texte dieser Medien verglichen werden können. Aus dem Überblick über intermediale Konstellationen ergibt sich ein Schluss, dass vornehmlich kommunikative Praktiken, wie z. B. Zitieren, Kommentieren, Bewerten, Partizipieren, Personalisieren oder Unterhalten, dominante Ziele im intermedialen Kontrastieren sind. Auf der intermedialen Ebene zeichnet sich außerdem eine geringe Anwesenheit der Stadt als Medium und der urbanen Texte in den kontrastiven Analysen ab.

Schlagworte: kontrastive Medienlinguistik, Kontrastivität, Intermedialität

Abstract: Contrastive media linguistics functions as a discipline for comparing media texts from a linguistic, cultural, diachronic and medial perspective. This article focusses on the intermedial perspective as a method for contrasting texts. It shows which institutional media (television, press, radio, internet and city) are combined with each other so that texts from these media can be compared. The overview of intermedia constellations leads to the conclusion that primarily communicative practices, such as quoting, commenting, evaluating, participating, personalising or entertaining, are dominant goals in intermedia contrasting. At the intermedial level, there is also a slight presence of the city as a medium and of urban texts in the contrastive analyses.

Keywords: contrastive media linguistics, contrastivity, intermediality

1. Einführung in die Problematik der sprachlichen, kulturellen, medialen und diachronen Perspektive in der Kontrastivität

Die Intermedialität hat sowohl am Alltag als auch in der medienlinguistischen Forschung viele Facetten. Sie wird in erster Linie als Verbindung von Medien mit dem Ziel der effizienten zwischenmenschlichen Kommunikation aufgefasst, wobei die Medien schon bei diesem ersten Verständnis im weiten Sinne als Zeichen, materielle und technische Träger von Texten und Institutionen verstanden werden können (vgl. Schneider/Stöckl 2011: 24, Burger/Luginbühl ⁴2014: 490 f.). In dieser Dimension erweist sich die Intermedialität als universelles Phänomen von Texten bei der Erzeugung von kommunikativen Formen, Funktionen und Inhalten (vgl. Rajewsky 2002: 13). Mit der Intermedialität verknüpfen sich einige Begriffe und kommunikative Erscheinungen wie z. B. die grundlegende Medialität der Alltagskommunikation, Multimodalität als angewandte Zeicheninteraktion in Texten, Medienwechsel, Transmedialität sowie Textformulieren oder Argumentieren. Eine Dachdisziplin für die Beschäftigung mit der Intermedialität ist die Medienlinguistik, die beim Interesse für den Sprachgebrauch in der Umgebung von Medien und in einer Erweiterung um die kontrastive Perspektive eine Art Herausforderung, Einbindung und methodologische Anwendung für die Intermedialität darstellt.

Die kontrastive Medienlinguistik, die sich seit der ersten Bearbeitung von Lenk/Chesterman (2005) ununterbrochen entwickelt und in den weiteren Forschungsphasen um neue Akzente und Erkenntnisse bereichert wurde,¹ befasst sich mit dem Kontrastieren von Texten in vier grundlegenden Perspektiven: **Sprache, Kultur, Medium und Zeit** (vgl. Giessen/Lenk/Tienken/Tiittula 2019b: 10, Opilowski 2024a: 78). Grundsätzlich kann nur eine einzige Perspektive unter diesen vier ausgewählt und in der Analyse angewandt werden, damit eine Analyse als kontrastive Untersuchung von Texten gilt. Es ist demzufolge ausreichend, z. B. nur eine **diachrone Ausdifferenzierung** in der Analyse, angelehnt an zwei oder mehrere Zeitpunkte im Erscheinen von bestimmten Texten, vorzunehmen und sie innerhalb einer Sprache, einer Kultur und eines Mediums zu verankern, damit sich eine Textanalyse kontrastiv gestaltet. An dieser Stelle kann man auf zwei umfangreiche diachronische Studien hinweisen: Unter dem Stichwort Metamorphosen zeigt Stöckl (2010) die Entwicklungsphasen der Textsorte Werbung auf und Hauser (2014) bietet ein diachrones Modell des Textsortennetzes.

¹ Gemeint werden hier weitere Sammelarbeiten, die als Ergebnisse von wissenschaftlichen Projekten und Tagungen sind und sich der kontrastiven Medienlinguistik gezielt widmen: Lüger/Lenk (2008), Luginbühl/Hauser (2010), Hauser/Luginbühl (2015), Bilut-Homplewicz/Hanus/Lüger/Mac (2017), Bilut-Homplewicz/Hanus/Mac (2017), Giessen/Lenk/Tienken/Tiittula (2019a), Tienken/Hauser/Lenk/Luginbühl (2021) und Opilowski/Lenk/Mikołajczyk/Rentel (2025).

Die Anwendung der **interlingualen und interkulturellen Perspektive** besteht im unterschiedlichen Gleichgewicht der lingualen und kulturellen Komponente, die je nach dem Untersuchungsziel, Textkorpus und Medium als Vermittlungsinstanz variieren. So gestalten sich die kontrastiven Analysen von Online-Texten im Unterschied zu Presse- und Fernsehtexten interlingual (also heterogen), aber intrakulturell (also homogen). Das hängt mit den Merkmalen und Möglichkeiten des Web 2.0 zusammen, denn die Zugänglichkeit und Interaktivität von Menschen mit unterschiedlichen Muttersprachen z.B. in sozialen Interessenforen lässt die Sprachgrenzen abbauen, so dass die NutzerInnen zwar in ihren Muttersprachen kommunizieren können, aber trotzdem eine Kultur im Sinne von *community of practice* im jeweiligen Medium konstituieren. Deshalb sind solche kontrastiven Studien häufig interlingual, weil sie sich auf zwei oder mehrsprachige Internettexpte (Postings, Tweets, Kommentare, Rezensionen, Kritiken im Internet etc.) beziehen, aber zugleich auch intrakulturell, weil sie innerhalb einer medial handelnden Gruppe von NutzerInnen mit einheitlichen oder weitgehend ähnlichen kommunikativen Praktiken vorkommen. Insofern kann man auf folgende kontrastive Analysen hinweisen: **Tweets und Live-Ticker** von Smułczyński (2018, 2021), **Online-Meldung und Online-Posting** von Rentel (2017) und Meier-Vieracker (2021), **Online-Kritik** von Rentel (2012) und Waliszewska (2021), **Online-Film** von Dyakiv (2020) und **Online-Filmkritik** von Hanus (2023) zu berücksichtigen.

Vor dem Hintergrund der Faktoren von Sprache, Kultur und Zeit ist nun der Faktor des **Mediums** in der Kontrastivität zu erwägen, dem die Hauptaufmerksamkeit in diesem Beitrag gewidmet ist. Es handelt sich dabei um einen Übersichtsartikel, der den gegenwärtigen Forschungsstand der kontrastive Analysen von Medientexten mit der Komponente der deutschen Sprache darstellt, ferner mögliche und bisherige Kombinationen von institutionellen Medien (Fernsehen, Presse, Hörfunk, Internet und Stadt) und deren Texte darstellt, dominante kommunikative Praktiken als Grundziele im medienlinguistischen Kontrastieren nennt und schließlich bestimmte Desiderata und einen Forschungsausblick formuliert.

Die Relevanz der medialen Perspektive ergibt sich aus der dominanten Position der Medien in der funktionalen und formalen Bestimmung von multimodalen Texten. Allerdings sind strikt sprachliche Textstrukturen vorhanden, d. h. bestimmte Textmuster, die mit einzelnen Rahmenmerkmalen (z. B. Textualitätsmerkmalen) die funktionale und formale Gestalt von Texten prägen, aber auf der übergeordneten Ebene der kommunikativen Einordnung erweisen sich institutionelle Medien wie Fernsehen, Presse, Hörfunk, Internet und Stadt als Vermittler von urbanen Texten als wirksame Kategorien der erwähnten kommunikativen Einstufung und Abgrenzung von andersmedialen Texten.

In einer ersten Annäherung an die mediale Perspektive in der Kontrastivität ist von der **intermedialen und intramedialen Ebene** im Kontrastieren von Texten auszugehen. In diesem Zusammenhang halten Giessen/Lenk/Tienken/Tiittula

(2019a) fest, dass der analytische Vergleich von Texten neben der interlingualen, interkulturellen und diachronen Perspektive ebenso intermedial und intramedial stattfinden kann, d. h.:

intermedial zwischen verschiedenen Medien und [...] intramedial zwischen verschiedenen Textsorten/Ressorts bzw. Sendeformaten oder AutorInnen, Redaktionen usw. innerhalb eines Mediums. (vgl. Giessen/Lenk/Tienken/Tiittula 2019a: 10)

Die **intramediale Kontrastivität** gestaltet sich demzufolge in einer einzelnen und gezielten Auswahl von bestimmten Textsorten oder ihren Merkmalen bzw. anderen textsortenspezifischen Erscheinungen. Um dieses intramediale Vorgehen zu veranschaulichen sei auf eine repräsentative Untersuchung hingewiesen: Luginbühl (2019: 37) liefert ein Beispiel für die intramediale und diachrone Analyse in seiner Untersuchung der Schweizer Tagesschau im Zeitraum 1958 bis 2013. Das Medium lässt sich hier homogen auf folgenden drei Ebenen betrachten: Fernsehen als institutionelles Medium, der Fernsehsender SRF und die Fernsehsendung *Tagesschau*. So zeigt sich eine starke, zusammenhängende Ebene in der intramedialen Perspektive. Die betreffenden Sendungen, Textsorten und ihre funktionalen Vernetzungen unterliegen den technologischen und ideellen Richtlinien eines Senders, sodass ein solches Medium selbst als komplexe Institution mit multimodalen Zeichen und einschlägigen Textträgern nur vom intramedialen (und nicht vom intermedialen) Gesichtspunkt zu interpretieren ist. Über die diachrone Entwicklung könnten zwar diverse Fernsehkulturen (Inhalte und Akteure) im Laufe der Zeit aufgezeigt werden, die intramediale Ebene bliebe aber dennoch bestehen.²

Die **intermediale Perspektive** verknüpft diverse Medien im institutionellen Sinne, d. h. Fernsehen, Presse, Internet, Hörfunk, Internet und Stadt als Verbreitungsraum von urbanen Texten. Das Ziel dieses Beitrags ist es, wie bereits oben nahegelegt, die Intermedialität als Methode der Verknüpfung und Analyse von Texten in der bisherigen Forschung zu verfolgen, kontrastive Konstellationen darzustellen, auf dominierende Analyseziele und Ergebnisse hinzuweisen und in der Schlussbetrachtung eine kritische und perspektivische Meinung zu äußern. Dieses Ziel versteht sich als eine Art Nutzung und Fortsetzung meiner Arbeiten in Opilowski (2024a) und (2024b), die den Textanalysen im Bereich der kontrastiven Medienlinguistik gewidmet sind.

² Andere intramediale Textanalysen lassen sich z. B. in den Internettextran verfolgen. Deutsche und französische Webseiten zur Gesundheitsprävention werden von Rentel (2019) im Hinblick auf kommunikative Strategien kontrastiert. Eine ähnliche methodische Ordnung wird in Opilowski (2019a) anhand von deutschen und polnischen Online-Kommentaren in den Facebook-Profilen des deutschen Magazins *Spiegel* und der polnischen *Polityka* aufgebaut.

2. Intermediale Textanalysen

Das Medium gilt bei den intermedialen Textanalysen als institutionelles und in diesem Sinne ordnendes Kriterium. Als Bezugspunkt für die Auswahl der verglichenen Medientexte gilt darüber hinaus die Beteiligung der deutschen Sprache mindestens in einem der verglichenen Texte. Somit werden hier Studien berücksichtigt, die aus kontrastiver Perspektive durchgeführt werden, die deutsche Sprache enthalten und eine mediale Situierung eines untersuchten Textes ermöglichen.

In der intermedialen Kontrastivität gibt es diverse Analysen zu Verknüpfungen von Texten, die aus einer jeweils anderen medialen Umgebung stammen. Es geht hier also um das höchste Maß an medialer Präsenz und Rahmung, d. h. um Medien im institutionellen Sinne wie Fernsehen, Presse, Hörfunk (bisher in den monomedialen Analysen nicht vertreten), Internet, Stadt und Region als institutionelle Medien. Außerdem können wir in den bisherigen Textanalysen ein geringeres und auch weniger distinktives Maß an intermedialer Verknüpfung beobachten, wenn etwa eine ganze Textsorte oder eines ihrer Strukturelemente in einem institutionellen Medium wie der Presse fokussiert wird, aber in mehreren medialen Trägern, wie z. B. Zeitungen mit regionaler oder überregionaler Reichweite, kontrastiv analysiert wird. Zu solchen monomedialen, aber trotzdem intern differenzierten Studien gehören folgende Arbeiten von:

- Hoffmann (2005) an der Textsorte Porträt in 13 unterschiedlichen Zeitungen,
- Santulii (2008) an Fachartikeln in Fachzeitschriften und in der Tagespresse,
- Hauser (2014) an Sportberichterstattungen in der Qualitätszeitung *FAZ* und der Boulevardzeitung *Bild-Zeitung*,
- Gredel (2016) zu den kommunikativen Handlungen und Verbreitungen des Begriffes Shitstorm in diversen überregionalen und regionalen Printmedien,
- Reershemius/Ziegler (2021) zu Pandemie-Texten im städtischen und ländlichen Raum an.

In diesem Kapitel geht es deshalb um intermediale Verbindungen und Analysen von Texten, die in den unterschiedlichen institutionellen Medien vertreten sind. Dabei beziehen sich die Textanalysen in der Regel auf zwei oder drei Medien, auch wenn – wohl abgesehen vom analytischen Aufwand – mehrgliedrigen Kombinationen nichts im Wege stünde. Es wird dabei versucht, einen Überblick über diese Verbindungen darzustellen, wobei der Anteil an deutschsprachiger Text- und Medienkultur gegenüber anderen Sprachen und Kulturen überwiegt:

- **Hörfunk und Presse** (vgl. Lenk 2008, 2015, 2019),
- **Hörfunk, Presse, Internet** (vgl. Lenk 2017),
- **Hörfunk und Internet** (vgl. Demarmels 2015),
- **Presse und Internet** (vgl. Möller-Kiero 2008, Müller-Lancé 2015, 2016, 2019; Rothkegel 2015, Schwarzl 2015, Luginbühl 2016, Meer 2021),

- **Fernsehen und Presse bzw. Buch** (vgl. Luginbühl 2012, Mac 2017, Farø/Jensen 2019),
- **Fernsehen, Presse bzw. Buch und Internet** (vgl. Stein 2008, Bachmann-Stein 2015, Schwarzl 2021),
- **Internet und öffentlicher Raum** (vgl. Klug 2018, Luginbühl/Scarvaglieri 2018, Opiłowski 2018),
- **Schriftliche, mündliche, digitale und analoge Medien** (vgl. Pick 2021).

Im Hinblick auf die methodologische Seite der kontrastierenden Intermedialität zeichnet sich zunächst eine sichtbare Tendenz ab, dass in den unterschiedlichen intermedialen Vernetzungen zunehmend nicht mehr ganze Textsorten auf ihre Formen und Inhalte überprüft, sondern einzelne kommunikative Aspekte fokussiert werden. Deswegen verlaufen diese Analysen nach dem **Bottom-up-Schema**. Die Textsorten umrahmen bestimmte kommunikative Phänomene als Forschungsziele und funktionieren insofern als *tertium comparationis* im kontrastiven Verfahren, aber werden als einzelne und vollständige Untersuchungsobjekte nicht festgelegt. Das ist durchaus plausibel, weil die Medien hier die übergreifenden Einordnungsinstanzen sind und die Textsorten nur als Hintergrund für bestimmte fokussierte und verglichene Kommunikationsaspekte fungieren.

Kommunikative Praktiken zeigen sich als erste Untersuchungsziele in der intermedialen Methodologie. Sie stehen auch in den bisherigen Studien zu Fernseh-, Presse- und Internettexen sowie zu Texten im öffentlichen Raum im Vordergrund (vgl. Opiłowski 2024a: 148 ff.). Die kommunikative Praktik des Zitierens und des Kommentierens wird von Lenk (2008, 2015, 2019) an der Schnittstelle von **Hörfunk und Presse** analysiert. Im Unterschied zu Kommentaren im Hörfunk werden in der Presse zusätzliche Funktionen der Provokation, Erklärung und Unterhaltung festgestellt. In beiden Medien wird aber innerhalb des Kommentierens die Praktik der Dialogisierung durch offene Briefe oder Live-Gespräche angewandt. Wird dieses bimediale Gefüge um das Medium **Internet** erweitert, lässt sich bei Lenk (2017) die Praktik der Bewertung diagnostizieren, bei der NutzerInnen journalistische Kommentare um eigene Posts und Stellungnahmen ergänzen. Diese Kommentaraktivitäten im Internet sind 2015 noch auf einem niedrigen Niveau. Demarmels (2015) befasst sich mit der Hybridisierung als formale und inhaltliche Praktik in Interviews im Hörfunk und Postings im Internet.

Der intermedialen Verknüpfung von **Presse und Internet** sind wohl die meisten Studien gewidmet. So werden zunächst von Möller-Kiero (2008) die Praktiken der Darstellung und Personalisierung in deutschen und finnischen Immobilienanzeigen analysiert. Des Weiteren beschäftigt sich Müller-Lancé (2015) mit der gedruckten Version eines Leserbriefes in den Sporttrendmagazinen mit deutlichen Bezügen zu den sozialen Medien. Das Kontrastieren legt dabei kommunikative Praktiken wie Verspotten, Unterhalten, Werben, Selbstdarstellen und Visualisieren offen. Trotz des ausgedehnten kontrastiven Rahmens (interlingual, interkulturell, intermedial und

diachron) werden kaum interkulturelle Differenzen festgestellt. Die journalistische Kultur in den Textsorten der Sporttrendmagazine vereinheitlicht sich, selbst wenn die einzelnen Texte in anderen Sprachen (deutsch und französisch) verfasst sind. Darüber hinaus wird in Müller-Lancé (2019) die textbasierte Integration von Presstexten in Internettextrn und umgekehrt veranschaulicht, was eine intermediale Identität von Trendsportmagazinen schafft. Ferner befasst sich Rothkegel (2015) mit der Themenelaboration in gedruckten und internetbasierten Texten. Bei Schwarzl (2015) wird eine transmediale Ausdifferenzierung des gedruckten, mobilen und internetbasierten Zeitungsberichtes besprochen. Luginbühl (2016) widmet sich den Formen der kommunikativen Teilhabe in Presse- und Internettextrn. Die Demokratisierung der Berichterstattung bewirkt eine explizite Partizipation in der traditionellen Presse in Form von Leserbriefen, Umfragen oder Laien-Artikeln und eine implizite Partizipation in Internettextrn in Form von Kommentaren, Online-Umfragen und Berichten. Abschließend verdeutlicht die Studie von Meer (2021) zu Presse- und Internettextrn die gegenseitige Beeinflussung der gedruckten und filmischen Werbung in ihrer persuasiven, unterhaltenden und beratenden Funktionalität. Diese dargestellten Ziele und Ergebnisse auf dem Gebiet von Presse und Internet veranschaulichen gleichsam zwei Bereiche der untersuchten Praktiken: Sie sind zum einen handlungsbezogene Praktiken in Presse- und Internettextrn, die einander durchdringen, jeweils einen Presse- oder Internettextrn kennzeichnen und in entsprechender Ausformulierung an die Textrezipienten gelangen. Zum anderen haben wir es mit Analysen von textinternen Praktiken, Einflüssen und Veränderungen zu tun, die wiederum integrative, inter- und transmediale und hybride Textstrukturen ergeben.

Im nächsten Bereich werden Verbindungen und Abhängigkeiten von Texten in **Fernsehen und Presse bzw. Buch** fokussiert. Luginbühl (2012) vergleicht kleine Textnetze miteinander, d. h. amerikanische und Schweizer Fernsehnachrichten werden unter dem Gesichtspunkt der kommunikativen Praktiken auf amerikanische und Schweizer Zeitungsberichte projiziert. Die multimodale Analyse belegt lokale, temporale und emotionale Praktiken der kommunikativen Nähe in den amerikanischen Fernseh- und Presstexten, während Schweizer Medientexte aus einer persönlich distanzierten und inhaltlich verallgemeinerten Position berichten. Presse- und Fernseh-texte führen Mac (2017b) zu den theoretischen und methodologischen Erkenntnissen, dass eine intermediale Herangehensweise traditionelle Untersuchungsbereiche und -instrumentarien neu ausrichtet (vgl. Mac 2017b: 95). Intermediale Praktiken der Titeländerung vom Medium Buch zum Medium Fernsehfilm sind das Untersuchungsziel von Farø/Jensen (2019). Durch die intermediale Kontrastierung werden Änderungsmuster festgestellt, unter denen Kürzung des Filmtitels gegenüber dem Buchtitel die dominierende Methode ist.

Durch die Erweiterung der Bezugsebenen auf die drei Medien **Fernsehen, Presse bzw. Buch und Internet** steigt auch die Komplexität der Textanalysen. Hier können drei Untersuchungen beobachtet werden: Stein (2008) thematisiert in diesem

intermedialen Rahmen deutschsprachige Buchrezensionen zum Roman *Ruhelos* von William Boyd. Untersuchungsobjekte sind die Spezifik der Textproduzenten, ihre Absichten und Ausdrucksmittel sowie die Funktionen von Rezensionen. Unterschiedliche Sendertypen, Qualitätsprobleme, Praktiken des Bewertens, Empfehlers und Werbens sind die wichtigsten Ergebnisse. In diesem dreimedialen Rahmen ist auch die Analyse der Emotionalisierung und Dramatisierung in der politischen Berichterstattung bei Bachmann-Stein (2015) angesiedelt. In diese Reihe fällt auch die Arbeit von Schwarzl (2021), die die Praktik der Adaptierung von literarischen Werken vergleicht und dafür ein umfangreiches Set von Messvariablen zugrunde legt. Mithilfe des dreimedialen Korpus aus Fernsehen, Buch und Internet lässt sich diese Praktik dabei zutreffend bestimmen.

Eine spannende Verknüpfung von Medien entsteht aus dem pragmatischen Zusammenwirken von Texten im **Internet und im öffentlichen Raum** von Städten und Regionen. Hier lassen sich synthetisch drei Arbeiten anführen: Klug (2018) veranschaulicht an entsprechenden Beispielen, wie Fotos aus Online-Berichten in die Bilder in den multimodalen Stadttexträumen eingebettet werden und eine Form des ideellen und künstlerischen Diskurses entwickeln. Damit vollzieht sich eine intermediale Übersetzung bzw. Überführung von Bildern zwischen den multimodalen Texten im Internet und im öffentlichen Raum. Luginbühl/Scarvaglieri (2018) zeigen wiederum, wie Bilder aus Wahlplakaten in der Stadt in den Online-Bericht ohne breitere sprachliche Kontextualisierung übernommen werden und deswegen umstrittene Inhalte propagieren. Auch hier zeigt sich die Praktik der intermedialen Verortung bzw. Rekontextualisierung von Modalitäten. Eine analoge Praktik wird in Opilowski (2018) aufgezeigt, wo eine Infografik sowohl auf einem Stadtplakat als auch auf einer Webseite erscheint und so zu einer kohärenten Werbekampagne eines Bauprojektes beiträgt. Den Abschluss der hier vorgestellten intermedialen Arbeiten bildet das Projekt von Pick (2021), die sich der intermedialen Patientenplanung in **schriftlichen, mündlichen, digitalen und analogen Medien** widmet. Diese intermediale Koordination offenbart einen recht praktischen Nutzen für die Behandlung von Patienten.

3. Dominante Ziele und Ergebnisse von intermedialen Textanalysen

Aufgrund der herausgestellten Forschungsziele lassen sich zwei dominante Gebiete umreißen: Erstens manifestiert sich ein Bereich von diversen, auch innovativ erkannten **Praktiken**, die kommunikative Handlungen in Texten an der Schnittstelle der Medien enthüllen. Mittel und Möglichkeiten dieser Praktiken werden über die Grenzen eines Mediums hinweg ermittelt. Darüber hinaus liefern einige Studien theoretische und methodische Ergebnisse zu **Funktionen und Strukturen** von intermedial verknüpften Texten, wobei monomediale Analysen kaum in der Lage wären, solche funktionalen und strukturellen Möglichkeiten bzw. Einschränkungen aufzuzeigen. Dazu

gehören Phänomene der Hybridisierung, der textbasierten Integration, der intermedialen Identität, der Themenelaboration, der transmedialen Ausdifferenzierung und der intermedialen Rekontextualisierung.

Aus methodologischer Sicht erweist sich die intermediale Perspektive in den oben aufgezeigten Kombinationen als erstes Mittel bzw. führende Perspektive der kontrastiven Analyse. Sie kann – muss aber nicht – um andere Perspektiven ergänzt werden. So lässt sich nur in einigen wenigen Studien zusätzlich die interlinguale Perspektive durch den Vergleich des Deutschen mit der finnischen, französischen, englischen und dänischen Sprache konstatieren. Der bisher komplexeste methodologische Fall kommt in der Untersuchung von Müller-Lancé (2015) vor, der eine viergliedrige Kontrastivität (interlingual, intermedial, interkulturell und diachron) in der Analyse von Trendsportmagazinen in Printmedien und Internet anwendet.

4. Medienlinguistischer Forschungsausblick

Was mögliche Forschungsdefizite und mögliche Ergänzungen von medienlinguistischen Untersuchungen anbelangt, muss angesichts der bisherigen Forschungslage und der sozialen und kommunikativen Herausforderungen festgehalten werden: Es mangelt nach wie vor an einer systematischen Erfassung von **Texttypen im öffentlichen Raum** in bestimmten Ländern, Regionen, Hauptstädten, Städten und Dörfern. Die Öffentlichkeiten erzeugen kulturelle und funktionale Konzepte und diese spiegeln sich in multimodalen Texttypen im öffentlichen Raum wider. Die Forschung zu *linguistic landscape* liefert bereits einige theoretische Sammlungen von funktionalen Texttypen (vgl. Scollon R./Scollon S. W. 2003, Purschke/Gilles 2016, Opiłowski/Makowska 2023), die jedoch stets auf konkrete territoriale Gebiete bezogen werden sollten, denn nur dann offenbaren sie ihren pragmatischen Wert. Darauf aufbauend kann die Arbeit an der pragmatischen Erfassung von territorial bestimmten Sprachlandschaften ansetzen und zum weiteren strukturellen und funktionalen Erkennen bzw. Aktualisieren einzelner Texttypen sowie Textsorten fortgesetzt werden. Auf dieser Basis könnten Analysen mit anderen medialen Repräsentationen von urbanen Texten durchgeführt werden.

Innerhalb bestimmter Texttypen ist es angebracht, in erster Linie die Untersuchungen von anthropozentrischen Texten zu vertiefen. Es handelt sich insbesondere um **transgressive, ideelle bzw. ideologische oder künstlerische Texte**, weil sie momentane und dauerhafte, spontane und überlegte sowie ortsabhängige und überregionale Äußerungen des gesellschaftlichen Willens sind. Einiges an Pionierarbeit wurde schon geleistet (vgl. Schmitz 2018b, Ziegler et al. 2018, Opiłowski 2024). Immer neue Krisen, Proteste, Ausschreitungen und politische Kampagnen geben unterdessen Anlass für neue Parolen, Sprüche, Wandtexte und andere unautorisierte Kommunikate, deren Formen, Funktionen und Botschaften mit dem multimodalen und kontrastiven

Instrumentarium analysiert und interpretiert werden sollen. Man sollte auch schauen, welche **Interaktionen** zwischen der Gesellschaft und den bestimmten Texttypen vorkommen, wie die Gesellschaft auf solche Texte reagiert, welche Handlungsarten sich beobachten lassen und was sie jeweils bedeuten. Plakat-Busting in der Arbeit von Michel/Pappert (2018) oder Dialogizität in Stadttexen in der Studie von Schmitz (2018b) können dabei als unterstützende Ausgangskonzepte dienen. Die kontrastive Herangehensweise erlaubt es, zu immer höheren Dimensionen der Aktivität oder Passivität von bestimmten Praktiken, Formen, Inhalten und Konzepten zu gelangen und vor diesem Hintergrund die jeweiligen Zustände des verglichenen Teils im Bereich von Sprache, Kultur, Medium und Zeit zu erklären.

Als letzter relevanter Bereich von Forschungsdesideraten innerhalb der kommunikativen Praktiken sei auf den Mangel an **argumentativen, persuasiven und kreativen Praktiken** in der bisherigen LL-Forschung hingewiesen. Da öffentliche Texte unmittelbar aus und für die Gesellschaft entstehen, können oberflächliche und elaborierte, wirksame und misslungene Argumente verwendet werden. Genauso verhält es sich mit der Persuasion, deren Strategien in öffentlichen Texten in geringem Maße bearbeitet sind. Deutliche Defizite werden zudem in den Strategien der multimodalen Kreativität bzw. Innovation sichtbar, weil gerade solche unzählig vorhandenen Texte wie gastronomische Schilder, künstlerische Plakate und transgressive Kommunikate geradezu um die Wahrnehmung und Wirksamkeit bei den Rezipienten kämpfen. Trotzdem bestehen hier auch Forschungslücken. Da sich multimodale und kontrastive Forschungen in letzter Zeit kontinuierlich und zuverlässig entwickeln, dürfte es keine leere Hoffnung sein, dass auch diese Forschungsdesiderate in absehbarer Zeit erfüllt werden.

Bibliografie

- Bachmann-Stein, Andrea (2015): *Tagespolitische Berichterstattung im medialen Vergleich*. In: Hauser, Stefan / Luginbühl, Martin (Hg.): *Hybridisierung und Ausdifferenzierung. Einführende begriffliche und theoretische Anmerkungen*. Bern etc.: Peter Lang, S. 109–141.
- Bilut-Homplewicz, Zofia / Hanus, Anna / Mac, Agnieszka (Hg.) (2017): *Medienlinguistik und interdisziplinäre Forschung I. Textsortenfragen im medialen Umfeld*. Frankfurt a.M. etc.: Peter Lang.
- Bilut-Homplewicz, Zofia / Hanus, Anna / Lüger, Heinz-Helmut / Mac, Agnieszka (Hg.) (2017): *Medienlinguistik und interdisziplinäre Forschung II. Kontrastive Ansätze im medial geprägten Kontext*. Frankfurt a.M. etc.: Peter Lang.
- Burger, Harald / Luginbühl, Martin (*2014): *Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. Berlin, New York: De Gruyter.
- Demarmels, Sascha (2015): *Alles ist Kommentar. Die Hybridisierung von journalistischen Textsorten mit bewertenden Elementen*. In: Hauser, Stefan / Luginbühl, Martin (Hg.): *Hybridisierung und Ausdifferenzierung. Kontrastive Perspektiven linguistischer Medienanalyse*. Bern etc.: Peter Lang, S. 143–159.

- Dyakiv, Khrystyna (2020): *Kommunikationsstörungen in Sportvideointerviews im Ukrainischen und Deutschen*. In: Cieszkowski, Marek / Pociask, Janusz (Hg.): *Text- und Diskurswelten in der massenmedialen Kommunikation*. Berlin: Peter Lang, S. 31–48.
- Farø, Ken / Jensen, Lene Vinther (2019): *Träumt Blade Runner von elektrischen Schafen? Oder: Wann, wie (oft) und warum führt Medienwechsel zum Titelwechsel*. In: Giessen, Hans / Lenk, Hartmut E. H. / Tienken, Susanne / Tiittula, Liisa (Hg.): *Medienkulturen – Multimodalität und Intermedialität*. Bern: Peter Lang, S. 360–378.
- Giessen, Hans / Lenk, Hartmut E. H. / Tienken, Susanne / Tiittula, Liisa (Hg.) (2019a): *Medienkulturen – Multimodalität und Intermedialität*. Bern: Peter Lang.
- Giessen, Hans / Lenk, Hartmut E. H. / Tienken, Susanne / Tiittula, Liisa (2019b): *Zur kontrastiven Analyse von Medienkulturen unter besonderer Berücksichtigung von Multimodalität und Intermedialität*. In: Giessen, Hans / Lenk, Hartmut E. H. / Tienken, Susanne / Tiittula, Liisa (Hg.) (2019a): *Medienkulturen – Multimodalität und Intermedialität*. Bern: Peter Lang, S. 9–19.
- Gredel, Eva (2016): *Shitstorms im Netz als Agenda-Setting-Phänomen in Printmedien: Formen von Unternehmenskritik in sozialen Netzwerken und ihr Einfluss auf die Berichterstattung in Printmedien*. In: Baechler, Coline / Eckkrammer, Eva Martha / Müller-Lancé, Johannes / Thaler, Verena (Hg.): *Medienlinguistik 3.0 – Formen und Wirkung von Textsorten im Zeitalter des Social Web*. Berlin: Frank & Timme, S. 225–244.
- Hanus, Anna (2023): *(Professionelle) Filmkritik bei YouTube? Ein deutsch-polnischer Vergleich*. In: Hanus, Anna / Szwed, Iwona (Hg.) (2023a): *Im Zeichen der Kontrastivität. Einblicke in die Dimension der Kontrastivität in der linguistischen Forschung anhand ausgewählter Studien*. Göttingen: V&R unipress, S. 77–97.
- Hauser, Stefan (2014): *Netze im Wandel – Wandel in Netzen. Diachrone Perspektiven auf die Vernetztheit von Textsorten*. In: Hauser, Stefan / Kleinberger Günther, Ulla / Roth, Kersten Sven (Hg.): *Musterwandel – Sortenwandel. Aktuelle Tendenzen der diachronen Text(sorten)-linguistik*. Bern: Peter Lang, S. 269–306.
- Hauser, Stefan / Luginbühl, Martin (Hg.) (2015): *Hybridisierung und Ausdifferenzierung. Kontrastive Perspektiven linguistischer Medienanalyse*. Bern etc.: Peter Lang.
- Hoffmann, Michael (2005): *Spielarten des journalistischen Porträtierens. Ein intramedialer Vergleich*. In: Lenk, Hartmut / Chesterman, Andrew (Hg.): *Presstextsorten im Vergleich – Contrasting Text Types in the Press*. Hildesheim: Georg Olms, S. 202–222.
- Klug, Nina-Maria (2018): *Wenn Schlüsseltexte Bilder sind. Aspekte von Intertextualität in Presse und öffentlichen Raum*. In: Pappert, Steffen / Michel, Sascha (Hg.): *Multimodale Kommunikation in öffentlichen Räumen*. Stuttgart: ibidem-Verlag, S. 109–131.
- Lenk, Hartmut (2005): *Form und Funktion von Kommentarüberschriften in deutschen-, finnischen- und englischsprachigen Tageszeitungen*. In: Lenk, Hartmut / Chesterman, Andrew (Hg.) (2005): *Presstextsorten im Vergleich – Contrasting Text Types in the Press*. Hildesheim: Georg Olms, S. 159–184.
- Lenk, Hartmut (2008): *Die Stimmen der Anderen. Die Presseschau des Deutschlandfunk und die Pressestimmen in der Berliner Zeitung im Vergleich*. In: Lüger, Heinz-Helmut / Lenk, Hartmut E. H. (Hg.): *Kontrastive Medienlinguistik*. Landau: Verlag Empirische Pädagogik, S. 359–382.
- Lenk, Hartmut E. H. (2017): *Und Ihr Kommentar zum Kommentar? Rezipientenäußerungen zu Presse- und Hörfunkkommentaren auf den Internet-Homepages von Sendeanstalten bzw. Tageszeitungen*. In: Bilut-Homplewicz, Zofia / Hanus, Anna / Mac, Agnieszka (Hg.) (2017a): *Medienlinguistik und interdisziplinäre Forschung 1. Textsortenfragen im medialen Umfeld*. Frankfurt a. M. etc.: Peter Lang, S. 135–149.

- Lenk, Hartmut E. H. (2019): *Auktoriales Selbstverständnis zwischen Instanz und Person: Kommentieren in der Tageszeitung und Kommentieren im Radio*. In: Giessen, Hans / Lenk, Hartmut E. H. / Tienken, Susanne / Tiittula, Liisa (Hg.) (2019a): *Medienkulturen – Multimodalität und Intermedialität*. Bern: Peter Lang, S. 341–360.
- Lenk, Hartmut E. H. / Chesterman, Andrew (Hg.) (2005): *Presstextsorten im Vergleich – Contrasting Text Types in the Press*. Hildesheim / Zürich / New York: Georg Olms.
- Lüger, Heinz-Helmut / Lenk, Hartmut E. H. (Hg.) (2008): *Kontrastive Medienlinguistik*. Landau: Verlag Empirische Pädagogik.
- Luginbühl, Martin (2012): *I felt glass windows of my parents' apartment shaking. Ein intermedialer und interkultureller Vergleich zur Inszenierung von Nähe in Zeitungsberichten und Fernseh-Korrespondentenberichten*. In: Grösslinger, Christian / Held, Gudrun / Stöckl, Hartmut (Hg.): *Presstextsorten jenseits der ‚News‘ Medienlinguistische Perspektiven auf journalistische Kreativität*. Frankfurt a. M.: Peter Lang, S. 249–264.
- Luginbühl, Martin (2016): *Nutzergenerierte Inhalte in Zeitungen: „Bürgerjournalismus oder „Billigcontent“*. In: Baechler, Coline / Eckkrammer, Eva Martha / Müller-Lancé, Johannes / Thaler, Verena (2016): *Medienlinguistik 3.0 – Formen und Wirkung von Textsorten im Zeitalter des Social Web*. Berlin: Frank & Timme, S. 157–177.
- Luginbühl, Martin (2019): *Sprache und Kultur in der Kontrastiven Medienlinguistik. Vom Ländervergleich zur Analyse kulturell verdichteter Praktiken*. In: Giessen, Hans / Lenk, Hartmut E. H. / Tienken, Susanne / Tiittula, Liisa (Hg.) (2019a): *Medienkulturen – Multimodalität und Intermedialität*. Bern: Peter Lang, S. 23–52.
- Luginbühl, Martin / Hauser, Stefan (Hg.) (2010): *MedienTextKultur. Linguistische Beiträge zur kontrastiven Medienanalyse*. Landau: Verlag Empirische Pädagogik.
- Luginbühl, Martin / Scarvaglieri, Claudio (2018): *Diskursive Interdependenz im Abstimmungskampf. Die Plakate der Schweizerischen Volkspartei (SVP) und ihre Verarbeitung in verschiedenen Kommunikationsbereichen*. In: Pappert, Steffen / Michel, Sascha (Hg.): *Multimodale Kommunikation in öffentlichen Räumen*. Stuttgart: ibidem-Verlag, S. 159–186.
- Mac, Agnieszka (2017): *Interdisziplinäre Analyseperspektiven auf multimodale (Medien)Texte am Beispiel von Fernsehnachrichten*. In: Bilut-Homplewicz, Zofia / Hanus, Anna / Lüger, Heinz-Helmut / Mac, Agnieszka (Hg.): *Medienlinguistik und interdisziplinäre Forschung II. Kontrastive Ansätze im medial geprägten Kontext*. Frankfurt a. M. etc.: Peter Lang, S. 81–115.
- Meer, Dorothee (2021): *Hybridisierung und Ausdifferenzierung durch die Hypermedien – Osmotische Werbung und Medienwandel am Beispiel alter und neuer Textsorten*. In: Tienken, Susanne / Hauser, Stefan / Lenk, Hartmut E. H. / Luginbühl, Martin (Hg.): *Methoden kontrastiver Medienlinguistik*. Bern etc.: Peter Lang, S. 241–257.
- Meier-Vieracker, Simon (2021): *Diskurs und Metadiskurs – Korpuslinguistische Zugänge zu einer kontrastiven Medienlinguistik des Gerüchts*. In: Tienken, Susanne / Hauser, Stefan / Lenk, Hartmut E. H. / Luginbühl, Martin (Hg.): *Methoden kontrastiver Medienlinguistik*. Bern: Peter Lang, S. 17–38.
- Möller-Kiero, Jana (2008): *Text und Medium. Deutsche und finnische Immobilienanzeigen im Vergleich*. In: Lüger, Heinz-Helmut / Lenk, Hartmut E. H. (Hg.): *Kontrastive Medienlinguistik*. Landau: Verlag Empirische Pädagogik, S. 383–406.
- Müller-Lancé, Johannes (2015): *Leserbriefe in Trendsportmagazinen: Beobachtungen zur Ausdifferenzierung einer Textsorte*. In: Hauser, Stefan/Luginbühl, Martin (Hg.) (2015a): *Hybridisierung und Ausdifferenzierung. Kontrastive Perspektiven linguistischer Medienanalyse*. Bern etc.: Peter Lang, S. 321–341.

- Müller-Lancé, Johannes (2016): *Trendsportmagazine in Deutschland und Frankreich. Eine medienlinguistische Analyse*. Landau: Verlag Empirische Pädagogik.
- Müller-Lancé, Johannes (2019): *Sportlerszenen als Medienkulturen? Intermediale und transmediale Verfahren der Inszenierung kollektiver Identitäten in Trendsportmagazinen*. In: Giessen, Hans / Lenk, Hartmut E. H. / Tienken, Susanne / Tiittula, Liisa (Hg.) (2019a): *Medienkulturen – Multimodalität und Intermedialität*. Bern: Peter Lang, S. 99–112.
- Opiłowski, Roman (2018): *Kommunikative Komplexität in der Gestaltung von Media Linguistic Landscapes. Strategien – Inhalte – Funktionen*. In: *Orbis Linguarum*, Bd. 49, S. 559–571.
- Opiłowski, Roman (2019a): *Thematische Felder in deutschen und polnischen Online-Kommentaren zum Terroranschlag in Nizza im Juli 2016*. In: Hauser, Stefan / Opiłowski, Roman / Wyss Eva Lia (Hg.) (2019): *Alternative Öffentlichkeiten. Soziale Medien zwischen Partizipation, Sharing und Vergemeinschaftung*. Bielefeld: transcript, S. 237–268.
- Opiłowski, Roman (2024a): *Kontrastive Medienlinguistik. Multimodale Kommunikation, Analysemethoden, Forschungsfelder*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
- Opiłowski, Roman (2024b): *Das medienlinguistische Kontrastieren. Zur Forschungsentwicklung von kontrastiven Analysen von Texten in Fernsehen, Presse, Internet und Stadt als öffentlichem Raum*. In: *tekst i dyskurs – text und diskurs*, vol. 18, S. 7–37.
- Opiłowski, Roman / Lenk, Hartmut E. H. / Mikołajczyk, Beata / Rentel, Nadine (Hg.) (2025): *Argumentation, Persuasion und Manipulation in Medientexten und -diskursen. Beiträge zur kontrastiven Medienlinguistik*. Göttingen: V&R unipress.
- Pick, Ina (2021): *Patientenplanung und -dokumentation: schriftlich, mündlich, analog, digital. Methodische Zugänge zur Interdependenz von kommunikativem Handeln und Medialität*. In: Tienken, Susanne / Hauser, Stefan / Lenk, Hartmut E. H. / Luginbühl, Martin (Hg.): *Methoden kontrastiver Medienlinguistik*. Bern: Peter Lang, S. 179–194.
- Rajewsky, Irina O. (2002): *Intermedialität*. Tübingen, Basel: Francke.
- Rentel, Nadine (2012): *Bewertende Sprachhandlungen in Online-Opernkritiken. Eine deutsch-französische Kontraststudie*. In: Grösslinger, Christian / Held, Gudrun / Stöckl, Hartmut (Hg.): *Presstextsorten jenseits der ‚News‘. Medienlinguistische Perspektiven auf journalistische Kreativität*. Frankfurt a. M.: Peter Lang, S. 107–121.
- Rentel, Nadine (2017): *Das kommunikative Aushandeln des Expertenstatus in Diskussionsforen der Medizin – ein deutsch-französischer Vergleich*. In: Bilut-Homplewicz, Zofia / Hanus, Anna / Lüger, Heinz-Helmut / Mac, Agnieszka (Hg.): *Medienlinguistik und interdisziplinäre Forschung II. Kontrastive Ansätze im medial geprägten Kontext*. Frankfurt a. M. etc.: Peter Lang, S. 131–151.
- Rentel, Nadine (2019): *Unterhalten und Aufklären mit Hilfe von Fallbeispielen und Furchtappellen in der Online-Gesundheitskommunikation – dargestellt am Beispiel des Deutschen und des Französischen*. In: Giessen, Hans / Lenk, Hartmut E. H. / Tienken, Susanne / Tiittula, Liisa (Hg.) (2019a): *Medienkulturen – Multimodalität und Intermedialität*. Bern: Peter Lang, S. 53–75.
- Reershemius, Gertrud / Ziegler, Evelyn (2021): *Soziolinguistische Perspektiven auf Praktiken des Semiotic Landscaping in Zeiten der Coronavirus-Pandemie. Ein Stadt-Land-Vergleich*. In: *Linguistik online* 110, Heft 5, S. 259–292, <https://doi.org/10.13092/lo.110.8146>.
- Rothkegel, Annelly (2015): *Themenelaboration im Endlostext. Vom Mustermix zur Musterauflösung*. In: Hauser, Stefan / Luginbühl, Martin (Hg.): *Hybridisierung und Ausdifferenzierung. Kontrastive Perspektiven linguistischer Medienanalyse*. Bern etc.: Peter Lang, S. 343–365.
- Santulli, Francesca (2008): *Wie Wissenschaft zur Nachricht wird. Eine kontrastive Analyse*. In: Lüger, Heinz-Helmut / Lenk, Hartmut E. H. (Hg.): *Kontrastive Medienlinguistik*. Landau: Verlag Empirische Pädagogik, S. 173–186.

- Schneider, Jan Georg / Stöckl, Hartmut (2011): *Medientheorien und Multimodalität: Zur Einführung*. In: Schneider, Jan Georg / Stöckl, Hartmut (Hg.) (2011a): *Medientheorien und Multimodalität. Ein TV-Werbespot – Sieben methodische Beschreibungsansätze*. Köln: Herbert von Haalem, S. 10–44.
- Schwarzl, Anja (2015): *Print – Online – App – Mobil: Die Ausdifferenzierung des Zeitungsberichts am Beispiel der Salzburger Nachrichten*. In: Hauser, Stefan / Luginbühl, Martin (Hg.): *Hybridisierung und Ausdifferenzierung. Kontrastive Perspektiven linguistischer Medienanalyse*. Bern etc.: Peter Lang, S. 367–390.
- Schwarzl, Anja (2021): *Von Sherlock Holmes bis Sherlockology – Adaptierung, Modernisierung und Multidimensionalität*. In: Tienken, Susanne / Hauser, Stefan / Lenk, Hartmut E. H. / Luginbühl, Martin (Hg.): *Methoden kontrastiver Medienlinguistik*. Bern: Peter Lang, S. 163–177.
- Smulczyński, Michał (2018): *27:1. Der internationale Online-Diskurs zur Wahl des Präsidenten des Europäischen Rates*. In: Antos, Gerd / Opilowski, Roman / Jarosz, Józef (Hg.): *Online-Diskurse im interkulturellen Gefüge. Wissenstransfer, Öffentlichkeiten, Textsorten*. Berlin: Peter Lang, S. 271–288.
- Smulczyński, Michał (2021): *Multimedial-kontrastive Methoden der Analyse von Live-Tickern – am Beispiel der deutschen, dänischen und polnischen Online-Berichte über das Treffen von Donald Trump und Kim Jong-Un*. In: Tienken, Susanne / Hauser, Stefan / Lenk, Hartmut E. H. / Luginbühl, Martin (Hg.): *Methoden kontrastiver Medienlinguistik*. Bern: Peter Lang, S. 109–126.
- Stein, Stephan (2008): *Intermedialer Textsortenvergleich. Grundlagen, Methoden und exemplarische Analyse*. In: Lüger, Heinz-Helmut / Lenk, Hartmut E. H. (Hg.): *Kontrastive Medienlinguistik*. Landau: Verlag Empirische Pädagogik, S. 425–450.
- Stöckl, Hartmut (2010): *Textsortenentwicklung und Textverstehen als Metamorphosen. Am Beispiel der Werbung*. In: Stöckl, Hartmut (Hg.): *Mediale Transkodierungen. Metamorphosen zwischen Sprache, Bild und Ton*. Heidelberg: Winter, S. 145–172.
- Tienken, Susanne / Hauser, Stefan / Lenk, Hartmut E. H. / Luginbühl, Martin (Hg.) (2021): *Methoden kontrastiver Medienlinguistik*. Bern: Peter Lang.
- Waliszewska, Karolina (2021): *Ein multiperspektivischer Vergleich der Textsorte ‚Restaurantkritik‘ im digitalmedialen kulinarischen deutschen und polnischen Diskurs*. In: Tienken, Susanne / Hauser, Stefan / Lenk, Hartmut E. H. / Luginbühl, Martin (Hg.): *Methoden kontrastiver Medienlinguistik*. Bern: Peter Lang, S. 127–143.

Univ.-Prof. Dr. habil. Roman Opilowski

Universität Wrocław

Institut für Germanistik

Forschungsstelle für Medienlinguistik

pl. Nankiera 15b

PL 50-140 Wrocław

E-Mail: roman.opilowski@uwr.edu.pl

ORCID: 0000-0002-0104-7527

Zur Person: Roman Opilowski promovierte 2005 an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg. Die Habilitation erfolgte 2016 an der Universität Wrocław zum Thema „Der multimodale Text aus kontrastiver Sicht. Textdesign und Sprache-Bild-Beziehung in deutschen und polnischen Presstexten“. Zurzeit arbeitet Roman Opilowski als assoziierter Professor und Leiter der Forschungsstelle für Medienlinguistik am Institut für Germanistik an der Universität Wrocław. Zuletzt hat er die Monografie „Kontrastive Medienlinguistik. Multimodale Kommunikation, Analysemethoden, Forschungsfelder“ (2024, Franz Steiner Verlag) veröffentlicht. Er war mehrmaliger Stipendiat des DAAD, der Landesregierung Sachsen-Anhalt und der Hermann-Niermann-Stiftung an der Universität Würzburg. Er hat als Leiter, Koordinator und Mitarbeiter an einigen Landes- und EU-Projekten wie MNiSW, IDUB, FWPN, PNFN, POWER II, INTERREG und DARIAH teilgenommen. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören Text-, Diskurs- und Medienlinguistik aus kontrastiver Sicht, Multimodalität, mediale Sprachlandschaften im öffentlichen Raum und Werbekommunikation.

Sprachkommunikation im Unterricht und Beruf

Selbstbeobachtung und -evaluation als didaktisch-methodische Tools zur Entwicklung von Reflexionsfähigkeit als Bestandteil der Redekompetenz

Einblicke in die DaF-Unterrichtspraxis

BEATA GRZESZCZAKOWSKA-PAWLIKOWSKA

Self-reflection and self-evaluation as didactic tools in the development of oral skills
Insights from the GFL classroom

Kurzfassung: Rhetorische Redekompetenz ist ein wesentlicher Bestandteil der akademischen und beruflichen Kompetenz. Die Fähigkeit zu präsentieren ist jedoch keine Selbstverständlichkeit und sollte daher gezielt vermittelt und trainiert werden. Dies gilt umso mehr, als das Sprechen vor einem Publikum sowohl für Muttersprachler*innen als auch für Nicht-Muttersprachler*innen eine erhebliche kommunikative Herausforderung darstellt. Ein Redetraining erfordert unter anderem die Fähigkeit, das eigene Sprechverhalten, dessen Wahrnehmung und Interpretation durch andere sowie mögliche Ursachen von Kommunikationsproblemen zu reflektieren. Genau dieser Aspekt steht im Mittelpunkt des vorliegenden Beitrags, der Einblicke in die Praxis der Vermittlung mündlicher Präsentationsfähigkeiten bietet. Am Beispiel von studentischen Präsentationen in der Fremdsprache Deutsch wird gezeigt, wie Selbstbeobachtung und Selbstevaluation als didaktische Instrumente zur Vermittlung von Präsentationsfähigkeiten eingesetzt werden können. Anschließend werden mögliche Chancen und Herausforderungen dieser didaktischen Methoden diskutiert.

Schlagworte: Präsentationsfähigkeiten; akademische und berufliche Kompetenz; Sprechtraining; Selbstbeobachtung und Selbstevaluation

Abstract: Oral presentation skills is an essential part of academic and professional competence. However, the ability to present is not a given per se and should therefore be taught and trained. This is all the more true because speaking in front of an audience is a major communicative challenge for both native and non-native speakers. Speech training requires, among other things, the development of the ability to reflect on one's own speaking behaviour, its perception and interpretation by others and, if necessary, the causes of possible communication problems. It is precisely this aspect that is the focus of this article, which offers an insight into the practice of teaching oral presentation skills. Using the example of student presentations in German as a foreign language, it is shown how self-ob-

servation and self-evaluation can be used as didactic tools for teaching presentation skills. Possible opportunities and challenges of these didactic methods will then be discussed.

Keywords: presentation skills, academic and professional competence, oral skills training (practice), self-observation und -evaluation

1. Einleitung

Rhetorische Redekompetenz ist unbestritten ein wesentlicher Bestandteil der beruflichen Handlungskompetenz. Präsentationen in jeglicher Form gehören heutzutage zum Arbeitsalltag in verschiedenen Berufskontexten. Die Fähigkeit zum Präsentieren ist allerdings nicht per se gegeben. Das Auftreten vor einem Publikum scheint häufig vielmehr eine große kommunikative Herausforderung zu sein, der sowohl muttersprachliche als auch nicht-muttersprachliche Vortragende gerecht werden müssen. Mögliche Schwierigkeiten, mit denen man konfrontiert wird, lassen sich auf zahlreiche, etwa stimmlich-sprecherische, sprachlich-kognitive, emotionale wie auch körperliche Faktoren zurückführen.

Im Hinblick darauf setzt Reden zu anderen eine gezielte Vorbereitung voraus, damit einzelne Aspekte systematisch herausgearbeitet und im nächsten Schritt in ihrer Komplexität trainiert werden können. Entscheidend für den kommunikativen Erfolg einer Präsentation sind allgemein solche rhetorischen Kategorien wie Hörer*innenorientierung, Wirkung oder aber auch Verständlichkeit. Eine wesentliche Komponente eines jeden Redetrainings ist nicht zuletzt die Entwicklung der Fähigkeit zur Reflexion über das eigene Sprechhandeln, dessen Wahrnehmung und Interpretation durch andere sowie mögliche Ursachen von Kommunikationsstörungen. Genau dieser Aspekt rückt in den Fokus des vorliegenden Beitrags. Im Weiteren soll am Beispiel der Fremdsprache Deutsch beleuchtet werden, wie sich eine videogestützte Selbstbeobachtung und -evaluation als didaktisch-methodische Tools zur Entwicklung von Reflexionsfähigkeit als Bestandteil von Redekompetenz einsetzen lassen. Anschließend daran werden konkrete Chancen und Herausforderungen dieser Vorgehensweise diskutiert. Die darauffolgenden Ausführungen beginnen mit zusammenfassenden Erläuterungen zu einer kompetenzorientierten Arbeit an rhetorischen Fähigkeiten.

2. Vermittlung rhetorischer Redekompetenz

Mit Redekompetenz ist speziell die Fähigkeit gemeint, „handelnd das [kommunikative, BGP] Ziel durch die Rede [zu] erreichen“ (Barthel 2007: 230). Rede selbst wird, dem dialogischen Grundverständnis der zwischenmenschlichen Kommunikation zufolge, als „virtuell-dialogische Verständigungshandlung eines Redners für meist meh-

rere Hörer mit dem Ziel, etwas zur gemeinsamen Sache zu machen, um gemeinsames (mentales oder reales) Handeln zu ermöglichen“ (Meyer 2016: 121) aufgefasst.

Die virtuelle Dialogizität der Rederhetorik setzt zunächst eine gezielte Umsetzung der Kategorie der Hörer*innenorientierung voraus. Dies erfolgt optimalerweise durch die sprecher*innenseitige Fokussierung auf die Zuhörenden mittels des Sprachgebrauchs sowie des Einsatzes von Stimme und/oder Körpersignalen. Zudem sind bereits in der Vorbereitungsphase mögliche Fragen und Positionen des Publikums zu berücksichtigen, was der Auffassung von Rede als virtuellem Dialog schlechthin entspricht. Der beim Reden zu anderen anzustrebende Hörer*innenbezug wird in der rhetorischen Redepraxis häufig als eines der möglichen Bewertungskriterien herangezogen (vgl. z. B. Lemke 2006: 190 ff.). Eine weitere, grundlegende Kategorie ist der ursprünglich in der antiken Rhetorik thematisierte Wirkungsaspekt bzw. Persuasion als „Prozess der gerichteten, intentionalen Einstellungsänderung“ (Till 2015: 7). Von großer kommunikativer Relevanz ist hier vor allem die Frage, welche konkreten Wirkungen mit Hilfe von welchen Sprach- bzw. para- und/oder nonverbalen Ausdrucksmitteln jeweils ausgelöst werden. Im Fall des Präsentierens in beruflichen Kontexten etwa sachlich-kompetent wäre diesbezüglich bereits in der Trainingsphase jeweils zu erläutern, aufgrund welcher Zeichen bzw. ihrer Verknüpfungen man auf potenzielle Zuhörer*innen sachkompetent, kooperativ, engagiert oder zielbewusst wirkt.

Eine wesentliche Voraussetzung für eine wirkungsvolle Präsentation ist nicht zuletzt die Sicherung von Verständlichkeit. In rhetorischen Sprechsituationen kommt es dabei auf das Zusammenwirken verschiedener Dimensionen an: die phonetische Qualität der gesprochenen Sprache, die situativ und hörer*innenangemessene sprachlich-semantische Qualität und Quantität von Informationen sowie die Akzeptabilität einer Äußerung aus Sicht der Rezipient*innen (vgl. Bose et al. 2009: 24 f.). All die hier besprochenen Kategorien – Hörer*innenorientierung, Wirkung und Verständlichkeit – werden im Vollzug von Mündlichkeit jeweils auf unterschiedlichen Ebenen, nämlich auf der Ebene der Sprache und der inhaltlichen (sach- bzw. fachlichen) Argumentation, des Sprech- und Körperausdrucks gleichzeitig konstituiert. Zur Beeinträchtigung von Verständlichkeit kann es dabei etwa allein aufgrund unangemessener Anwendung nonverbaler, weitgehend kulturspezifischer Kommunikationssignale kommen. Nicht ohne Bedeutung ist beim Reden zu anderen schließlich die Vermittlung von Sicherheit, Glaubwürdigkeit und Engagement, die ebenfalls auf den oben genannten Ebenen zum Tragen kommen (vgl. z. B. Pabst-Weinschenk 2009: 230 ff.; Böhringer et al. 2007: 27).

Vor diesem Hintergrund stellt die Vorbereitung auf eine Präsentation insgesamt einen zeit- und energieaufwendigen Prozess dar, in dem jeweils einige Redestadien bzw. -phasen, etwa im Sinne der antiken Rhetorik – *inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *memoria*, *actio* und *pronuntiatio* (vgl. z. B. Schirren 2008: 620 ff.) – systematisch durchlaufen werden müssen. In der rhetorischen Redepraxis erfahren diese einzelnen Arbeitsschritte möglicherweise noch weitere Präzisierung unter anderem in der Si-

tuationsanalyse und Zielformulierung, Stoffsammlung und -auswahl, ferner auch im Vornehmen von Ergänzungen, ggf. Streichungen sowie in der Schaffung möglicher Übergänge zwischen den einzelnen Redeteilen und in der Erarbeitung von Manuskript bzw. Stichwortkonzept (vgl. z. B. Meyer 2016: 124 f.). In der modernen Sprache der Kompetenzen handelt es sich diesbezüglich um den Erwerb konkreten Wissens, darunter über Redegattungen, Recherchetechniken und über die Funktion von Stilmitteln, sowie um den Erwerb konkreter Fähigkeiten, etwa zum freien Sprechen, zum Einsatz verschiedener Performanztechniken wie eben auch zur kritischen Reflexivität (vgl. Barthel 2007: 231 f.).

In konzeptioneller wie auch didaktisch-methodischer Hinsicht setzt jedes Rhetoriktraining eine durchdachte Gestaltung unter Berücksichtigung bestimmter gruppenpezifischer bzw. individueller Zielsetzungen voraus. Im Kontext des Fremdsprachenlehrens und -lernens etwa ist die Entwicklung von Automatismen in Sprechproduktions- bzw. Sprechdenkprozessen besonders zu berücksichtigen. Ihr ungestörter Ablauf wirkt sich unmittelbar auf die Sprechflüssigkeit positiv aus und begünstigt zugleich freies Sprechen, das wiederum weitgehend die Herstellung des Hörer*innenbezugs sichert (vgl. auch Grzeszczakowska-Pawlikowska 2016). In einem kompetenzorientierten Redetraining ist beispielsweise eine solche didaktisch-methodische Modellierung denkbar, die folgende Arbeitsschritte umfasst: (1) die Bewusstmachung von Relevanz rhetorischer Redekompetenz für sozial-kommunikatives Handeln; (2) das Reflektieren über fremdes Sprechhandeln und -verhalten – also Fremdbeobachtung; (3) die Erarbeitung der Kategorien individuellen Wirkungsstils – des Denk-, Sprach-, Sprechstils und der Schauform, die entsprechend auf der Argumentations- und Sprachebene sowie auf der Ebene des Sprech- und Körperausdrucks jeweils umgesetzt werden; (4) die Vorbereitung des Vortrags und die eigentliche Performanz sowie (5) das Feedback von Seiten der Zuhörenden und die Selbstbeobachtung/-reflexion eigenen Sprechverhaltens (ausführlicher siehe dazu Grzeszczakowska-Pawlikowska 2024).

Die Notwendigkeit einer gezielten Entwicklung der Fähigkeit zur bewussten Reflexion über das fremde und eigene Handeln und Verhalten soll an dieser Stelle besonders hervorgehoben werden. Diese Fähigkeit ermöglicht nämlich zum einen ein besseres Verstehen rhetorischer Prozesse sowie kommunikativer Wirkungen, die in den konkreten Sprechsituationen ausgelöst werden, zum anderen eine ständige Optimierung eigener Präsentationsfähigkeiten. Im Weiteren soll deshalb, wie bereits einleitend angedeutet, näher beleuchtet werden, wie Reflexionsfähigkeit durch den Einsatz von Selbstbeobachtung und -evaluation als didaktisch-methodische Tools entwickelt werden kann.

3. Selbstbeobachtung und -evaluation als didaktisch-methodische Tools zur Entwicklung von Redekompetenz

3.1 Selbstbeobachtung und -evaluation – Begriffsbestimmung und Anwendung bei der Entwicklung von Reflexionsfähigkeit als Bestandteil der Redekompetenz

Selbstbeobachtung (*self-observation*) ist eine methodische Vorgehensweise, die vor allem im Bereich der Psychologie und in der empirischen Sozialforschung Anwendung findet. In den psychologischen Zusammenhängen ist mit Selbstbeobachtung (auch: Introspektion bzw. Erlebnisbeobachtung) als spezieller Form der Beobachtungen¹ „die bewusst auf seelische Vorgänge und Zustände gerichtete Aufmerksamkeit“² gemeint – diese dient zur Feststellung und Beschreibung verschiedener Phasen des Ablaufs psychischer Vorgänge sowie der Mannigfaltigkeit von Inhalten und gilt etwa in der Psychotherapie als wichtige Datenquelle für die Problemanalyse (vgl. ebd.) (siehe u. a. auch Benetka/Slunecko 2021). Fremdbeobachtung (auch: Verhaltensbeobachtung) hingegen sei auf das Verhalten von menschlichen Individuen oder Gruppen von Individuen gerichtet³ (vgl. auch z. B. Hautzinger 2022: 201–204). In der empirischen Sozialforschung wird wiederum unter wissenschaftlicher Beobachtung allgemein „die zielgerichtete, systematische und regelgeleitete Erfassung, Dokumentation und Interpretation von Merkmalen, Ereignissen oder Verhaltensweisen mithilfe menschlicher Sinnesorgane und/oder technischer Sensoren zum Zeitpunkt ihres Auftretens“ (Döring: 2023: 323) verstanden. Zur Erfassung von Selbstbeobachtungen werden dabei mündliche und schriftliche Befragungsmethoden, darunter biografisches Interview, Persönlichkeitstest, lautes Denken oder Tagebuchmethode herangezogen (vgl. Döring 2023: 328; ausführlicher dazu auch Döring ebd., S. 323–352; Krotz 1999; PEARL Projekt-Team⁴).

Bei Selbstevaluation (*self-evaluation*, auch *self-assessment*) handelt es sich um ein breit angesiedeltes Konzept, hinter dem je nach dem Verwendungskontext unterschiedliche Vorstellungen stecken können, etwa in der Psychologie – „das Bild, dass sich ein Individuum von sich selbst macht“ (Veličková 2019: 20), in der Pädagogik – „eine bestimmte metakognitive Lernstrategie (...), die ein integraler Bestandteil des selbstgesteuerten (*self-directive learning*) und selbstregulierten (*self-regulated learning*) Lernens“ (ebd.) und somit „eine wichtige Bedingung für lernerzentriertes Lernen“ (ebd.) ist oder aber „eine Fähigkeit [...] bzw. eine Kompetenz“ (ebd.). Nicht zuletzt wird Selbstevaluation in der Fremdsprachenpädagogik als „grundlegende[r] Baustein

1 <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/beobachtung> [Letzter Zugriff am 1.11.2024].

2 <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/selbstbeobachtung#search=238234ef2b06ed93cf2ef5aa108e5801&offset=0>

3 <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/beobachtung> [Letzter Zugriff am 1.11.2024].

4 https://www.uibk.ac.at/projects/pearl/downloads/toolbox_1.pdf [Letzter Zugriff am 1.11.2024].

der Lernerautonomie“ (S. 21) aufgefasst (ausführlicher dazu ebenfalls im Kontext des Europäischen Sprachenportfolios vgl. ebd., S. 20f.).⁵

Fremd- bzw. Selbstbeobachtung und Selbstevaluation werden als didaktisch-methodische Vorgehensweisen in der rhetorischen Ratgeber- bzw. Fachliteratur zur Entwicklung von Redekompetenz empfohlen. So gelten Beobachtung und Eigenkontrolle, aber auch Bewusstmachung mündlicher Kommunikation beispielsweise nach Allhoff/Allhoff (2010: 27) als Lernziele angewandter Rhetorik. In diesem Sinne soll ein Rhetoriktraining unter anderem „das Beobachten der eigenen Körpersprache ermöglichen, vor allem um sog. falsche rhetorische Signale vermeiden zu lernen“ (ebd., S. 26). Dazu dienen etwa Beobachtungsbögen, mithilfe derer die Studierenden lernen können, „möglichst viele nonverbale Signale bewusst wahrzunehmen und zu gewichten, d. h. von einem bloß intuitiven Eindruck zu einer fundierten Beurteilung einer Sprechleistung zu kommen“ (ebd., S. 55). Dabei soll der Selbstbeobachtung bzw. Selbstwahrnehmung die Beobachtung von anderen Sprecher*innen, also die Fremdbeobachtung, vorausgehen, die erst als solche angemessenes eigenes Verhalten ermöglichen (vgl. ebd., S. 30 u. 38). Die Beobachtung fremden Verhaltens ist also als Vorstufe für die spätere Selbstkontrolle in ein Redetraining gezielt mit einzubeziehen (vgl. ebd., S. 55). Beobachtung und Evaluation werden als Mittel der Analyse von rhetorischen Prozessen ebenfalls von Neuber (2016) problematisiert. Zur Erfassung der jeweiligen Beobachtungen lassen sich auch nach ihm unterschiedliche Beobachtungsbögen einsetzen, etwa mit vorgegebenen Kriterien bzw. Fragen, die von den Beobachtenden verbal beantwortet werden, bzw. mit Multiple-Choice-Vorgaben. Als Vorteil einer kriteriengeleiteten Beobachtung gilt nach Neuber die Möglichkeit der Intersubjektivierung sowie Anonymisierung der Ergebnisse – in diesem Fall werden die Meinungsäußerungen nicht durch das Hören anderer Teilnehmer*innenmeinungen beeinflusst. Als möglicher Nachteil ist dagegen die Fokussierung der Aufmerksamkeit von Beobachtenden auf die vorgegebenen Kriterien zu betrachten, „auch wenn diese vielleicht nicht oder nur teilweise für die Rezeption und Beurteilung des beobachteten rhetorischen Ereignisses verantwortlich waren“ (ebd., S. 112).

Über den Einsatz videobasierter Fremd- bzw. Selbstbeobachtung und Selbstevaluation wird mittlerweile in zahlreichen Fachpublikationen zur Vermittlung bzw. zum Erwerb von Präsentationskompetenzen in der englischen Sprache (als L1 oder L2) berichtet. Diesbezüglich wird unter anderem auf die positive Rolle von Selbstbeurteilung bei der Vorbereitung von weiteren bzw. wiederholten Präsentationen hingewiesen: „all ge-

⁵ Zur (Selbst-)Evaluation im Bereich der Bildung bzw. der empirischen Bildungsforschung, worauf an dieser Stelle aus Platzgründen nicht eingegangen werden kann, vgl. z. B. Dorner (2010, 72–72); Döring (2023: 953 u. 965), Kromrey (2005), Jäger (2016), König (2020), auch <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/evaluation> [Letzter Zugriff am 1.11.2024], <https://www.developpement-scolaire.lu/dds-resources/selbstevaluation-definition-prinzipien-ziele/> [Letzter Zugriff am 1.11.2024] <https://www.selbstevaluation.de> [Letzter Zugriff am 1.11.2024].

neral categories assessed (content, organization, and delivery), specifically the context explanations were better, timing was more accurate, and the students [...] showed more improved [sic!] in their speaking style“ (Ritchie 2018: 218). Auch bei fehlender Übereinstimmung zwischen dem Feedback des/der Lehrenden, das sich übrigens bei Ritchie als meist hilfreich erwies, bzw. dem von anderen Kursteilnehmer*innen und der Selbstbewertung wird die Kombination von diesen drei Bewertungsmethoden nach ihm als durchaus ergiebig eingeschätzt (vgl. ebd., S. 218f.). Zudem ist der zusätzliche Zeitaufwand auf Seiten der Studierenden „to watch themselves“ (ebd., S. 220) aus ihrer Perspektive „clearly worthwhile in improving their presentation skills“ (ebd.). Von Nützlichkeit der Videoaufzeichnungen in demselben Zusammenhang sprechen ebenfalls Khalifa Tailab/Marsh (2020: 17): „the use of video recordings has been found [...] to be an effective technique to help students evaluate and improve their oral presentation skills“. Dabei bestätigen sie eine positive Einstellung der meisten von ihnen befragten Studierenden zur Nutzung von Videoaufnahmen und zu einer kriteriengeleiteten Selbstevaluation (vgl. ebd., S. 20). Selbstbeobachtung und -evaluation steigerten in dem von ihnen untersuchten Fall insgesamt die Bewusstheit der Studierenden bezüglich ihrer Präsentationsfähigkeiten: „Students will be able to perform better in the future because they will have been made aware of which oral presentation skills they need to be developed“ (ebd., S. 23; vgl. auch Yamkate/Intrata 2012). Zugleich wird aber auch die unzureichend entwickelte Fähigkeit der Studierenden zum Evaluieren eigener Präsentationen thematisiert (vgl. z. B. Thienpermpool 2021: 183; Ritchie 2018: 207f. und 218).

Die Nutzung videobasierter Fremd-/Selbstbeobachtung und Selbstevaluation als Vorgehensweise zur Vermittlung rhetorischer Redekompetenz wird im Hinblick auf die Fremdsprache Deutsch etwa bei Sawczyk-Gorąca (2020) und Kic-Drgas (2018) diskutiert. So ist nach Sawczyk-Gorąca etwa im Hinblick auf die oben erwähnte Diskrepanz zwischen der Selbstbewertung der Studierenden und ihrer Bewertung durch andere Mitstudierende, ein gezieltes Feedback von Seiten der Lehrperson durchaus zu empfehlen (vgl. S. 157).

3.2 Einblicke in eigene DaF-Unterrichtspraxis

*Rhetorik-Training (Zeitraum, Teilnehmer*innen, Lehrziele)*

Das Rhetoriktraining fand im Sommersemester 2024 (März-Juni) statt. Es umfasste 26 Unterrichtseinheiten (à 45 Minuten). Die Teilnehmer*innen waren Deutschstudierende – 26 Germanistikstudierende und 36 Studierende des Faches *Linguistik for Business* (L4B). Zum Startpunkt der Lehrveranstaltung beherrschten sie Deutsch auf dem Niveau B2+ und verfügten darüber hinaus über die Kenntnis des Englischen sowie ggf. zusätzlich weiterer Fremdsprachen. Im Einzelnen wurden im Kurs aufeinander aufbauend folgende Ziele verfolgt: (1) die Vermittlung theoretischer Grundlagen aus

dem Bereich der Rhetorik; (2) die Vorbereitung der Studierenden auf eine Präsentation sowie (3) die studentische Performanz und das Feedback, das von Mitstudierenden und der Kursleiterin (der Autorin des Beitrags) gegeben wurde. Während das Feedback von Seiten der Mitstudierenden direkt im Anschluss an die jeweilige Präsentation erfolgte, wurde die studentische Performanzleistung von der Kursleiterin erst nach dem Abschluss des gesamten Kurses in einem individuellen Gespräch bewertet. Ein integraler Teil des Trainings war schließlich die videogestützte Reflexion der Vortragenden über ihr eigenes rhetorisches Handeln in einer Redesituation im Sinne von Selbstbeobachtung und -evaluation.

Selbstbeobachtung und -evaluation – Beschreibung des Verfahrens

Zur Umsetzung des letztgenannten Kursziels wurden die jeweils im Seminarraum gehaltenen Präsentationen per Video aufgenommen. Dazu diente eine Digitalkamera (JVC, Modell GR-D20E) auf einem Stativ und ein externes Mikrofon (Rode Wireless Go II), das die Tonqualität sichern sollte. Von den 62 Kursteilnehmenden wurden Vorträge von 56 Studierenden aufgenommen – von 45 Studentinnen und 11 Studenten, von denen 49 Personen eine schriftliche Genehmigung zur Nutzung des Videomaterials für wissenschaftliche Zwecke mittels eines Online-Formulars (Forms) erteilten – 3 Personen erklärten sich allein mit der Nutzung eigener Videoaufnahmen zwecks Durchführung von Selbstbeobachtung und -evaluation einverstanden. Zur Erfassung studentischer Selbstbewertungen wurde von der Kursleiterin eine Online-Befragung konzipiert, die letztendlich 51 Personen ausfüllten – 42 Studentinnen und 9 Studenten. Bei den dabei erfragten Aspekten handelte es sich um rhetorische Kompetenz sowie relevante Präsentationskomponenten (Gliederung und Struktur, Sprache, para- und nonverbale Aspekte), Wirkung der Sprecher*innen auf Rezipient*innen, Hörer*innenorientierung, Stärken und mögliche Verbesserungspotenziale der Präsentation bzw. des Präsentierens, eigene Erfahrung der Studierenden mit der durchgeführten Selbstbeobachtung und -evaluation im Hinblick auf die berufliche Zukunft sowie allgemein ihre Einschätzung von Nützlichkeit rhetorischer Schulungen in der Fremdsprache Deutsch. Die Befragung umfasste sowohl geschlossene als auch offene Fragen. Im ersten Fall wurden die Befragten gebeten, einzelne Aspekte auf einer 6-Stufen-Skala zu beurteilen bzw. einzuschätzen, im zweiten Fall sollten sie die abgegebenen (skalierten) Urteile entsprechend verbal kommentieren bzw. auf weitere Fragen eine Antwort geben. Insgesamt gab es 28 Fragen. Für die Ausfüllung der Befragung wurde jeweils eine Woche Zeit nach dem Erhalt der Aufnahme mit der Präsentation vorgesehen. Der Link zur Befragung wurde von der Kursleiterin per E-Mail verschickt. In einer zusätzlichen Befragung wurden von ihr auch bestimmte lernbiografische und sprecherspezifische Daten erhoben. An dieser Befragungsrunde nahmen insgesamt 54 Personen teil – 44 Studentinnen und 10 Studenten.

Darstellung ausgewählter Befragungsergebnisse

Im Folgenden sollen Befragungsergebnisse zu einigen ausgewählten Schwerpunkten dargestellt werden. Damit soll das bereits oben erwähnte Ziel verfolgt werden, eine videobasierte Selbstbeobachtung und -eine fragengeleitete Selbstevaluation als mögliche didaktisch-methodische Tools zur Entwicklung von Reflexionsfähigkeit als Bestandteil der Redekompetenz näher zu beleuchten. Die quantitativ erhobenen Werte werden jeweils mit einigen ausgewählten verbalen Kommentaren der Studierenden exemplarisch illustriert⁶. Das gesamte Untersuchungsvorhaben hatte hauptsächlich einen qualitativen Charakter.

A. Selbsteinschätzung der Studierenden bzgl. Wirkung

Ihre eigene Wirkung auf Rezipient*innen bewerteten die Studierenden eher als positiv – 30 Personen (59 %) wählten auf einer Skala von 1 bis 6 die Werte von 4 bis 6, dabei sogar 2 Personen (4 %) den Wert 6, während keine von ihnen den Wert 1 wählte (siehe Diagramm 1):

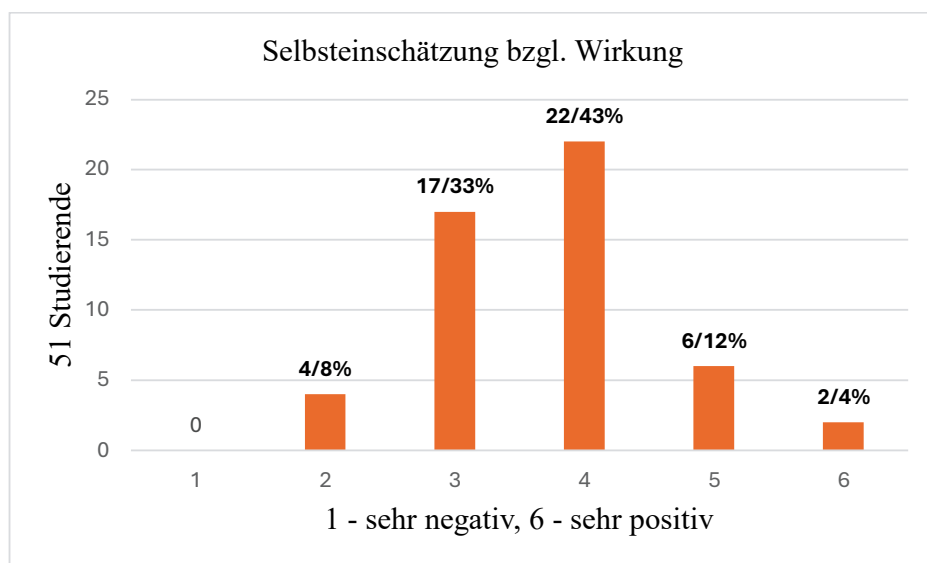


Diagramm 1 Selbsteinschätzung der Studierenden bzgl. Wirkung auf Rezipient*innen beim Präsentieren

⁶ Die erhobenen verbalen Kommentare der Studierenden werden im Wortlaut zitiert – die möglichen sprachlichen bzw. stilistischen Auffälligkeiten wurden von der Autorin des Beitrags absichtlich nicht verbessert.

Die Befragten begründeten ihre Urteile etwa mit folgenden verbalen Kommentaren:

- (1) Ich glaube, dass ich alle Informationen klar übermittelt habe. Ich habe ganz fließend, ohne Stocken gesprochen;
- (2) Ich glaube, dass meine Präsentation gut und interessant war. Ich habe frei gesprochen, machte auch kleine Fehler, aber ich glaube, dass sie nicht so störend waren;
- (3) Ich habe Lächeln im Gesicht und strahle positive Energie aus;
- (4) Ich habe dieses [positive, BGP] Gefühl, weil ich hörererorientiert war. Ich habe ein Thema vorgestellt, das für Lernende ziemlich interessant ist. Ich habe versucht, das Thema so darzustellen, dass das Publikum wusste, dass es uns alle betrifft, mich eingeschlossen (ich habe in der ersten Person Plural gesprochen). Meine Bewertung wäre höher gewesen, wenn meine Stimme nicht gezittert hätte und ich ein bisschen schneller und ohne unnötige Pausen gesprochen hätte;
- (5) Ich mache Fehler, weil ich gestresst bin, und es kommt vor, dass ich einfache Wörter vergesse oder verwechsle. Ich bin kritisch mit mir selbst;
- (6) Mein Blickkontakt mit dem Publikum war begrenzt und ich habe oft auf den Bildschirm geschaut. Außerdem gefällt mir meine Sprachmelodie nicht und ich könnte Pausen wie „yyy“ vermeiden.

*B. Selbstbeurteilung der Studierenden bzgl. Hörer*innenorientierung während des Präsentierens*

Ebenso im Hinblick auf die Hörer*innenorientierung beurteilten die Studierenden eigene sprecherische Leistung als eher positiv – 36 Personen (70 %) bezeichneten ihre Präsentation bzw. ihren Präsentationsstil als eher bis durchaus hörererorientiert, demgegenüber entschieden sich lediglich 15 Befragte (30 %) für die Werte 2 und 3 (siehe Diagramm 2).

Folgende verbale Kommentare wurden als Begründungen zu den auf der Skala eingetragenen Werten abgegeben:

- (1) Ich versuche, mit den Zuhörern in Kontakt zu treten und ihr Interesse an dem, was ich sage, zu wecken. Ich halte eine Präsentation für die Zuhörer, nicht für mich selbst. Es ist mir wichtig, Augenkontakt mit dem Publikum zu halten und eine Art von Interaktion herzustellen;
- (2) Ich glaube, dass ich hörererorientiert war. Ich habe die Sprache an das Publikum angepasst, damit mich jeder verstehen konnte. Ich habe ein Thema gewählt, das jeden Lernenden betrifft und daher mein Publikum interessieren sollte. Ich habe auch eine Präsentation vorbereitet, um die wichtigsten Punkte meines Vortrags zu visualisieren. Außerdem habe ich versucht, mit Gesten und Betonung die wichtigsten Informationen zu betonen. Ich habe auch versucht,

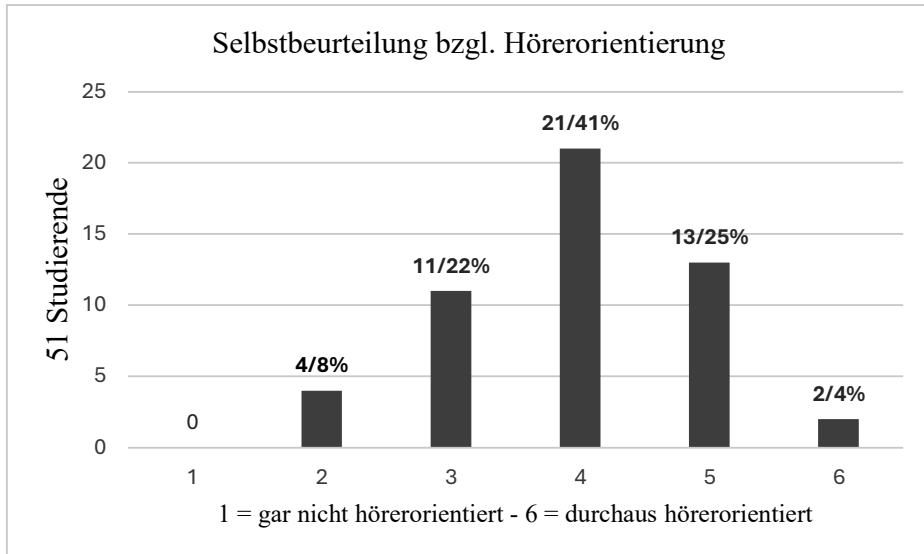


Diagramm 2 Selbstbeurteilung der Studierenden bzgl. Hörerorientierung beim Präsentieren

- das Publikum in das Thema einzubeziehen, indem ich die erste Person Plural verwendet habe, damit sie fühlen, dass dieses Thema sie wirklich betrifft;
- (3) Ich habe ziemlich oft den Blickkontakt gehalten, ich habe „ihr/euch“ statt „sie/Ihnen“ verwendet, was in dieser Situation eine angenehme Atmosphäre verursachte;
 - (4) Zu wenig Augenkontakt mit dem Publikum, Gestik, Emotionen in der Stimme;
 - (5) Meiner Meinung nach sehe ich aus wie jemand, der sich mehr auf die Präsentation als auf das Publikum konzentriert;
 - (6) Ich habe zu oft auf meine Notizen geschaut, so dass ich mich nicht auf das Publikum konzentriert habe.

C. Selbstreflexion der Studierenden bzgl. eigener Stärken bzw. möglicher Verbesserungspotenziale im Hinblick auf die aufgenommene Präsentationssituation

Als Stärken eigener Performanz nannten die Studierenden beispielsweise Folgendes:

- (1) Ich versuchte zu lächeln, was mich nicht so angespannt aussehen ließ. Mir gefällt auch, dass ich nicht zu viel gestikuliert habe, sondern ziemlich still stand. Die Tatsache, dass ich trotz meiner anfänglichen Verwirrung nach ein paar Augenblicken zur Vernunft gekommen bin, und als ich anfang, über meine Praktiken zu sprechen, konnte man das besonders gut sehen, da dies ein The-

- ma ist, über das ich gerne rede :) Ich freue mich auch darüber, dass ich klar und deutlich sprechen konnte und dass alles leicht zu verstehen war;
- (2) Ich glaube, dass meine Stärke die Tatsache ist, dass ich keine Sprehangst empfinde und damit habe ich keine Schwierigkeiten;
 - (3) Das Thema interessiert mich und ich glaube, dass die Zuhörer es bemerkt haben und damit habe ich ihre Aufmerksamkeit gewonnen;
 - (4) Ich habe ein Thema gewählt, bei dem ich viel Wissen hatte, das ich mit der Gruppe teilen konnte. Da das Thema mir vertraut war und meinen Interessen entsprach, fühlte ich mich selbstbewusst und gut vorbereitet. Zu den Stärken gehört auch die Interaktion mit der Gruppe, die ich durch Blickkontakt, interessante Inhalte, persönliche Kommentare und Gedanken herstellen konnte;
 - (5) Meiner Meinung nach sprach ich ganz deutlich und machte ganz wenig unnötige Pausen;
 - (6) Charisma, Vertrautheit vor der Kamera, lautes und deutliches Sprechen, Blickkontakt mit dem Publikum.

Die befragten Studierenden zeigen ein differenziertes Bewusstsein für ihre Stärken in Präsentationen, die sich zusammenfassend in folgende Kategorien einordnen: Sprechweise und Verständlichkeit (Klarheit und Deutlichkeit, angemessene Lautstärke und Pausensetzung), Körperausdruck (Lächeln, Gestik, Auftreten vor der Kamera), Selbstbewusstsein und innere Haltung (selbstbewusstes Auftreten, Überwindung anfänglicher Unsicherheiten), inhaltliche Vorbereitung und Themenwahl (Themenkenntnis, persönlicher Bezug zum Thema) sowie Publikumsbezug (Interaktion mit der Gruppe). Diese reflexionsbasierten Erkenntnisse bieten eine solide Grundlage, um gezielt an weiteren Verbesserungen zu arbeiten und vorhandene Kompetenzen in zukünftigen Präsentationen auszubauen.

Als mögliche Verbesserungspotenziale wurden wiederum folgende Aspekte aufgeführt:

- (1) Beim nächsten Mal würde ich größeren Blickkontakt mit dem Publikum halten und würde ich mich aufrichten. Außerdem würde ich nicht auf die Wand mit dem Bildschirm schauen, sondern eher auf den Monitor. Ich würde auch auf die Satzbetonung achten;
- (2) Ich sollte den Stress vor der Präsentation reduzieren, weil ich aus diesem Grund schneller spreche und die meisten Probleme daraus folgen. Ich sollte auch mehr zu Hause üben, um mir manche Konstruktionen und Wortschatz, die ich verwenden möchte, besser einzuprägen;
- (3) Ich habe zu viel von dem Blatt gelesen;
- (4) Ich sollte auf jeden Fall üben, die Sprechpausen zu verkürzen oder zumindest das „yyyyyy“ zu eliminieren. Das hat mich genervt. Ich hätte definitiv weniger auf meine Notizen schauen können, aber ich bin froh, dass ich sie nicht gelesen, sondern nur angeschaut habe;

- (5) Ich finde, dass mein Sprechtempo zu verbessern ist und ich könnte weniger Pausen machen;
- (6) Ich würde langsamer und deutlicher sprechen, die Betonung der wichtigen Inhalte verbessern, mehr Blickkontakt haben. Ich würde auch einen breiteren Wortschatz verwenden und meine Argumentation besser formulieren.

Die Studierenden zeigen zugleich ein klares Bewusstsein für die Bereiche, in denen sie ihre Präsentationsfähigkeiten verbessern können. Verbesserungspotenzial sehen sie vor allem in den folgenden Kategorien: Körperausdruck (Blickkontakt und Körperhaltung), Sprechstil (Satzbetonung, Deutlichkeit, Umgang mit Pausen mit und ohne Füllwörter, freies Vortragen; Vorbereitung und Stressmanagement (Strategien zur Performanzvorbereitung und Stressbewältigung) sowie Argumentation. Durch ein gezieltes Training in den hier genannten Bereichen könnten sie ihre Präsentationsfähigkeiten deutlich ausbauen.

D. Die Einschätzung der Studierenden bzgl. der Erfahrung mit der Selbstbeobachtung und -evaluation im Hinblick auf die berufliche Zukunft

Die Erfahrung mit der Selbstbeobachtung und -evaluation bezeichneten fast alle Studierenden (bis auf zwei Personen) als eher bis sehr nützlich – 49 Personen (96 %) wählten die Werte von 4 bis 6 (siehe Diagramm 3):

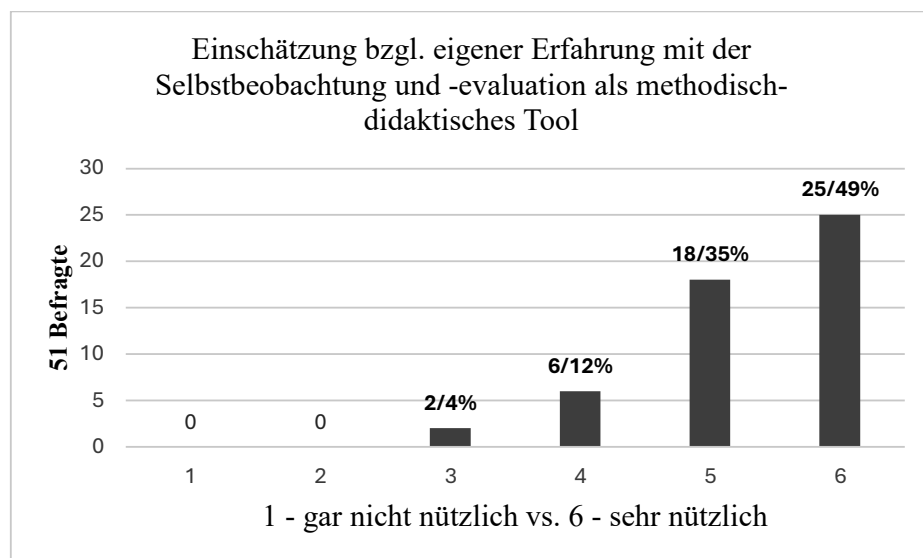


Diagramm 3 Einschätzung der Studierenden bzgl. der Erfahrung mit der Selbstbeobachtung und -evaluation.

Dafür spricht laut den befragten Studierenden Folgendes:

- (1) Ich fand es sehr hilfreich, denn obwohl es ziemlich schwer ist, mir selbst zuzusehen und zuzuhören, konnte ich sehen, welche Fehler ich mache, wie ich mich verhalte, wenn ich gestresst bin, usw. Daher ist es nützlich für meine zukünftige Arbeit, bei der ich wahrscheinlich mehr als einmal eine Präsentation vorbereiten muss, und jetzt weiß ich, worauf ich bei der Vorbereitung und während der Präsentation selbst achten muss;
- (2) Dank dem Selbst-Beobachten kann ich reflektieren, was ich besser machen kann. Darüber hinaus kann ich Selbstkritik und Selbstlob üben;
- (3) Ich habe zum ersten Mal mich selbst während einer Präsentation gesehen und dank dessen weiß ich, was das Publikum dann sieht. Ich kann jetzt Schlüsse ziehen, was ich verbessern kann. Ich bin normalerweise sehr kritisch mir selbst gegenüber und in dieser Aufnahme könnte ich auch aus einer Distanz sehen, dass es auch viele Sachen gibt, die ich besser mache als ich gedacht habe;
- (4) Es ist sehr schwierig, mich selbst zu sehen und zu beurteilen, aber es ist auch notwendig, um mich weiterzuentwickeln. Ich habe deutlich gesehen, welche Elemente ich in der Zukunft verbessern kann, wie ich mich präsentiere und wie ich mich mit dem Stress umgehen kann;
- (5) Ich denke, solche Fähigkeiten sind immer nützlich. Das Ansehen dieses Videos hat mir geholfen, mich selbst besser einzuschätzen. Ich bewerte meine Rede im Kopf schlechter. Nach dem Ansehen der Aufzeichnung habe ich ganz andere Gefühle als nach dem Vortrag;
- (6) Ich denke, dass es sehr wichtig ist, dass andere Leute mich hören wollen, besonders im beruflichen Kontext. Dies wird zum Beispiel bei Vorstellungsgesprächen benötigt. Deshalb freue ich mich, dass ich diese Aufnahme sehen konnte, um zu wissen, wie andere mich wahrnehmen können und woran es sich lohnt zu arbeiten.

Die Aussagen der Studierenden zeigen, dass die Selbstbeobachtung von ihnen als wertvolles Werkzeug wahrgenommen wurde, um ihre Präsentationsfähigkeiten zu reflektieren und weiterzuentwickeln. Besonders betont wurden die Möglichkeiten zur Fehleranalyse, die Balance zwischen Selbstkritik und Selbstlob sowie der Einblick in die Wahrnehmung durch das Publikum. Darüber hinaus erkannten die Studierenden die langfristige Relevanz solcher Übungen für berufliche Kontexte, wie beispielsweise Präsentationen oder Vorstellungsgespräche. Laut den Studierenden stärkten die Erfahrungen mit der Selbstbeobachtung ihre Selbsteinschätzung und zeigten Entwicklungspotenziale auf, die gezielt genutzt werden können.

Zugleich würden die meisten Studierenden, 46 Personen (90%), diese Erfahrung auch anderen Lernenden empfehlen (siehe Diagramm 4):

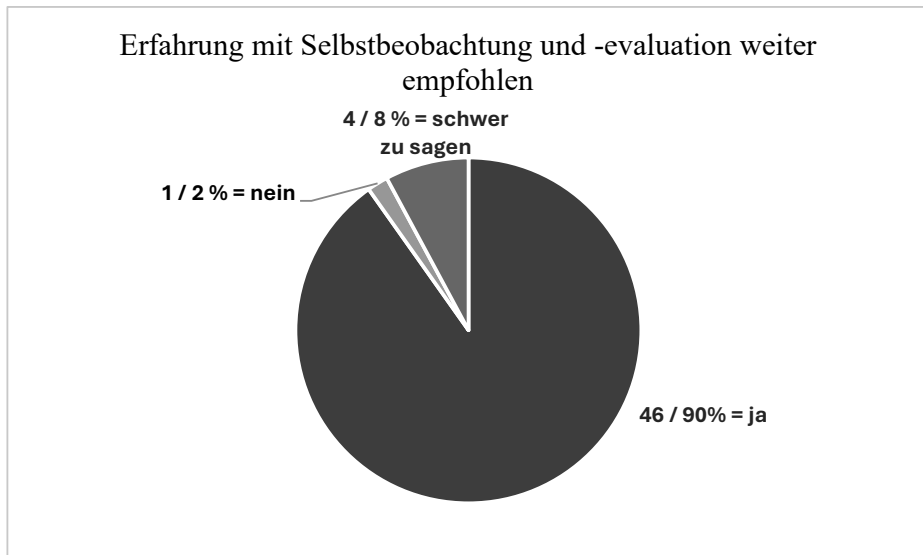


Diagramm 4 Empfehlung der Studierendenerfahrung mit der Selbstbeobachtung und -evaluation.

Mit der obigen Darstellung der Befragungsergebnisse konnte lediglich ein Ausschnitt aus dem gesamten Untersuchungsvorhaben dargestellt werden. Das übergeordnete Ziel war es dabei, am Beispiel eines Rhetoriktrainings für polnische Deutschlernende, die Nützlichkeit von Selbstbeobachtung und -evaluation als didaktisch-methodischen Tools näher zu beleuchten. Eine eingehende Auswertung der durch die Beobachtung erhobenen Daten zur Selbstevaluation, etwa zu weiteren erfragten Aspekten wie auch im Vergleich zum entsprechenden Feedback von Seiten der Lehrperson, soll aus Platzgründen an einer anderen Stelle erfolgen.

4. Chancen und Gefahren bzw. Herausforderungen von Selbstbeobachtung und -evaluation als didaktisch-methodische Tools – zusammenfassende Diskussion

Die Nutzung von Videoaufnahmen und die anschließende befragungsbasierte Selbstbeobachtung und -evaluation erwiesen sich in dem hier behandelten Fall insgesamt als eine gut geeignete didaktisch-methodische Vorgehensweise zur Vermittlung von Reflexionsfähigkeit als Bestandteil von Redekompetenz. In diesem Zusammenhang ist zunächst die positive Einstellung der Studierenden zu diesem Vorgehen, wie im Falle der oben referierten Literatur, nachdrücklich zu betonen. Trotz einer nicht zu übersehenden Schwierigkeit einiger Studierender, die mit der Aufnahmesituation einhergehende Skepsis bzw. gewisse emotionale Ängste überwinden zu müssen, hatten

sie oft zum ersten Mal die Möglichkeit, sich selbst in einer Redesituation (vermittelt durch ein Video) zu erleben. Zugleich eröffnete sich diesbezüglich eine weitere nicht zu unterschätzende Möglichkeit, und zwar nicht nur über eigene potenzielle Defizite im rhetorischen Handeln kritisch zu reflektieren, sondern auch aus eigenen Stärken zu lernen. Laut Befragungsergebnissen trug dies bei manchen Studierenden zur Steigerung des Selbstwertgefühls bei, was im Kontext effizienten Lehrens und Lernens besonders hervorzuheben ist. ‚Aus Erfolgen lernen‘ ist deshalb ein plausibles Motto auch für einen Rhetorikkurs (vgl. z. B. Herwig-Lempp 2000: 185). Ein wesentlicher Vorteil der Nutzung von Videoaufzeichnungen und der darauf basierten Selbstbeobachtung und -evaluation lag unbestritten auch in dem aktuellen Fall in der Möglichkeit, sich die eigene Sprechleistung beliebig oft anschauen zu können.

Im Hinblick auf die Anwendung von Selbstbeobachtung und -evaluation als didaktisch-methodische Tools im Redetraining dürfen zugleich deren mögliche Gefahren bzw. Herausforderungen nicht übersehen werden. Zunächst enthält die Signalerfassung selbst etwa nach Neuber (2016) bestimmte subjektive Momente, die beispielsweise durch das Vornehmen von Kameraeinstellungen, durch deren Positionierung und -führung, Definition der Start- und Stoppzeiten der Aufzeichnung u. v. m. verursacht werden können (vgl. Neuber: 113). Zudem wird mit den Videoaufzeichnungen den Beobachter*innen, aber auch den Sprecher*innen eine zusätzliche Perspektive geliefert, die nach ihm möglicherweise „als abweichend von der authentischen Situation wahrgenommen wird, da sie in einer raumzeitlichen Differenz zu ihr steht und durch die ‚Objekte‘ (Kamera, Mikrophon, Lautsprecher) erfolgt“ (ebd., S. 13). Die daraus resultierenden Konsequenzen, etwa das Interferieren der aufgenommenen Geräusche mit den Merkmalen der Wiedergabesituation oder erhebliche Informationsverluste z. B. aufgrund von Zweidimensionalität der Bildwiedergabe, werden nach Neuber oftmals unterschätzt. Im Zusammenhang mit der neuen Perspektive entsteht nicht zuletzt, „ein auditives bzw. visuell-auditives ‚Fremdbild‘, das für den Sprecher [die Sprecherin] zumeist Widersprüche gegenüber dem ‚Selbstbild‘ erzeugt“ (ebd.). Deshalb soll nach Neuber jeweils methodisch, aber auch pädagogisch klug abgewogen werden, „ob, wann, warum und wozu Audio- und/oder Videoaufzeichnungen in rhetorische Beobachtungs- und Bewertungsprozesse integriert werden“ (ebd.).

Eine weitere Gefahr besteht beispielsweise in der bereits problematisierten Unfähigkeit der Studierenden, sich selbst weitgehend objektiv zu bewerten bzw. bestimmte Aspekte eigenen rhetorischen Handelns und Verhaltens zu überbewerten. Das konnte ebenfalls in dem hier behandelten Fall beobachtet werden. Diesbezüglich ließ sich nämlich eine gewisse Diskrepanz zwischen der Selbstbewertung der Studierenden, dem Feedback von Seiten der Mitstudierenden und dem der Kursleiterin festhalten, was an einer anderen Stelle ausführlicher besprochen wird. Die Auswertung der (Fremd- bzw. Selbst-)Beobachtung blieb also subjektiv bzw. intersubjektiv (dazu vgl. auch Neuber 2016: 113; Allhoff/Allhoff 2010: 55). Nichtsdestotrotz ist „the act of completing the self-

assessment and taking time to watch and reflect on the performance [...] valuable“ (Ritchie 2018: 218).

Der Einsatz von Videoaufnahmen zur Selbstbeobachtung und -evaluation bedeutete nicht zuletzt eine erhebliche organisatorische Herausforderung. Der damit einhergehende Energie- und Zeitaufwand, der sowohl auf Seiten der Lehrperson als auch auf Seiten der Studierenden aufzubringen war, ist aber – wie gerade oben angedeutet – schlechthin zu empfehlen. Eine weitere Herausforderung lag in der Konfrontation der Lehrperson mit möglichen emotionalen Kommunikationsschwierigkeiten der Kursteilnehmer*innen. Die Arbeit mit der Kamera, die nicht selten eine völlig neue Erfahrung war, eigene Performanz in einem Video zu erleben sowie die Erwartung, eigene rhetorische Leistung zu bewerten, verlangte von ihr einen sensiblen Umgang mit einzelnen Studierenden wie auch mit der gesamten Kommunikationssituation etwa bei der Formulierung von Aufgabenstellungen. Schließlich kam es dabei auf das Einhalten bestimmter ethischer Voraussetzungen an, wie die Einholung der schriftlichen Einwilligung zur Aufnahme der Präsentation sowie zur Nutzung der erhobenen Daten, sei es für didaktische oder wissenschaftliche Zwecke.

5. Fazit

Es besteht weitgehend Konsens darüber, dass Redekompetenz als kommunikative Handlungsfähigkeit, durch Reden zu anderen eigene kommunikative Ziele zu erreichen, eine wesentliche Bedingung für erfolgreiches Handeln und Verhalten in beruflichen Kontexten ist. Die Notwendigkeit, diese Schlüsselbefähigung allen Studierenden zu vermitteln, kann als gegeben erachtet werden. Die Vermittlung von Redekompetenz ist allerdings aufgrund ihrer Komplexität keine einfache didaktisch-methodische Herausforderung. Dazu scheint ein analytisches Vorgehen im Sinne der oben erwähnten Modellierung, mit der einige Dimensionen dieser Kompetenz systematisch und gezielt abgedeckt werden können, gut geeignet zu sein. Eine wichtige Teilaufgabe ist dabei die Entwicklung der Fähigkeit, über eigenes und fremdes Handeln und Verhalten in rhetorischen Sprechsituationen zu reflektieren.

Als mögliche didaktisch-methodische Tools zur Vermittlung von Reflexionsfähigkeit als Bestandteil der Redekompetenz bieten sich, wie hier diskutiert wurde, eine videogestützte Selbstbeobachtung und die daran anschließende befragungsbasierte Selbstevaluation hinsichtlich konkreter rhetorischer Kategorien wie Hörer*innenorientierung der Sprecher*innen in der aktuellen Performanzsituation, ihre Wirkung auf Rezipient*innen und Verständlichkeit der mündlich übertragenen Inhalte an. Als übergeordnetes Ziel des Beitrags galt es am Beispiel eines universitären Redetrainings für polnische Deutschstudierende die praktische Umsetzung dieser Tools näher zu beleuchten sowie einige damit verbundene Chancen und Gefahren bzw. Herausforderungen zu thematisieren. Trotz mancher Kritikpunkte erwies sich eine solche Vor-

gehensweise, um es an dieser Stelle wiederholt zu betonen, als durchaus plausibel und empfehlenswert. Dies trifft umso mehr zu, als „[a]ssessment has shifted from assessment of learning to assessment for learning. Self-assessment and peer assessment therefore appear to play more important role as they encourage students to critically reflect on their own [...] learning progress and performance“ (Thienpermpol 2021: 183). Deshalb wird an dieser Stelle abschließend für deren Anwendung in DaF-Rhetorikkursen gerade im Kontext der Vorbereitung der Studierenden auf berufliches Handeln nachdrücklich plädiert.

Bibliografie

- Allhoff, Dieter-W. / Allhoff, Waltraud (2010): *Rhetorik & Kommunikation. Ein Lehr- und Übungsbuch*. 15., akt. Aufl. München: Ernst Reinhardt.
- Barthel, Henner (2007): *Rhetorische Kompetenz heute? – Zwischenbericht über ein Forschungsprojekt*. In: Bose, Ines (Hg.): *Sprechwissenschaft: 100 Jahre Fachgeschichte an der Universität Halle* (= HSS. 22). Bern etc.: Peter Lang, S. 225–234.
- Benetka, Gerhard/Sluneco, Thomas (2021): „Erleben“, das zur Sprache kommt. In: *Journal für Psychologie* 29. Jahrgang, Nr. 2, 2021, S. 17–40.
- Böhringer, Joachim / Bühler, Peter / Schlaich, Patrick (2007): *Präsentieren in Schule, Studium und Beruf*. Berlin etc.: Springer-Verlag.
- Bose, Ines / Hirschfeld, Ursula / Neuber, Baldur (2009): *Verständlichkeit und barrierefreie Kommunikation aus sprechwissenschaftlicher Sicht*. In: Antos, Gerd (2009) (Hg.): *Rhetorik und Verständlichkeit* (= *Rhetorik. Ein internationales Jahrbuch* 28). Tübingen: Max Niemeyer, S. 21–33.
- Döring, Nicola (2023): *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*. 6. vollst. überarb., akt. und erw. Auflage. Berlin: Springer.
- Dorner, Andrea (2010): *Evaluation, die*. In: Barkowski, Hans / Krumm, Hans-Jürgen (Hg.): *Fachlexikon Deutsch als Fremd- und Zweitsprache*. Tübingen und Basel: A. Francke Verlag, S. 73–74.
- Grzeszczakowska-Pawlikowska, Beata (2016): *Vom Sprechdenken zum Vortragen. Wissenschaftstheoretische Grundlagen von Sprechdenkprozessen und die rhetorische Redepraxis in der Fremdsprache Deutsch*. In: Bąk, Paweł / Rolek, Bogusława (Hg.): *Wort zum Gebrauch. Wortbedeutung und ihre Eingebundenheit in Diskurse*. (= *Sprachkontraste in Mitteleuropa. Studien zur kontrastiven und angewandten Linguistik*). Frankfurt am Main: Peter Lang, S. 311–326.
- Grzeszczakowska-Pawlikowska, Beata (2024): *Kompetenzorientierung im Rhetoriktraining – ein Vorschlag zur Modellierung von rhetorischer Kompetenz im akademischen DaF-Vermittlungskontext am Beispiel von Seminarreferaten*. In: Mikołajczyk, Beata / Grzeszczakowska-Pawlikowska, Beata (Hg.): *Kompetenzorientierte Hochschullehre in germanistischen Studiengängen. Herausforderungen – Entwicklungstendenzen – Perspektiven* (= *Speclang* 6). Göttingen: Brill, V&R uni press, S. 73–87.
- Hautzinger, Martin (2022): *Selbstbeobachtung*. In: Linden, Michael / Hautzinger, Martin (Hg.): *Verhaltenstherapiemanual – Erwachsene*. 9. Aufl. Berlin: Springer, S. 201–204.
- Herwig-Lempp, Johannes (2000): *Aus Erfolgen lernen: Ein Instrument der Selbstevaluation*. In: *systema* 2/2000, S. 185–195.
- Jäger, Reinhold S. (2016): *Selbstevaluation*. In: *SchVw spezial* 5/2016, S. 204–207.

- Khalifa Tailab, Mohamed M. / Marsh, Nicole Y. (2019): *Use of Self-Assessment of Video Recording to Raise Students' Awareness of Development of Their Oral Presentation Skills*. In: *Higher Education Studies* 10(1), S. 16–28.
- Kic-Drgas, Joanna (2018): *Präsentieren im Fachsprachenunterricht – eine Pilotstudie*. In: *Scripta Mament* 12 (2018), S. 133–167.
- König, Joachim (2020): *Selbstevaluation*. Unter <https://www.socialnet.de/lexikon/Selbstevaluation> [Letzter Zugriff am 1.11.2024]
- Kromrey, Helmut (2005): *Evaluation – ein Überblick*. In: Schöch, Heidrun (Hg.): *Was ist Qualität. Die Entzauberung eines Mythos (= Schriftenreihe Wandel und Kontinuität in Organisationen 6)*. Berlin: Wissenschaftlicher Verlag, S. 31–85.
- Krotz, Friedrich (1999): *Forschungs- und Anwendungsfelder der Selbstbeobachtung: Themenschwerpunkt: Introspektion als Forschungsmethode*. In: *Journal für Psychologie*, 7(2), S. 9–11. Unter <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-40088> [Letzter Zugriff am 1.11.2024]
- Lemke, Siegrun (Hg.) (2006): *Sprechwissenschaft, Sprecherziehung: ein Lehr- und Übungsbuch*. Unter Mitarb. Von Dieter Graubner und Philine Lüssing. Bern etc.: Peter Lang.
- Meyer, Dirk (2016): *Rede*. In: Bose, Ines / Hirschfeld, Ursula / Neuber, Baldur / Stock, Eberhard (Hg.): *Einführung in die Sprechwissenschaft. Phonetik, Rhetorik, Sprechkunst. 2., überarb. und erw. Aufl.* Tübingen: Narr Francke Attempto, S. 121–125.
- Neuber, Baldur (2016): *Methoden systematischer Beobachtung und Bewertung*. In: Bose, Ines / Hirschfeld, Ursula / Neuber, Baldur / Stock, Eberhard (Hg.): *Einführung in die Sprechwissenschaft. Phonetik, Rhetorik, Sprechkunst. 2., überarb. und erw. Aufl.* Tübingen: Narr Francke Attempto, S. 112–114.
- Pabst-Weinschenk, Marita (2009): *Bewährte rhetorische Textmuster für die mündliche Sprachproduktion*. In: Skiba, Dirk (Hg.): *Textmuster: schulisch – universitär – kulturkontrastiv. Beiträge zur Theorie und Empirie lernersprachlicher Textproduktion*. Bern etc.: Peter Lang, S. 229–254.
- Ritchie, Sian M (2016): *Self-assessment of video-recorded presentation: Does it improve skills?* In: *Active Learning in Higher Education* 2016, Vol. 17(3), S. 207–221.
- Sawczyk-Gorąca, Gabriela (2020): *Wie lässt sich rhetorische Kompetenz im universitären Bereich trainieren? Reflexionen zum Seminar „Rhetorische Fähigkeiten in Deutsch als Fremdsprache“*. In: *Germanica Wratislaviensia* 145, S. 145–162.
- Schirren, Thomas (2008): *Rhetorik des Textes: Produktionsstadien der Rede*. In: Fix, Ulla / Gardt, Andreas / Knape, Joachim (Hg.): *Rhetorik und Stilistik. Rhetoric and Stylistics. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung. An international handbook of historical and systematic research. Halbband 1. Volume 1 (= HS. 31.1)*. Berlin et al.: de Gruyter Mouton, S. 620–630.
- Thienpermpool, Patteera (2021): *Teachers' Practice and Perceptions of Self-Assessment and Peer Assessment of Presentations Skills*. In: *English Language Teaching*, 14 (12), S. 183–188.
- Till, Dietmar (2015): *Zum Rhetorikbegriff in der Sprechwissenschaft*. In: Teuchert, Brigitte (Hg.): *Aktuelle Forschungstendenzen in der Sprechwissenschaft. Normen, Werte, Anwendung (= Sprache und Sprechen 48)*. Baltmannsweiler: Schneider, S. 1–15.
- Veličková, Jana (2019): *Selbstevaluation als relevante Komponente der Identität und des Selbst(Konzepts) der Lernenden im Fremdsprachenunterricht*. In: *Brüner Hefte zu Deutsch als Fremdsprache* 12(1), S. 19–30.
- Yamkate, Kulawadee / Intratat, Charatdao (2012): *Using Video Recordings to Facilitate Students Deleopment of Oral Presentation Skills*. In: *Language Education in Asia*, 2012, 3(2), S. 146–158.

Univ.-Prof. Dr. Beata Grzeszczakowska-Pawlikowska

Universität Łódź

Institut für Germanistik

ul. Pomorska 171/173

90–236 Łódź

E-Mail: beata.pawlikowska@uni.lodz.pl

ORCID: [0000-0003-2252-503](https://orcid.org/0000-0003-2252-503)

Zur Person: Beata Grzeszczakowska-Pawlikowska ist als Universitätsprofessorin am Lehrstuhl für Fachsprachen und Interkulturelle Kommunikation an der Universität Łódź und als Privatdozentin an der Abteilung für Sprechwissenschaft und Phonetik der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg tätig. Ihre Forschungsschwerpunkte sind: Phonetik und Phonologie des Deutschen, Didaktik und Methodik des DaF-Unterrichts, Rhetorische Kommunikation, Sprechwirkungsforschung, Schlüsselkompetenzen in der beruflichen Kommunikation, Kompetenzorientierung in Studium und Lehre.

Fachkommunikation und Berufsbezug in DaF-Lehrwerken am Beispiel des Geschäftsprozesses der Personalbeschaffung

JACEK MAKOWSKI

Specialized communication and professional relevance in textbooks for German as a foreign language on the example of the business process of recruitment

Kurzfassung: Vor dem Hintergrund der globalen Trends zur Praxis- und Arbeitsmarkt-orientierung der akademischen Fremd- und Fachsprachenausbildung werden in diesem Beitrag die Ergebnisse einer Pilotstudie als Teil eines für den Zeitraum 2024–2025 geplanten Forschungsprojekts präsentiert. Den Gegenstand der Studie bildet die Integrierung von diversen wirtschaftlichen Geschäftsprozessen in aktuelle didaktische akademische europaweite DaFF-Konzepte. Exemplarisch wird im vorliegenden Beitrag die Implementierung des Geschäftsprozesses der Personalbeschaffung in dem DaF-Lehrwerk *Schritte international neu 5/B1.1. Deutsch als Fremdsprache. Kurs und Arbeitsbuch* dargestellt. Primär werden dabei Kategorien identifiziert, in deren Rahmen Teilbereiche und Phasen des Prozesses der Personalgewinnung auftreten können. In Anlehnung an aktuelle Erkenntnisse zum berufsorientierten Fremd- und Fachsprachenunterricht wird anschließend auf das Phänomen der fachsprachlichen Vielfalt in der Personalwirtschaft sowie die einzelnen Teilprozesse der Personalgewinnung eingegangen, was dann an gewählten Sprachbeispielen aus dem Untersuchungskorpus exemplifiziert wird.

Schlagworte: Fachsprache, Berufskommunikation, Fachsprachendidaktik, Personalbeschaffung, HR, DaFF, Lehrbuch

Abstract: The article presents and discusses the results of a pilot study for the research project planned for the period 2024–2025, the subject of which is the integration of various economic business processes into current didactic academic Europe-wide concepts of German as a foreign language. Based on selected relevant observations and explanations of professionally orientated foreign and special language teaching, the phenomenon of special language diversity in human resources management as well as the individual sub-processes and phases of personnel recruitment are then discussed. Subsequently, the analytical part will answer the research questions in detail.

Keywords: Professional Communication, German as a Foreign and Professional Language, Coursebook, Recruitment

1. Einleitung

Die Auslagerung von Unternehmensaufgaben an externe qualifizierte und spezialisierte Dienstleister reduziert in einer globalen Wirtschaftswelt „Produktions-, Entwicklungs-, aber auch Dienstleistungsgemeinkosten des Unternehmens“; ermöglicht Kostenvorteile durch Konzentration auf die Kernprozesse sowie verbessert „die eigene operative und [...] strategische Marktposition“ (vgl. Gabler 2024¹, 2010: 332). Eine in diesem Sinn grenzüberschreitend kommunizierende, digitalisierte und auf Fachwissen gestützte moderne Globalwirtschaft mit stets zunehmender Rolle von Schlüsselfähigkeiten und Zukunftskompetenzen wie Soft Skills, digitalen Tools oder künstlicher Intelligenz (vgl. Gabler 2024²), fachsprachlicher Vielfalt und Pluralität oder fremd- und fachsprachlicher individueller und institutioneller Mehrsprachigkeit bietet aus der Perspektive der aktuellen linguistischen Fachsprachenforschung sowie Fremd- und Fachsprachendidaktik einen durchaus attraktiven Forschungsgegenstand. Eine Herausforderung bildet hierbei die Komplexität des Forschungsfelds Fach- bzw. Berufskommunikation und die damit verbundene terminologische Bestimmung und Trennung zwischen Bereichen wie Allgemein-, Berufs-, Bildungs- oder Fachsprache wie auch Fach- oder Berufskommunikation (vgl. zur Übersicht u. a. Efing 2014, Kniffka/Roelcke 2016, Stawikowska-Marcinkowska 2020, Pietrzak 2023, Roelcke 2021, 2022, 2024, Stawikowska-Marcinkowska/Makowski 2025). Auch der wissenschaftliche fremd- und fachsprachendidaktische Diskurs um die aktuellen Chancen, Herausforderungen, Grenzübergänge und Wendepunkte für die Rolle und Stellung von Philologen³ auf den dynamischen internationalen Arbeitsmärkten bietet im Kontext der *Third Mission*, der sog. Dritten Mission von Hochschulen, ein breites Spektrum an diversen Forschungsperspektiven (vgl. Stawikowska-Marcinkowska/Makowski 2023: 225–226, 2025). Zentrale Fragestellungen umfassen unter anderem die Transformationsprozesse und Perspektiven der fremd- und fachsprachlichen berufsbezogenen Aus- und Weiterbildung, innovative sowie zeitgemäße didaktische Lösungen, Interdisziplinarität, Digitalisierung, Arbeitsmarkt- und Praxisorientiertheit, Erweiterung der philologischen Aus- und Weiterbildung um „universale, fachkommunikative und berufsbezogene Lerninhalte, Schlüsselfähigkeiten und arbeitsmarktbezogene Sprachfertigkeiten“ wie auch die Implementierung in den DaFF-Lernprozess praxisnaher und/oder authentischer arbeitsmarktbezogener Inhalte, fachkommunikativer Situationskontexte oder Materialien (Stawikowska-Marcinkowska/Makowski 2025, vgl.

¹ <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/outsourcing-42299> [Letzter Zugriff am 10.10.2024].

² <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/zukunftskompetenzen-121646> [Letzter Zugriff am 01.10.2024].

³ Aus Gründen der Lesbarkeit wird im vorliegenden Beitrag bei Bezeichnungen von Berufsformen, Stellen, Funktionen o. ä. das generische Maskulin verwendet. Alle anderen Geschlechtszuschreibungen sind dabei, falls nicht anders angemerkt, selbstverständlich intendiert.

zur Übersicht auch Tichy et al. 2018, Middeke/Sava/Tichy 2019, Tichy/Tesch 2021, Abrashi/Tichy/Sava 2021, Tichy 2022, Kic-Drgas 2022). Vor diesem Hintergrund sollen im Rahmen des vorliegenden Beitrags die Ergebnisse einer Erhebung präsentiert und diskutiert werden, die sich als Pilotstudie zu dem für den Zeitraum 2024–2025 geplanten Forschungsprojekt versteht, dessen Gegenstand die Integrierung von diversen wirtschaftlichen Geschäftsprozessen in aktuelle didaktische akademische europaweite DaFF-Konzepte bildet. Exemplarisch wird in diesem Beitrag die Implementierung des Geschäftsprozesses der Personalbeschaffung im Rahmen des DaF-Lehrwerks *Schritte international neu 5/B1.1. Deutsch als Fremdsprache. Kurs und Arbeitsbuch* (vgl. Schritte international neu 5/B1.1 2023)⁴ untersucht und erläutert. Das primäre Ziel bildet dabei die Identifikation der Bereiche und Kategorien, in deren Rahmen Teilbereiche und Phasen des Prozesses der Personalgewinnung auftreten. Vorliegende Forschungsfragen sollen hierbei detailliert explizit erörtert werden:

- F1: Auf welchen Ebenen (inhaltlich, pragmatisch, lexikalisch/rhetorisch, grammatisch, phonetisch) manifestieren sich Phasen des Prozesses der Personalbeschaffung⁵?
- F2: Welche Sprachfertigkeiten werden in diesem Zusammenhang trainiert?
- F3: Auf welchen Teilkompetenzen konzentrieren sich die jeweiligen Aufgaben?
- F4: Welche Sozialformen werden hierbei berücksichtigt?

In Anlehnung an gewählte relevante Beobachtungen und Erläuterungen zum berufsorientierten Fremd- und Fachsprachenunterricht (Kap. 2) wird anschließend auf das Phänomen der fachsprachlichen Vielfalt in der Personalwirtschaft sowie die einzelnen Teilprozesse und Phasen bei der Personalbeschaffung ggf. Personalgewinnung eingegangen (Kap. 3). Im Anschluss sollen in dem analytischen Teil (Kap. 4) die gestellten Forschungsfragen im Detail beantwortet werden.

2. Berufsorientierter Fremd- und Fachsprachenunterricht

Der Begriff der Dritten Mission von Hochschulen (auch *Third Mission*, *Third Stream Activity*, *Communities Engagement* oder *gesellschaftliches Engagement*) ist international bereits seit gut 40 Jahren Gegenstand intensiver öffentlicher und wissenschaftlicher Diskurse (vgl. Roessler 2015: 46, zum Überblick siehe auch Henke/Pasternack/

⁴ <https://shop.hueber.de/de/sprache-lernen/deutsch-als-fremdsprache-daf-daz/schritte-int-neu-5-kb-ab-cd-z-ab-978-3-19-301086-5.html> [Letzter Zugriff am 10.10.2024].

⁵ Die vorliegende Aufteilung der jeweiligen Ebenen basiert auf den Bewertungskriterien für die Prüfung Goethe-Zertifikat B1, vgl. https://www.goethe.de/pro/relaunch/prf/materialien/B1/b1_modellsatz_erwachsene.pdf [Letzter Zugriff am 10.10.2024].

Schmidt 2016, Maassen et al. 2019, Spiel et al. 2020, Graf et al. 2021, Haj Taieb 2024). Einrichtungen der akademischen Bildung tragen als Impulsgeber und Mitgestalter „von gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und technologischen Entwicklungen [...] Verantwortung in all ihren Leistungsbereichen“. Die Dritte Mission soll „Aufgaben und Verantwortungen aller Universitäten [...] im Bereich des Austauschs mit Gesellschaft und Wirtschaft“ berücksichtigen. Von besonderem Belang sind dabei Ausrichtungen wie Wissens- und Technologietransfer, Weiterbildung, lebensbegleitendes Lernen, soziales Engagement, in einem erweiterten Verständnis auch partizipative Konzepte in Lehre und Forschung (z. B. *Citizen Science*) oder Impulse zu „sozial verantwortliche[n]“, „regional engagierte[n]“ oder „unternehmerische[n]“ Universitäten⁶. Bei der Auseinandersetzung der außerschulischen Berufswirklichkeit verspricht man sich aus derartigen engen Kooperation zwischen Bildungseinrichtungen, den Lernenden selbst wie auch zukünftigen Arbeitgebern „originelle, innovative und/oder zeitgemäß maßgeschneiderte didaktische Lösungen in Form von Lehrprogrammen, -methoden, -mitteln oder -techniken“ (Sowa/Mocarz-Kleindienst/Czyżewska 2015: 9–10) [Übersetzung des Autors].

In diesem Kontext kann in der einschlägigen Literatur innerhalb des letzten Zeitraums eine Vielzahl von explizit genannten oder implizierten Herausforderungen, Chancen und Folgen der Dritten Mission isoliert werden. Nicht selten werden in diesem Zusammenhang neue, relevante und empirisch fundierte Impulse, Anregungen und Lösungen vorgeschlagen und zugleich ein Teil der in diesem Bereich nach wie vor bestehenden Forschungslücke gefüllt. Darunter finden sich Aspekte wie die immens wachsende Nachfrage nach Studierenden und Absolventen von philologischen Studienrichtungen auf dem Markt moderner Unternehmensdienstleistungen, die Notwendigkeit der Isolierung für den Arbeitsmarkt besonders relevanter Wissensbereiche und Fähigkeiten, Fragestellungen nach der Rolle von Fremd- und Fachsprachen in beruflichen Kontexten unter forschungsbezogenen, propädeutischen, curricularen oder didaktischen Gesichtspunkten oder etwa der Einfluss der Zusammenarbeit mit dem sozio-wirtschaftlichen Umfeld als Faktor bei der Akkreditierung von Studiengängen. Von besonderer Bedeutung ist die wachsende Zahl von „Win-Win“-Initiativen als Ergebnis der Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Unternehmen wie diverse Forschungsprojekte, curriculare Vorschläge und Impulse, neue und/oder modifizierte praxisnahe Studiengänge wie *Linguistics for Business (L4B)*⁷, Spezialisierungsmodule, Fortbildungskurse, Sprachkurseangebote, oder Lehrbücher und -materialien. Ebenfalls werden Fragestellungen nach der Entwicklung der fachkommunikativen Sprach-

⁶ <https://www.bmbwf.gv.at/Themen/HS-Uni/Hochschulgovernance/Leitthemen/Dritte-Mission.html> [Letzter Zugriff am 10.10.2024].

⁷ *Linguistics for business BA (L4B)* ist seit 2014 ein praxisorientiertes Studienfach der Universität Łódź, vgl. zur Übersicht u. a. Goźdz-Roszkowski/Makowski 2015, 2018, Stawikowska-Marcinkowska 2022, Stawikowska-Marcinkowska/Makowski 2023 u. 2025.

kompetenz auf der Grundlage von Teilfertigkeiten, dem Unterricht und Erwerb von Fremd- und Fachsprachen zu beruflichen Zwecken, der inhaltlichen Ausrichtung und Modifizierung traditioneller Curricula in Richtung Praxisnähe und Arbeitsmarkt-orientierung wie beispielsweise das Konzept der *Germanistik 2.0*⁸ sowie der Aus- und Weiterbildung von DaFF-Lehrern im Bereich der Fremd- und Fachsprachendidaktik für berufsbezogene Zwecke berührt. Dabei kann eine Vielzahl für den Lernerfolg relevanter externer und interner Faktoren untersucht werden, wie etwa die aktuell geltenden Rechtsregelungen wie das Hochschulgesetz, die Qualifikationsrahmen für Studienprogramme oder die jeweilige Hochschulsatzung, ferner auch das Profil, Form sowie Programm der jeweiligen Studienrichtung, die sozio-wirtschaftliche Umgebung der Bildungsstätten sowie die Motivation der Lernenden (vgl. Stawikowska-Marcinkowska/Makowski 2023: 226 u. 2025, siehe zur Übersicht u. a. Baumann 2010, 2016, Gajewska/Sowa 2014, Sowa/Mocarz-Kleindienst/Czyżewska 2015, Szczęk/Kałasznik 2016a u. b, 2020, 2022, Sowa 2020, Kic-Drgas/Woźniak 2020, 2022, Kic-Drgas 2022, Kic-Drgas/Jurkovič 2024, Grzybowska 2024, Łuczak 2025).

In Bezug auf den berufsorientierten DaFF-Unterricht führt die Betrachtung der Dynamik der global kommunizierenden, digitalisierten und wissensbasierten modernen Arbeitsmärkte zu der These, dass die sprachliche Aus- und Weiterbildung im Rahmen eines relativ engen Kompetenz-, Wissens- sowie Fähigkeitspektrums im Kontext aktueller Trends und akuter Anforderungen seitens des sozio-wirtschaftlichen Umfelds der Bildungseinrichtung bei dem Entwurf einer didaktischen Lösung aus der Perspektive der Lernenden ungünstig erscheint. Profitabler und progressiver versteht sich eine multiperspektivische und multikontextuelle Aus- und Weiterbildung sowie die Schwerpunktsetzung auf Attribute, die den Lernenden nachhaltig im Zusammenhang mit den stets schwankenden und wechselnden Bedingungen und Anforderungen moderner Arbeitsmärkte wie der notwendigen oder freiwilligen vertikalen oder horizontalen Personalfuktuation (etwa durch Branchen-, Abteilungen- oder Stellenwechsel) Flexibilität und Anpassungsfähigkeit garantiert. In diesem Sinn ist bei der Gestaltung und Durchführung von einer praxisnahen DaFF-Unterrichtsplanung die Berücksichtigung von universellen (transversalen) und linguistischen Teilkompetenzen, den Einsatz von authentischem oder praxisnahe Lehrmaterial im Bereich der zu erlernenden Wissensbereiche wie etwa Rezeption sowie Produktion von situationsspezifischen Fachtextsorten, effizienter und zweckmäßiger Einsatz weit gefasster *Future Skills* und moderner Technologien wie *Eye-Tracking*, *CAT-Software* (*Computer Assisted Translation*) zur computergestützten Übersetzung oder Terminologiemanagement, digitale Fachwörterbuchprojekte oder didaktische Lernplattformen, Förderung

⁸ Das praxisorientierte Studienfachkonzept *Germanistik 2.0* wird im Rahmen des Forschungsprojekts Sprachenbarometer Łódź (en. *The Language Barometer of Łódź*, pl. *Językowy barometr Łodzi*) entwickelt, vgl. Stawikowska/Marcinkowska/Makowski 2025, <https://jezykowybarometr.wixsite.com/lodz> [Letzter Zugriff am 01.10.2024].

der individuellen Mehrsprachigkeit wie auch Ausbildung weit gefasster kommunikativer, multimedialer wie multimodaler interkultureller wie projektorientierter Schlüsselkompetenzen und -fähigkeiten (vgl. u. a. Baumann 2000, 2016, Grucza/Alnajjar 2015, Szczętk/Kałasznik 2016a u. b, Makowski 2018, 2022, Hanus/Kaczmarek 2022, Kujawa 2020 u. 2022, Płeś 2022, Stawikowska-Marcinkowska 2022, Opilowski 2022, Smuk/Grabowska/Sowa 2023, Stawikowska-Marcinkowska/Makowski 2023 u. 2025, Szerszeń/Wolski/Efing 2024, Łuczak 2025).

3. Die fachsprachliche Vielfalt der Personalwirtschaft

In der Branche moderner Unternehmensdienstleistungen gehört Polen zu den führenden Dienstleistern in Europa. Im Laufe der vergangenen Jahre ermöglichte diese Tatsache trotz der Covid-19-Krise ein systematisches Wachstum sowie immensen personellen und institutionellen Ausbau von Unternehmen der Outsourcing-Branche (vgl. Stawikowska-Marcinkowska/Makowski 2023). In Bezug auf die genannten Unternehmensdienstleistungen wird im vorliegenden Beitrag eine breite Definition angenommen, die sowohl die Tätigkeit von BPO-Zentren (*Business Process Outsourcing*), SSC-Zentren (*Shared Service Centers*), GBS-Zentren (*Global Business Services*) sowie IT- und RD-Zentren (*Information Technology Outsourcing, Research and Development*) miteinbezieht (vgl. ABSL 2023: 22). Bei all den genannten Unternehmensdienstleistungen handelt es sich nämlich um die Auslagerung von sekundären Geschäftsprozessen, die meist nicht zum Kernbereich des Unternehmens zählen, wie etwa Rechnungswesen, Kundenbetreuung, Forschung, Beschaffung, Transport und Logistik oder Personalwesen (HR) (vgl. Dressler 2007, Bertschek et al. 2008, Power/Desouza/Bonifazi 2010, Marcinkowska 2015, Preußler/Kabas-Komorniczak 2016, Gabler 2024⁹). In dem stark auf der fremd- und fachsprachlichen Abwicklung von diversen Geschäftsprozessen basierenden Wirtschaftssparte werden in Polen derzeit in dem Sektor nach der neuesten Erhebung der Association of Business Service Leaders (ABSL) (Prognose für Q1 2024) rund 465.000 Mitarbeiter im Rahmen von mehr als 1800 Dienstleistungsunternehmen eingestellt (vgl. ABSL 2023: 27). Als dominierende Standorte für das Jahr 2023 rangieren auf den Topplätzen Krakau mit 97.900 Angestellten, gefolgt von Warschau (95.300) und Breslau (63.400) (ebd.: 75). Bei der Bearbeitung der beauftragten Geschäftsprozesse operieren die Dienstleistungszentren im Durchschnitt mit sieben diversen Sprachen, wobei nach Englisch (93,6 %) Deutsch (75,6 %), Polnisch (65,1 %), Französisch (64,5 %), Spanisch (55,2 %) und Italienisch (51,7 %) in über der Hälfte der Unternehmen eingesetzt werden (vgl. ABSL 2023: 51, siehe hierzu auch Stawikowska-Marcinkowska/Makowski 2025 u. Łuczak 2025).

⁹ <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/outsourcing-42299> [Letzter Zugriff am 10.10.2024].

Innerhalb der Branche moderner Unternehmensdienstleistungen in Polen bildet derzeit die Sparte der weit gefassten Personalwirtschaft einen der dominierenden Zweige, wobei innerhalb dieses Fachbereichs eine durchaus weite fachsprachliche Vielfalt zu verzeichnen ist. Die in diesem Bereich zu verzeichnenden Teilprozesse rangieren von Personalverwaltung und Reporting (*HR Administration & Reporting*, 53,1 %), Personalbeschaffung (*HR: Recruitment*, 46,9 %), Lohn- und Gehaltsabrechnung (*HR: Payroll*, 40,8 %), Vergütungen und Leistungen (*HR: Compensation & Benefits*, 39,1 %), Talentmanagement (*HR: Talent Management*, 36,3 %), Mobilität (*HR: Mobility*, 25,7 %) sowie Wissensmanagement (*HR: Knowledge Management*, 2,4 %) (vgl. ABSL 2023: 47-48).

In diesem Zusammenhang versteht sich der Prozess der Personalbeschaffung ggf. der Personalgewinnung oder der Personalrekrutierung als Teilgebiet der Personalwirtschaft und wird im Vorliegenden nach Gabler (2010: 337) als die Beschaffung von Unternehmen benötigter Arbeitskräfte „in quantitativer, qualitativer, zeitlicher und räumlicher Hinsicht“. Extern kann die Personalbeschaffung durch „Anpassung der personellen Kapazität durch Neueinstellungen (Personalauswahl) oder Personalleasing (Arbeitnehmerüberlassung)“ erfolgen, intern durch die „Besetzung von Stellen der Versetzung und Beförderung eigener Mitarbeiter“ (Gabler 2010: 337, vgl. Gabler 2024¹⁰). Der Rekrutierungsprozess geht dabei mit der Wahl geeigneter Rekrutierungswege und Auswahlprozesse einher, wie etwa der Analyse der Bewerbungsunterlagen, Durchführung von Einstellungstestverfahren, einer Vorselektion durch (online-gestützte) Videoselektion, gestuften Vorstellungsgesprächen, sowie weiteren Verfahren der Eignungsdiagnostik wie diversen Fähigkeits- und Persönlichkeitstests, Interviews, biografischen Fragebögen sowie Assessmentcentern¹¹. Ein exemplarischer Rekrutierungsprozess präsentiert sich in Anlehnung an die Rekrutierungswege von CERI International¹² wie folgt:

- Auswertung der Bewerbungsunterlagen (Lebenslauf und Anschreiben),
- Telefongespräch mit einem Ansprechpartner aus dem Recruiting Team ggf. im Hinblick auf eine Auswertung der Fremdsprachenkenntnisse,
- Bewerbungsgespräch mit einem Mitarbeiter aus dem Recruiting Team, zukünftigen Vorgesetzten oder Abteilungsleiter,
- Sprach- und/oder Kompetenztests,
- Feedback und Vorstellung eines Jobangebots für qualifizierte Bewerber.

¹⁰ Vgl. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/personalbeschaffung-44990> [Letzter Zugriff am 10.10.2024].

¹¹ <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/personalauswahl-42932/version-266272> [Letzter Zugriff am 10.10.2024], vgl. hierzu auch Pilz 2023: 43–70, <https://www.bwl-lexikon.de/wiki/personalbeschaffung> [Letzter Zugriff am 10.10.2024].

¹² Vgl. <https://ceri.pl/de/bewerben/> [Letzter Zugriff am 10.10.2024].

4. Auswertung des Datenmaterials

Das Untersuchungskorpus der vorliegend erläuterten Pilotstudie bildet die DaF-Lehrwerkreihe *Schritte international neu*¹³. Zur Analyse im Hinblick auf die gestellten Forschungsziele und -fragen werden lediglich die nicht explizit zur berufsorientierten Sprachausbildung und der Entwicklung aller Sprachfertigkeiten gewidmeten Lehrbücher gewählt, bei denen allerdings auf die „Vorbereitung auf den Berufsalltag durch verstärkten Berufsbezug“¹⁴ hingewiesen wird. Exemplarisch wird in diesem Beitrag die Implementierung des Geschäftsprozesses der Personalbeschaffung im Rahmen des DaF-Lehrwerks *Schritte international neu. Band 5, B1.1. Deutsch als Fremdsprache. Kursbuch und Arbeitsbuch* (*Schritte international neu 5/B1.1 2023*) dargestellt. Die Lehrwerke der Schritte-international-neu-Reihe führen Lernende ohne Vorkenntnisse zu den Sprachniveaus A1, A2 und B1 nach den GeR-Vorgaben inklusive von prüfungsvorbereitenden Aufgaben auf den gegebenen Niveaus. Einhergehend mit der oben genannten allgemeinen Beschreibung wird direkt im Vorwort zum Lehrbuch auf die Vorbereitung der Lernenden auf Alltag und Beruf verwiesen (ebd.: VIII). In diesem Sinne korrespondiert das Lehrwerk mit den Vorgaben des Goethe-Instituts für das Sprachniveau B1, als dass durch das Bestehen der B1-Prüfung das Verständnis von Hauptinformationen nachgewiesen werden kann, „wenn klare Standardsprache gesprochen wird und es um alltägliche Themen wie **Arbeit**, Schule oder Freizeit geht“. Lernende können sich dabei „einfach, strukturiert und adressatenbezogen zu vertrauten Themen, persönlichen Interessen und Erfahrungen, Träumen und Zielen äußern sowie Begründungen und Erklärungen geben“ sowie „unkomplizierte **Sachtexte** über ihre Interessen und das eigene **Fachgebiet** verstehen“ (Herv. J.M.)¹⁵.

Der strukturelle Aufbau der analysierten Lehrwerkreihe basiert auf der Einteilung in ein Lehrbuch (Kursbuch, KB) sowie Arbeitsbuch (AB). Lektionen werden im Kursbuch nach thematischen Inhaltsschritten von A bis E gegliedert mit Verweis auf begleitende Wortfelder, grammatische und kommunikative Schwerpunkte sowie Lernziele. Das Arbeitsbuch setzt sich demnach aus lexikalischen und grammatischen nach den Lernschritten gegliederten Übungen, phonetischen sowie prüfungsorientierten Trainingsaufgaben, abschließenden Testseiten sowie jeweils fakultativen berufsorientierten Fokussseiten. Der Anhang enthält Lernwortschatzseiten sowie eine Grammatikübersicht (vgl. *Schritte international neu 5/B1.1 2023*: IV-VIII).

Die für den Geschäftsprozess der Personalbeschaffung genuinen Fachtextsorten und situativen Kommunikationskontexte des Stellenangebots, Bewerbungsschreibens

¹³ <https://shop.hueber.de/de/reihen-und-lehrwerke/schritte-international-neu.html> [Letzter Zugriff am 10.10.2024].

¹⁴ <https://shop.hueber.de/de/sprache-lernen/deutsch-als-fremdsprache-daf-daz/schritte-int-neu-5-kb-ab-cd-z-ab-978-3-19-301086-5.html> [Letzter Zugriff am 10.10.2024].

¹⁵ <https://www.goethe.de/de/spr/prf.html>, Herv. J.M. [Letzter Zugriff am 20.10.2024].

und Vorstellungsgesprächs werden im Rahmen der Lektion 5 *Eine Arbeit finden* im thematischen allgemein Kontext der Arbeitssuche und Bewerbungsverfahren innerhalb der Lernschritte A (*Stellenanzeigen verstehen, Bewerbung schreiben*) und B (*Bewerbungsgespräch führen*) mit Wortfeldern rund um Berufswünsche, Jobsuche, Bewerbung und Vorstellungsgespräch implementiert (ebd.: IV-V). Als zwei von insgesamt vier für diese Lektion explizit gesetzten Lernzielen werden *eine Bewerbung schreiben* und *ein Bewerbungsgespräch führen* genannt (ebd.: 67).

Mit einer deutlichen Schwerpunktsetzung auf die inhaltliche sowie lexikalische Ebene (F₁) erfolgt die Aufteilung der zur Realisierung der Lernziele führenden Lernaufgaben nach Teilkompetenzen mit einer relativ gleichmäßigen Verteilung der interkulturellen, sozialen, fachlichen, textuellen und lexikalisch-semantischen Teilkompetenzen über Lehr- und Arbeitsbuch mit leicht dominierender Schwerpunktsetzung auf funktionale, stilistische oder textsyntaktische Aspekte im Arbeitsbuch (F₃). Einleitend zu dem dargestellten Bewerbungsprozess erfolgt im Kursbuch eine rezeptive Analyse von vier Stellenanzeige-Texten aus diversen Fachbereichen (Tourismus, Technik, Dienstleistungen, Handel) in Form von inhaltlicher Zuordnung der Texte je nach Branche sowie der Isolierung detaillierter prozessspezifischer Informationen zu den geforderten beruflichen Kenntnissen und persönlichen Fähigkeiten (vgl. Abb. 2, KB A₂ a und b, ebd.: 60). Anschließend soll im Rahmen einer Vergleichsanalyse eines Bewerbungsschreibe-Textes mit den vorhergehenden Stellenanzeigen eine inhaltliche Zuordnung des Fachtextes zu dem gewählten Bewerbungsverfahren sowie die Isolierung prozessspezifischer Informationen zu den thematisierten Fähigkeiten und Anforderungen vorgenommen werden (vgl. Abb. 3, KB A₃ a und b, ebd.: 61). Im Anschluss daran soll in Anlehnung an einen der vorgegebenen oder einen eigenständig recherchierten Stellenanzeige-Text unter Verwendung vorgeschlagener Textbausteine ein Bewerbungsschreiben verfasst werden (vgl. Abb. 3, KB A₄, ebd.: 61). Als eine Art diese Prozessphase zusammenfassende produktive Aufgabenstellung versteht sich die im Arbeitsbuch dargestellte Aufgabe 9 c in Form eines freien Schreibens, bei dem in Anlehnung an drei Stellenanzeige-Texte aus dem etwas „abstrakteren“ Fachbereich der Zirkusbranche ein Bewerbungsschreiben produziert werden soll (vgl. Abb. 6, AB A₄ 9 c, ebd.: 57). Der Einstieg in die Prozessphase des Bewerbungsgesprächs erfolgt durch eine rezeptive Aufgabe im Rahmen der Sprachfertigkeit Hören durch inhaltliche Auswahlaufgaben zu den Teilthemen des gehörten Vorstellungsgesprächs sowie anschließende Isolierung detaillierter Informationen und Sprachbausteinen (vgl. Abb. 4, KB B₃ a und b, ebd.: 63). Im Anschluss daran ist ein simuliertes Bewerbungsgespräch-Rollenspiel in Anlehnung an Recherche im Bereich der geplanten Gesprächsteilthemen zu prozessrelevanten Bereichen wie angeworbene Stelle, Ausbildung, besondere Fähigkeiten und Kenntnisse zu realisieren (vgl. Abb. 4, KB B₄ a und b, ebd.: 63). Bei Betrachtung der einzelnen Sprachfertigkeiten in Bezug auf die Phasen des analysierten Geschäftsprozesses dominieren rezeptive Fertigkeiten Lesen und Hören sowie im produktiven Bereich Schreiben bei besonderer Unterrepräsentation der Fertigkeit Spre-

chen (F₂). Bis auf das simulierte Bewerbungsgespräch-Rollenspiel ist bei Betrachtung der Sozialformen allein die Form der Einzelarbeit im Einsatz (F₄, vgl. zu alldem Tab. 1 sowie Abb. 1 bis 7).

Tab. 1 Schritte international neu 5/B1.1 (2023) – Geschäftsprozess Personalbeschaffung: Zusammenstellung der Rekrutierungsphasen

| Medium | Aufgabe (Seite) | Fertigkeit | Aufgabentyp | Sozialform |
|---------------------------|-----------------|------------|---|---------------|
| Stellenanzeigen | | | | |
| Kursbuch | A2, a (60) | Lesen | Zuordnung | Einzelarbeit |
| Kursbuch | A2, b (60) | Lesen | Detaillierte Informationen verstehen und herausfiltern | Einzelarbeit |
| Arbeitsbuch | A3, 8 (56) | Lesen | Fachlexik verstehen und herausfiltern, Zuordnung/Einsetzung | Einzelarbeit |
| Arbeitsbuch | A4, 9, c (57) | Lesen | Detaillierte Informationen verstehen | Einzelarbeit |
| Bewerbungsschreiben | | | | |
| Kursbuch | A3, a (61) | Lesen | Zuordnung | Einzelarbeit |
| Kursbuch | A3, b (61) | Lesen | Detaillierte Informationen verstehen und herausfiltern | Einzelarbeit |
| Kursbuch | A4 (61) | Schreiben | Freies Schreiben | Einzelarbeit |
| Arbeitsbuch | A4, 9, a (56) | Schreiben | Strukturierung von Textbausteinen | Einzelarbeit |
| Arbeitsbuch | A4, 9, b (57) | Schreiben | Zuordnung/Einsetzung von Textbausteinen | Einzelarbeit |
| Arbeitsbuch | A4, 9, c (57) | Schreiben | Freies Schreiben | Einzelarbeit |
| Bewerbungsgespräch | | | | |
| Kursbuch | B3, a (63) | Hören | Mehrfachauswahl | Einzelarbeit |
| Kursbuch | B3, b (63) | Hören | Detaillierte Informationen verstehen und herausfiltern | Einzelarbeit |
| Kursbuch | B4, a (63) | Schreiben | Recherche, Gesprächsvorbereitung | Einzelarbeit |
| Kursbuch | B4, b (63) | Sprechen | Freies Sprechen, Interaktion, Rollenspiel | Partnerarbeit |
| Arbeitsbuch | B3, 14 (59) | Schreiben | Zuordnung von Gesprächsbausteinen | Einzelarbeit |
| Arbeitsbuch | B3, 15 (59) | Schreiben | Einsetzung von Fachlexik und Gesprächsbausteinen | Einzelarbeit |
| Arbeitsbuch (Fokus Beruf) | 2, a (63) | Hören | Detaillierte Informationen einsetzen | Einzelarbeit |
| Arbeitsbuch (Fokus Beruf) | 2, b (63) | Hören | Detaillierte Informationen korrigieren | Einzelarbeit |
| Arbeitsbuch (Fokus Beruf) | 2, c (63) | Hören | Richtig/Falsch | Einzelarbeit |

5. Fazit und Ausblick

Die nächsten Schritte des im Vorhergehenden in Form einer Pilotstudie präsentierten für den Zeitraum 2024–2025 geplanten Forschungsprojekts verstehen sich in der Überprüfung der dargestellten Forschungsergebnisse in Anlehnung an ein ausgebautes Untersuchungskorpus im vertikalen (Sprachniveaus) sowie horizontalen (Lehrmaterial-Anbieter) Bereich. Im Hinblick auf die durchgeführte Analyse ist aus der Perspektive des DaFF-Unterrichts zu beruflichen Zwecken mit besonderer Berücksichtigung der Spezifik moderner Arbeitsmärkte etwa im Bereich der Branche moderner Unternehmensdienstleistungen auf die Tatsache hinzuweisen, dass die im Vorliegenden dargestellte Implementierung des Geschäftsprozesses der Personalbeschaffung praktisch gänzlich aus der Perspektive des Berufskandidaten durchgeführt wird. In allen Phasen und auf allen Ebenen bleibt der Blickwinkel des Personalberaters und seine zu übernehmenden Aufgaben wie etwa die Auswertung der Bewerbungsunterlagen, Präsentation des Unternehmens, Verfassung von Absage- oder Zugeschrieben etc. unterrepräsentiert. Vielversprechend aus der Perspektive der Erweiterung der Palette eingesetzter Sozialformen könnte sich der Einsatz gruppenorientierter Prozessphasen wie etwa eines simulierten Rollenspiels im Format eines Assessment Centers (zu alldem vgl. Anhang) erweisen.

Bibliografie

- Abrashi, Teuta / Tichy, Ellen / Sava, Doris (Hg.) (2021): *Germanistik in Mittelost- und Südosteuropa. Bildung und Ausbildung für einen polyvalenten Arbeitsmarkt*. Berlin: Peter Lang.
- Association of Business Service Leaders (ABSL) (2023): *Business Services Sector in Poland 2023*. Warsaw: ABSL.
- Baumann, Klaus-Dieter (2000): *Die Entwicklung eines integrativen Fachsprachenunterrichts – eine aktuelle Herausforderung der Angewandten Linguistik*. In: Baumann, Klaus-Dieter / Kalverkämper, Hartwig / Steinberg-Rahal Kerstin (Hg.): *Sprachen im Beruf. Stand – Probleme – Perspektiven*. Tübingen: Narr, S. 149–174.
- Baumann, Klaus-Dieter (2016): *Allgemeine und polnische Fachsprachenforschung*. In: Nycz Krzysztof / Baumann, Klaus-Dieter / Kalverkämper, Hartwig (Hg.): *Fachsprachenforschung in Polen*. Berlin: Frank & Timme, S. 7–32.
- Bertschek, Irene / Engelstätter, Benjamin / Müller Bettina / Ohnemus, Jörg / Schleife, Katrin (2008): *Auslagerung von Geschäftsprozessen (BPO). Unternehmensbefragung Sommer 2008 in Baden-Württemberg*. Stuttgart: MFG Stiftung Baden-Württemberg.
- Dressler, Soeren (2007): *Shared Services, Business Process Outsourcing und Offshoring. Die moderne Ausgestaltung des Back Office – Wege zu Kostensenkung und mehr Effizienz im Unternehmen*. Wiesbaden: Gabler.
- Efing, Christian (2014): *Berufssprache & Co. Berufsrelevante Register in der Fremdsprache. Ein varietätenlinguistischer Zugang zum berufsbezogenen DaF-Unterricht*. In: *Informationen Deutsch als Fremdsprache* 41, S. 415–441.
- Gabler Verlag / Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH (2010) (=Gabler 2010): *Gabler Kompakt-Lexikon Wirtschaft: 4500 Begriffe nachschlagen, verstehen, anwenden. 10., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage*. Wiesbaden: Gabler.

- Gajewska, Elżbieta / Sowa, Magdalena (2014): *LSP, FOS, Fachsprache... Dydaktyka języków specjalistycznych*. Lublin: Werset.
- Goźdz-Roszkowski, Stanisław / Makowski, Jacek (2015): „Lingwistyka dla biznesu czy biznes dla lingwistyki?” – rola i miejsce specjalistycznych języków obcych w programie interdyscyplinarnych studiów uniwersyteckich. In: Sowa, Magdalena / Mocarz-Kleindienst, Maria / Czyżewska, Urszula (Hg.): *Nauczanie języków obcych na potrzeby rynku pracy*. Lublin: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, S. 67–78.
- Goźdz-Roszkowski, Stanisław / Makowski, Jacek (2018): „Jak twórczo kształcić humanistów dla potrzeb rynku pracy? Studium przypadku: kierunek »Lingwistyka dla biznesu« na Uniwersytecie Łódzkim”. In: Pluciennik, Jarosław / Czajkowska, Maria / Wróblewski, Michał (Hg.): *Twórczość, zatrudnialność, uniwersytet*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, S. 25–36.
- Graf, Daniel / Schober, Barbara / Jordan, Gesine / Spiel, Christiane (2021): *Third Mission*. In: Schmohl, Tobias / Philipp, Thorsten (Hg.): *Handbuch Transdisziplinäre Didaktik*. Bielefeld: Transcript Verlag, S. 323–332.
- Gruca, Sambor / Alnajjar, Justyna (Hg.) (2015): *Kommunikation in multikulturellen Projektteams*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Grzybowska, Magda (2024): *Fachsprachenvermittlung für den modernen Arbeitsmarkt*. Göttingen: V&R unipress.
- Haj Taieb Sirine (2024): *Measuring the third mission of European Universities: A systematic literature review*. In: *Society and Economy* 46/2, S. 147–167.
- Hanus, Anna / Kaczmarek, Dorota (2022): *Sekretne życie gatunków. Komunikacja w przestrzeni medialnej – perspektywa germanistyczna*. Wrocław/Dresden: Atut, Neisse Verlag.
- Henke, Justus / Pasternack, Peer / Schmid, Sarah (2016): *Third Mission von Hochschulen: Eine Definition*. In: *Das Hochschulwesen* 64, S. 16–22.
- Kałasnik, Marcelina / Szczęk, Joanna (2020): *Fachsprachen in der universitären Ausbildung – Ein kritischer Überblick über die fachsprachliche Komponente in den Studienprogrammen für das Fach Germanistik in Polen*. In: *Studia Germanistica* 26, S. 107–119.
- Kałasnik, Marcelina / Szczęk, Joanna (2022): *Wirtschaftsdeutsch in der universitären Ausbildung im Fach Germanistik in Polen – Versuch einer Bestandsaufnahme*. In: *Academic Journal of Modern Philology* 16, S. 111–126.
- Kic-Drgas, Joanna (2020): *Zur Entwicklung von Soft Skills im fachspezifischen Fremdsprachenunterricht*. In: *Zielsprache* 3, S. 36–51.
- Kic-Drgas, Joanna (2022): *Entwicklung der Schreibkompetenz in einer Fremdsprache an der Hochschule. Konzept für die Schreibvermittlung im berufsbezogenen Unterricht am Beispiel von Deutsch als Fremdsprache*. Göttingen: V&R unipress.
- Kic-Drgas, Joanna / Jurkovič, Violeta (2024): *Paths of purpose. A Journey into LSP Teacher Development*. Göttingen: V&R unipress.
- Kic-Drgas, Joanna / Woźniak, Joanna (2020): *Fachsprachendidaktik an europäischen Hochschulen – Stand und Perspektiven*. In: Adamczak-Krysztofowicz, Sylwia / Szczepaniak-Kozak, Anna, Rybszleger, Paweł (Hg.): *Angewandte Linguistik – Neue Herausforderungen und Konzepte*. Göttingen: V&R unipress, S. 311–331.
- Kic-Drgas, Joanna / Woźniak, Joanna (Hg.) (2022): *Perspektywy kształcenia nauczycieli języków specjalistycznych w Polsce*. Wydawnictwo FRSE.
- Kniffka, Gabriele / Roelcke, Thorsten (2016): *Fachsprachenvermittlung im Unterricht*. 1. Auflage. Paderborn: Schöningh.
- Kujawa, Izabela (Hg.) (2020): *Wirtschaftsdeutsch als Fremdsprache. Ein Leitfaden mit ausgewählten Themen für die Praxis*. Gdańsk. Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.

- Kujawa, Izabela (Hg.) (2022): *Zum Einsatz von authentischen Texten im Fremdsprachenunterricht im Hinblick auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes am Beispiel des Projekts/Lehrwerks: Wirtschaftsdeutsch als Fremdsprache. Ein Leitfaden mit ausgewählten Themen für die Praxis*. In: *Academic Journal of Modern Philology* 16, S. 149–155.
- Łuczak, Kamil (2025): *Fremdsprachliche und fachsprachliche Mehrsprachigkeit im Dienstleistungssektor in Polen*. Łódź: Uniwersytet Łódzki – Wydział Filologiczny. (Dissertation, im Erscheinen)
- Maassen, Peter / Andreadakis, Zacharias / Gulbrandsen, Magnus / Stensaker, Bjørn (2019). *The Place of Universities in Society*. Hamburg: Körber Stiftung.
- Makowski, Jacek (2018): *Zur textuellen Teilkompetenz im arbeitsmarktorientierten Fachsprachenunterricht am Beispiel der Branche moderner Unternehmensdienstleistungen und des Wissensbereichs Finanzen*. In: Gruszczakowska-Pawlikowska, Beata, Stawikowska-Marcinkowska, Agnieszka (Hg.): *SpecLang. Fachsprachen – Ausbildung – Karrierechancen*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Primum Verbum, S. 66–99.
- Marcinkowska, Elżbieta (2015): *Rynek outsourcingu usług biznesowych w Polsce – stan i perspektywy rozwoju*. In: *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach* (244), 130–140.
- Middeke, Annegret / Sava, Doris / Tichy, Ellen (Hg.) (2019): *Germanistische Diskurs- und Praxisfelder in Mitteleuropa*. Berlin: Peter Lang.
- Opilowski, Roman (2022): *Zentrale und periphere Mittel der Multimodalität im funktionalen Stadtdiskurs über die Pandemie des Coronavirus*. In: Jakosz, Mariusz / Kałasznik, Marcelina (Hg.): *Corona-Pandemie: Diverse Zugänge zu einem aktuellen Superdiskurs*. Göttingen: V&R unipress, S. 289–307.
- Pietrzak, Agnieszka (2023): *Übersetzungen des polnischen Strafgesetzbuches ins Deutsche. Rechtsterminologie und Übersetzungsstrategien*. Göttingen: V&R unipress.
- Pilz, Gerald (2023): *Personalwirtschaft Schritt für Schritt. Arbeitsbuch mit eLearning-Kurs*. 5., überarbeitete Auflage. München: UVK Verlag.
- Pleş, Łukasz M. (2022): *Zarządzanie terminologią w ramach kierunku studiów „Lingwistyka w komunikacji specjalistycznej”*. In: *Academic Journal of Modern Philology* 16, S. 231–242.
- Power, Mark J. / Desouza, Kevin C. / Bonifazi, Carlo (2010): *Outsourcing. Podręcznik sprawdzonych praktyk*. Warszawa: MT Biznes Ltd.
- Preußner, Liliane / Kabas-Komorniczak, Renata (2016): *„Shared Service Center”*. Polen ein hoch attraktiver Standort. In: *Entrepreneur* 7, S. 12–13.
- Roelcke, Thorsten (2021): *Fachsprachen und berufliche Kommunikation*. In: Tichy Ellen, Tesch Felicitas (Hg.): *Deutsch in Fach und Beruf. Aktuelle Fragen und neue Ansätze der Fremdsprachenvermittlung*. Berlin: Peter Lang, S. 11–20.
- Roelcke, Thorsten (2022): *Fachsprachliche Pluralität in der beruflichen Kommunikation*. In: *Academic Journal of Modern Philology* 16, S. 217–230.
- Roelcke, Thorsten (2024): *Funktionen von Fachkommunikation*. In: *Linguistische Treffen in Wrocław* 25, S. 203–213
- Roessler, Isabell (2015): *Third Mission. Die ergänzende Mission neben Lehre und Forschung*. In: *Wissenschaftsmanagement. Zeitschrift für Innovation* 2, S. 46–48.
- Smuk, Maciej / Grabowska, Monika / Sowa, Magdalena (2023): *Studia filologiczne w Polsce z perspektywy studenta*. Kraków: Uniwersita
- Sowa, Magdalena (Hg.) (2020): *In search of the LSP teacher's competencies / A la recherche des compétences des enseignants de LS*. Berlin: Peter Lang.
- Sowa, Magdalena / Mocarz-Kleindienst, Maria / Czyżewska, Urszula (Hg.) (2015): *Nauczanie języków obcych na potrzeby rynku pracy*. Lublin: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.

- Spiel, Christiane / Graf, Daniel / Stempfer, Lisa / Holzer, Julia / Schultes, Marie-Therese / Brandt, Laura / Somoza, Veronika / Schober, Barbara (2020): *Die dritte Mission von Universitäten – Impact Assessment als Herausforderung*. In: Welppe, Isabell M. / Stumpf-Wollersheim, Jutta / Folger, Nicholas / Prenzel, Manfred (Hg.): *Leistungsbewertung in wissenschaftlichen Institutionen und Universitäten. Eine mehrdimensionale Perspektive*. Berlin: De Gruyter, S. 250–273.
- Springer Gabler / Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH (2024) (=Gabler 2024). *Gabler Wirtschaftslexikon online*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Stawikowska-Marcinkowska, Agnieszka (2020): *Fach- und Gemeinsprache in deren Wechselbeziehungen und diffusem Spannungsfeld*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Stawikowska-Marcinkowska, Agnieszka (2022): *Linguistics for business (L4B) der Universität Łódź: ein Studiengang im Geist der Kompetenz- und Praxisorientiertheit. Sprachenbarometer Łódź 2021 – Stand und Prognosen*. In: *Academic Journal of Modern Philology* 16, S. 231–242.
- Stawikowska-Marcinkowska, Agnieszka / Makowski, Jacek (2023): *Berufs- und Fachkommunikation auf modernen Arbeitsmärkten aus der Perspektive der dritten Mission von Universitäten – Chancen, Herausforderungen, Wendpunkte*. In: Dargiewicz, Anna / Szczek Joanna (Hg.): *Wende? Wenden! – Linguistische Annäherungen*. Teil 1. Göttingen: V&R unipress, S. 225–244.
- Stawikowska-Marcinkowska, Agnieszka / Makowski, Jacek (2023): *Berufskommunikative Sprachausbildung in der Outsourcing-Branche in Polen. „Sprachenbarometer Łódź 2021“*. In: *Informationen Deutsch als Fremdsprache (Info DaF)* 50/1, S. 13–27.
- Stawikowska-Marcinkowska, Agnieszka / Makowski, Jacek (2025): *Berufskommunikative und fachsprachendidaktische Spezifik der Outsourcing-Branche in Polen*. Göttingen: V&R unipress (im Druck).
- Szczek, Joanna / Kałasznik, Marcelina (2016a): *Deutsch als Fremdsprache im universitären Bereich – Diagnose und Perspektiven für die Zukunft*. In: Mihulka, Krystyna / Sieradzka Małgorzata / Budziak, Renata (Hg.): *Die Fremdsprache Deutsch in Polen: Anfänge, Gegenwart, Perspektiven*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, S. 97–114.
- Szczek, Joanna / Kałasznik, Marcelina (2016b): *Mehrsprachigkeit – zwischen Annahmen und Realität. Versuch einer Bilanz am Beispiel der Sprachlernbiografien polnischer Studenten*. In: *Studia Translatorica* 7, S. 235–270.
- Szerszeń, Paweł / Wolski, Przemysław / Efinger, Christian (2024): *Deutsch als Fach- und Fremdsprache in digitalen Technologien*. In: Szurawitzki, Michael / Wolf-Farré, Patrick (Hg.): *Handbuch Deutsch als Fach- und Fremdsprache. Ein aktuelles Handbuch zeitgenössischer Forschung*. Berlin/Boston: De Gruyter, S. 627–644.
- Tichy, Ellen (2022): *Von unsichtbarer Hand – Germanistik im Wandel der Zeit*. In: *Academic Journal of Modern Philology* 16, S. 267–276.
- Tichy, Ellen / Tesch Felicitas (Hg.) (2021): *Deutsch in Fach und Beruf. Aktuelle Fragen und neue Ansätze der Fremdsprachenvermittlung*. Berlin: Peter Lang.
- Tichy, Ellen / Tesch, Felicitas / Roelcke, Thorsten / Lasatowicz, Maria Katarzyna (Hg.) (2018): *Germanistik und Wirtschaft in der Diskussion. Tagungsband: Kulturelle Zentren der deutschen Minderheiten und berufliche Perspektiven in deutschsprachigen Unternehmen*. Berlin: Peter Lang.

Quellenmaterial

- Hilpert, Silke et al. (2023) (=Schritte international neu 5/B1.1): *Schritte international neu. Band 5, B1.1. Deutsch als Fremdsprache. Kursbuch und Arbeitsbuch*. 4. Auflage. München: Hueber Verlag GmbH & Co. KG.

Anhang

| | | | | | |
|---|--|--|---|--|---|
| 5 | Eine Arbeit finden Folge 5: Selbst was dafür tun Grammatik, Kommunikation, Lernziele Zwischendurch mal ... | KB 58 KB 66 KB 68 | Fang endlich an, Bewerbungen zu schreiben! - Stellenanzeigen verstehen - eine Bewerbung schreiben | Während seines letzten Schuljahres ... - ein Bewerbungsgespräch führen | Berufsberatung - über Berufswünsche und -interessen sprechen |
| | Kreativität - Techniken verstehen und selbst anwenden | - Berufswünsche - Jobsuche - Bewerbung - Vorstellungsgespräch | - Infinitiv mit zu: <i>Es ist toll, Kunden zu beraten.</i> - Temporale Präpositionen (<i>während/außerhalb/innerhalb</i>) + Genitiv: <i>Leider rufen Sie außerhalb unserer Öffnungszeiten an.</i> | | |

Abb. 1 Schritte international neu 5/B1.1 – Inhaltsverzeichnis Kursbuch. Lektion 5: Lernschritte A-D, Wortfelder, Grammatik (2023: IV–V)

A2 Stellenanzeigen

a Welche Anzeige passt zu den Branchen? Ordnen Sie zu.

- Hotel, Gastronomie Maschinenbau Dienstleistung Handel

A Führendes deutsches Unternehmen für Umwelttechnik mit zahlreichen Standorten im Ausland sucht Praktikanten (m/w)
 Wir bieten **Ingenieurstudenten (m/w)** mit abgeschlossenem Bachelorstudium und ausgezeichneten Computerkenntnissen interessante Praktikumsplätze in unserer Produktions- und Forschungsabteilung.
 Wir erwarten **gute Deutschkenntnisse**, eine selbstständige Arbeitsweise und eine gute Teamfähigkeit. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

B Wir suchen für die Sommerferien **erfahrene Servicekräfte** für unser **persönlich geführtes Hotel am Neusiedler See**.
 Gute Englisch- und Ungarischkenntnisse erwünscht.
 Weitere Informationen und Bewerbungsunterlagen bitte an:
 Hotel

C **Pflichtbewusste und motivierte Studentin gesucht**
 Wir, eine Familie mit drei Kindern (7, 4, 2 Jahre alt), suchen ab Juni befristet auf 6 Monate eine Studentin zur Unterstützung im Haushalt. Führerschein von Vorteil. Sie brauchen uns keine schriftliche Bewerbung zu schicken. Rufen Sie

D **Volki Supermärkte**
 Wir suchen ab sofort freundliche und zuverlässige Aushilfen auf Stundenlohn-Basis für unsere Geschäfte in St. Gallen.
 Rufen Sie uns einfach an.
 Tel.: 071 6654408.

Sie **brauchen** uns **keine** schriftliche Bewerbung zu schicken. =
 Sie **müssen** uns **keine** schriftliche Bewerbung schicken.
 Sie **brauchen nicht/nur ... zu ...** = Sie **müssen nicht/nur ...**

b Lesen Sie die Stellenanzeigen in a noch einmal und markieren Sie:
 Welche **beruflichen Kenntnisse** und **persönlichen Fähigkeiten** werden verlangt?

Abb. 2 Schritte international neu 5/B1.1 – Stellenanzeigen (2023: 60)

A3 Pedros Bewerbungsschreiben

- a Auf welche Anzeige aus A2 bewirbt sich Pedro? Lesen Sie und ergänzen Sie im Brief.
 b Notieren Sie die Fähigkeiten und Anforderungen aus der Anzeige in A2, auf die Pedro sich bezieht.

Bewerbung als _____

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit großem Interesse habe ich Ihre Anzeige gelesen und bewerbe mich für ein Praktikum in Ihrer Produktionsabteilung.

Wie Sie aus meinen Unterlagen ersehen können, studiere ich an der Universität Rovira i Virgili Umwelttechnik. Im letzten Jahr habe ich mein Bachelorstudium abgeschlossen. Auch erste praktische Erfahrungen habe ich bereits bei einem dreimonatigem Praktikum in einem großen Unternehmen sammeln können. Wie Sie dem Zeugnis entnehmen können, durfte ich dort viele Aufgaben selbstständig erledigen. Dabei konnte ich feststellen, dass ich gern Verantwortung übernehme.

Es macht mir aber auch Spaß, im Team zu arbeiten. An der Universität realisiere ich gemeinsam mit anderen Studenten viele Projektarbeiten. Ich bin es gewohnt, mich auf Gedanken und Ideen von anderen einzustellen. Ich beherrsche alle üblichen PC-Programme. Neben meiner Muttersprache Spanisch spreche ich gut Deutsch und Englisch.

Über eine Einladung zu einem persönlichen Gespräch freue ich mich sehr.

Mit freundlichen Grüßen
Pedro Gonzáles

Anlagen: Lebenslauf, Zeugnisse

Ingenieurstudent

SCHON FERTIG! Welche Fähigkeiten und Kenntnisse braucht man für Ihren (Traum)Job? Sammeln Sie.

- A4 Wählen Sie eine Stellenanzeige aus A2 oder aus dem Internet / einer Tageszeitung und schreiben Sie ein Bewerbungsschreiben. Die Satzanfänge helfen Ihnen.

| | |
|---|--|
| <p>Mit großem Interesse ...</p> <p>Wie Sie aus meinen Unterlagen ersehen können, studiere ich / war ich in ... / ... als ... tätig.</p> <p>Ich habe dort bei ... gearbeitet. Das ist eine große/ kleine/... Firma / ein großes Unternehmen, die/das ... herstellt./produziert./verkauft./importiert./exportiert./entwickelt.</p> <p>Ich konnte in verschiedenen Bereichen Erfahrungen sammeln. So war ich ...</p> | <p>Dabei habe ich ...</p> <p>Zu meinen Tätigkeiten gehörte auch ...</p> <p>Ich bin es gewohnt, ...</p> <p>Ich kann mir sehr gut vorstellen, ...</p> <p>Es fällt mir leicht, ...</p> <p>Es macht mir große Freude, ...</p> <p>Über eine Einladung ...</p> |
|---|--|

Abb. 3 Schritte international neu 5/B1.1 – Bewerbungsschreiben (2023: 61)

2 23 B3 Das Bewerbungsgespräch

a Hören Sie das Gespräch und kreuzen Sie an:
Über welche Themen wird gesprochen?

- Schulabschluss Gehalt Praktikum Grund für die Bewerbung
- technische Kenntnisse Kenntnisse von PC-Programmen
- Sprachkenntnisse Arbeitszeiten



b Was sagt Frau Singer? Hören Sie noch einmal und markieren Sie die Sätze.

- ◆ Guten Tag, Herr .../. Kommen Sie doch bitte herein. Schön, dass Sie da sind. Danke für die Einladung zum Gespräch.
- ◆ Setzen Sie sich doch bitte. Dankeschön.
- ◆ Erzählen Sie doch bitte etwas über sich. Ich bin ... / Ich habe ... gearbeitet./ gelernt./studiert./Davor habe ich als ... bei ... gearbeitet. Ich beende gerade meine Ausbildung /mein Studium / ...
- ◆ Welche Aufgaben hatten Sie in Ihrer letzten Firma /während des Praktikums /...? Ich war ... im Verkauf /in der Produktion / ... tätig. Dort war ich für ... zuständig.
- ◆ Konnten Sie während Ihres Studiums /... schon praktische Erfahrungen sammeln? Ja, ich habe ein Praktikum in /bei ... gemacht. / Nein, ich habe leider noch keine Berufserfahrung.
- ◆ Haben Sie auch technische / handwerkliche / ... Kenntnisse oder Fähigkeiten? Haben Sie auch Computerkenntnisse/ Sprachkenntnisse? Ja, ich habe ... / Nein, ich ... / Es fällt mir leicht, ... / Ich bin es gewohnt, ... / Es macht mir Spaß, ... / Ja, ich spreche ...
- ◆ Haben Sie denn noch eine Frage an mich? Ja, ich würde gern wissen, ...
- ◆ Gut, Herr/Frau ..., wir melden uns dann innerhalb der nächsten Woche / in ... Tagen/Wochen bei Ihnen. Vielen Dank, dass Sie hier waren. Ja, vielen Dank auch an Sie. Auf Wiedersehen.

B4 Rollenspiel: Das Bewerbungsgespräch

a Auf welche Stelle würden Sie sich gern bewerben?
Welche Fähigkeiten haben Sie?
Machen Sie Notizen.

b Spielen Sie ein Bewerbungsgespräch mit Ihrer Partnerin / Ihrem Partner. Hilfe finden Sie in B3.
Tauschen Sie auch die Rollen.

Bewerbung als: _____

Ausbildung/Studium: _____

besondere Fähigkeiten: _____

Sprachkenntnisse: _____

Computerkenntnisse: _____

Abb. 4 Schritte international neu 5/B1.1 – Bewerbungsgespräch (2023: 63)

8 Markieren Sie noch elf Wörter und ordnen Sie zu.

RLMSAUSHILFESTBAUFTLMRBEFRISTETCKPETWAWO FORSCHUNG SCH
 SLAGEWOHNTMRHOILEBENS LAUFKUZPROJEKTEHCZUNTERSTÜTZUNG
 LIÜBLICHENTWLSTTALENTMOZKVMVORTEILARZ

A

Meditech-Labor GmbH

Als Elternzeitvertretung suchen wir, ein Unternehmen in der Medizin *forschung*, eine Mitarbeiterin/einen Mitarbeiter, vertraglich _____ auf ein Jahr. Sie sind es _____, selbstständig _____ zu realisieren und sich schnell auf neue Aufgaben einzustellen. Bitte senden Sie die _____ Bewerbungsunterlagen mit _____ und Zeugnissen an ...



C

**HAST DU
HANDWERKLICHES
GESCHICK?**

Unser in der gesamten Region bekanntes _____-Unternehmen mit 300 Mitarbeitern sucht für das neue Ausbildungsjahr noch Auszubildende mit _____ zum Metallbauer und/oder Maurer. Bewirb dich noch heute!

B

**Verkäufer/-in als
für unser kleines Modegeschäft gesucht!**

Wir brauchen Ihre _____, besonders samstags! Branchenkenntnisse von _____, aber nicht unbedingt erforderlich. Informationen bei ...



9 Ein Bewerbungsschreiben

Schreib-
training

a Lesen Sie und ordnen Sie.

- Es fällt mir leicht, neue Dinge zu lernen. Außerdem macht es mir große Freude, Kunden zu beraten. Deshalb wäre ich gern als Verkäufer bei Ihnen tätig.
- 1** Bewerbung als Verkäufer von E-Bikes
- Mit freundlichen Grüßen
Tibor Kelemen
- mit großem Interesse habe ich Ihre Anzeige gelesen und möchte mich um die freie Stelle als Verkäufer Ihrer E-Bikes bewerben.
- Über eine Einladung zu einem persönlichen Gespräch freue ich mich sehr.
- Anlagen: Lebenslauf, Zeugnisse
- Sehr geehrte Damen und Herren,
- Wie Sie aus meinen Unterlagen ersehen können, habe ich nach meinem Realschulabschluss die Ausbildung zum Zweiradmechaniker bei der Firma „Fahrrad Neuch!“ gemacht. Danach war ich zwei Jahre als Angestellter in einem Fahrradgeschäft tätig und konnte auch erste Erfahrungen im Verkauf sammeln.

Abb. 5 Schritte international neu 5/B1.1 – Arbeitsbuch (2023: 56)

b Ergänzen Sie das Bewerbungsschreiben. Hilfe finden Sie in a.

Bewerbung als (1) Physiotherapeutin beim FC Neudorf

Sehr _____ (2) Herr Zerlich,

_____ (3) habe ich Ihre Anzeige gelesen und bewerbe mich heute um die Stelle als Physiotherapeutin.

Wie Sie _____ (4) ersehen können, war ich nach meiner Ausbildung zur Physiotherapeutin ein Jahr in einem Krankenhaus in Lodz tätig. Danach habe ich zwei Jahre in der Praxis *Echtler & Leimbeck* gearbeitet. Dort konnte ich auch _____ (5) im Bereich der Sportmedizin sammeln. Neben meiner Muttersprache Polnisch spreche ich gut Englisch und sehr gut Deutsch.

Die Stelle bei einem Fußballclub ist für mich etwas ganz Neues. Es _____ (6) große Freude, Neues zu lernen. Außerdem bin ich teamfähig und freue mich auf die Zusammenarbeit mit den Kolleginnen und Kollegen.

Über eine Einladung _____ (7) freue ich mich sehr.

Mit _____ (8)

Alina Jankowska

LERNTIPP Ein Bewerbungsschreiben muss fehlerfrei sein! Notieren Sie zuerst Ihre typischen Fehler. Überprüfen Sie dann Ihren Text pro Fehlertyp einmal. Lassen Sie Ihre Bewerbung am Ende noch einmal von einem Muttersprachler Korrektur lesen.

c Wählen Sie eine Stelle und schreiben Sie eine Bewerbung.



Sehr geehrter Herr Lustig,
mit großem Interesse ...

1

Zirkus Tortellini sucht Dompteur/-in

Wir erwarten:

- + Ausbildung als Tierpfleger/-in
- + Erfahrung mit wilden Tieren (Tiger, ...)

Infos und Bewerbung bei
Zirkusdirektor Hanno Lustig:
hanno.lustig@zirkus-tortellini.com

2

Sind Sie ein fröhlicher, positiver Mensch? Dann arbeiten Sie bei uns als Clown/-in

Sie haben Berufserfahrung als Erzieher/-in oder als Schauspieler/-in? Sie können gut mit Kindern umgehen und haben viele lustige Ideen? Dann sind Sie die oder der Richtige für uns!

Gleich bewerben bei Zirkusdirektor Hanno Lustig:
hanno.lustig@zirkus-tortellini.com

3

Wir suchen zwei Artisten

für unseren Zirkus. Sie haben:

- + eine Ausbildung als Tänzer/-in
- + erste Berufserfahrung an einem Theater gesammelt oder schon als Artist/-in in einem Zirkus gearbeitet

Senden Sie Ihre Bewerbung an Zirkusdirektor Hanno Lustig:
hanno.lustig@zirkus-tortellini.com

Abb. 6 Schritte international neu 5/B1.1 – Arbeitsbuch (2023: 57)

1 Vier gute Tipps

a Wofür bekommt man hier Tipps? Überfliegen Sie den Text und kreuzen Sie an.

- Für Gespräche mit der Bank Für Gespräche mit dem Arbeitgeber

So kommen Sie weiter!

Das Bewerbungsgespräch ist gut gelaufen? Glückwunsch! Sie haben es fast geschafft. Doch wenn es im Bewerbungsgespräch zum Thema Geld kommt, machen viele Bewerber Fehler: Sie fordern zu viel Geld – oder zu wenig. Unsere Tipps helfen Ihnen bei diesem schwierigen Thema.

- 1 Sprechen Sie das Thema Geld nicht selbst an. Den ersten Schritt sollte der Personalchef machen.
- 2 Nennen Sie Ihren Gehaltswunsch. Wenn Sie vorher in anderen Unternehmen gearbeitet haben, ist Ihr letztes Gehalt die Grundlage.
- 3 Natürlich können Sie an einem neuen Arbeitsplatz mehr Geld verlangen, aber bleiben Sie realistisch und begründen Sie Ihren Gehaltswunsch: Haben Sie mehr Verantwortung? Können Sie mit besonderen Kenntnissen und Fähigkeiten punkten? War der alte Arbeitgeber besonders zufrieden mit Ihnen?
- 4 Was, wenn der Personalchef Ihren Gehaltswunsch ablehnt? Dann müssen Sie flexibel sein und andere Vorschläge machen. Erklären Sie zum Beispiel, dass Sie mit weniger Geld einverstanden sind, wenn die Firma Ihnen eine Fortbildung bezahlt. Oder wenn Sie nach sechs Monaten mehr Gehalt bekommen.

b Was ist richtig? Lesen Sie noch einmal und kreuzen Sie an.

- 1 Es ist Aufgabe des Personalchefs, das Thema Geld anzusprechen.
- 2 Am neuen Arbeitsplatz bekommen Sie zunächst das gleiche Gehalt wie in der alten Firma.
- 3 Wenn Sie mehr Gehalt haben möchten, sollten Sie gute Gründe dafür nennen.
- 4 Wenn der Personalchef mit Ihrem Vorschlag nicht einverstanden ist, müssen Sie das akzeptieren.

2 Ákos Szabó hat ein Bewerbungsgespräch. Er spricht mit dem Personalchef über das Gehalt.

1 28 a Hören Sie den Anfang und ergänzen Sie die Zahlen.

- 1 Angebot des Personalchefs: 50.000 Euro im Jahr
- 2 Ákos' Gehaltswunsch: _____
- 3 Ákos' aktueller Verdienst: _____

1 29 b Hören Sie weiter und korrigieren Sie.

- 1 Die Firma, bei der Ákos sich bewirbt, ist groß. Klein
- 2 Ákos muss bei seiner neuen Tätigkeit viel im Team arbeiten. _____
- 3 Er soll in Zukunft weniger Verantwortung übernehmen. _____
- 4 Seine Deutschkenntnisse sind nicht so gut. _____

1 30 c Was ist richtig? Hören Sie das Ende des Gesprächs und kreuzen Sie an.

- 1 Der Personalchef ist schließlich einverstanden, Ákos 5.000 Euro zu zahlen.
- 2 Es bleibt unsicher, ob sich Ákos' Gehaltswunsch erfüllt.
- 3 Ákos bekommt nach sechs Monaten sicher mehr Gehalt.

3 Vergleichen Sie das Gespräch mit dem Text in 1a.

Was hat Ákos Szabó alles beachtet? Sprechen Sie.



Abb. 7 Schritte international neu 5/B1.1 – Arbeitsbuch, Fokus Beruf (2023: 63)

Univ.-Prof. Dr. Jacek Makowski

Universität Łódź

Institut für Germanistik

ul. Pomorska 171/173

90-236 Łódź

E-Mail: jacek.makowski@uni.lodz.pl

ORCID: [0000-0002-9601-5025](https://orcid.org/0000-0002-9601-5025)

Zur Person: Jacek Makowski ist Universitätsprofessor am Institut für Germanistik der Universität Łódź, Polen. Seine Forschungsschwerpunkte sind Fachsprachenforschung, Fremd- und Fachsprachen in Berufskommunikation, Fremd- und Fachsprachendidaktik, individuelle und institutionelle Mehrsprachigkeit, Soziolinguistik, Politolinguistik, Sprache in Institutionen, Business Services/moderne Unternehmensdienstleistungen, Dritte Mission von Hochschulen, moderne arbeitsmarktorientierte Studienfächer (Linguistics for Business L4B, Germanistik 2.0, Angewandte Linguistik).

Minitexte auf der Straße aus lexikalischer, interkultureller und multimodaler Sicht

Polysemie, Hybridisierung, Spoonerismus, *Disemvoweling* und visuelle Anreicherung Das Spiel mit ‚linguistischen Irritationen‘ im öffentlichen Raum

CAMILLA BADSTÜBNER-KIZIK

Polysemy, hybridisation, spoonerism, disemvoweling and visual enrichment

Playing with ‘linguistic irritations’ in the public space

Kurzfassung: Textangebote im öffentlichen Raum sind in ihrer übergroßen Mehrheit als ‚kleine Texte‘ zu verstehen, die sich auf beschränkter Fläche und in Relation zu konkurrierenden Texten durchsetzen müssen. Um überhaupt wahrgenommen und gelesen zu werden, müssen sie vielfach auf sprachliche und visuelle Mittel setzen, die gewohnte Rezeptionsprozesse irritieren. Der Beitrag thematisiert die Merkmale kleiner Texte (1), und stellt ausgewählte Techniken sprachlicher und visueller Irritation vor (2). Der Fokus liegt dabei auf Mehrdeutigkeit (2.1.), Hybridisierung (2.2.), Formen von Spoonerismus (2.3.) und Auslassung (2.4.) sowie schließlich auf Techniken der visuellen Überhöhung von Textangeboten (2.5.). Abschließend wird das didaktische Potenzial dieser Erscheinungen für die breit verstandene Spracherziehung diskutiert (3.). Die Ausführungen werden durch aktuelle Beispiele (2024) aus dem öffentlichen Raum in Polen und in Deutschland illustriert.

Schlagnworte: Öffentlicher Raum, Linguistic Landscape, kleine Texte, Mehrdeutigkeit, Hybridisierung, Multimodalität

Abstract: The vast majority of texts on display in the public sphere are to be understood as ‘small texts’ that have to assert themselves in a limited space available and in relation to competing texts. In order to be perceived and read at all, they often have to resort to linguistic and visual means that irritate habitual reception processes. Against this backdrop, the paper addresses some characteristics of small texts (1) and presents selected techniques of linguistic and visual irritation which seem to be particularly popular (2). In doing so, the author focusses on ambiguity (2.1.), hybridisation (2.2.), forms of spoonerism (2.3.), omission (2.4.) and techniques of visual enhancement (2.5.). In the last part of the paper (3.), the didactic potential these phenomena can contribute to a broadly understood language education is explored. The flow of reasoning is illustrated by recent examples from the public space in Poland and Germany (2024).

Keywords: public space, linguistic landscape, small texts, ambiguity, hybridization, multimodality

1. ‚Irritierende‘ kleine Texte im öffentlichen Raum¹

Im öffentlichen Raum wird mit Hilfe von multimodalen Texten unterschiedlicher Länge, Form und Komplexität eine regelrechte Schlacht um die Aufmerksamkeit potenzieller Betrachterinnen und Betrachter ausgetragen. Diese sehen sich mit einem ständig wechselnden Angebot einander überlagernder und miteinander konkurrierender „Kommunikate“ (Adamzik 2011: 375) unterschiedlicher Akteursgruppen konfrontiert, die direkt oder indirekt einfordern, dass man sich zu ihnen verhält – auf einem Reaktionsspektrum zwischen Ignoranz, bewusster Ablehnung und Zustimmung. Texte im öffentlichen Raum sind dabei immer auch sichtbar gewordene Bestandteile von Diskursen, die zwischen verschiedenen Gruppen einer Gesellschaft geführt werden. Viele dieser Diskursangebote sind offiziell, autorisiert und einseitig. Bei wieder anderen wird die Autorschaft bewusst im Unklaren gelassen und sie setzen auf einen zeitversetzten Dialog. Zu den Konstanten jedes öffentlichen Raumes gehören infrastrukturell, regulatorisch, kommerziell, transgressiv, kommemorativ, künstlerisch (vgl. Androutopoulos/Kuhlee 2021: 205–206) sowie symbolisch motivierte Diskurse. Sie manifestieren sich in Form unterschiedlicher Textsorten, viele davon von niederschwelligem sprachlichem Schwierigkeitsgrad, großer Eindeutigkeit und weitgehender Reizarmut (z. B. Verkehrsschilder). Daneben stehen Diskursbeiträge, die sich extrem mehrdeutig, kontrovers und irritierend präsentieren und gestalterisch wie sprachlich als voraussetzungsreich gelten müssen (z. B. Graffiti, Werbeslogans).

Es ist ihrem Format sowie der Haltbarkeit und Geltungsdauer der jeweiligen Trägermaterialien geschuldet, dass ein Großteil dieser im öffentlichen Raum sichtbaren Diskursbeiträge (auf den ersten Blick) die Merkmale ‚kleiner Texte‘ zeigt. Dieser seit Hausendorf (2009) in der Forschungsliteratur etablierte und vielfach diskutierte Begriff meint Texte, die sich durch ihre geringe Größe („klein“) und Komplexität („einfach“), ihre hohe Funktionalität („praktisch“) und erwartbare Gestaltung („formelhaft“) sowie ihren insgesamt „bescheidenen“ Anspruch von ‚großen‘ Texten unterscheiden (vgl. Hausendorf 2009: 15). Hausendorf (2009) verweist kleine Texte an den Rand von „Textualität und Lesbarkeit“, ins textuelle „Niemandland“ (Hausendorf 2009: 7) und kontrastiert sie mit „ambitionierten Texten [...], die um ihrer selbst willen gelesen und gekauft werden“ (ebd.: 6), wie etwa Zeitungen oder Bücher. Dabei ist allerdings eine grundsätzliche Einschränkung zu machen: Hausendorfs Fokus gilt nicht primär dem öffentlichen Raum und damit Texten, die gezielt um die Aufmerksamkeit der Betrachterinnen und Betrachter konkurrieren müssen, sondern er gilt vielmehr Texten, die

¹ Auch wenn die im Beitrag angesprochenen linguistischen Phänomene, vor allem in der Werbesprache, seit langem zu den etablierten kommunikativen Strategien gehören und daher im eigentlichen Sinne nicht mehr ‚verwirren‘ oder ‚bestürzen‘, so besteht ihre Funktion doch darin, den gewohnten Lesefluss auf unerwartete Weise zu ‚stören‘, ‚Verwunderung auszulösen‘ und dabei auch ‚erfrischend zu wirken‘ (vgl. <https://www.openthesaurus.de/synonyme/irritieren>) [Letzter Zugriff am 10.11.2024].

im Allgemeinen als notwendig, dabei aber als eher unwichtig eingeschätzt werden, so dass sie im Allgemeinen im Hintergrund bleiben (z. B. Kleidungsetiketten, Fahrscheine, Kassenzettel). Inzwischen sind die von Hausendorf (ebd.) zusammengestellten Merkmale an immer neuen Textsorten – auch aus dem öffentlichen Raum – kritisch evaluiert und ausdifferenziert worden, wobei insbesondere die von ihm angesprochene (reduzierte) Komplexität, (voraussehbare) Funktionalität und (anspruchlose) Gestaltung in die Diskussion geraten sind. Bezieht man diese Merkmale auf die für den öffentlichen Raum mehrheitlich charakteristischen Rezeptionsbedingungen – geringe Betrachtungsdauer bei gleichzeitig hohem Sättigungsgrad an multimodalen Textangeboten – so muss eigentlich das Gegenteil gelten: Kommunikate im öffentlichen Raum werden i. d. R. nicht intentionell gesucht², sondern sie müssen buchstäblich ‚im Vorübergehen‘ auffallen. Statt mit „Nebenbeitexten“ (Hausendorf 2009: 5) haben wir es also eher mit bewusst zur Schau gestellter Lesbarkeit (vgl. Hausendorf ebd.) zu tun. Die Autorinnen und Autoren kleiner Texte im öffentlichen Raum müssen nach immer neuen sprachlichen und visuellen Gestaltungsmitteln suchen, damit sich ihre Texte aus der Menge konkurrierender Texte herausheben und die Chance haben, ‚gelesen‘ zu werden.

Gleichwohl kann – mit gewissen Modifizierungen – der Begriff der kleinen Texte auf das Textangebot im öffentlichen Raum angewandt werden. Klug und Pappert (2020) haben neben „medialer“ und „struktureller“ auch auf „kognitive“ und „inhaltliche Kürze“ (Klug/Pappert 2020: 153–157) hingewiesen und das notwendige Zusammenspiel von visuellen und sprachlichen Merkmalen bei der Konstruktion der eigentlichen Mitteilung ins Blickfeld gerückt. Viele der im öffentlichen Raum ausgestellten Texte müssen sich an knappe, durch materielle Grenzen vorgegebene Platzressourcen anpassen (vgl. die Grenzen eines Plakats, Aufklebers, Straßenschildes usw.). Ihre überschaubare oft „nur aus einem Wort, einem Satz oder einem ‚Spruch‘ [bestehende]“ Botschaft darf dabei aber weder anspruchlos, simpel oder „sehr schablonenhaft und stereotyp“ sein, sondern sie muss, im Gegenteil, „oftmals [...] sehr ambitioniert, [...] aufwendig“ werden (Hausendorf 2009: 6). Obwohl „in sprachlicher Hinsicht also typischerweise reduziert, so sind [kleine Texte] in semiotischer Hinsicht komplex“ (Klug 2021: 195). Diese Komplexität auf begrenztem Raum wird über die Kombination einander verstärkender sprachlicher, parasprachlicher und nicht-sprachlicher Mittel realisiert und muss in ihrer Aussage ‚lesbar‘ sein.

‚Lesbarkeit‘ „[...] hängt [...] nicht einfach und allein von dem Geschriebenen ab, sondern [ergibt sich] aus der Gesamtheit dessen, was sich aus einem Zusammenspiel aller drei Lesbarkeitsquellen Wahrnehmbarkeit, Vertrautheit und Sprachlichkeit ergibt“ (Kato u. a. 2021: 75). Wahrnehmbarkeit – Voraussetzung für den Beginn eines

² Einen anderen Fall bildet z. B. die gezielte Suche nach Namen (auf Klingelschildern), Anfangszeiten (auf Veranstaltungsplakaten) oder Öffnungszeiten (auf Ladenschildern) usw.

jeden Rezeptionsprozesses – wird über makrotypographische (z. B. Format, Farbe, Textanordnung) und mikrotypische Gestaltungsmittel (z. B. Schriftart) erreicht, in die ein Kommunikat eingebettet ist (vgl. auch Pociask 2020: 107–113). Diese dienen – in enger Verbindung zur konkreten Verortung eines Textangebotes im Raum (vgl. z. B. Platzierung, Lichtverhältnisse) – zunächst dazu, diesen aus der Nachbarschaft konkurrierender Texte herauszuheben und ihm potenzielle „Aufmerksamkeit und Interesse, Rezeptionszeit und letztendlich kommunikativen Erfolg“ zu sichern (Klug 2021: 201). Das gilt insbesondere dann, „wenn [die Lektüre eines ‚kleinen Textes‘] nicht vordergründig pragmatischen Zielen dient und zunächst weder notwendig noch erstrebenswert erscheint“ (Klug 2021: 219), wie z. B. ein zufällig in den Blick geratenes Werbeplakat. Durch die eingesetzten Gestaltungsmittel werden *Frames* aufgerufen, die es ermöglichen, das Kommunikat zunächst grob einzuordnen (z. B. als Wahlplakat oder Graffiti): „Vertrautheit als Lesbarkeitsquelle [...] [betrifft] den gesamten, für die Lektüre notwendigen Wissenskomplex. [...] [Dabei] sind Kenntnisse über Textsortenmuster und um konkrete Praktiken der Textsortenproduktion bzw. -rezeption mitgemeint“ (Kato u. a. 2021: 101). Diese Vertrautheit erleichtert die Orientierung, sie ist daher einerseits erwünscht, muss aber andererseits auch immer wieder in Frage gestellt werden, damit ein Kommunikat eben nicht nur oberflächlich eingeordnet, ‚abgehakt‘ und anschließend sofort vergessen, sondern tatsächlich gelesen, d. h. bewusst rezipiert wird. Nur durch die bewusste Irritation eingefahrener Wahrnehmungsmuster kann dem grundsätzlichen „Vermeideverhalten“ (Pociask 2020: 103) entgegengesteuert werden, das gegenüber Texten im öffentlichen Raum ausgebildet wird bzw. ausgebildet werden muss, will man sich zwischen ihnen nicht verlieren. Ein Rezeptionsprozess wird nur ausgelöst, wenn die Aufmerksamkeit der Betrachter durch wohlkalkulierte Irritationen für Bruchteile von Sekunden gebunden und verlängert wird und in verlangsamt und ggf. wiederholtes Lesen des Textangebots mündet.

Auf solche Irritationsmomente setzen beispielsweise die Wahlplakate der bundesdeutschen Partei „Die Partei“ (vgl. Abb. 1). Visuelle und sprachliche Gestaltung sowie Platzierung rufen hier erwartbare *Frames* auf (Wahlplakat, politisches Vokabular der AfD), diese aber werden gleichzeitig unterlaufen und damit bloßgestellt. Im vorliegenden Fall geschieht dies über das in diesem Kontext unerwartete Wort „Pfand“, über das die kalkulierte Reimverbindung zu „Land“ aufgerufen wird. In Verbindung mit „zurück“ greift diese einen Wahlslogan der AfD³ auf (vgl. Badstübner-Kizik 2024). Gearbeitet wird dabei mit der Technik des Wortdrehers (vgl. Abschnitt 2.3.).

Um den ihnen zur Verfügung stehenden beschränkten Platz optimal zu nutzen, müssen kleine Texte im öffentlichen Raum auf den „zweckorientierten [...] Einsatz von Strategien zur Erzeugung kommunikativer (formaler wie inhaltlicher) Prägnanz“

³ Das Plakat greift einen von der rechtspopulistischen und ausländerfeindlichen AfD (Alternative für Deutschland) verwendeten Slogan auf („Hol dir dein Land zurück“). Auch die visuelle Gestaltung (Farben, Anordnung der Schrift) verweist auf Wahlplakate der AfD.



Abb. 1 Wahlplakat der Partei „Die Partei“ (Europawahl 2024)

(Klug 2021: 219) setzen. Entscheidend für ihren kommunikativen Erfolg wäre damit die „Wahl prägnanter kommunikativer Mittel und Strategien, die die Texte keineswegs bescheiden und unambitioniert, sondern in ganz gegenteiliger Weise auffällig und interessant erscheinen lassen“ (Klug 2021: 219).

2. Sprachliche und visuelle Mittel der Irritation

Insbesondere für Kommunikate, die eine direkte Nachfolgehaltung anstoßen wollen – darunter kommerzielle Werbung und Wahlwerbung, Aufrufe zu politischer Stellungnahme u. ä. – werden gerne sprachliche und visuelle Mittel gewählt, die die be-

trachtenden Personen vor eine gewisse Herausforderung stellen wollen. Diese muss sich von der angesprochenen Zielgruppe – bei der Vertrautheit mit den aufgerufenen *Frames* und entsprechende sprachliche Kompetenzen vorausgesetzt werden – aber auch meistern lassen, sonst verliert sich das Kommunikat im Leeren. Das Spiel mit den Formen und Bedeutungen von Wörtern, überraschende lexikalische und syntaktische Eingriffe in die textuelle Ebene, interlinguale Hybridisierungen oder auch die visuelle Überhöhung von textuellen Elementen gehören dabei zu den besonders häufig eingesetzten Techniken.

Im Folgenden werden ausgewählte Beispiele aus dem öffentlichen Raum in Deutschland bzw. Polen vorgestellt, die dieses Vorgehen illustrieren. Dabei handelt es sich um ‚anekdotische Evidenz‘, da größere Korpora bisher nicht vorliegen. Bei ihrer Interpretation müssen neben bestimmten kulturell und historisch gewachsenen Wahrnehmungstraditionen selbstverständlich auch Überlegungen in Hinblick auf die jeweils präsenten Sprachen eine Rolle spielen. So wird für Hybridisierungen in beiden Ländern – wenn auch in unterschiedlichem Maße – besonders gerne auf das Englische als *Lingua Franca* zurückgegriffen, dagegen erweist sich das *disemvoweling* in einer vokalreicheren Sprache wie dem Deutschen als zielführender für die Auslösung eines Irritationsmoments als in einer konsonantenreicheren wie dem Polnischen. Für die Zwecke dieses Beitrages wird nach Techniken einer bewusst ausgespielten Mehrdeutigkeit (2.1.), der Hybridisierung (2.2.), des Spoonerismus (2.3.), der Auslassung (2.4.) sowie der Überhöhung des Textangebots (2.5.) unterschieden. Nicht immer lassen sich alle Beispiele nur einem Bereich zuordnen. Die Beispiele machen deutlich, dass die dabei spielerisch eingesetzten sprachlichen Normverstöße die Rezeption vieler Kommunikate im öffentlichen Raum ausgesprochen voraussetzungsreich machen (vgl. Abschnitt 3).

2.1 Sprachliche Mehrdeutigkeit (Ambiguität)

Sprachliche Mehrdeutigkeit wird graphisch (Polysemie, Homonymie) oder phonologisch (Homophonie) erkennbar und kann sich auf die semantische, syntaktische, pragmatische oder auch orthographische Ebene kurzer Texte bzw. einzelner ihrer Bestandteile beziehen. Homophonie setzt zudem voraus, dass Betrachterinnen und Betrachter bereit sind, einzelne Wörter eines Kommunikats auch (im Kopf) auszusprechen und gelegentlich umgangssprachliche bzw. dialektale Abweichungen zuzulassen. Entsprechende Beispiele sind im öffentlichen Raum sehr zahlreich.

Abb. 2 zeigt, wie aus den insgesamt 16 Bedeutungsfeldern des deutschen Wortes „Zug“ diejenige Bedeutung, die problemlos aus dem situativen Kontext ‚Bahnhof‘ erschlossen werden kann⁴ mit einer zweiten kombiniert wird, die sich erst aus dem

4 „Anzahl miteinander verbundener, eine Einheit bildender Wagen, die von einer Lokomotive gezogen werden, Synonym zu Eisenbahnzug“: <https://www.dwds.de/wb/Zug#d-1-2-1> [Letzter Zugriff am 10.11.2024].

visuellen Zusatz ergibt (Zigaretenschachtel, Zigarette)⁵. Es handelt sich damit um ein lokal profiliertes Kommunikat, das nur in diesem speziellen Kontext sinnvoll wird. In ähnlicher Weise kombiniert Abb. 3 von den drei Bedeutungsfeldern des polnischen Wortes „pociąg“ diejenige des Transportmittels⁶ mit der Bedeutung, die einen Hang, eine Vorliebe für etwas ausdrückt⁷. Dabei wird ausdrücklich auf den Bereich Mode abgehoben, eine situative Anspielung, die wiederum nur verständlich wird, wenn der Begriff „Avenida“ auf die gleichnamige Einkaufsgalerie direkt neben dem Hauptbahnhof Poznań bezogen wird.



Abb. 2 Sichtbar gemachte Mehrdeutigkeit des Wortes „Zug“ (Berlin Hauptbahnhof 2024)



Abb. 3 Sichtbar gemachte Mehrdeutigkeit des Wortes „pociąg“ (Poznań Hauptbahnhof 2024)

⁵ „Das Einziehen, in sich Aufnehmen (und Ausstoßen) von Tabakrauch beim Rauchen“: <https://www.dwds.de/wb/Zug#d-1-1-3> [Letzter Zugriff am 10.11.2024].

⁶ Vgl.: pociąg I „zespół połączonych ze sobą wagonów i lokomotywy, odbywający jazdę po szynach po wytyczonej trasie“ <https://sjp.pwn.pl/sjp/pociag-I;2501752.html> [Letzter Zugriff am 10.11.2024].

⁷ Vgl.: pociąg II „skłonność do czegoś“ <https://sjp.pwn.pl/sjp/pociag-II;2501763.html> [Letzter Zugriff am 10.11.2024].



Abb. 4 Komplexe graphische und phonologische Mehrdeutigkeit, Müllbehälter der Berliner Stadtreinigung (Berlin 2024)

Abb. 4 zeigt ein einfaches Polysem („jemanden treffen / jemandem begegnen“ vs. „in etwas [hinein]treffen“) sowie eine zweite, deutlich anspruchsvollere Verbindung phonologischer und lexikalischer Mehrdeutigkeit. Die bei schnellerem Sprechtempo entstehende Homophonie („Müllbehälter für sich“ vs. „Müll behält er für sich“) wird hier an die Mehrdeutigkeit des Verbs „behalten“ geknüpft. Dessen Bedeutung muss von den Betrachtenden auf „etw. an einer bestimmten Stelle lassen, halten“⁸ reduziert werden, damit das Kommunikat überhaupt sinnvoll wird.

Regionale phonologische Varianten erhöhen den Reiz solcher Wortspiele und verleihen ihnen eine zusätzliche soziokulturelle Dimension, deren Werbewirkung bewusst ausgespielt wird. Beispiele dafür wären etwa Ladenschild (und Internetauftritt) der Leipziger Bäckerei „Wendl. Der Protagonist“, wo die im Sächsischen stimmhaft realisierte Variante des labialen „P“ („Protagonist“) phonologisch und graphisch auch das Wort „Brot“ aufruft.⁹ In Berlin findet sich in vergleichbarer Weise etwa die „Jute Bäckerei“, die ausschließlich Produkte aus biologisch angebauten Rohstoffen anbietet. Die Realisierung des plosiven „G-Lautes“ als frikativer „J-Laut“ im Berliner Regiolekt

⁸ Vgl. <https://www.dwds.de/wb/behalten#d-1-3> [Letzter Zugriff am 10.11.2024].

⁹ Vgl. <https://www.protagonist.de/aktionen/>, dort auch das auf demselben dialektalen Homophon beruhende Wortspiel „Broviant“ („Brot“ vs. „Proviant“) [Letzter Zugriff am 10.11.2024].

ruft hier phonologisch und graphisch die Jute-Faser auf, Inbegriff für düngefrei und umweltschonend angebaute pflanzenbasierte Verpackungsmaterialien.¹⁰

2.2 Hybridbildungen

Hybridbildungen setzen auf die Kombination von Buchstaben, Wortbestandteilen, Wörtern oder Satzfragmenten aus wenigstens zwei verschiedenen Sprachsystemen. Die Kombination mit englischsprachigen Komponenten ist dabei besonders populär, da diese Sprache weithin als Marker für Weltoffenheit, Modernität, Digitalisierung, Urbanität und Coolness steht. Wer ein teilweise auf Englisch präsentiertes Kommunikat versteht, darf diese Eigenschaften direkt auf sich beziehen. Hybridbildungen sind besonders im Bereich der Nahrungsmittel- und Genussmittel- sowie der Kosmetik- und Modebranche im öffentlichen Raum vieler Länder weit verbreitet, da hier angesichts enormen Konkurrenzdrucks Originalität und grenzüberschreitende Wiedererkennbarkeit auf der einen sowie (sich selbst zugeschriebene) Internationalität auf der anderen Seite eine besondere Rolle spielen.

Abb. 5 zeigt das Ladenschild eines sich selbst somit als ‚hipp‘ kennzeichnenden Friseursalons im Berliner Stadtbezirk Prenzlauer Berg. Genutzt wird hier das deutsch-englische Homophonpaar „Kamm“/„come“, die aus der *Leetspeak* bekannte Ersetzung des englischen „to“ durch die Ziffer „2“ sowie das allgemein bekannte englische Wort „cut“. „Kamm“ und „cut“ verweisen eindeutig auf die Friseurbranche. Für deutsch-englische Hybridbildungen wird offenbar besonders gerne auf das sich aus der Sprachverwandtschaft ergebende reichhaltige Angebot in den Bereichen Lexik, Syntax und



Abb. 5 Interlinguale Hybridbildung auf dem Ladenschild eines Friseursalons (Berlin 2024)

¹⁰ Vgl. <https://www.xn--jute-bckerei-1cb.de/>, dort auch das doppelte dialektale Homophon „Iss jut!“ („Iss gut!“ vs. „Ist gut.“) [Letzter Zugriff am 10.11.2024].

Phonetik zurückgegriffen¹¹, polnisch-englische Hybride nutzen ggf. auch originelle grammatikalische Kombinationen (z. B. „brafitterka“)¹².

Auf dem Spiel mit (vermeintlicher) Homophonie beruht auch die Verbindung zwischen dem Markennamen der in Polen etablierten Ladenkette „Żabka“ und dem aus dem Englischen stammenden Internationalismus „app[lication]“. Der daraus entstandene Neologismus „Żappka“, im öffentlichen Raum in Polen omnipräsent, bezeichnet das mobile Einkaufsprogramm der Kette. Das doppelte „pp“ widerspricht der polnischen Schreibung des Wortes („aplikacja“) und verweist direkt auf das englischsprachige Bezugswort sowie die anglophone Welt moderner digitaler Tools.

2.3 Spoonerismen¹³

Als eine Variante des Spoonerismus, d. h. einer scherzhaft-spielerischen Vertauschung bzw. Veränderung von Phonemen und Morphemen in einem oder mehreren Wörtern, können Buchstaben-, Silben- und Wortdreher gelten. Sie stehen in der Nähe von (un) freiwilligen Versprechern und Anagrammen, haben vielfältige Parallelen in anderen Sprachen und erfüllen mehrere Kriterien der sog. Spilsprachen, in denen wahlweise Wortbestandteile eingeschoben, ersetzt, verschoben oder weggelassen werden. Im öffentlichen Raum werden Betrachterinnen und Betrachter zunächst mit einem scheinbar bekannten und leicht lesbaren Wort oder Satz ‚geködert‘, um dann – so die Intention der Autorinnen/Autoren des Textes – festzustellen, dass darin eine Normabweichung enthalten ist, die die Interpretation des gesamten Kommunikats in eine andere Richtung führt als zunächst vermutet. Zu den Charakteristika dieser Art von sprachlichen Irritationen gehört es, dass sie oft erst nach mehrmaligem Hinsehen und Lesen gesehen werden, dann aber meist erfrischend komisch und demaskierend wirken und erinnert werden.¹⁴

Abb. 6 veranschaulicht diesen Rezeptionsweg von dem im saisonal und regional differenzierten deutschen Wortschatz bestens verankerten und vorschnell gelesenen Begriff „Spargelzeit“ zum Neologismus „Spargelzeit“, durch den die Aufmerksamkeit

¹¹ Vgl. z. B. in der Friseurbranche „Haar“ vs. „hair“, „her[ein]“ vs. „hair“ (<https://hairreinspaziert-berlin.de/>, <https://www.hairreinspaziert.de/>) [Letzter Zugriff am 10.11.2024].

¹² Bei dem Wort „brafitting“/„brafitterka“ handelt es sich um eine Hybridbildung aus den beiden englischsprachigen Bestandteilen „bra“ + „fitting“/„fitter“, die durch die polnische Nominalendung „-ka“ für weibliche Berufsbezeichnungen ergänzt wird. Diese relativ neue Wortschöpfung bezeichnet das professionelle Anpassen von Büstenhaltern (<https://wsjp.pl/haslo/podglad/104247/brafitterka>) [Letzter Zugriff am 10.11.2024]. Vgl. dazu die sehr anschauliche Untersuchung von Dorota Miller für Rzeszów (Miller 2023).

¹³ Der Begriff geht auf den englischen Geistlichen und Philosophen William Archibald Spooner zurück (1844–1930). Eine Parallele kann ebenfalls zum im Französischen fest etablierten Verlan gezogen werden.

¹⁴ Vgl. z. B. „Obergrenze für Fürchtlinge“ statt „Obergrenze für Flüchtlinge“ (Wahlslogan „Die Partei“), „public chewing“ statt „public viewing“ (Wahlslogan Lieferservice Wolt während der Europameisterschaft 2024).



Abb. 6 Beispiel für einen Buchstabendreher (Berlin 2024)

auf das Angebot einer Geldanlage-Plattform gelenkt wird. Alle mit dem Wortköder aufgerufenen positiven Konnotationen (z. B. Frühsommer, Gartenrestaurant, Geselligkeit) sollen damit auf die Firma übertragen werden. Die visuell hergestellte Verbindung zwischen dem zentral platzierten Schlüsselwort und den in gleicher Farbe gekennzeichneten Logo und Namen der Plattform gibt den Lesefluss vor und verstärkt diese Assoziationskette zusätzlich.

Das Kommunikat in Abb. 7 zeigt ein vergleichbares Verfahren: Die letzte Silbe des Wortes „wygodnie“ wird hier an den Anfang des gesamten Satzes verschoben und farblich hervorgehoben, wobei die grammatikalische Mehrdeutigkeit der Silbe „nie“ im



Abb. 7 Beispiel für einen Silbendreher, Plakatprojekt: Agata Gołębowska, Natalia Majchrzak (Gdańsk 2024)

Polnischen ausgenutzt wird (Verneinung vs. Adverbialendung). Durch den damit irri-
tierten selbstverständlichen Lesefluss will die ökologisch ausgerichtete Botschaft des
Kommunikats auch bequeme umweltbezogene Routinen stören.

Weitere Beispiele dafür lassen sich zahlreich in öffentlichen Räumen finden, exem-
plarisches seien etwa die Stadtreinigungsbetriebe und der Öffentliche Nahverkehr in
vielen deutschen Städten erwähnt.¹⁵

¹⁵ Vgl. z. B. die Werbesprüche der Berliner Verkehrsgesellschaft „Wir suchen Leute, die nur aufs Gelb aus
sind“, „Bei uns liegt das Gelb auf der Straße“ [Gelb (als Farbe der BVG) vs. Geld], „Setz dich fürs Klima (in
die öffentlichen Verkehrsmittel) rein“ [sich reinsetzen vs. sich einsetzen] usw.

2.4 Reduktionen

Die Reduktion von Wörtern, etwa durch Abkürzung oder Ausfall einzelner Bestandteile, muss für die Produktion kleiner Texte besonders geeignet sein. Als zunehmend populär erweist sich z. B. der als *disemvoweling* (auch: *vowel-deletion technique*) bezeichnete Ausfall von Vokalen. Die Technik hat ihren Ursprung in der *sms-language* (auch *textism*, *textese*, *text slang*, *txtspk*) und ist im englischsprachigen Raum seit Anfang der 2000er Jahre vor allem in der Branding-Industrie im Gebrauch, insbesondere für global agierende Firmen und Musikbands (z. B. MSTKRFT, WRSTBHVR¹⁶). Zu den häufigsten Beispielen im öffentlichen Raum Polens und Deutschlands gehören die mit verschiedenen Zusätzen versehenen FCK-Varianten. Im deutschsprachigen Raum wird die Technik darüber hinaus gerne bei politischen Botschaften angewandt, die an junge Leute gerichtet sind (z. B. GHT WHLN). Abb. 8 zeigt die Werbung für „Glühwein“ in einem vor allem von Studierenden frequentierten Pub.



Abb. 8 Beispiel für *disemvoweling* (Gießen 2022)

2.5 Visuelle Anreicherungen

Abschließend soll die ebenfalls populäre Anreicherung von Textbotschaften durch zusätzliche visuelle Gestaltungsmittel angeführt werden. Dazu gehört die Wahl von Fonts, denen eine bestimmte Rolle Bedeutung zugeschrieben wird (z. B. Schwabacher für „Deutsch“), der Einsatz imaginiertes oder nachgeahmter Schriften (z. B. ‚orientalisierende‘ Schriften in Restaurants mit asiatischer oder arabischer Küche), die Auszeichnung von Textbestandteilen (z. B. durch Rahmung, Unter- und Durch-

¹⁶ Vgl. zum *disemvoweling* als Marketingstrategie <https://www.cohocreative.com/news/the-disemvoweling-of-modern-brands> [Letzter Zugriff am 10.11.2024].



Abb. 9 Beispiel für visuelle Anreicherung eines Textes (Dresden 2024)

streichungen) oder auch die Nutzung zusätzlicher graphischer Symbole (z. B. Tropfen, Flammen) oder bildlicher Elemente (z. B. Gegenstände). Dies kann im Sinne der oben notwendigen Prägnanz zu einer Bedeutungserweiterung führen, ohne dass zusätzlicher Platz beansprucht würde.

In Beispiel 9 wird das „H“ im Wort „Durchtanzen“ durch ein mondförmig ausgeschnittenes und Grün auf Gelb gekennzeichnetes „H“ ersetzt. Letzteres steht in Deutschland für den öffentlichen Nahverkehr.¹⁷ Zusammen mit dem Mond vor gestirntem Nachthimmel ergibt sich daraus die Botschaft, dass die öffentlichen Verkehrsmittel (hier in Dresden) auch spät nachts einen sicheren Heimweg für partyfreudige Menschen anbieten.

In Abb. 10 wird die zweite Silbe des Wortes „przepis“ durch die Darstellung einer etikettierten Bierflasche mit dem Wort „Pils“ ersetzt. Könnte dies auch als falsches Homophon (2.1) oder Hybridisierung (2.2) interpretiert werden, so spezifiziert das Bild der Flasche mit dem Firmennamen „Lech“ die Bedeutung zusätzlich: „Lech hat ein unverwechselbares (und natürlich sehr gutes) Rezept für Pils“.

¹⁷ Vgl. zur historischen Entwicklung dieser Beschilderung unter koloristischem Aspekt den informativen Text www.de.wikipedia.org/wiki/Haltestelle [10.11.2024].



Abb. 10 Beispiel für die visuelle Anreicherung eines Textes (2024)

3. Zum didaktischen Potenzial

Natürlich muss danach gefragt werden, von wem und unter welchen Bedingungen irritierende kleine Texte dieser Art tatsächlich die Chance haben, gelesen und verstanden zu werden. Es ist selbstverständlich, dass unter den Einzelpersonen und Personengruppen, die sich in öffentlichen Räumen bewegen, immer Mechanismen von Exklusion und Inklusion greifen, sei es aufgrund generations-, regional-, sozial-, bildungs- sowie natürlich auch sprachenbedingter Kriterien. Dabei spielen neben den oft zuerst aufgerufenen Schwierigkeiten sprachlicher Natur (z. B. unzureichende Kenntnisse in Bezug auf Lexik oder Grammatik einer Sprache) vor allem diejenigen Herausforderungen eine Rolle, die sprachliche und visuelle Bezüge zu Popkultur, Literatur und Film, Sport, Geschichte, Politik, neuen, neuesten und sozialen Medien sowie zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen laufenden Diskursen aufrufen. Dabei sind selbstverständlich weder Sprach- noch Diskursgemeinschaften homogen und statisch, sondern „als dynamische, vernetzte Gebilde [zu] verstehen, denen sich Sprecher selbst zurechnen, wobei davon ausgegangen wird, dass sich Sprecher je nach Kontext verschiedenen Sprachgemeinschaften zurechnen und dass unterschiedlich komplexe Sprachgemeinschaften ineinander verschachtelt sein können [...]“. Sprach- und Diskursgemeinschaften sind damit auch als Resultate (gleichermaßen dynamischer) Identitätszuschreibungen zu sehen [...]“ (Warnke/Spitzmüller 2008: 34).

Die hier exemplarisch vorgestellten und nur mit wenigen Beispielen belegten Techniken implizieren einen unterschiedlich starken Eingriff in sprachliche Normen und Erwartungen und damit auch einen unterschiedlichen Schwierigkeitsgrad für die Rezeption. Gemeinsam ist ihnen allen der spielerische, kreative Umgang mit dem sprachlichen Material. Diesen wahrzunehmen, die darin enthaltenen Normverstöße anzunehmen, schrittweise aufzulösen und auch Spaß daran zu haben, gehört sicher zu den Zielen einer auf den öffentlichen Raum zugeschnittenen Didaktik des verstehenden Lesens – in Bezug auf Erst-, Zweit- und Fremdsprachen. Das verstehende ‚Erlesen‘ des öffentlichen Raumes (vgl. Schiedermaier 2018) ist Teil einer diskursiven Kompetenz. Sie muss in Teilkompetenzen zerlegt und immer wieder neu aufgebaut und verifiziert werden (vgl. Badstübner-Kizik 2023). Dafür scheint es sinnvoll, sich an den erwähnten Lesbarkeitsquellen „Wahrnehmbarkeit, Vertrautheit und Sprachlichkeit“ (Kato u. a. 2021: 75) auszurichten, d. h., es muss um Wahrnehmungsschulung, den Erwerb spezifischen Textsortenwissens sowie natürlich um den Aufbau konkreter sprachlicher Kompetenzen gehen. Im Kontext der hier thematisierten Irritationsstrategien stellt sich dabei die Frage, inwieweit die (perfekte) Kenntnis normgerechter Sprache die Voraussetzung dafür ist, Verstöße dagegen zu erkennen, sie aufzulösen, zu verstehen und auch würdigen zu können. Mit anderen Worten: Sollte die Beschäftigung mit irritierenden kleinen Texten aus dem öffentlichen Raum nur kompetenten Sprecherinnen und Sprechern bzw. weit fortgeschrittenen Lernenden vorbehalten bleiben? Dadurch würden sehr viele Chancen für die Arbeit mit authentischen Texten, für den

Aufbau von Motivation, für die Freisetzung von sprachenbezogener Kreativität verschenkt werden. Neuere Arbeiten zur fremdsprachigen Literaturdidaktik weisen auf das enorme Potenzial des kreativen Umgangs mit Sprache(n) hin und mahnen dabei ausdrücklich auch die Arbeit auf niederen Kompetenzstufen an. Die „Literarizität“ bzw. „Poetizität“ von Sprache (vgl. Dobstadt 2009; Dobstadt/Riedner 2013), d. h., die bewusste Perspektive auf die Gestaltetheit von Texten, wird derzeit vor allem auf kürzere literarische Texte bezogen, die mit Normverstößen experimentieren (z. B. lyrische Formate, postmigrantische Literatur), kleine Texte im öffentlichen Raum gilt es dafür erst noch zu entdecken (vgl. Badstübner-Kizik 2024). Dies verweist einerseits auf ein grundsätzliches strukturelles Defizit, dem sich akademische wie schulische Sprachendidaktik zu stellen haben (vgl. Dürscheid 2016; Knopp 2021). Grundsätzlich geht es aber auch darum, anzuerkennen, dass die im öffentlichen Raum ausgestellten Texte jenseits ihrer basalen Orientierungs- und Informationsfunktion ein höchst abwechslungsreiches multimodales und mehrsprachiges Spielfeld bieten, das als immer neu zu entdeckendes Textreservoir zur freien Verfügung steht. Dieses für den Aufbau sprachlicher, aber auch sprach- und medienwissenschaftlicher Rezeptionskompetenzen im Sinne eines *Life long learning* nicht zu nutzen, ließe sich nur schwer rechtfertigen. Es ist das Verdienst der fremdsprachigen Literaturdidaktik, dass die „Unausrechenbarkeit von Sprache“ (Dobstadt 2009: 26) sowie die daraus resultierende „Bedeutungsrelevanz der Form, [...] Uneigentlichkeit literarischen Sprechens und [...] dessen transkulturelles Potential“ (Dobstadt/Riedner 2013: 232) einem nicht zuletzt im Kontext Deutsch als Fremdsprache weithin bedienten „instrumentellen Sprachbegriff“ (Hille/Schiedermaier 2021: 125) etwas entgegengesetzt. Die ‚Lust an der und auf die Sprache‘ wird allzu oft vernachlässigt. Die Wahrnehmung und Reflexion konkreter sprachlicher Formen, die gewählt werden, um bestimmte Inhalte auszudrücken, „ermöglichen einen besonders guten Einblick in Bedeutungsbildungsprozesse“ (Hille/Schiedermaier 2021: 127). „Diese erkennen und in ihrer Relevanz für das Erzeugen von ‚Wirklichkeit‘ betrachten zu können, gibt Lernenden und zuallererst (künftigen) Lehrenden ein Instrumentarium an die Hand, um Prozesse der Bedeutungsbildung in Texten beobachten zu können“ (Hille/Schiedermaier 2021: 129). Irritierende kleine Texte im öffentlichen Raum, die „ihre Sprachlichkeit ausstellen“ (Hille/Schiedermaier 2021: 128) und im Interesse ihrer kommunikativen Funktion mit Sprache spielen, geben die Gelegenheit, symbolische Kompetenz – nach Claire Kramersch verstanden als „erweiterte kommunikative Kompetenz“ (Hille/Schiedermaier 2021: 127) – kleinschrittig einzuüben. Dies muss immer wieder neu geschehen und kann nur exemplarisch erfolgen – auch bei sehr hoher Sprachkompetenz ist dieser Lernprozess niemals abgeschlossen. „Der Einblick in solche Verfahren der Poetizität bzw. Literarizität ist von hoher Relevanz für einen Fremdsprachenunterricht, der auf eine reflektierte und selbstbestimmte Verwendung von Sprache zielt“ (Hille/Schiedermaier 2021: 125). Dies kann auch für erst- und zweisprachige Kommunikationskontexte reklamiert werden. Eine damit angesprochene Souveränität im Umgang mit (jeder Art von) Texten schließt auch die Annahme der

ästhetischen Herausforderungen ein, die sie bieten können, d. h., das Vergnügen, ihre ‚Gemachtheit‘ wahrnehmen und schätzen zu können – etwa indem man Vergnügen daran hat, sich ihrem sprachlichen Irritationspotenzial zu stellen. Ganz davon abgesehen, dass sie immer neues authentisches Anschauungsmaterial für linguistisch höchst interessante Phänomene bieten.

Bibliografie

- Adamzik, Kirsten (2011): *Textsortennetze*. In: Habscheid, Stephan (Hg.): *Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen. Linguistische Typologien der Kommunikation*. Berlin/New York: De Gruyter, S. 367–385.
- Androtsopoulos, Jannis / Kuhlee, Franziska (2021): *Die Sprachlandschaft des schulischen Raums. Ein diskursfunktionaler Ansatz für linguistische Schoolscape-Forschung am Beispiel eines Hamburger Gymnasiums*. In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 75/4, S. 195–243.
- Badstübner-Kizik, Camilla (2023): *Fremdsprachige Diskurse im öffentlichen Raum – Möglichkeiten und Grenzen für Wahrnehmen, Verstehen und Teilhaben*. In: Hille, Almut / Schiedermaier, Simone (Hg.): *„Diskurs“ als Kategorie in der Kultur- und Literaturdidaktik im Fach Deutsch als Fremd- und Zweitsprache*. München: Iudicium, S. 179–202.
- Badstübner-Kizik, Camilla (2024): *Multimodal – klein – mehrdeutig. Gratispostkarten als Impulse für ästhetische Lernprozesse*. In: Hille, Almut / Schiedermaier, Simone (Hg.): *Zur Rolle von Mehrdeutigkeiten in der Literaturdidaktik Deutsch als Fremd- und Zweitsprache*. München: Iudicium, S. 106–130.
- Dobstadt, Michael (2009): *„Literarizität“ als Basiskategorie für die Arbeit mit Literatur in DaF-Kontexten. zugleich ein Vorschlag für die Neuprofilierung des Arbeitsbereichs Literatur im Fach Deutsch als Fremdsprache*. In: *Deutsch als Fremdsprache. Zeitschrift zur Theorie und Praxis des Deutschunterrichts für Ausländer* 1, S. 21–30.
- Dobstadt, Michael / Riedner, Renate (2013): *Grundzüge einer Didaktik der Literarizität*. In: Ahrenholz, Bernt / Oomen-Welke, Ingelore (Hg.): *Deutsch als Fremdsprache*. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren, S. 231–241.
- Dürscheid, Christa (2016): *Reflexion über Sprache im DaF-Unterricht – am Beispiel von kleinen Texten*. In: Freudenberg-Findeisen, Renate (Hg.): *Auf dem Weg zu einer Textsortendidaktik. Linguistische Analysen und text(sorten)didaktische Bausteine nicht nur für den fremdsprachlichen Deutschunterricht*. Hildesheim: Georg-Olms-Verlag, S. 185–200.
- Hausendorf, Heiko (2009): *Kleine Texte. Über Randerscheinungen von Textualität*. In: *Germanistik in der Schweiz. Online-Zeitschrift der SAGG* 6, S. 1–19. http://www.sagg-zeitschrift.unibe.ch/6_09/hausendorf.pdf [Letzter Zugriff am 01.03.2024].
- Hille, Almut / Schiedermaier, Simone (2021): *Literaturdidaktik Deutsch als Fremd- und Zweitsprache. Eine Einführung für Studium und Unterricht*. Tübingen: Narr Francke Attempto.
- Kato, Hiloko / Naef, Marcel / Sugisaki, Kyoko / Wiedmer, Nicolas (2021): *„Wie ihr seht, hat es hier nicht mehr Platz zum Schreiben“ – Eine text- und korpuslinguistische Untersuchung der Lesbarkeitsquellen kleiner Texte am Beispiel der Ansichtskarte*. In: Pappert, Steffen / Roth, Kersten Sven (Hg.): *Kleine Texte*. Berlin: Peter Lang, S. 73–118.

- Klug, Nina-Maria (2021): *Kleine Texte des Alltags: Was uns z.B. Zigarettenschachteln alles sagen und zeigen können*. In: Pappert, Steffen / Roth, Kersten Sven (Hg.): *Kleine Texte*. Berlin: Peter Lang, S. 191–225.
- Klug, Nina-Maria / Pappert, Steffen (2020): *Wenn Rasen tötet und Pränanz fordert. Merkmale multimodaler Texte an der Autobahn*. In: Berdychowska, Zofia / Liedtke, Frank (Hg.): *Prägnante Kürze und mehr. Kurztexte und multimodale Kurzformen im öffentlichen Raum*. Berlin: Peter Lang, S. 147–160.
- Knopp, Matthias (2021): *Kleine Texte nirgends, kleine Texte überall – zu einer vernachlässigten Textgröße im Deutschunterricht*. In: Pappert, Steffen / Roth, Kersten Sven (Hg.): *Kleine Texte*. Berlin: Peter Lang, S. 285–311.
- Miller, Dorota (2023): *Barber, burger, braffiterka. Linguistic Landscape-Forschung am Beispiel der Ladenschilder im urbanen Raum der Stadt Rzeszów*. In: *Germanistische Werkstatt 12*, S. 93–108.
- Pociask, Janusz (2020): „In der Kürze liegt die Wirkung“ – Zu Status, Form und Wirkung sprachlicher Ökonomisierung in Werbetexten. In: Berdychowska, Zofia / Liedtke, Frank (Hg.): *Aspekte multimodaler Kurzformen. Kurztexte und multimodale Kurzformen im öffentlichen Raum*. Berlin: Peter Lang, S. 97–116.
- Schiedermaier, Simone (2018): „die Stadt ist ein Buch/wir schlagen die erste Straße auf/wir lesen die erste Straße“. *Linguistic Landscapes und die Lesbarkeit öffentlicher Räume*. In: Schiedermaier, Simone (Hg.): *Deutsch als Fremd- und Zweitsprache und Kulturwissenschaft. Zugänge zu sozialen Wirklichkeiten*. München: iudicium, S. 71–89.
- Warnke, Ingo H. / Spitzmüller, Jürgen (2008): *Methoden und Methodologie der Diskurslinguistik. Grundlagen und Verfahren einer Sprachwissenschaft jenseits textueller Grenzen*. In: Warnke, Ingo H. / Spitzmüller, Jürgen (Hg.): *Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene*. Berlin/New York: De Gruyter, S. 3–54.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1–10: alle Fotos von Camilla Badstübner-Kizik

Univ.-Prof. Dr. Camilla Badstübner-Kizik

Adam-Mickiewicz-Universität Poznań

Institut für Angewandte Linguistik

al. Niepodległości 4

PL 61-874 Poznań

E-Mail: cbkizik@amu.edu.pl

ORCID 0000-0003-0733-3054

Zur Person: Camilla Badstübner-Kizik studierte Klassische Philologie, Germanistik und Kunstgeschichte in Jena und Berlin. Sie habilitierte 2007 an der Adam-Mickiewicz-Universität in Poznań mit einer Arbeit zur Rolle von Bildender Kunst und Musik in sprachlichen Bildungsprozessen und ist seit 2008 als Professorin am Institut für Angewandte Linguistik an der Universität Poznań tätig, wo sie den Arbeitsbereich Kultur- und Medien-didaktik leitet. In den Jahren 2009/2010 sowie 2017/2018/2019 hatte sie Vertretungsprofessuren an den Universitäten Wien und Gießen inne, sie ist regelmäßig in der Fort- und Weiterbildung im Bereich Deutsch als Fremdsprache in Polen sowie in zahlreichen weiteren Ländern aktiv. Ihre Forschungsinteressen liegen derzeit in den Bereichen Sprache/n im öffentlichen Raum, Multimodalität und mediale Mehrsprachigkeit sowie neuere sprach- und kulturdidaktische Ansätze (u. a. öffentlicher Raum / *Linguistic Landscape* als Lernraum, Konzeption des Kulturellen Gedächtnisses). Zu neueren Arbeiten gehören Veröffentlichungen zu den Möglichkeiten fremdsprachiger Diskursteilhabe im öffentlichen Raum, zu multimodalen Textformaten (Wahlplakate, Gratispostkarten), zu multimodalen literarischen Textnetzen und ihrer didaktischen Dimension sowie zur Unterrichtssprache Deutsch im Kontext DaF.

Politik auf der polnischen Straße

Perspektiven der Linguistic-Landscape-Forschung

MAGDALENA MAKOWSKA

Politics on the Polish Street

Perspectives of linguistic landscape research

Kurzfassung: Das Thema des Protests im öffentlichen Raum wird von Forschern, die sich mit der Analyse der Linguistic Landscape beschäftigen, aufgegriffen. Politische Transparente sind ein Beispiel für mobile urbane Texte, die dazu beitragen, den urbanen Raum in eine Arena des Protests zu transformieren. Aus linguistischer Perspektive stellen sie ein Beispiel für multimodale Kommunikate dar, die eine kompakte Form mit der Bewältigung komplexer kommunikativer Aufgaben verbinden. In diesem Beitrag werden die Ergebnisse einer Analyse von Transparenten vorgestellt, die während der regierungskritischen Demonstrationen in Warschau 2023 verwendet wurden. Die Analyse verfolgte zwei Hauptziele: Einerseits sollte festgestellt werden, ob Transparente als mobile urbane Texte klassifiziert werden können, andererseits sollten die sprachlichen und visuellen Mittel identifiziert werden, die von den Autoren verwendet wurden, um ihren Protest in Form von kompakten Botschaften zu verbalisieren und zu visualisieren. Darüber hinaus wurden fünf Hauptfunktionen städtischer Protesttexte identifiziert: informativ-identifizierend, argumentativ, postulativ, spielerisch und erzieherisch.

Schlagnworte: Linguistic Landscape, Protest im öffentlichen Raum, urbane Texte, kleine Texte

Abstract: The subject of protest in public space has been explored by researchers involved in the analysis of linguistic landscapes. Political banners serve as a prime example of mobile urban texts that contribute to the transformation of urban space into a venue for protest. From a linguistic perspective, these banners represent multimodal messages that combine a compact form with the fulfilment of complex communicative tasks. This paper presents the findings of an analysis of banners used during the anti-government demonstrations in Warsaw in 2023, with two main objectives: Firstly, the investigation sought to ascertain whether the banner could be classified as a mobile urban text. Secondly, the linguistic and visual means employed by the authors to verbalise and visualise their protest in the form of compact messages were identified. Furthermore, five main functions of urban protest texts were identified: informative-identifying, argumentative, postulatory, playful and educational.

Keywords: linguistic landscape, protest in urban space, urban text, minimal text

1. Einleitung

Die Städte von heute haben eine Vielzahl unterschiedlicher Funktionen zu erfüllen. Neben der Bereitstellung von Wohnraum und Arbeitsplätzen für Menschen, die nicht in der Landwirtschaft tätig sind, gehören auch die Erfüllung infrastruktureller, ökonomischer, sozialer und kultureller Aufgaben zu den zentralen Funktionen urbaner Räume. Die Stadt des 21. Jahrhunderts ist in erster Linie ein Ort, an dem Vertreter verschiedener sozialer, kultureller und religiöser Gruppen zusammenkommen, die unterschiedliche politische Ansichten vertreten und diese in der ihnen angemessen erscheinenden Weise zum Ausdruck bringen. Der urbane Raum wird so für sie nicht nur zu einem Ort der neutralen, oft beiläufigen Begegnung, sondern auch zu einem Raum der Auseinandersetzung mit Werten, Ansichten und Haltungen.

Die aktuelle Forschung widmet sich intensiv der Frage, inwiefern die Stadt als Raum für die kommunikativen Aktivitäten ihrer Nutzer betrachtet werden kann (vgl. Gorter/Cenoz 2023, Opiłowski 2020, Schmitz 2018a, 2018b, Marten/Saagpak 2017, Jaworski/Thurlow 2010). Der Ansatz, der unter dem Begriff *Linguistic Landscape* (LL) diskutiert wird, erfreut sich derzeit großer Beliebtheit. Der vorliegende Artikel gibt zunächst einen Überblick über den aktuellen Stand der Forschung zum Thema LL. Die in diesem Kontext aufgeworfenen Fragen betreffen sowohl das Verständnis des Terminus *Linguistic Landscape* als auch die wesentlichen Aspekte seiner Analyse. Im Folgenden wird der Fokus auf eine spezifische Kategorie kommunikativer Handlungen im urbanen Raum gerichtet, nämlich auf Protestaktionen und ihre verbal-visuellen Formen. Es werden die Ansätze vorgestellt, nach denen die Stadt als ein Raum betrachtet werden sollte, der den Nutzern die Möglichkeit bietet, ihre eigenen Ansichten zu präsentieren und sich mit den Ansichten anderer auseinanderzusetzen. In diesem Kontext erfolgt eine Erörterung der Kategorie sog. *kleiner Texte* (vgl. Hausendorf 2009, dazu auch Pappert/Roth 2021), welche im vorliegenden Beitrag als Bezugspunkt für die Beschreibung der von den Teilnehmern politischer Demonstrationen verwendeten Transparente dienen. Letztere stehen im empirischen Teil des Beitrags im Zentrum des Forschungsinteresses. Im Falle von solchen Texten handelt es sich um Botschaften, die sich durch einen oberflächlichen, kommunikativen und kompositorischen Minimalismus auszeichnen (vgl. Czachur 2020). Während ihre kommunikative Bedeutung bis vor kurzem noch heruntergespielt wurde und sie selbst am Rande des linguistischen Forschungsinteresses standen, ist heute nicht nur ihre nahezu universelle Präsenz in den meisten Bereichen des menschlichen Lebens festzustellen, sondern auch ihre große genologische und funktionale Vielfalt.

Die im vorliegenden Beitrag präsentierte Analyse befasst sich mit zwei Forschungsfragen. Erstens wird untersucht, ob es begründet ist, Transparente als urbane Texte zu beschreiben. Zweitens wird beleuchtet, auf welche Weise Transparente als kleine Texte ihren Minimalismus nutzen, um politische Inhalte zu thematisieren und Protest auszudrücken. Das Untersuchungskorpus umfasst etwa 300 Transparente, die während

regierungskritischer Demonstrationen in Warschau im Jahre 2023 fotografiert wurden. Ihre Analyse wird sich sowohl auf die formale Ebene, d. h. die Struktur der Botschaft, als auch auf die semantische Ebene, d. h. den Inhalt der Botschaft, und die funktionale Ebene, d. h. die von der Botschaft realisierte Funktion, beziehen.

2. Stadt als Kommunikationsraum

Die visuelle Gestaltung urbaner Räume ist geprägt durch eine Vielzahl an Kommunikaten, die auf Straßen, Hauswänden, in Parks oder an Denkmälern zu finden sind. Die Nutzer/innen einer Stadt fungieren dabei sowohl als Absender als auch als Empfänger dieser meist multimodalen Zeichenkonglomerate, die sie im Alltag in öffentlichen Räumen begleiten. Verkehrsschilder, Anzeigen, Gedenktafeln, Ankündigungen aller Art und Plakate haben sich in das urbane Gefüge derart tief eingeschrieben, dass eine Stadt ohne all diese visuell, thematisch und funktional kaum vorstellbar ist.

Sprachgebrauch im öffentlichen Raum kann handlungsrelevante, ästhetische, indexikalische und symbolische Funktionen übernehmen, als Zeichen für Verhaltensaufforderungen (Verbote, Gebote, Anweisungen), für den künstlerischen Selbstaussdruck der Zeichenproduzenten (und Repräsentanten unterschiedlicher Kulturen mit je eigenen ästhetischen Konventionen und Traditionen), für autopoetische Verweise auf sich selber als Code (Indexzeichen für die fremde Kultur oder Sprachgemeinschaft, die sich an die Residenzgesellschaft wendet). (Hess-Lüttich 2015: 361)

Die Vielzahl an Kommunikaten, die die Organisation der Stadt und ihre Nutzung auf unterschiedlichen Ebenen unterstützen, ist in ihrer Funktion als wesentlicher Bestandteil des urbanen Raums nicht mehr wegzudenken. In stark individualisierter Weise tragen sie auch zur Prägung des Stadtcharakters und zur Bildung der städtischen Identität bei. Diese meistens semiotisch differenzierten wahrnehmbaren Zeichen, die in einem urbanen Raum in Betracht gezogen werden, konstituieren die sog. *Linguistic Landscape* und machen dadurch die moderne Stadt zu einem Raum, der nicht nur genutzt, sondern auch gelesen wird. Sie schaffen also die Möglichkeit, eine „Stadt als Text zu lesen“ (Hess-Lüttich 2015: 359). Die meisten von ihnen, wie beispielsweise Straßennamensschilder oder Gedenktafeln, sind dauerhaft im Stadtraum präsent und zeigen eine starke Bindung an den Ort, an dem sie angebracht sind. Demgegenüber gibt es auch solche, die lediglich gelegentlich in Erscheinung treten, um bestimmte Ereignisse zu begleiten, die für die Stadt und ihre Gemeinschaft von Bedeutung sind. Mit ihnen teilen die Nutzer/innen der Stadt zu einem bestimmten Zeitpunkt in sozialer, kultureller, religiöser oder politischer Hinsicht ihre Interessen und Anliegen.

Das sich so dynamisch entwickelnde Kommunikationsnetz der Stadt rückte an der Wende vom 20. zum 21. Jahrhundert in den Fokus der Forschung. Die Stadt wurde

nun mit einer neuen Intensität betrachtet und eben als ein Raum definiert, in dem ein kontinuierlicher Kommunikationsprozess stattfindet, in dem die in das Stadtgefüge eingebetteten Kommunikate ein wichtiges Element darstellen. Als Begründer des Begriffes *Linguistic Landscape* galten lange Zeit Landry und Bourhis, die 1997 *Linguistic Landscape Research* einführten:

The language of public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings combines to form the linguistic landscape of a given territory, region, or urban agglomeration. (Landry/Bourhis 1997: 25)¹

Wie aber Gorter und Cenoz (2023) zeigen, hat das Forschungsinteresse an Kommunikation in urbanen Räumen eine noch längere Tradition. Die Autoren machen darauf aufmerksam, dass sich Landry und Bourhis nicht als Initiatoren von *Linguistic Landscape Research* bezeichnen, sondern sich auf Studien beziehen, die bereits zehn Jahre zuvor von Verdoodt (1979) und Corbeil (1980) durchgeführt worden waren. In diesen beiden Veröffentlichungen wurde der Begriff *paysage linguistique* verwendet, da sie den französischen Sprachraum betreffen. Das bedeutet, dass Landry und Bourhis als Pioniere in der Verwendung des englischen Begriffes *Linguistic Landscape* zu betrachten sind, mit dem sie sich auf die in den Studien von Verdoodt oder Corbeil u. a. angestoßene Idee beziehen und sie kreativ weiterentwickeln. Die in der Definition von Landry und Bourhis erwähnten Zeichen (*signs*) unterscheiden sich in ihrer Form deutlich von den Zeichen, die die Stadtnutzer/innen heutzutage in ihren Städten finden und die semiotisch viel differenzierter sind.

Der Ansatz der LL basiert auf der aus der Semiotik stammenden Erkenntnis, dass wir alle täglich von unterschiedlichen Zeichen sprachlicher und nichtsprachlicher Art umgeben sind, durch die sich unsere Umwelt als etwas für uns Bedeutungsvolles konstituiert. Die einzelnen Zeichen sind dabei miteinander verknüpft und bilden ein semantisches Kontinuum, das von Juri Lotman als Semiosphäre definiert wird. (Marten/Saagpakk 2017: 8)

Dies veranschaulicht, wie sehr sich der urbane Raum in den weniger als 30 Jahren seit der Formulierung der Definition von Landry und Bourhis verändert hat, u. a. beeinflusst durch die sich wandelnden Standards der visuellen Kommunikation.

Die starke semiotische Differenzierung, die man vor allem mit der Medienkommunikation assoziiert, lässt sich auch in Bezug auf die Kommunikation im öffentlichen

¹ „Die Sprache der öffentlichen Straßenschilder, der Werbetafeln, der Straßennamen, der Ortsnamen, der Ladenschilder und der öffentlichen Beschilderung von Regierungsgebäuden bildet zusammen die Sprachlandschaft eines bestimmten Gebiets, einer Region oder eines städtischen Ballungsraums“ (Landry/Bourhis 1997: 25, übers. v. MM).

Raum beobachten. Kommunikate, die das urbane Gefüge mitgestalten, weisen in der Regel eine multimodale Struktur auf. Ihre sprachlichen und visuellen Elemente werden zu semiotischen Partnern, die eine gemeinsame Fläche teilen und sich gegenseitig kontextualisieren. Durch diese Kooperation wird der kommunikative Sinn geschaffen. Diese semiotische Differenzierung im urbanen Raum begründet nach Jaworski und Thurlow (2010) die Notwendigkeit, den Begriff *Semiotic Landscape* zu verwenden, mit dem die Forscher „any public space with visible inscription made through deliberate human intervention and meaning making“ (Jaworski/Thurlow 2010: 2) beschreiben. Sie postulieren eine enge Korrelation zwischen den manifesten sprachlichen Elementen und ihrer weiteren Umgebung: „visual images, nonverbal communication, architecture and the build environment“ (Jaworski/Thurlow 2010: 2). Der Schwerpunkt dieses Konzeptes liegt somit auf drei Elementen, d. h. Sprache, Bild und Raum, die man – laut den Autoren – braucht, um im urbanen Raum effektiv zu kommunizieren.

Mit der Frage der Zeichen im öffentlichen Raum der Großstadt beschäftigen sich Schmitz und Ziegler (2016), die darauf hinweisen, dass diese semiotisch differenzierten Zeichen um die Aufmerksamkeit der meist eiligen Stadtnutzer/innen ständig wetteifern müssen, was bestimmte Folgen im Bereich ihrer Struktur mit sich zieht: „Deshalb sind die Texte stets (zwecks Blickfängerei und/oder routinierter Wiedererkennung) typografisch gestaltet; und die treten oft in Verbindung mit nichtsprachlichen visuellen Zeichen auf, z. B. mit Fotos, Piktogrammen oder anderen Bildern“ (Schmitz/Ziegler 2016: 480). Schmitz bezeichnet öffentliche Räume als „semiotisch gestaltete Kulissen, in denen sich gesellschaftliches Leben abspielt und an denen Macht-, Herrschaft- und Eigentumsverhältnisse ebenso abgelesen werden können wie Zeichen von Identifikation, Beheimatung und Aufbegehren“ (Schmitz 2018b: 26). In einem semiotisch ausdifferenzierten Stadtraum erfolgt die Kommunikation der Menschen nicht nur hinsichtlich ihrer Bedürfnisse, sondern auch in Bezug auf ihre Ansichten, ihre Unterstützung oder ihren Widerstand gegenüber dem, was sie direkt betrifft, sowie gegenüber der Gemeinschaft, der sie sich zugehörig fühlen. So wird urbaner Raum häufig zum Protestraum, in dem Meinungen sprachlich und visuell kommuniziert werden.

3. Urbane Räume als Protesträume

Die Stadt als Protestraum ist ein dynamisches Konzept, das sowohl soziale als auch politische Dimensionen umfasst. Die Art und Weise, wie urbaner Raum gestaltet und genutzt wird, hat tiefgreifende Auswirkungen auf die Möglichkeiten des Protests und die damit verbundenen sozialen Bewegungen.

Scharloth (2019) untersucht die Funktion von Plätzen, Parks und Straßen, die für die Stadt als Protestraum von besonderer Relevanz sind. Laut Scharloth (2019) wird

Stadt überall dort zum Protestraum, wo ihre Funktion als öffentlicher Raum prekär geworden ist:

Wo Anonymität, Zugänglichkeit sowie Verhaltensoffenheit und Rollenvielfalt beschränkt werden, kann sich Protest kristallisieren. [...] Durch Protest wird der städtische Raum zum politischen Raum, zum Raum einer präfigurativen Politik für einen anderen Raum, aber auch für eine andere gesellschaftliche Ordnung. (Scharloth 2019: 352)

Die Ursachen von Protesten sind vielfältig und führen zu einer entsprechend breiten Palette an Protestformen. Ein wesentliches Merkmal, das Protestierende zweifellos miteinander teilen, ist das Bedürfnis, ihre Ansichten klar, deutlich und vor allem überzeugend gegenüber ihrem Umfeld zu vertreten. Mit seinem Protest bringt der Protestierende nicht nur seinen eigenen Standpunkt zum Ausdruck, sondern er strebt in der Regel auch die Überzeugung anderer Menschen an. Bei einer öffentlichen Protestaktion muss er die Angemessenheit seines Handelns im Hinblick auf das Umfeld berücksichtigen. Transparente stellen in diesem Kontext ein geeignetes Instrument dar, um auch ohne verbale Äußerungen eine Wirkung zu erzielen.

Die Frage der Transparente wird von Śleziak (2021, 2022) behandelt. Die Autorin zeigt auf, dass Transparente für eine Art Chronik der Ereignisse und Veränderungen gehalten werden können. Die Forscherin legt dar, dass „verbale Formeln, die auf öffentlichen Kundgebungen und Demonstrationen gezeigt werden, in die Kategorie politischer Slogans fallen, die eine überzeugende oder agitatorische Botschaft enthalten und deren Zweck es ist, bestimmte Ansichten und Ideen zu fördern und Handlungen und Haltungen im Sinne des Absenders zu bewirken“ (Śleziak 2022: 2, übers. v. MM)². Die Autorin definiert auch einige Funktionen politischer Slogans:

- Die Mobilisierungsfunktion wird realisiert „sowohl direkt, als Formel, die zum Handeln aufruft, als auch in Form von Aussagen, die auf einen bestimmten Zustand hinweisen und erst im Prozess der Konnotation die Einstellungen und Handlungen der Bürger auslösen“ (Śleziak 2021: 87, übers. v. MM)³.
- Die Informationsfunktion wird im Zusammenhang mit der Signalisierung einer bestimmten Haltung, der Parteinahme, der Kritik am Gegner realisiert.
- Die Integrations- und Identifikationsfunktion zielt darauf ab, Gleichgesinnte zu vereinen, denn „auch das Hochhalten eines Transparents mit einer Paro-

² „Formuły werbalne eksponowane na publicznych wiecach i demonstracjach wpisują się w kategorię hasła politycznego, które zawiera przekaz nacechowany perswazyjnie lub agitacyjnie i którego celem jest propagowanie określonych poglądów i idei oraz nakłanianie do działań i postaw zgodnych z wolą nadawcy“ (Śleziak 2022: 2).

³ „[...] zarówno wprost, jako formuła nawiązująca do działania, jak i w postaci stwierdzeń wskazujących na pewien stan rzeczy i dopiero w procesie konotacji uruchamiających postawę i działania obywateli“ (Śleziak 2021: 87).

le in einer Menge von Demonstranten ist ein Weltanschauungsbekenntnis“ (Śleziak 2021: 87, übers. v. MM)⁴.

- Die Unterhaltungsfunktion wird durch Sprachwitz, Ironie oder Satire realisiert.
- Die kumulative Funktion ergibt sich daraus, dass solche Slogans oft komplexe Ideologien und Einstellungen kurz und prägnant beschreiben.

Die von Śleziak (ebd.) untersuchten Slogans enthalten häufig intertextuelle Bezüge in Form von Zitaten aus bekannten Werken oder Nachahmungen anderer Slogans. Wie die Autorin betont, „können Verweise auf einen anderen Slogan (1) innerhalb der Lexik (Verwendung von Zitaten, Wort- und Denkfiguren), (2) der Prosodie (Wiederholung von Reim und Rhythmus) oder (3) der Syntax (Parallelismus) erfolgen“ (Śleziak 2021: 89, übers. v. MM)⁵. Die genannten verbalen Elemente erfahren vielfach eine signifikante Unterstützung durch die visuelle Ebene des Slogans, d. h. durch die Art und Weise seiner Präsentation auf einer Ebene, die er beispielsweise mit evokativen Grafiken teilt. „Politische Slogans können nicht als rein verbale Formeln betrachtet werden. Für ihre korrekte Interpretation ist ein kultureller Kontext erforderlich, und für eine umfassende Analyse sind multimodale Instrumente notwendig“ (Śleziak 2022: 11, übers. v. MM)⁶.

Błachowicz-Wolny und Błachowicz (2022) haben eine vergleichende Analyse der Slogans des Frauenprotests 2020 in Polen, Kroatien und Serbien vorgenommen. Die Autorinnen heben hervor, dass die Slogans auf den Transparenten, die sich durch eine präzise, originelle, einprägsame und klare Ausdrucksweise auszeichnen, eine wesentliche Form des öffentlichen Ausdrucks darstellen. Unter den gesammelten Slogans lassen sich diejenigen unterscheiden, die sich auf demokratische Werte, einschließlich der Rechte der Frauen, Geschichte, Literatur und Volkskultur, kirchliche Institutionen sowie Politik und Politiker beziehen. Ihre Verfasser bedienten sich häufig Vulgarismen, um die Botschaft zu verstärken, und griffen auf Reime zurück, damit die Slogans leichter zu merken sind und rhythmisch gerufen werden können. Die Analyse zeigt, dass die untersuchten Slogans einen unterschiedlichen Grad an Überzeugungskraft aufweisen. Wortspiele, die eine Vielzahl von Bezügen und Assoziationen miteinander verweben, gehören ebenso zum Repertoire der Slogans wie eine prägnante Formulierung. Laut den Autorinnen „stellen die auf den Transparenten geschriebenen Texte

4 „Również trzymanie banneru z hasłem w tłumie manifestantów jest światopoglądową deklaracją“ (Śleziak 2021: 87).

5 „nawiązania do innego hasła mogą odbywać się (1) w obrębie leksyki (wykorzystanie cytatu, figury słów i figury myśli), (2) prozodii (powtarzalność rymu i rytmu) lub (3) składni (paralelizm)“ (Śleziak 2021: 89).

6 „[...] hasła politycznych nie można postrzegać jako formuł wyłącznie werbalnych – do ich poprawnej interpretacji konieczny jest kontekst kulturowy, a do wyczerpującej analizy – narzędzia multimodalne“ (Śleziak 2022: 11).

eine eigentümliche Mischung aus einer virtuellen Form der Bildsprache und einer realen Botschaft dar“ (Błachowicz-Wolny, Błachowicz 2022: 239, übers. v. MM)⁷.

Den multimodalen und transkriptiven Charakter der Transparente stellt in ihrem Beitrag Oślizło (2021) heraus. Ihrer Auffassung nach manifestiert sich dieser Charakter insbesondere in der Verwendung unterschiedlicher semiotischer Ressourcen sowie in der Transformation der Gattungsform vom Virtuellen zum Materiellen.

Die Vielfalt des semiotischen Materials der Botschaften sowie die Umwandlung der Gattungsform vom Virtuellen zum Materiellen spiegeln den transkriptiven und multimodalen Charakter von Transparenten wider. (Oślizło 2021: 224, übers. v. MM)⁸

Im Rahmen einer genologischen und textwissenschaftlichen Analyse der memetischen Transparente des Frauenstreiks zeigt die Autorin die Vielfalt der in ihnen verwendeten Zeichensysteme und -typen auf, die die effektive Realisierung von solchen Funktionen ermöglichen wie:

- kommunikativ-informative Funktion (Transparent als primäre Informationsquelle),
- kommunikativ-expressive Funktion (Transparent als absenderorientierter Kommentar zu einem Ereignis),
- konversationelle Funktion (Transparent als direkte Antwort auf ein Verhalten oder eine Äußerung),
- sozialpädagogische Funktion (Transparent als wissenschaftlich abgesicherte Informationsquelle),
- kulturell-kreative Funktion (Transparent, das Stereotype schafft und aufrechterhält),
- kulturell-verbreitende Funktion (Transparent, das Popkultur und Hochkultur verbreitet),
- kulturell-künstlerische Funktion (Postmeme).

Die Annahme eines Memes, das durch die Präsenz im öffentlichen Raum eine materielle Form annimmt, verdeutlicht die These, dass die Sprache der Transparente viele Merkmale des Online-Diskurses aufweist. Dies umfasst die Ausweitung der Umgangssprache, die Vulgarisierung sowie die Visualisierung der Sprache durch Symbole, die Emotionen zum Ausdruck bringen.

⁷ „Teksty zapisane na transparentach stanowią swoistą hybrydowość wirtualnej formy obrazowania i rzeczywistego przekazu“ (Błachowicz-Wolny, Błachowicz 2022: 239).

⁸ „Różnorodność tworzywa semiotycznego przekazów, jak również samo przeobrażenie formy gatunkowej z wirtualnej w materialną, oddaje transkryptywny i multimodalny charakter transparentów“ (Oślizło 2021: 224).

Im Lichte der Forschung stellen Transparente interessante Objekte der genologischen und textologischen Analysen dar. Die Forscher betonen, dass die Slogans auf den Transparenten, die sich durch Präzision, Originalität, Prägnanz, Klarheit und Einprägsamkeit auszeichnen, die wichtigste Ausdrucksform im öffentlichen Raum sind. Die Verfasser der Slogans verwenden sowohl Vulgarismen, um die Botschaft zu verstärken, als auch Reime, damit die Slogans leichter zu merken sind und während der Demonstration rhythmisch gerufen werden. All dies rechtfertigt die Notwendigkeit, Transparente auch aus einer LL-Perspektive zu betrachten, d. h. als mobile urbane Texte.

4. Urbane Texte im städtischen Protestraum

Als Kommunikate, die urbane Räume mitgestalten, werden Transparente zunehmend zum Gegenstand der Forschung im Bereich der LL. Aus der Sicht der LL-Forschung lassen sie sich als *mobile urbane Texte* klassifizieren. Unter *urbanen Texten* werden in diesem Beitrag Kommunikate verstanden, die von ihren Produzenten im urbanen Raum platziert werden, um bestimmte Ziele zu erreichen und ein breites und vielfältiges Publikum, d. h. die Nutzer/innen dieses Raums, zu beeinflussen. Ein prototypischer urbaner Text zeichnet sich dadurch aus, dass er:

- im städtischen Raum auftritt und Funktionen erfüllt, die das Funktionieren der Stadt und/oder in der Stadt erleichtern (*stadtbezogener Text*);
- ortsgebunden ist, d. h. einen relativ festen Ort des Vorkommens hat (*ortsgebundener Text*);
- sprachliche Elemente enthält, die mit Vertretern anderer Zeichensysteme eine Ebene teilen können (*semiotisch eingeschriebener Text*);
- strukturell und funktional eine unterscheidbare kommunikative Gesamteinheit bildet (*strukturell und funktional differenzierter Text*) (vgl. Makowska 2020, Opiłowski/Makowska 2023).

Die meistens multimodale Struktur urbaner Texte ist in engem Zusammenhang mit deren Funktionen zu betrachten. Straßennamenschilder oder Straßenschilder, die urbane Texte des ersten Typs repräsentieren, sind für die effiziente Organisation einer Stadt von entscheidender Bedeutung: Sie zeigen die wichtigsten Punkte an, legen die Regeln für die Nutzung des Raums fest und erleichtern die Orientierung. Da sie in der Regel administrativer Natur sind, weisen sie eine einfache, oft standardisierte Form auf. Die urbanen Texte des zweiten Typs sind für das Funktionieren dieses Raums von essenzieller Bedeutung, da sie ihm einen spezifischen Charakter verleihen. So enthalten sie beispielsweise Informationen, die die Identität der Stadt in sozialer, historischer, kultureller oder religiöser Hinsicht aufbauen. Sie sind gekennzeichnet durch ein hohes Maß an kompositorischer Freiheit. Ihre Stärke liegt in ihrer Individualität, Einzigartigkeit und Kreativität.

Die zuvor genannten Arten von urbanen Texten sind in der Regel über einen längeren Zeitraum in diesem Raum präsent. Zusätzlich lassen sich jedoch auch solche Kommunikate identifizieren, die zwar nicht dauerhaft mit einem bestimmten Ort verbunden sind, aber durch ihre Verwendung in wichtigen Momenten zu einem identitätsstiftenden Element der Stadt und zu einem Zeugen der dort stattfindenden Ereignisse werden. Eine solche Gruppe bilden Transparente. Ihre Einordnung als urbane Texte ist dadurch begründet, dass sie in urbanen Räumen von denjenigen verwendet werden, die Proteste äußern. In den meisten Fällen sind Transparente auch semiotisch differenziert. Dies bedeutet, dass sie sprachliche und visuelle Elemente enthalten, die Protestgründe beschreiben (in schriftlicher Sprache) und zeigen (in statischen Bildern). Zudem verfügen sie auch über ein bestimmtes Layout, sind also strukturiert, und realisieren konkrete Funktionen. Der wichtige Unterschied zwischen Transparenten und prototypischen urbanen Texten besteht aber in der Ortsgebundenheit (vgl. Domke 2013): Während Transparente an keinen Ort im urbanen Raum gebunden sind, weisen prototypische urbane Texte eine solche Bindung auf. Transparente sind somit als mobil zu charakterisieren. Ähnlich wie die meisten urbanen Texte lassen sie sich auch als sog. *kleine Texte*⁹ beschreiben.

Ob in der Werbung, in Zeitungen, im Internet oder im urbanen Raum – kleine Texte sind allgegenwärtig. Dennoch liegen immer noch wenige Studien vor, die eben diese so bescheidenen Begleiter des Alltags in den Fokus differenzierter Analysen stellen (vgl. Hausendorf 2009, Czachur 2020, Pappert/Roth 2021). Klug (2021) vertritt die Meinung, dass sich diese Randposition kleiner Texte mit verschiedenen Faktoren erklären lässt. Sie sind bescheidene Texte, weil sie meistens recht einfach strukturiert sind (vgl. Klug 2021: 193). Zwar lassen sie sich nicht als komplexe sprachlich-strukturelle Einheiten fassen, aber in semiotischer Hinsicht sind sie meistens komplex.

Zum einen werden in ihnen neben sprachlichen immer auch para-sprachliche (z. B. typografische oder chirografische) Zeichen verwendet. Zum anderen erscheint auch der zweckorientierte Einbezug nicht-sprachlicher (v. a. bildlicher) Zeichen in die Textkonstitution typisch. Vor dem Hintergrund ihres spezifischen syntaktischen, semantischen und pragmatischen Potenzials erfüllen die verwendeten Zeichen unterschiedlicher semiotischer Art wichtige kommunikative Aufgaben im kleinen Text. Sie beziehen sich wechselseitig aufeinander. Sie heben sich gegenseitig hervor. Sie bestätigen, ergänzen, spezifizieren oder generalisieren sich im intermodalen, das einzelne Zeichensystem übergreifenden Zusammenspiel dort, wo es z. B. vor dem Hintergrund des Anliegens kommunikativer Effizienz angebracht erscheint, weil mit den Zeichen eines Systems etwas Bestimmtes ‚besser‘ oder vielmehr: ‚kürzer‘ zum Ausdruck gebracht werden kann als mit denjenigen des oder der anderen. (Klug 2021: 195)

⁹ Die Bezeichnung wurde von Hausendorf (2009) in den sprachwissenschaftlichen Diskurs eingeführt.

Sprachliche, para-sprachliche und nicht-sprachliche Modalität, die kleinen Texten zugrunde liegen, machen diese Kommunikate zu semiotisch differenzierten Gesamtbotschaften, deren Elemente jeweils einen individuellen Beitrag zur Bedeutungsbildung leisten. Klug weist auf kommunikative Prägnanz kleiner Texte hin und erklärt, dass diese sowohl die Form, als auch die Sprache betrifft. Kleine Texte müssen nicht nur auffällig sein, sondern auch schnell und mit kleinem kognitivem Aufwand verarbeitet werden. „Sie beschränken sich auf das Wesentliche und verbalisieren nur das, was weder aus dem räumlichen, dinglichen oder situativen Kontext noch aus dem multimodalen Kontext der Texte erschlossen werden kann“ (Klug 2021: 204). Während die kurze und einfache Struktur die schnelle Rezeption und Verarbeitung ermöglicht, sorgt die Wiederholung bestimmter Elemente für Einprägsamkeit und Erinnerung. Eine wichtige Rolle spielt auch die typografische Gestaltung eines Textes, die seine Sichtbarkeit und Lesbarkeit sichert: „Sie kann eine selektive Lektüre besonders relevanter Textelemente bzw. -inhalte lenken und erleichtern, spezifische inhaltliche Assoziationen anregen und die illokutionäre Kraft von Textinhalten mit ihren spezifischen Qualitäten verstärken“ (Klug 2021: 207, vgl. auch Stöckl 2004: 40). Das zeigt, dass alle Elemente – sowohl sprachlicher, als auch visueller Art –, die in kleinen Texten synergetisch integriert sind, von Bedeutung sein können.

Im Falle von Transparenten, die als mobile urbane Texte kategorisiert werden können, handelt es sich um Kommunikate, die an Stadtnutzer/innen, d.h. Menschen mit sehr unterschiedlich ausgeprägten Wissensbeständen und unterschiedlichem sozialem und kulturellem Hintergrund gerichtet sind. Ihre Rezeption durch die Zielgruppe, d.h. andere Demonstranten, soll möglichst mühelos und ohne großen Zeitaufwand erfolgen. Daher ist es für die Produzenten von entscheidender Bedeutung, zu überlegen, wie sie ihre Botschaften sprachlich und visuell formulieren. Diesbezüglich stellt sich die Frage, ob Transparente aus linguistischer Sicht als kleine Texte zu klassifizieren sind.

5. Transparente als kleine Texte im urbanen Raum – eine korpusbasierte Analyse

Die vorliegende Analyse fokussiert auf die von den Teilnehmern zweier Demonstrationen, die am 4. Juni und 1. Oktober 2023 in Warschau stattfanden, verwendeten politischen Transparente. Beide Veranstaltungen waren regierungskritisch und hatten zum Ziel, die Bürger vor den Parlamentswahlen im Herbst gegen die Partei Recht und Gerechtigkeit (PiS) zu mobilisieren. Das Korpus bilden 296 Fotos von den Transparenten, die von den Demonstranten getragen wurden¹⁰. Im Zentrum ihrer Analyse stehen zwei Forschungs-

¹⁰ Alle Fotos wurden von der Autorin des Beitrags selbst aufgenommen.

fragen. Erstens wird untersucht, ob es begründet ist, Transparente als urbane Texte zu beschreiben. Zweitens wird beleuchtet, auf welche Weise Transparente als urbane Texte ihren Minimalismus im Bereich der Oberfläche, Kommunikation und Komposition realisieren, wenn sie politische Inhalte thematisieren und Protest ausdrücken.

Transparente lassen sich als urbane Texte klassifizieren, weil sie:

- auf den städtischen Raum von Warschau angewandt werden (*der einer Stadt zugeordnete Text*);
- ortsbezogen sind, weil sie auf der Route eines Marsches verwendet werden (*der einer städtischen Demonstration zugeordnete Text*; Transparente sind 1) mobile Texte, weil sie von Demonstranten getragen werden, und 2) stark kontextualisierte Texte, weil man sie im Zusammenhang mit einer konkreten und geplanten Kommunikationssituation im öffentlichen Raum verwendet);
- sprachliche Elemente enthalten, die oft mit anderen semiotischen Ressourcen eine gemeinsame Fläche teilen (*der semiotisch differenzierte Text*; mono- oder multimodaler Kommunikat);
- kommunikative Gesamteinheiten bilden (*der strukturell und funktional getrennte Text*; sprachliche und/oder visuelle Realisierung des Protestes).

Obwohl Transparente nicht den prototypischen urbanen Texten zugeordnet werden können, da sie nicht ortsgebunden, sondern mobil sind, erfüllen sie andere Bedingungen, die sie zu urbanen Texten eindeutig prädestinieren.

Die zweite Forschungsfrage zielt darauf ab, die Art und Weise zu erforschen, wie Transparente als urbane Texte, die auch als *kleine Texte* bezeichnet werden können, ihren Minimalismus im Bereich der Oberfläche (d. h. in Bezug auf die Größe von Transparenten), der Kommunikation (d. h. hinsichtlich der kommunizierten Inhalte) und der Komposition (d. h. in Bezug auf die semiotischen Ressourcen) umsetzen, um politische Inhalte zu thematisieren und Protest auszudrücken. Die Frage ihrer Größe lässt sich wie folgt beantworten: Transparente werden von Demonstranten getragen, weshalb sie nicht zu groß und nicht zu schwer sein sollten. Die Situation, in der sie kommunikativ zum Einsatz kommen, determiniert ihre Oberfläche und ihre Materialität in dem Sinne, dass sie leicht zu tragen sein müssen. Transparente stellen ein Instrument politischer Kommunikation dar, welches im Kontext von Manifestationen zum Einsatz kommt. Dabei werden auf Transparenten politische Inhalte thematisiert, wobei die Manifestanten ganz unterschiedliche Fragen mit ihnen zum Ausdruck bringen. Transparenten dienen:

- (1) *der Identifikation der Protagonisten*, wobei unter Protagonisten sowohl Manifestanten als auch ihre Gegner verstanden werden. Im Falle von analysierten Transparenten sind das bestimmte Vertreter der damaligen Regierungsmannschaft, d. h. Recht und Gerechtigkeit, die entweder direkt beim Namen genannt werden (*Jarek oddaj nam wolną wolę / Jarek, gib uns unseren freien Willen zurück*; *Duda doktor bezprawia / Duda, Doktor der Gesetzlosigkeit*) oder aus dem Kontext zu erschließen sind (*emerytowy zbawco narodu, uhadi*; *Retter*

der Nation im Ruhestand, *uhadi* – als Anspielung an Jarosław Kaczyński, der als Retter der Nation ironisch bezeichnet wird). Die Demonstranten machen auch sich selbst zu Protagonisten und nutzen sowohl kollektive als auch individuelle Bezüge, um sich zu mobilisieren und zu integrieren. Um die gewünschte Wirkung zu erzielen, werden u. a. intertextuelle Bezüge verwendet, die stark im kulturellen Kontext verwurzelt sind (*to jest ten wiatr co rozgoni / das ist der Wind, der wegblasen wird* als eine direkte Anspielung auf den Hit der polnischen Band Maanam „Krakowski spleen“ (1983). Auf diese Weise bringen die Demonstranten ihre Überzeugung zum Ausdruck, dass sie diejenigen sind, die die politische Situation im Lande verändern.

(2) *der Angabe der Protestgründe*

In einigen Fällen wenden sich die Demonstranten zwar nicht direkt an die Politiker, aber sie weisen dennoch darauf hin, wessen Handeln ihren Protest auslöst. Dabei greifen sie u. a. auf ein wortspielerisches Verfahren zurück, bei dem ein Name genannt wird (*czarnka goryczy się przelala / der Kelch der Bitterkeit ist übergelaufen* als ironische Anspielung an damaligen Wissenschaftsminister Przemysław Czarnek, dessen politische Entscheidungen negativ bewertet wurden)

(3) *der Identifizierung der Forderungen der Demonstranten*

Einige Transparente haben auch postulativen Charakter. Sowohl die Art und Weise, wie die Erwartungen formuliert werden, als auch ihr Umfang variierten: von allgemeinen bis hin zu spezifischen Themen, die konkrete Veränderungen im sozioökonomischen Leben betreffen (*w szkole dentysta zamiast księdza / Zahnarzt statt Pfarrer in der Schule*). Sie sind in der Lage, sowohl höflich zu appellieren (*uprzejmie prosimy odejśćcie szybkoitko / bitte gehen Sie schnell weg*), als auch ihre tatsächliche Unzufriedenheit zum Ausdruck zu bringen (*****)¹¹.

(4) *der Herabwürdigung eines politischen Gegners*

In dem analysierten Korpus gibt es auch Beispiele von Transparenten, deren Autoren ihre politischen Gegner herabsetzen. Dies geschieht zum einen durch die Darstellung des Handelns als lächerlich, zum anderen durch die Stigmatisierung der einzelnen Initiativen. Aufgrund der häufigen Verwendung humoristischer Elemente ist diesen Transparenten eine ludische Funktion zuzuschreiben. Im Polnischen bildet man gerne sog. *lepiej*. Darunter werden Slogans verstanden, die in Form von kurzen Gedichten formuliert sind, mit dem Wort *besser* (= *lepiej*) beginnen und oft einen grotesken, spöttischen Charakter aufweisen (z. B. *lepiej lobotomię przeżyć niż PiS los zawierzyć / es ist besser, eine Lobotomie zu überleben, als der PiS sein Schicksal anzuvertrauen*). Die

¹¹ Das Symbol der Bewegung der Acht Sterne (*****) wird interpretiert als *jebać PiS / fick Recht und Gerechtigkeit*.

Verwendung von *lepieje* ist insofern bemerkenswert, als dass sie einen spöttischen Charakter mit einer hohen Rhythmik verbindet, die durch die Verwendung von Reimen erreicht wird. Die Tatsache, dass sie leicht skandiert werden können, kann eine mobilisierende Wirkung auf die Protestteilnehmer haben und sie dazu ermutigen, ihre Ansichten noch aktiver zu äußern.

(5) *der Förderung des Bürgersinns*

Slogans wie z. B. *z PiS nie ma współpracy, z PiS jest współudział / es gibt keine Zusammenarbeit mit der PiS, sondern eine Komplizenschaft mit der PiS* lassen sich einer erzieherischen Funktion in Bezug auf eine staatsbürgerliche Einstellung zuordnen. Während das Substantiv *Zusammenarbeit* positiv konnotiert ist, evoziert das zweite, *Komplizenschaft*, negative Konnotationen. Letzteres fungiert somit als Gegenstück zur Zusammenarbeit und erinnert an die Komplizenschaft bei einem Verbrechen.

Transparente sind in der Regel multimodale Kommunikate, die verschiedene semiotische Ressourcen auf einer (Seh)Fläche verwenden, um eine kohärente Botschaft aufzubauen. Auch wenn der Autor lediglich sprachliche Mittel verwendet, liefern die Anordnung dieser Elemente auf der Fläche, die Größe der Buchstaben oder ihre Farbe wichtige visuelle Informationen. Die Forderungen der Demonstranten können entweder nur verbal (*keine Frauen, kein Land*)¹² oder nur visuell (****** ***)* ausgedrückt werden (Abb. 1). Transparente, die als kleine urbane Texte bezeichnet werden können, sind häufig multimodal gestaltet. Dies wird in Abbildung 2 deutlich, in der eine Geschichte von der Schlangeninsel, die während des Krieges in der Ukraine zum Symbol des Widerstands wurde, sowohl sprachlich als auch visuell angedeutet wird.

6. Fazit

Ein konstantes Merkmal der modernen Welt ist der Wandel, der sich in sämtlichen Bereichen des menschlichen Daseins manifestiert. Im 21. Jahrhundert erfolgt eine Neudefinition verschiedener Arten menschlicher Aktivitäten sowie der Räume, in denen sie stattfinden. Die Dynamik des Wandels lässt sich u. a. an urbanen Räumen beobachten, sowohl auf der Ebene ihrer Organisation als auch im Bereich der Funktionen, die sie erfüllen. Neben den grundlegenden Funktionen der Organisation des menschlichen Lebens stellt der urbane Raum einen Ort dar, an dem sich feste und vorübergehende Nutzer treffen und miteinander in Dialog treten können. Dies ermöglicht die Darlegung divergierender Ansichten sowie den Protest gegen das, was den jeweiligen Nutzern missfällt. Infolgedessen avanciert der urbane Raum zu einer

¹² Paraphrasierte Anspielung auf *No Woman No Cry* von Bob Marley.



Abb. 1 Drei Transparente (Warschau, 4.06.2023, Foto M. M.)



Abb. 2 Transparent *Pisowski okręcie...* (Warschau, 4.06.2023, Foto M. M.)

Arena für vielfältige Interaktionen, die sich auf eine Vielzahl von Themen wie soziale, kulturelle, wirtschaftliche, religiöse oder politische Fragen konzentrieren. Die Art und Weise, wie sich die Ansichten im städtischen Raum manifestieren, ist vielfältig. Sie kann in Form von Einzelpersonen, die demonstrieren, oder von Tausenden von Menschen, die durch ein gemeinsames Anliegen vereint sind und ihren Standpunkt gemeinsam zum Ausdruck bringen, erfolgen. Die Manifestationstätigkeit stellt für Linguisten ein interessantes Beispiel für eine kommunikative Situation dar, in der die Teilnehmer verschiedene sprachliche und visuelle Mittel einsetzen, um ihren Standpunkt darzustellen. Eine Form der Darstellung politischer Ansichten ist die Verwendung von Transparenten, die aus linguistischer Sicht als Beispiele für materiell fixierte urbane Texte gelten können. An dieser Stelle ist jedoch hervorzuheben, dass im Gegensatz zu prototypischen urbanen Texten, die einen festen Ort im Stadtraum aufweisen, Trans-

parente mobile Texte sind, d. h. ohne festen Ort im Stadtraum. Als Elemente, die politische Manifestationen auf kommunikativer Ebene mitgestalten, bleiben sie jedoch im kollektiven Gedächtnis eines Ereignisses verankert und ermöglichen die Erinnerung begleitender Emotionen. Die Analyse des Untersuchungskorpus, das nahezu 300 Transparenten umfasst, die von Demonstranten während der Warschauer Demonstrationen am 4. Juni und 1. Oktober 2023 verwendet wurden, lässt den Schluss zu, dass die Transparente ein interessantes Beispiel für mobile urbane Texte darstellen. Diese bieten die Möglichkeit, politische Ansichten im öffentlichen Raum der Stadt kreativ und effektiv zu präsentieren. Die untersuchten Transparente können als Ausdruck der kommunikativen Kreativität ihrer Autoren betrachtet werden. Dabei manifestiert sich diese Kreativität sowohl auf der sprachlichen als auch auf der visuellen Ebene. Die Protestierenden wählten sprachliche Mittel, um die sie umgebende Realität auf prägnante Weise zu kommentieren, ihre politischen Gegner zu diskreditieren, die Quellen ihrer Unzufriedenheit zu benennen und konkrete Forderungen und Erwartungen zu formulieren. Ihre Kommentare sind gekennzeichnet durch eine humorvolle und leicht verständliche Sprache aus, wobei häufig intertextuelle Bezüge zu bekannten Motiven aus der Popkultur hergestellt werden. Die Analyse des Untersuchungsmaterials hat ergeben, dass der Katalog der von Transparenten realisierten Funktionen sehr breit gefächert ist. Dazu gehört unter anderem die informierende und identifizierende Funktion, die von Transparenten übernommen wird, die verschiedene Protagonisten des Protests darstellen. Dazu gehören sowohl diejenigen, gegen die protestiert wird, als auch diejenigen, die protestieren. Die argumentative Funktion hingegen wird von Transparenten erfüllt, deren Autoren mit Worten und/oder Bildern auf die Quellen ihres Protestes hinweisen. Dabei kann es sich sowohl um allgemeine Quellen als auch um spezifische Phänomene handeln, die den Widerstand von Einzelpersonen oder sozialen bzw. beruflichen Gruppen hervorrufen. Unter den von den analysierten Transparenten erfüllten Funktionen ist zudem die postulatorische Funktion zu nennen: Diese Funktion wird insbesondere solchen Transparenten zugeschrieben, die von den Protestierenden geschaffen wurden, um die Erwartungen oder sogar Forderungen der Protestierenden darzustellen. Die Funktion der Belustigung wird von Transparenten mit humoristischen Elementen erfüllt. Diese dienen einerseits dazu, die politischen Gegner zu diskreditieren und andererseits, die Demonstranten zu amüsieren. Dadurch soll eine positive Grundeinstellung und Motivation für die Demonstration vermittelt werden. In einigen Fällen kann zudem eine Ausbildungsfunktion der Transparente angenommen werden, da sie die Demonstranten an die Relevanz bestimmter Werte erinnern. Der Einsatz multimodaler Elemente ermöglichte eine effektive und attraktive Vermittlung der für die Demonstranten relevanten Inhalte, sowohl in verbaler als auch in visueller Form.

Bibliografie

- Blachowicz-Wolny Anna / Blachowicz, Ewa (2022): *Polka walcząca w czerni – językowo-kulturowa analiza haseł protestu kobiet w 2020 roku w Polsce, Chorwacji i Serbii*. In: *Przegląd Środkowo-Wschodni* 7, S. 233–246.
- Corbeil, Jean-Claude (1980): *L'aménagement linguistique du Québec*. Montreal: Guérin.
- Czachur, Waldemar (2020): *Teksty minimalne jako przedmiot badań genologicznych*. In: *tekst i dyskurs – text und diskurs* 13, S. 25–42.
- Domke, Christine (2013): *Ortsgebundenheit als distinktives Merkmal in der Textanalyse*. In: *Zeitschrift für Germanistische Linguistik* 41(1), S. 102–126.
- Gorter, Durk / Cenoz, Jasone (2023): *A Panorama of Linguistic Landscape Studies*. Bristol, Jackson: Multilingual Matters.
- Hausendorf Heiko (2009): *Kleine Texte – über Randerscheinungen von Textualität. Germanistik in der Schweiz – Onlinezeitschrift der Schweizerischen Akademischen Gesellschaft für Germanistik* 6, 5–19. www.sagg-zeitschrift.unibe.ch/6_09/hausendorf.pdf [Letzter Zugriff am 20.10.2024].
- Hess-Lüttich, Ernest (2015): *Zeichen der Stadt. Interkulturelle Sprachlandschaften in urbanen Räumen*. In: Peschel, Corinna (Hg.): *Sprachvariation und Sprachreflexion in interkulturellen Kontexten*. (= Sprache, Kommunikation, Kultur 16). Frankfurt am Main, S. 349–373.
- Jaworski, Adam / Thurlow, Crispin (2010): *Introducing Semiotic Landscapes*. In: Jaworski, Adam / Thurlow, Crispin (Hg.): *Semiotic Landscapes: Language, Image, Space*. London, New York: Continuum, S. 1–40.
- Klug, Anna Maria (2021): *Kleine Texte des Alltags. Was uns z.B. Zigarettenschachteln alles sagen und zeigen können*. In: Pappert, Steffen / Roth, Kersten S. (Hg.): *Kleine Texte*. Berlin, Bern, Bruxelles: Peter Lang, S. 191–225.
- Landry, Rodrigue / Bourhis, Richard (1997): *Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study*. In: *Journal of Language and Social Psychology* 16 (1), S. 23–49.
- Makowska, Magdalena (2020): *Utekstowiona przestrzeń miejska w świetle badań mediolingwistycznych*. In: *Socjolingwistyka* 34, S. 113–130.
- Marten, Heiko F. / Saagpakk, Maris (Hg.) (2017): *Linguistic Landscapes und Spot German an der Schnittstelle von Sprachwissenschaft und Deutschdidaktik*. München: Iudicium.
- Opiłowski, Roman (2020): *Muster der kommunikativen Kreativität im urbanen Raum. Eine multimodale Perspektive*. In: Cieszkowski, Marek / Pociask, Janusz (Hg.): *Text- und Diskurswelten in der massenmedialen Kommunikation*. Berlin: Peter Lang, S. 199–220.
- Opiłowski, Roman / Makowska, Magdalena (2023): *Functional discourses of contemporary multilingualism in urban texts: A case study of three capital cities: Warsaw, Berlin, and Luxembourg*. In: *Moderna Språk* 117 (1), S. 20–43.
- Ośliżło, Magdalena (2021): *Memy wyszły na ulicę. Transkryptywny i multimodalny charakter transparentów Strajku Kobiet*. In: Dziwak, Ewelina / Gheorghe, Kamila (Hg.): *Wokół Strajków Kobiet*. Kraków, Katowice, Łódź: ArchaeGraph, S. 217–238.
- Pappert, Steffen / Roth, Kersten S. (Hg.) (2021): *Kleine Texte*. Berlin, Bern, Bruxelles: Peter Lang.
- Scharloth, Joachim (2019): *Stadt als Protestraum*. In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 47, S. 337–354.
- Schmitz, Ulrich (2018a): *Media Linguistic Landscapes*. In: *Journal für Medienlinguistik* 1 (1), S. 1–34.
- Schmitz, Ulrich (2018b): *Zeichen lesen im öffentlichen Raum der Großstadt*. In: *Der Deutschunterricht* 70, H. 4, S. 25–36.

- Schmitz, Ulrich / Ziegler, Evelyn (2016): *Sichtbare Dialoge im öffentlichen Raum*. In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 44(3), S. 469–502.
- Stöckl, Hartmut (2004): *Typographie: Gewand und Körper des Textes – Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung*. In: *Zeitschrift für angewandte Linguistik* 41, S. 5–48.
- Śleziak, Marta (2021): *Miejsce hasła i sloganu w komunikowaniu politycznym*. In: *LingVaria* XVI, 2 (32), S. 81–92.
- Śleziak, Marta (2022): *Jako obiekt, jako subiekt. Kobiety w polskich hasłach politycznych XX i XXI wieku*. In: *Forum Lingwistyczne* 9, S. 1–12.
- Verdoordt, Albert (1979): *La protection des droits de l'homme dans les états plurilingues*. Paris: Fernand Nattan.

Dr. Magdalena Makowska

Warmia und Mazury-Universität in Olsztyn/Polen

Institut für Sprachwissenschaft

Lehrstuhl für Angewandte Linguistik

ul. Obiżca 1

PL 10–725 Olsztyn

E-Mail: magdalena.makowska@uwm.edu.pl

ORCID: 0000-0002-9414-048X

Zur Person: Magdalena Makowska, PhD, Linguistin, arbeitet am Lehrstuhl für Angewandte Linguistik an der Warmia und Mazury-Universität in Olsztyn/Polen. Der Fokus ihrer Forschungstätigkeit liegt auf den diversen Ausprägungen medialer Kommunikation, deren Realisierung durch multimodale Verbindungen mit sprachlichen und visuellen Mitteln erfolgt. Darüber hinaus forscht sie zu Sprachlandschaften und visueller Kommunikation, wobei sie den Schwerpunkt auf die Beziehung zwischen sprachlichen und visuellen Elementen in den multimodalen Kommunikaten in urbanen Räumen legt.

Emotionen im Protest

Eine Analyse der Kodierung von Emotionen am Beispiel der Textsorte Protestplakat

KATARZYNA SIEWERT-KOWALKOWSKA

Emotions in protest

An analysis of the coding of emotions based on the example of the protest poster as text type

Kurzfassung: In demokratischen Staaten gehört Protestieren neben dem Recht auf freie Meinungsäußerung zu grundlegenden Menschenrechten. Da Proteste sprachlich realisiert, konstituiert und ausgehandelt werden, gelten sie als kommunikative Praxis. Dabei bedienen sich die Protestierenden verschiedener Protestformen und Instrumente, um ihr Anliegen sichtbar zu machen. Dazu gehören u. a. Demonstrationen, Kundgebungen, Streiks, aber auch Protestplakate, Transparente und Flugblätter. Der Fokus des Beitrags liegt auf dem Protestplakat, das als Textsorte charakterisiert wird. Da Emotionen ein wesentliches Element von Protesten sind, wird am Beispiel der Bauernproteste in Deutschland präsentiert, wie Emotionen auf Protestplakaten kodiert und generiert werden und welche Strategien Anwendung finden.

Schlagworte: Protest, Protestplakat, Kodierung von Emotionen

Abstract: In democratic states, protesting is a fundamental human right alongside the right to freedom of expression. As protests are realised, constituted and negotiated linguistically, they are regarded as communicative practice. Protesters use various forms of protest and instruments to make their concerns visible. These include demonstrations, rallies, strikes, but also protest posters, banners and leaflets. The focus of the article is on the protest poster, which is characterised as a type of text. As emotions are an essential element of protests, the example of the farmers' protests in Germany is used to show how emotions are coded and generated on protest posters and which strategies are used.

Keywords: protest, protest poster, coding of emotions

1. Einleitung

Emotionen gehören zur *conditio humana*, denn sie begleiten das menschliche Leben von Geburt an. Menschen erleben Emotionen (sie lieben und hassen einander, sind fröhlich oder traurig), sind aber auch von ihren Emotionen – ihren Sorgen, Ängsten, Hoffnungen und Wünschen – geprägt. Emotionen sind in biologische und kognitive Prozesse eingebunden: Sie setzen überlebenswichtige Körperprozesse in Gang, beeinflussen maßgeblich Denken, Handeln, Entscheidungen, sind Grundlage für Kreativität und Fantasie und spielen eine Rolle in jeder sozialen Situation, in Beziehungen zu Mitmenschen, Bewertungen, moralischen Anschauungen und nicht zuletzt in der Kommunikation (vgl. Damasio 2002: 9, Fries 2008: 296, Verheyen 2010, Schwarz-Friesel 2013: 4, Ortner 2014: 6 f., 27 f., Bonacchi 2020: 43).

Trotz der Omnipräsenz von Emotionen in der menschlichen Existenz kam ihnen lange Zeit wenig Aufmerksamkeit zu. Dies hat im Wesentlichen drei Gründe (vgl. Fiehler 1990: 21, Vaas 2000, Plutchik 2001: 344, Damasio 2002: 12, Lüdtke 2008: 22, Schwarz-Friesel 2013: 1, 44, 90, Szczepaniak 2021b: 11): Erstens wurde Emotionalität bereits seit der Antike im Rahmen des abendländischen Dualismus von Körper und Geist der Rationalität entgegengesetzt und Emotionen und Vernunft galten als antagonistische Bereiche des menschlichen Geistes. Es dominierte die Ansicht, dass der Mensch ein Vernunftwesen ist, der von Trieben, Bedürfnissen und Affekten geleitet wird. Und diese hindern ihn daran, nach den Gesetzen der Vernunft zu handeln. Deshalb wurden Emotionen als Störfaktoren, Irrtümer des Verstandes oder sogar als „Krankheiten der Seele“ angesehen, wie sie Chryssippos bezeichnet hat (zit. nach Schwarz-Friesel 2013: 90). Zweitens wurden Emotionen als biologische und ahistorische Universalien und damit als Eigenschaften eines jeden Menschen aufgefasst. Drittens schließlich sind Emotionen interne, deshalb auch subjektive (d. h. persönliche und private) Phänomene, die direkter Beobachtung nicht zugänglich sind, sondern nur durch ihre Manifestationen indirekt erschlossen werden können.

Vor diesem Hintergrund wurden Emotionen nach den Kriterien des aufklärerischen Rationalismus als nicht wissenschaftlich deklariert und aus der wissenschaftlichen Forschung ausgeschlossen, darunter auch aus der Protest- und Bewegungsforschung. In der Literatur zum kollektiven Verhalten vom späten 19. bis zur Mitte des 20. Jh.s wurde die institutionelle Politik als Bereich der Vernunft und kollektiver Protest nicht als Machtkampf, sondern vielmehr als emotional getriebene Verarbeitung der psychischen Belastung der Teilnehmer betrachtet. Nach dieser Auffassung protestierten Menschen nicht, um auf politische Missstände aufmerksam zu machen, sondern weil sie durch die gesellschaftlichen Veränderungen psychisch instabil und emotional überfordert wurden, was zu affektivem und irrationalem Verhalten führte. So wurden Demonstranten als impulsive und irrationale Abweichler dargestellt und Protest wurde als von Emotionen getrieben und damit als unvernünftig abgetan. In dieser Sicht setzte man Emotionalität mit Irrationalität gleich. Als Reaktion darauf

gingen die Forscher in den 1970er Jahren von der Rationalität der Bewegungsakteure aus. Die Teilnehmer an kollektiven Aktionen wurden als Akteure charakterisiert, die sich zusammenschließen, um ihre Forderungen durchzusetzen. Die impulsiven und irrationalen Abweichler wurden durch leidenschaftslose und berechnende rationale Akteure ersetzt. Diese kalkulieren ihre Beschwerden kühl, verfolgen eine strategische Vorgehensweise und sind scheinbar frei von solchen Gefühlen wie Wut, Angst, Freude oder Hoffnung. Die Annahme von rationalen Akteuren hatte dann zur Folge, dass die Emotionen aus der Forschung ausgeschlossen wurden. In den späten 1990er Jahren fand eine emotionale Wende in der sozialen Bewegungsforschung statt, so dass heute ein facettenreiches Bild der Bewegungsakteure entworfen wird. Es wird nämlich von der Rationalität der Bewegungsakteure ausgegangen, aber zugleich werden Emotionen als allgegenwärtiges Merkmal des sozialen Lebens postuliert und als eine motivierende Kraft in sozialen Bewegungen betrachtet. Darüber hinaus wird betont, dass die Fokussierung auf Emotionen Aufschluss über die Teilnahme am Protest sowie über die Entstehung, die Nachhaltigkeit und den Niedergang aktivistischer Formationen geben kann (vgl. Forys 2008: 34 ff., Haunss 2009: 30, 40, Gould 2016: 160 ff.).

Emotionen sind ein wesentlicher Bestandteil sozialer Bewegungen und Proteste. Sie treiben Menschen dazu an, sich zu mobilisieren, sich gegen Missstände zu organisieren, sich Gehör zu verschaffen und bestehende Machtstrukturen in Frage zu stellen. Nach Rucht (2012: 6) ist das Vorhandensein von negativen Gefühlen oder Wahrnehmungen wie Unzufriedenheit, Ärger, Empörung, Ungerechtigkeit, Benachteiligung oder Verlustängste eine erste unabdingbare Voraussetzung für Proteste. Dazu sind Proteste kollektive, öffentliche Aktionen, in denen unterschiedliche Interessen und Ansichten aufeinander treffen und in denen Kritik oder Widerspruch zum Ausdruck gebracht wird. Dies ist unweigerlich mit Emotionen verbunden, die sich im Protest manifestieren (vgl. Fiehler 1990: 203). Der vorliegende Beitrag zielt darauf ab, der Frage nachzugehen, wie Emotionen als kommunikative Phänomene auf Protestplakaten als Textsorten konstruiert und kodiert werden. Im Folgenden werden zunächst einige theoretische Überlegungen zu Emotionen und zur Emotionsmanifestation vorgestellt. Dann wird auf das Phänomen Protest als kommunikative Praktik und Protestplakat als Textsorte näher eingegangen. Im Anschluss daran werden Formen der Kodierung von Emotionen auf den ausgewählten Protestplakaten präsentiert und der Beitrag schließt mit einem Fazit.

2. Emotionen und Emotionsmanifestation

Emotionen begleiten und prägen unser Leben. Trotzdem ist die Frage, was Emotionen sind, nicht einfach zu beantworten, weil sie ein sehr komplexes Phänomen darstellen: „Emotionen sind nicht Eines, sondern eine Vielfalt, die Inneres wie Äußeres, Biologisches, Psychisches und Soziales miteinander verbindet. Sie sind nicht auf den

Körper beschränkt, sondern können auch Symbole und Bezüge auf den gesellschaftlichen Kontext umfassen“ (Gebauer et al. 2017: 10). Obwohl Emotionen Forschungsgegenstand unterschiedlicher wissenschaftlicher Disziplinen sind, unter anderem der Philosophie, der Psychologie, der Neurobiologie, der Soziologie, der Medizin, aber auch der Kultur-, Literatur- und Sprachwissenschaft, stehen eine interdisziplinär gültige Definition und eine einheitliche Theorie noch aus (vgl. Vaas 2000, Schwarz-Friesel 2013: 48, Ortner 2014: 13). Auch in der Psychologie, die auf eine lange Tradition der Emotionsforschung zurückblicken kann, besteht kein Konsens darüber, was unter einer Emotion zu verstehen ist (vgl. Schmidt-Atzert/Peper/Stemmler 2014: 20). So haben Kleinginna und Kleinginna (1981) insgesamt über 90 und Plutchik (1991) über 150 verschiedene Definitionen zusammengetragen (vgl. Schwarz-Friesel 2013: 67, Kroeber-Riel/Gröppel-Klein 2019: 94).

Selbst bei den postulierten Basisemotionen, die angeboren sind und von denen sich alle übrigen Emotionen ableiten, sind sich die Forscher nicht einig: Es werden 3 bis 11 Grundemotionen unterschieden (vgl. Plutchik 2001: 349). Eine der bedeutenden Klassifikationen der Basisemotionen stammt von Plutchik (2001: 349). In seinem theoretischen Modell geht er von acht Basis- bzw. Primäremotionen aus, die sich nicht weiter in andere Emotionen zerlegen lassen und aus deren Mischung sich Sekundäremotionen ergeben (vergleichbar mit der Mischung von Grundfarben auf dem Farbkreis). Zu den acht Basisemotionen gehören *fear* [Furcht], *anger* [Ärger], *joy* [Freude], *sadness* [Traurigkeit], *trust* [Vertrauen], *disgust* [Ekel], *anticipation* [Erwartung] und *surprise* [Überraschung]. Die Emotionen sind in einem zweidimensionalen Ring angeordnet. Eine solche Anordnung gibt Auskunft über die Beziehung der Emotionen zueinander: Ähnliche Emotionen liegen nebeneinander und entgegengesetzte gegenüber. So ergeben sich vier Gegensatzpaare. Die dritte Dimension ist die Intensität. Damit entsteht ein dreidimensionales strukturelles Modell, das einem spitz zulaufenden Kegel ähnelt. Die Intensität der Emotionen nimmt vom inneren Ring (z. B. Ekstase) über den mittleren Ring der Primäremotionen (z. B. Freude) zum äußeren Ring (z. B. Gelassenheit) allmählich ab. Zwischen den Primäremotionen liegen die Sekundäremotionen, die aus der Kombination von zwei Basisemotionen entstehen und die als Dyaden bezeichnet werden. Die Emotion Liebe ist zum Beispiel eine Dyade aus Freude und Vertrauen.

In der Sprachwissenschaft dagegen wurde die Erforschung der Emotionen lange vernachlässigt:

Obwohl der menschliche Emotionsausdruck und die menschliche Emotionskommunikation in hohem Maße durch Sprache bestimmt sind und historisch gesehen auch Prozesse der Ausdifferenzierung, Verfeinerung, Sublimierung und dergleichen durchlaufen, handelt es sich in der Linguistik um so etwas wie ein randständiges Forschungsgebiet (Schiever 2014: 45).

Das linguistische Forschungsinteresse an diesem Phänomen hat erst in den letzten dreißig Jahren stark zugenommen. Dies ist mit Sicherheit darauf zurückzuführen, dass Sprache gemäß der cartesianischen Tradition mit logischem Denken gleichgesetzt und als Logos, Ursprung der Vernunft, begriffen wurde und dass die emotional geprägten Formen der Sprache als „Anti-Logos“ als „unwissenschaftlich“ aus der linguistischen Forschung verbannt wurden (vgl. Lüdtke 2008: 22 f.)¹.

Aus sprachwissenschaftlicher Sicht sind Emotionen eine integrale Komponente des sprachlichen Handelns und können als interindividuelle, intersemiotische Entitäten aufgefasst werden, die durch das soziale und/oder kulturelle Umfeld mitgeprägt werden (vgl. Szczepaniak 2021a: 87, Szczepaniak 2021b: 17). Da sich Emotionen als innere psychische Zustände und Prozesse einer direkten Beobachtung entziehen und erst in ihren Manifestationen greifbar sind, sind sie notwendig auf Materialität angewiesen und artikulieren sich u. a. in folgenden Ausdruckformen (vgl. Schwarz-Friesel 2013: 57, Schiewer 2014: 91)²:

- im nonverbalen Ausdruck wie Mimik, Gestik, Körperhaltungen und -bewegungen (z. B. Lachen, Schreien, Stirnrunzeln),
- in physiologischen Reaktionen (z. B. Zittern, Erröten, Pupillenerweiterung),
- in Manifestationsformen der paraverbal-prosodischen Phänomene (z. B. Tonhöhe, Sprechtempo),
- in verbalen Manifestationsformen (auf der Wort-, Satz- und Textebene, z. B. mittels Interjektionen, Gefühlswörtern und Exklamativsätzen).

Als kommunikative Entitäten sind Emotionen erst durch ihre Artikulation in Texten, d. h. durch ihre Kodierung in Texten, wahrnehmbar. In multimodalen Texten können neben Sprache auch andere semiotische Zeichenmodalitäten als Mittel der Manifestation und Generierung von Emotionen zum Einsatz kommen, wie z. B. Bilder, Musik, Typografie, Farbe usw. (vgl. Szczepaniak 2021a: 86 f.). Einer der „prominentesten Vertreter“ (Bucher 2011: 123) ist Bild. Als eine besondere Eigenart von Bildern gilt ihr Potenzial zur Emotionalisierung, d. h. ihr Potenzial, positive oder negative Gefühle beim Rezipienten zu aktivieren (vgl. Lobinger 2012: 82). Als visuelle Mittel der Kommunikation ermöglichen Bilder erstens menschliche Emotionen über die Abbildung nonverbalen Verhaltens wie Lachen oder Weinen visuell darzustellen und zweitens durch formale visuelle Gestaltungsmittel wie Einsatz der Farbe (z. B. Farbbilder), die Wahl dynamischer Bildinhalte (z. B. Bewegung) oder eine realitätsnahe Darstellungsart Emotionen beim Rezipienten zu evozieren (vgl. Müller/Geise 2015: 104). Deshalb sind sie „besser als Sprache geeignet, Emotionen zu vermitteln“ (Kroeber-Riel 1996: 14). Vor diesem Hintergrund ist zu konstatieren, dass Emotionen durch Verknüpfung

¹ Dazu s. auch Fiehler (1990: 20 ff.)

² Eine Zusammenfassung von Mitteln zur Kommunikation von Emotionen bietet Ortner (2014: 189 ff.).

unterschiedlicher Zeichensysteme entstehen: „Mittels Zeichensysteme unterschiedlicher semiotischer Provenienz werden Emotionen evoziert, hergestellt, vermittelt, gespeichert, modifiziert und multipliziert“ (Szczepaniak 2021a: 86).

Durch Kodierung in Texten werden Emotionen interpretierbar und analysierbar, allerdings ist ihre Interpretation durch den soziokulturellen Kontext determiniert und unterliegt bestimmten Regeln. Um Emotionen identifizieren und bestimmen zu können, müssen der Produzent und Rezipient über ein geteiltes emotionsbezogenes Wissen verfügen, und zwar „ein Wissen über die Semantik der jeweiligen Emotion, über Kodierungsverfahren und -mittel, die situativ angemessene Ausdrucksform oder über die soziale Erwartetheit bzw. Unerwünschtheit eines emotionalen Verhaltens usw.“ (Szczepaniak 2021b: 16). Insofern sind Emotionen zugleich interpretative Entitäten auf der Grundlage sichtbarer und miteinander zusammenwirkender semiotischer Zeichen (vgl. Szczepaniak 2021a: 95).

3. Protest als kommunikative Praxis

In demokratischen Staaten gehört Protestieren neben dem Recht auf freie Meinungsäußerung zu grundlegenden Menschenrechten. Protest ist ein kollektiver Ausdruck von Unzufriedenheit mit sozialen Verhältnissen bzw. Missständen, mit politischen und wirtschaftlichen Institutionen sowie mit politischen Entscheidungen und Entwicklungen. Er hat zum Ziel, die bestehenden sozialen, wirtschaftlichen oder politischen Zustände zu verändern, und richtet sich deshalb vor allem an Machthabende³, die tatsächlich über Entscheidungs- und/oder Handlungsmacht verfügen, um den kritisierten Missstand zu ändern. Da die Protestierenden in einem ungünstigen asymmetrischen Machtverhältnis den Machthabenden gegenüber stehen, d. h. dass sie keinen Einfluss auf die Entscheidungen der Machthabenden haben und ihr Anliegen in einer unmittelbaren Kommunikationssituation nicht vorbringen können, eignen sie sich den öffentlichen Raum an, um sich mittels indirekter Kommunikation u. a. über die Öffentlichkeit, das Publikum und die Massenmedien Gehör zu verschaffen (vgl. Rucht 2012: 3, Gherairi 2015: 13, 166, Dang-Anh/Meer/Wyss 2022: 1 f.). Protest wird somit als „das Mittel von Machtlosen“ bezeichnet (Gherairi 2015: 17).

Da Proteste vor allem sprachlich hervorgebracht, konstituiert und ausgehandelt werden, gelten sie als eine Kommunikationsform: „Protest ist zuvorderst ein kommunikativer, zeichenhafter und sprachlicher Prozess“ (Dang-Anh/Meer/Wyss 2022: 4)

³ Nach Gherairi (2015: 29, 167) zeichnen sich heutige Proteste durch das sog. Adressaten-Splitting, d. h. dadurch, dass sie eine Reihe verschiedener Adressaten haben, die zugleich angesprochen werden müssen, damit Protest erfolgreich kommuniziert wird. Dazu gehören die entscheidungs- und/oder handlungsmächtige Instanz, politische Vertreter, Bündnispartner, das situative Publikum, die Massenmedien und die Öffentlichkeit.

und zugleich eine kommunikative Praxis⁴, weil „in Protesten zum Teil ritualisierte und jedenfalls verfestigte sprachliche, nichtsprachliche (also mit Sprache einhergehende) Zeichen eine zentrale Rolle spielen“ (Spitzmüller 2022: 1).

„Protest hat viele Gesichter“, schreibt Haunss (2009: 31). Den Protestierenden steht nämlich ein Repertoire an unterschiedlichen Protestformen zur Verfügung. Darunter sind Kommunikationsmittel bzw. Handlungsformen zu verstehen, mit deren Hilfe die Protestierenden ihr Anliegen öffentlich zum Ausdruck bringen, und zwar überhaupt erst sichtbar machen, und so den als Missstand empfundenen bestehenden Zustand kritisieren (vgl. Gherairi 2015: 215, 221)⁵. Ein umfangreiches Klassifikationsmodell von Protestformen hat Gherairi (2015: 246) erarbeitet. Nach dem Kriterium des kommunikativen Zwecks unterscheidet sie drei Klassen: appellativ-direktiv, interzedierend und irritierend. Der kommunikative Zweck der ersten Klasse besteht vor allem darin, an die Machthabenden zu appellieren und sie aufzufordern, ihre Entscheidung zu ändern (vgl. Gherairi 2015: 251). Hierzu gehören fünf Handlungsmuster: Demonstration, Lichter- und Menschenketten, Kundgebung, Unterschriftenlisten und Straßentheater (vgl. Gherairi 2015: 253). Bei interzedierenden Protestformen geht es um das öffentliche Eintreten für ein Anliegen durch ein Eingreifen oder Behindern (vgl. Gherairi 2015: 365). Hier werden drei Handlungsmuster unterschieden, und zwar das Verweigern (z. B. Boykott, Streik, Raumverlassen), das Stören (z. B. Blockaden, Barrikaden, Besetzungen) und das Zerstören (z. B. Sabotage, Hungerstreik) (vgl. Gherairi 2015: 368). Die dritte Klasse umfasst diejenigen Protestformen, die den kommunikativen Zweck der Irritation verfolgen. Die Irritation besteht in der Modifikation von Kodes durch Ironie, Satire, Rollentausch, Verfremdung, Witz und Raffinesse (vgl. Gherairi 2015: 457). Hier gibt es zwei Handlungsmuster, und zwar Überidentifikation (z. B. Jubeldemo, Laugh Parade, paradoxe Störungen) und Verfremdung (z. B. Graffiti, Ad-busting, Sniping) (vgl. Gherairi 2015: 460). Darüber hinaus unterscheidet Gherairi (2015: 540) eine Gruppe multifunktionaler technischer Instrumente. Dabei handelt es sich um zusätzliche Mittel, die multifunktional zum Einsatz kommen können und den Protest nur in Kombination mit einer Protestform artikulieren. Sie dienen dazu,

⁴ Vgl. auch Gherairi (2015: 6). In diesem Zusammenhang weist Dang-Anh darauf hin, dass Praxis von Praktiken zu unterscheiden ist. Praktiken sind „Bündel von Aktivitäten [...], die sich vor einem gemeinsamen sozialen und kulturellen Hintergrund vollziehen“ (Dang-Anh 2019b: 36), und zugleich „die situativen Vollzugsmomente übersituativer Praxis“ (Dang-Anh 2019a: 67, Dang-Anh 2019b: 37). Praktiken sind „das Konkrete, das sich jeweils neu Abspielende“ und Praxis ist „ein durch praktische Konkreta formiertes und somit sozial stratifiziertes Abstraktum, an denen sich konkrete, praktische Aktivitäten immer wieder neu ausrichten“ (Dang-Anh 2019a: 68). Als Beispiel für eine sprachliche Praktik kann angeführt werden, wenn Protestierende mittels Transparenten und Schildern ihre politischen Forderungen oder Unzufriedenheit bei einer Straßendemonstration zum Ausdruck bringen. Dies stellt dann einen konkreten, situativen Vollzugsmoment der sozialen Praxis des Protestierens dar (vgl. Dang-Anh 2019b: 37).

⁵ Gherairi (2015: 215 ff.) spricht von Protesttechniken. Mit der Bezeichnung *Technik* wird impliziert, dass „es sich um Handlungsmuster handelt, die wiederholbar und funktional sind sowie strukturelle Regelmäßigkeiten aufweisen“ (Gherairi 2015: 577).

die Performanz von Protest attraktiv zu gestalten. Diese Gruppe umfasst Instrumente der visuellen Kommunikation wie Kleidung (T-Shirts oder Warnwesten als Erkennungssymbol der Protestbewegungen, z. B. der französischen Gelbwestenbewegung), Nacktheit, Masken und Großpuppen sowie Mediatisierungs- und Informationsinstrumente, zu denen u. a. Symbole (z. B. die sog. Anti-Atom(kraft)-Sonne), Musik, Sprechchöre (z. B. *Black Lives Matter*), Parolen (z. B. *Rassismus tötet!*), Buttons, Fahnen, Plakate, Transparente, Banner, Videos, Websites, Flugblätter und Flugschriften gehören (vgl. Gherairi 2015: 554 ff.).

Im Folgenden steht das Protestplakat im Mittelpunkt der Überlegungen. Zunächst einmal wird das Protestplakat kurz in seinem historischen Kontext dargestellt und anschließend als Textsorte charakterisiert.

4. Protestplakat als Textsorte

Das Wort *Plakat* wurde aus dem niederländischen *plakkaat* entlehnt, das wiederum auf das französische *placard* zurückgeht (vgl. Kluge 2011: 709). Auch heute gibt es im Niederländischen das Verb *aanplakken*, was ‚ankleben‘ bedeutet (vgl. Kamps 1999: 6). Nach Artinger (2000: 18 f.) tauchte das Wort zum ersten Mal im 16. Jh. in den Niederlanden auf, in der Zeit des niederländischen Befreiungskrieges gegen Spanien: „Anti-spanische Flugblätter, Pamphlete und Einblattdrucke wurden von den Holländern mit Klebstoff an Häuserwände und Mauern ‚geplackt‘. Solche ‚angeplackten‘ Bögen hießen ‚Plakatten‘“. Im niederdeutschen Sprachraum ist *Plakat* seit dem 16. Jh. zur Bezeichnung von öffentlichen Anschlägen gebräuchlich (vgl. Deiters 2003: 1230).

Beim *Plakat* handelt es sich um ein Massenmedium persuasiven Charakters, das auf optische Wirksamkeit ausgerichtet ist und dessen Bedeutung unter Verwendung unterschiedlicher semiotischer Ressourcen wie Sprache, Bild, Design, Typografie, Farbe zielgerichtet konstituiert wird (vgl. Kamps 1999: 3, Deiters 2003: 1230, Demarmels 2016: 233, Michel/Pappert 2022: 169, 176). Plakate werden an Tafeln, Säulen, Fahrzeugen, Wänden, öffentlichen Gebäuden u. a. befestigt, die als materiale Träger gelten. Dabei haben sie verschiedene Formate, die von DIN A3 bis zu Großflächen reichen. Auch die Bandbreite ihrer Gestaltung ist groß und umfasst sowohl alltagspraktische als auch künstlerische Gestaltung. Das Design von Plakaten ist häufig das Ergebnis einer Do-It-Yourself-Aktion, um die Botschaft möglichst schnell zu verbreiten, und kennzeichnet sich durch Direktheit, die der Botschaft eine Dringlichkeit verleiht (vgl. Deiters 2003: 1230, Riechers 2017). Plakate werden in der Öffentlichkeit angebracht, weil sie als Blickfänger fungieren, denen man sich nicht einfach entziehen kann. So kann die Botschaft auch viele Menschen erreichen (vgl. Kamps 1999, 4 f., Demarmels 2016: 233).

Als Hauptgattungen von Plakaten gelten politisches Plakat, Warenplakat und Veranstaltungsplakat (vgl. Deiters 2003: 1230). Protestplakat zählt u. a. neben Parteien-

plakaten, Wahlplakaten, allgemeinen Staatspropaganda-Plakaten, sozial engagierten Plakaten mit politischen Themen, z. B. Umweltschutz oder Anti-Atomkraft, und Satireplakaten politischen Inhalts zum politischen Plakat. Unter Zugrundelegung des Textsortenbegriffes, wie ihn Brinker (2001: 135) formuliert hat, und der von Klein (2000) vorgeschlagenen Klassifikation politischer Textsorten lässt sich Protestplakat als Textsorte charakterisieren.

Beim Protestplakat handelt es sich um einen multimodalen Text, d. h. eine semiotische Einheit, die verschiedene semiotische Ressourcen zu einer integralen Gesamtbotschaft vereint. Die Textbedeutung entsteht nicht additiv aus den einzelnen Modi, sondern multiplikatorisch in ihrem sinnvollen Zusammenspiel, wobei zugleich ein kommunikativer Mehrwert generiert wird (vgl. Schmitz 2011: 34, Weber 2022: 132). Emittent ist eine organisierte Bürgergruppe oder eine organisierte Interessenvertretung. Primäre Adressaten sind die Regierung, eine Behörde, das Parlament u. ä. und als sekundärer Adressat gilt die Öffentlichkeit. Das Thema des Protestplakates ist ein von den Emittenten als sehr negativ erachteter Sachverhalt im tatsächlichen oder vermeintlichen Verantwortungs- und Entscheidungsbereich des primären Adressaten. Die Grundfunktionen sind appellativ und zugleich konfrontativ. Der Geltungsmodus des Protestplakates besteht emittentenseitig im Wahrheits- und Richtigkeitsanspruch, adressatenseitig in der politischen und/oder moralischen Verpflichtung zur politischen Reaktion auf den Protest und ggf. zur Schaffung von Abhilfe. Bei den spezifischen sprachlichen Merkmalen des Protestplakates überwiegt allgemeinsprachliche Lexik, mit emotionalen und schlagwortartigen Bestandteilen. In der Syntax dominieren kurze Sätze von geringer Komplexität.

5. Kodierung von Emotionen auf Protestplakaten

In dem nun vorliegenden fünften Teil des Beitrags wird exemplarisch gezeigt, mit welchen Strategien Emotionen in multimodalen Texten kodiert und evoziert werden. Dies wird am Beispiel ausgewählter deutscher Protestplakate veranschaulicht, die während der Bauernproteste in Deutschland in der Zeit von Dezember 2023 bis Ende Februar 2024 zu sehen waren. Die Landwirte demonstrieren gegen Kürzungen von staatlichen Subventionen, gegen zunehmende bürokratische Auflagen, gegen Agrarimporte von außerhalb der Europäischen Union, u. a. aus Südamerika, gegen die EU-Agrarpolitik (Flächenstilllegungen) sowie gegen andere Maßnahmen des European Green Deal der Europäischen Union. Das Korpus umfasst insgesamt 94 Protestplakate, die anhand der im Internet zugänglichen Medienberichte über die Bauernproteste zusammengestellt wurden.

Im Hinblick auf die Kodierung und Evozierung von Emotionen ist zu konstatieren, dass der Gebrauch von Exklamativsätzen diejenige Strategie ist, die auf den Protestplakaten, die während der Bauernproteste in der Öffentlichkeit platziert wurden, am

häufigsten zum Einsatz kommt. Mit dieser Strategie wird die Emotion Ärger artikuliert. Dies illustrieren die Belege 1 bis 3, bei denen es sich um Protestplakate handelt, die vom Kreisverband Passau des Bayerischen Bauernverbandes allen Interessierten zum Downloaden und zum Selbstaussdrucken zur Verfügung gestellt wurden. Die Protestplakate sind multimodale Texte, deren Bedeutung sich aus dem Zusammenwirken der verbalen und visuellen semiotischen Modi konstituiert. Auf den Protestplakaten sind folgende Exklamativsätze zu lesen: *Zu viel ist zu viel!*, *Ampel ruiniert Landwirtschaft!*, *Nicht mit uns!* und *Jetzt reicht's!*. In den hier genannten Beispielen sind noch das negativ konnotierte Verb *ruinieren* und der expressive umgangssprachliche Phraseologismus *jmdm. reicht es* ‚jemandes Geduld ist zu Ende‘⁶ enthalten. Feste Elemente der Protestplakate sind das Logo des Deutschen Bauernverbandes, die Nominalphrase *Die Deutschen Bauern* und ein Bild eines Traktors. Der Traktor wird mit einer idyllischen Landwirtschaft assoziiert und symbolisiert Landwirtschaft, Lebensmittel und Ernährung, aber auch Gesundheit und Leben (vgl. Gherairi 2015: 273).



Beleg 1: mit dem Ausdruck von Protest und Überforderung
(Quelle: https://www.bayerischerbauernverband.de/sites/default/files/2023-12/agardiesel_2.pdf; letzter Zugriff am 08.10.2024)

⁶ „jemandem reicht es“ auf Duden online, <https://www.duden.de/node/158143/revision/1273202> [Letzter Zugriff am 08.10.2024]



Deutscher Bauernverband

Ampel ruiniert Landwirtschaft! Nicht mit uns!

Die Deutschen
Bauern



Beleg 2: mit dem Widerspruch gegen die aktuelle Regierungspolitik
(Quelle: https://www.bayerischerbauernverband.de/sites/default/files/2023-12/agrardiesel_4.pdf; letzter Zugriff am 08.10.2024)



Deutscher Bauernverband

Jetzt reicht's! Nicht mit uns!

Die Deutschen
Bauern



Beleg 3: mit der Ablehnung agrarpolitischer Maßnahmen
(Quelle: https://www.bayerischerbauernverband.de/sites/default/files/2023-12/agrardiesel_6.pdf; letzter Zugriff am 08.10.2024)

Neben den Exklamativsätzen werden Emotionen mittels Typografie kodiert, wie dies die Beispiele 4 bis 6 belegen. Diese Protestplakate wurden auch in elektronischer Form auf der Internetseite des Vereins Land schafft Verbindung Sachsen e. V. zur Verfügung gestellt. Hier wird die Emotion Ärger durch die Partikeln *nein* und *nicht* artikuliert, die Widerspruch zum Ausdruck bringen und die auf den Plakaten in Großbuchstaben stehen. Durch die Großschreibung im Inneren des Wortes *Regierung* in Beispiel 6 wird das Wort *Gier* herausgehoben. Mittels dieser Strategie wird der Regierung die negative Emotion Gier zugeschrieben. Die expressive Wirkung wird in Belegen 4 und 6 durch die Verwendung der negativ konnotierten Wörter *Gängelei* und *Scheiße* noch verstärkt. Im Falle von *Scheiße* kann man hier von einem Wortspiel sprechen, weil zwei Lesarten in Frage kommen, und zwar ‚Kot‘ und ‚etwas sehr Schlechtes, Ärgerliches‘⁷.



Beleg 4: mit dem Ausdruck von Bevormundung (Quelle: <https://www.dropbox.com/scl/fo/t888ua1m7c5193szcskvd/h?dl=0&e=1&preview=G%C3%A4ngelei.png&rlkey=v3d4uwm4to2ctloxorbp6g2h>; letzter Zugriff am 12.10.2024)

⁷ „Scheiße“ auf Duden online, <https://www.duden.de/node/127126/revision/1285027> [Letzter Zugriff am 08.10.2024].



Beleg 5: mit der Betonung der Verantwortlichen (Quelle: <https://www.dropbox.com/scl/fo/t888ua1m7c5193szcskvd/h?dl=0&e=1&preview=SIE.png&rlkey=v3d4uwm4to2ctloxorbp6g2h>; letzter Zugriff am 12.10.2024)



Beleg 6: mit den Schlüsselworten „Scheiße“ und „ReGIERung“ (Quelle: <https://www.dropbox.com/scl/fo/t888ua1m7c5193szcskvd/h?dl=0&e=1&preview=ReGIERung.png&rlkey=v3d4uwm4to2ctloxorbp6g2h>; letzter Zugriff am 12.10.2024)

Eine andere interessante Strategie, die auf Protestplakaten zur Kodierung der Emotion Ärger zur Anwendung kommt, ist die Interbildlichkeit (vgl. Opiłowski 2008: 51). Dies kann am Beispiel des Belegs 7⁸ veranschaulicht werden. Es ist ein Protestplakat, das während der 24-Stunden-Demo in Düsseldorf am 17. und 18. Februar 2024 an einer Straßenbank befestigt wurde. Das Protestplakat bildet eine multimodale „Sehfläche“⁹. Auf der Bild-Fläche dieses Plakats ist eine Ampel zu sehen, die von einer geballten Faust mit einem Knall geschlagen wird. Die Ampel steht metaphorisch für die in Deutschland regierende Koalition zwischen der SPD (rot), der FDP (gelb) und der Partei Bündnis 90/Die Grünen (grün). Die Koalition wird nach ihren Parteifarben als Ampel bezeichnet. Die geballte Faust symbolisiert eine starke Öffentlichkeit, die imstande ist, die Bundesregierung zu stürzen. Die Bild-Fläche, die ein Beispiel für Interbildlichkeit ist, weil sie nach dem Bildmuster aus Comics gestaltet ist, stellt den Sturz der Bundesregierung dar. Die geballte Faust und das Wort *BANG!*, das in Großbuchstaben mit einem Ausrufezeichen steht und einen lauten Klang nachahmt, wirken sehr emotional. Die Bild-Fläche wird zunächst einmal durch die Sprache-Fläche darunter ergänzt, auf der der Grund für den Sturz der Regierung genannt wird, und zwar die Zerstörung des Wohlstandes und der Wirtschaft durch die Regierung. Durch das Verb *zerstören*, das Negatives impliziert und das sich auf Hochwörter *Wohlstand* und *Wirtschaft* bezieht, gewinnt die Aussage zugleich eine negative expressive Bedeutung. Auf der Sprache-Fläche spielt auch die semiotische Ressource Farbe eine wichtige Rolle: Die Wörter *Ampel*, *Wohlstand* und *Wirtschaft* wie auch das Verb *zerstört* stehen in den Parteifarben der Koalition und somit in Form einer Ampel. Über der Bild-Fläche befindet sich eine zweite Sprache-Fläche, auf der sich mit dem Ausdruck *Hand in Hand* das Gefühl der Solidarität des Mittelstandes manifestiert.

Bei der Kodierung von Emotionen auf Protestplakaten wird auch auf Intertextualität und Resemiotisierung zurückgegriffen. Resemiotisierung bezeichnet „eine – mehr oder weniger – komplexe Form von Bedeutungskonstitution, bei der durch die Modifikation bereits vorhandener Zeichen jedweder Ausprägung diesen eine andere als die ursprüngliche Bedeutung zugeschrieben wird“ (Michel/Pappert 2022: 169). Als Beispiel kann der Beleg 8¹⁰ dienen, bei dem es sich um ein Protestplakat handelt, das während der 24-Stunden-Demo in Düsseldorf am 17. und 18. Februar 2024 an einem Fahrzeug angebracht war. Auf der Bild-Fläche des Protestplakats befindet sich ein Foto des Bundeskanzlers Olaf Scholz (SPD) zusammen mit der Bundesministerin des Auswärtigen Annalena Baerbock (Bündnis 90/Die Grünen), dem Bundesminister

8 Da drei weitere Belege urheberrechtlich geschützt werden können, werden im Folgenden nur Links zu diesen Belegen aufgeführt. https://rp-online.de/imgs/scaled/32/1/9/3/5/8/9/6/1/3/w2800_h1867_x1476_y985_rp_ao_24-91-11-e7b032e36373ad33.jpg [Letzter Zugriff am 19.02.2025].

9 Sehflächen sind nach Schmitz (2011: 25) „Flächen, auf denen Texte und Bilder in geplantem Layout gemeinsame Bedeutungseinheiten bilden“.

10 https://rp-online.de/imgs/32/1/9/3/5/8/9/6/1/3/tok_cofbcbo7e33faaac5b08bb2dfaf5a652/w1280_h720_x640_y360_w1280dp-h720dp-webp-2e55a3e0713fob88.jpg [Letzter Zugriff am 19.02.2025].

für Wirtschaft und Klimaschutz Robert Habeck (Bündnis 90/Die Grünen) und dem Bundesminister der Finanzen Christian Lindner (FDP). Auf der Sprache-Fläche ist das bekannte Zitat aus der Bibel, und zwar aus dem Buch der Psalmen, zu lesen, das lautet: „Den Seinen gibt's der Herr im Schlaf“ (Psalm 127) und bedeutet, dass Menschen, die auf Gott vertrauen, oft unverhofft und ohne ihr Mitwirken zu Glück und Erfolg gelangen¹¹. Durch Übermalen und Überschreiben wird die positive Botschaft in eine negative transformiert: *Den seinen nimmt's der Staat im Schlaf!*. Dabei werden zwei Elemente der Sprache-Fläche *gibt's* und *Herr* durchgestrichen und stattdessen oberhalb *nimmt's* und *Staat* geschrieben. So entsteht die negative Emotionen generierende ironische Lesart, dass die Bundesregierung den Bauern es (Erfolg und Wohlstand durch Streichung von Subventionen) genauso ohne ihr Mitwirken wegnimmt, wie Gott „den Seinen“ ohne ihr Mitwirken Glück und Erfolg geben kann. In diesem Fall werden die Emotionen Ärger und Empörung kodiert und evoziert. Die emotionale Wirkung wird durch den Einsatz der roten Farbe und die Form des Exklamativsatzes noch unterstützt.

Emotionen können durch ihre Visualisierung kodiert werden. Dies veranschaulicht der Beleg 9¹². Es ist ein Protestplakat, das am 15. Januar 2024 bei einer Demonstration der Landwirte in Berlin aufgehängt wurde und die Grünen-Chefin Ricarda Lang verunglimpft. Auf der Bild-Fläche des Plakats ist eine weinende stark beliebte Frau abgebildet, bei der es sich offensichtlich um die Bundesvorsitzende von Bündnis 90/Die Grünen Ricarda Lang handelt. Darauf deutet ihr Kleid hin, das auf das Logo der Grünen referiert. Weinen kann hier als Ausdruck von Trauer und Hilflosigkeit interpretiert werden, da daneben auf der Sprache-Fläche der Exklamativsatz *Ohne uns wirst Du Lang nicht satt!* zu lesen ist. Das Wort *Lang* steht dabei in Großbuchstaben und durch den Einsatz der Farben Rot, Gelb und Grün zugleich für die Ampelregierung. Das Protestplakat entfaltet eine starke negative emotionale Wirkung, weil es auf die Figur der Politikerin anspielt und die Völlerei suggeriert. Durch eine solche Gestaltung werden zugleich die Emotionen Widerwille und Verachtung manifestiert. Der Ort, an dem das Plakat angeschlagen wurde, hat diese Wirkung noch verstärkt, weil es vor dem Holocaust-Denkmal in Berlin aufgehängt wurde. Dies kann zusätzlich die Emotion Empörung generieren.

Die Kodierung von Emotionen erfolgt auch durch Visualisierung von Redewendungen, die über ein emotionales Potenzial aufgrund ihrer Referenz verfügen. Dies

¹¹ Vgl. <https://www.logo-buch.de/logo-aktiv/wissensbibliothek/christliches-lexikon/den-gerechten-gibt-s-der-herr-im-schlaf> [19.02.2025], <https://www.kirche-im-swr.de/beitraege/?id=25447,%20oder%20https://www.logo-buch.de/logo-aktiv/wissensbibliothek/christliches-lexikon/den-gerechten-gibt-s-der-herr-im-schlaf> [Letzter Zugriff am 19.02.2025] und <https://rundfunk.evangelisch.de/7157> [Letzter Zugriff am 19.02.2025].

¹² <https://www.bw24.de/assets/images/33/601/33601548-plakat-ricarda-lang-bauernprotest-berlin-770.jpg> [Letzter Zugriff am 12.10.2024].

belegt das Beispiel 10¹³. Dabei handelt es sich um ein Protestplakat, das für den Bauernprotest in Kassel am 10. Januar 2024 vom Regionalbauernverband Kurhessen auf seiner Internetseite eingestellt wurde. Auf dem Plakat wird die Redewendung *der Tropfen sein, der das Fass zum Überlaufen bringt* bildlich veranschaulicht, die folgende Bedeutung hat: „der unmittelbare Auslöser sein, der eine angespannte Situation umschlagen, eskalieren lässt, einen (unterschwellig) Konflikt zum Ausbruch bringt“¹⁴. Auf der Bild-Fläche ist ein volles Fass zu sehen, das durch den einen Tropfen, und zwar durch die Streichung der Agrardieselvergütung und der Kfz-Steuerbefreiung, übergelaufen ist. Auf der Sprache-Fläche wurden weitere kleinere und größere negative Ereignisse genannt, die das Fass gefüllt haben, u. a. 4 % Flächenstilllegung oder Kürzungen bei der landwirtschaftlichen Unfallversicherung. Diese wurden in Form kleinerer und größerer Tropfen visualisiert. Damit gilt das Protestplakat als Manifestation des Ärgers, da die Geduld der Landwirte am Ende ist. Die emotionale Wirkung wird zusätzlich durch den über der Bild-Fläche stehenden und in Rot geschriebenen Exklamativsatz *Das Fass ist übergelaufen!!!* und die negativ konnotierten Nomina *Kontrollwahnsinn* und *Bürokratie* verstärkt.

6. Fazit

Protest ist eine kommunikative Praxis, für die Zeichenhaftigkeit kennzeichnend ist. Er wird nämlich durch das Zusammenspiel von zum Teil ritualisierten sprachlichen und anderen Zeichen konstituiert. Durch Einsatz unterschiedlicher Protestformen und anderer multifunktionaler technischer Instrumente wird das Protestanliegen sichtbar gemacht. Zu solchen Instrumenten gehören u. a. Protestplakate, die als Textsorte charakterisiert werden können. Da in Protesten unterschiedliche Interessen und Ansichten aufeinander treffen sowie Kritik oder Widerspruch artikuliert werden, sind Emotionen ein wesentliches Element von Protesten. Linguistisch betrachtet sind Emotionen interindividuelle und intersemiotische kommunikative Entitäten, die auf der Grundlage miteinander interagierender sichtbarer Zeichen unterschiedlicher semiotischer Provenienz interpretierbar sind. Erst durch ihre Kodierung in Texten manifestieren sich Emotionen, die dadurch greifbar werden. Dieser Beitrag hatte zum Ziel, anhand einer exemplarischen Analyse zu zeigen, wie Emotionen auf Protestplakaten als Textsorte kodiert und evoziert werden. Auf den hier beispielhaft analysierten Protestplakaten werden vor allem negative Emotionen wie Ärger, Empörung, Widerwille

¹³ https://www.rbv-kurhessen.de/images/Demo-Kassel-10.01.2024_Fass.jpg

¹⁴ „der Tropfen sein, der das Fass zum Überlaufen bringt“, in: DWDS – Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache, hrsg. v. d. Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften, <https://www.dwds.de/wb/der%20Tropfen%20sein%2C%20oder%20das%20Fass%20zum%20%2C3%9Cberlaufen%20bringt>. [Letzter Zugriff am 21.11.2024].

und Verachtung kodiert und evoziert. Die Kodierung erfolgt unter Verwendung unterschiedlicher semiotischer Ressourcen wie Sprache (Exklamativsätze und negativ konnotierte Ausdrücke), Bild, Typografie (Großbuchstaben) und Farbe. Dabei wird auch auf solche Strategien zurückgegriffen wie Interbildlichkeit, Intertextualität, Resemiotisierung und Visualisierung, was von großer Kreativität und Einfallsreichtum zeugt.

Bibliografie

- Artinger, Kai (2000): *Das politische Plakat – Einige Bemerkungen zur Funktion und Geschichte*. In: Artinger, Kai (Hg.): *Die Grundrechte im Spiegel des Plakats von 1919 bis 1999*. Berlin: Deutsches Historisches Museum, S. 15–22.
- Bonacchi Silvia (2020): *Sprachliche Expressivität, Emotionen und verbale Aggression*. In: *Linguistische Treffen in Wrocław* 17, S. 39–53.
- Brinker, Klaus (2001): *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. Berlin: Erich Schmidt.
- Bucher, Hans-Jürgen (2011): *Multimodales Verstehen oder Rezeption als Interaktion. Theoretische und empirische Grundlagen einer systematischen Analyse der Multimodalität*. In: Diekmannshenke, Hajo et al. (Hg.): *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin: Erich Schmidt, S. 123–156.
- Damasio, Antonio R. (2002): *Biłd Kartezjusza. Emocje, rozum i ludzki mózg*, übersetzt von Maciej Karpiński. Poznań: Dom Wydawniczy Rebis.
- Dang-Anh, Mark (2019a): *Protest twittern. Eine medienlinguistische Untersuchung von Straßenprotesten*. Bielefeld: transcript.
- Dang-Anh, Mark (2019b): *Protest als mediale Praxis: Straßenprotestkommunikation online und offline*. In: *Sprachreport* 4, S. 36–45.
- Dang-Anh, Mark / Meer, Dorothee / Wyss, Eva L. (2022): *Zugänge und Perspektiven linguistischer Protestforschung*. In: Dang-Anh, Mark / Meer, Dorothee / Wyss, Eva L. (Hg.): *Protest, Protestieren, Protestkommunikation*. Berlin/Boston: De Gruyter, S. 1–23.
- Deiters, Franz-Josef (2003): *Plakat*. In: Ueding, Gert (Hg.): *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*, Bd. 6, Must–Pop. Tübingen: Niemeyer, Sp. 1230–1239.
- Demarmels, Sascha (2016): *Posters and Placards*. In: Fahlenbrach, Kathrin / Klimke, Martin / Scharloth, Joachim (Hg.): *Protest Cultures: A Companion*. New York, Oxford: Berghahn Books, S. 233–242.
- Fiehler, Reinhard (1990): *Kommunikation und Emotion. Theoretische und empirische Untersuchungen zur Rolle von Emotionen in der verbalen Interaktion*. Berlin/New York: De Gruyter.
- Foryś, Grzegorz (2008): *Dynamika sporu. Protesty rolników w III Rzeczpospolitej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Fries, Norbert (2008): *Die Kodierung von Emotionen in Texten Teil 1: Grundlagen*. In: *Journal of Literary Theory* 1, S. 293–337.
- Gebauer, Gunter / Holodynski, Manfred / Koelch, Stefan / Scheve, Christian: *Einleitung: Von der Emotion zur Sprache*. In: Gebauer, Gunter / Holodynski, Manfred / Koelch, Stefan / Scheve, Christian (Hg.): *Von der Emotion zur Sprache. Wie wir lernen, über unsere Gefühle zu sprechen*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft, S. 7–16.

- Gherairi, Jasmina (2015): *Persuasion durch Protest. Protest als Form erfolgsorientierter strategischer Kommunikation*. Wiesbaden: Springer VS.
- Gould, Deborah B. (2016): *Emotion*. In: Fahlenbrach, Kathrin / Klimke, Martin / Scharloth, Joachim (Hg.): *Protest Cultures: A Companion*. New York, Oxford: Berghahn Books, S. 160–165.
- Haunss, Sebastian (2009): *Die Bewegungsforschung und die Protestformen sozialer Bewegungen*. In: Schönberger, Karl / Sutter, Ove (Hg.): *Kommt herunter, reiht euch ein... Eine kleine Geschichte der Protestformen sozialer Bewegungen*. Berlin, Hamburg: Assoziation A, S. 31–45.
- Kamps, Johannes (1999): *Plakat*. Tübingen: Niemeyer.
- Klein, Josef (2000): *Textsorten im Bereich politischer Institutionen*. In: Brinker, Klaus et al. (Hg.): *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. Berlin/ New York: De Gruyter, S. 732–755.
- Kleinginna, Paul R. / Kleinginna, Anne M. (1981): *A categorized list of emotion definitions, with suggestions for a consensual definition*. In: *Motivation and Emotion* 5, S. 345–379.
- Kluge, Friedrich (2011): *Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache*. Berlin/ New York: De Gruyter.
- Kroeber-Riel, Werner (1996): *Bildkommunikation. Imagerystrategien für die Werbung*. München: Vahlen.
- Kroeber-Riel, Werner / Gröppel-Klein, Andrea (2019): *Konsumentenverhalten*. München: Vahlen.
- Lobinger, Katharina (2012): *Visuelle Kommunikationsforschung. Medienbilder als Herausforderung für die Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: Springer VS.
- Lüdtke, Ulrike (2008): *Henne oder Ei? Die Beziehung von Sprache, Kognition und Emotion*. In: *tv diskurs* 45 3, S. 22–29.
- Michel, Sascha / Pappert, Steffen (2022): *Multimodale Protestpraktiken analog und digital. Zur kritischen Aneignung von Wahlplakaten vor Ort und im Netz*. In: Dang-Anh, Mark / Meer, Dorothee / Wyss, Eva L. (Hg.): *Protest, Protestieren, Protestkommunikation*. Berlin/Boston: De Gruyter, S. 167–194.
- Müller, Marion G. / Geise, Stephanie (2015): *Grundlagen der Visuellen Kommunikation*. Konstanz, München: UVK.
- Opilowski, Roman (2008): *Die Interbildlichkeit und deren sprachliche Unterstützung in den Titelseiten des Magazins Der Spiegel*. In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 49, S. 45–72.
- Ortner, Heike (2014): *Text und Emotion. Theorie, Methode und Anwendungsbeispiele emotionslinguistischer Textanalyse*. Tübingen: Narr.
- Plutchik, Robert (1991): *The Emotions*. Lanham/New York/London: University Press of America.
- Plutchik, Robert (2001): *The Nature of Emotions*. In: *American Scientist* 4, S. 344–350.
- Riechers, Angela (2017): *Ein Einblick in die Geschichte der Protestplakate*, <https://www.pixartprinting.de/blog/ein-einblick-die-geschichte-der-protestplakate/> [Letzter Zugriff am 16.10.2024]
- Rucht, Dieter (2012): *Massen mobilisieren*. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 25–26, S. 3–8.
- Schiewer, Gesine Leonore (2014): *Studienbuch Emotionsforschung. Theorien – Anwendungsfelder – Perspektiven*. Darmstadt: WBG.
- Schmidt-Atzert, Lothar / Peper, Martin / Stemmler, Gerhard (2014): *Emotionspsychologie. Ein Lehrbuch*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Schmitz, Ulrich (2011): *Schflächenforschung. Eine Einführung*. In: Diekmannshenke, Hajo / Klemm, Michael / Stöckl, Hartmut (Hg.): *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin: Erich Schmidt, S. 23–42.
- Schwarz-Friesel, Monika (2013): *Sprache und Emotion*. Tübingen/Basel: A. Francke.

- Spitzmüller, Jürgen (2022): *Protest als soziale und kommunikative Praxis. Bedingungen – Formen – Erwartungen*. In: Hirschmüller, Tobias / Eva Muster (Hg.): *Protest. Motive – Wahrnehmungen – Erinnerungen*. München: Akademische Verlagsgemeinschaft München. Online-Vorveröffentlichung, <http://www.spitzmueller.org/docs/spitzmueller-protest-preprint.pdf> [Letzter Zugriff am 20.10.2024]
- Szczepaniak, Jacek (2021a): *Multimodale Praktiken der Konstruktion von Emotionen in printmedialen Diskursen*. In: *Forum Filologiczne Ateneum* 9, S. 85–98.
- Szczepaniak, Jacek (2021b): *Emotionen als diskursive Phänomene*. In: *Stylistyka* 30, S. 11–14.
- Vaas, Rüdiger (2000): *Emotionen*. In: Hanser, Hartwig / Scholtyssek, Christine (Hg.): *Lexikon der Neurowissenschaft*. Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag, <https://www.spektrum.de/lexikon/neurowissenschaft/emotionen/3405> [Letzter Zugriff am 19.10.2024]
- Verheyen, Nina (2010): *Geschichte der Gefühle*, https://zeitgeschichte-digital.de/doks/frontdoor/deliver/index/docId/320/file/docupedia_verheyen_gefuehle_v1_de_2010.pdf [Letzter Zugriff am 19.11.2024].
- Weber, Wibke (2022): Multimodalität. In: Scheiding, Oliver / Fazli, Sabina (Hg.): *Handbuch Zeitschriftenforschung*. Bielefeld: transcript, S. 131–144.

Dr. Katarzyna Siewert-Kowalkowska

Kazimierz-Wielki-Universität Bydgoszcz

Fakultät für Sprachwissenschaft

ul. Jagiellońska 11

PL 85–027 Bydgoszcz,

E-Mail: ksiewert@ukw.edu.pl

ORCID: 0000-0002-0576-8612

Zur Person: Katarzyna Siewert-Kowalkowska ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Fakultät für Sprachwissenschaft an der Kazimierz-Wielki-Universität in Bydgoszcz. Sie ist Sprach- und Übersetzungswissenschaftlerin. Zu ihren wichtigsten Forschungsschwerpunkten gehören: Fachsprachenforschung, Rechtslinguistik, Übersetzungswissenschaft und Medienlinguistik.

Linguistische Grenzübergänge eröffnet die neue Reihe *Interkulturelle Linguistik*. Studien zu Sprache, Kultur und Medien bietet innovative Einblicke in aktuelle Forschungsfelder der Sprachkommunikation. Die Beiträge vereinen unterschiedliche Ansätze und interdisziplinäre Methoden, die weit über die Grenzen der konventionellen Sprachwissenschaft hinausgehen. Im Fokus stehen Diskursanalyse, Medienkommunikation, Sprachgebrauch im Unterricht und Berufsleben sowie die Untersuchung von Kurztexten im öffentlichen Raum

aus lexikalischer, interkultureller und multimodaler Perspektive. Besonderes Augenmerk gilt dabei dem Spannungsfeld lokaler, translokaler und globaler Verknüpfungen von Zeichen, Texten und Diskursen.

Das Werk ist ein wertvoller Begleiter für Forschende und Studierende der Sprach- und Kommunikationswissenschaften und lädt dazu ein, die Vielfalt sprachlicher Grenzüberschreitungen in modernen gesellschaftlichen und professionellen Kontexten zu erkunden.

ISBN 978-3-515-14029-4



www.steiner-verlag.de

Franz Steiner Verlag