



**University of
Zurich** UZH

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2020

Graphische Variation im Rahmen emotionaler Online-Praktiken

Frick, Karina

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich
ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-190007>
Book Section
Published Version

Originally published at:

Frick, Karina (2020). Graphische Variation im Rahmen emotionaler Online-Praktiken. In: Androutsopoulos, Janis; Busch, Florian. Register des Graphischen. Variation, Interaktion und Reflexion in der digitalen Schriftlichkeit. Berlin/Boston: De Gruyter, 159-182.

Karina Frick

Graphische Variation im Rahmen emotionaler Online-Praktiken

1 Einleitung

Emotionen, so scheint es, spielen eine immer bedeutsamere Rolle im öffentlichen Kommunikationsalltag.¹ Scharloth (2015: 218) spricht in diesem Zusammenhang von einer „Emotionalisierung der Kommunikation“ (die mit deren Informalisierung einhergeht) und beschreibt diese als Folge der 1968er Jahre. In der Konsequenz schlägt sich dieser Wandel hin zur Emotionalisierung zunehmend auch in Online-Umgebungen nieder, die zu einem unabdingbaren Bestandteil zwischenmenschlicher Kommunikation geworden sind: Die Popularität von metapragmatischen Labels wie *Wut-Bürger*innen* und *Shitstorms* oder von Phraseologismen wie *Liebe auf den ersten Klick* (bzw. *Wisch*), aber auch die Verbreitung von *#RIP-Hashtags* zeigen, wie stark die öffentliche Reflexion über Emotionalität im Netz zugenommen hat. Digitale emotionale Praktiken – verstanden als sozialsymbolisch aufgeladene, funktional-kommunikative Handlungsmuster bzw. -strategien (vgl. ausführlich dazu Deppermann/Feilke/Linke 2015) – sind jedenfalls aus der gegenwärtigen Kommunikation im Web nicht mehr wegzudenken. Emotionen werden dabei nicht nur als auf den eigenen Zustand verweisend, sondern häufig auch in kommentierender und bewertender Form, als Stellungnahme im Hinblick auf bestimmte Geschehnisse kommuniziert (vgl. Schwarz-Friesel 2013: 178); dafür eignen sich bspw. politische Ereignisse besonders gut, wie die folgenden Twitter-Reaktionen auf die französischen Wahlen im Frühjahr 2017 belegen:

1 Für wertvolle Hinweise zu diesem Beitrag danke ich den beiden Herausgebern Jannis Androutopoulos und Florian Busch. Gedankt sei zudem dem Universitären Forschungsschwerpunkt Sprache und Raum an der Universität Zürich, in dessen Rahmen dieser Beitrag entstanden ist.



Abb. 1: Emotionale Reaktionen auf die Wahlen in Frankreich im Frühjahr 2017

Im linken Screenshot wird das Wahlergebnis² positiv bewertet, indem es sowohl auf einer bildlichen wie auch auf der schriftsprachlichen Ebene sehr explizit mit der – gemäß Schwarz-Friesel (2013: 67) als Basisemotion³ angenehmer Natur kategorisierten – Emotion FREUDE verknüpft wird: Dies geschieht nicht nur in der Bildüberschrift *Französische Freude*, sondern insbesondere auch mit der im Bild (bzw. in den Bildern⁴) platzierten und gemäß Quellenangabe dem Duden entnommenen Definition des französischen Begriffes *joie*. Der emotionale Zustand der FREUDE wird hier also über die ausdrückliche deskriptive Benennung desselben bzw. über eine Referenz darauf hergestellt (vgl. ebd.: 145); Schwarz-Friesel (ebd.: 151) spricht in diesem Zusammenhang auch von *emotionsbezeichnenden Mitteln* – im Gegensatz zu *emotionsausdrückenden Mitteln*, die „über ihre semantische Information primär emotionale Eindrücke und Einstellungen“ vermitteln (ebd.; siehe auch Kapitel 2).

² Die Hashtags #Frankreichwahl und #Macron kontextualisieren den Tweet, indem sie die notwendigen Hintergrundinformationen – Ort, Ereignis, Wahlausgang – dazu liefern.

³ Diese werden auch als Grund- oder primäre Emotionen bezeichnet und „[...] gelten als universal, also bereits angeboren.“ (Schwarz-Friesel 2013: 66). Auf welche Emotionen dies zutrifft, ist in der Forschung allerdings umstritten (vgl. ebd.); ohne an dieser Stelle ausführlich auf die Diskussion eingehen zu können, orientiere ich mich in der vorliegenden Arbeit an Schwarz-Friesels Kategorisierung. Zur Definition der Begriffe *Emotion* und *Gefühl* siehe unten, Kap. 2.

⁴ Es handelt sich bei dem Bild um ein GIF, das beim Abspielen verschiedene Menschen (gruppen) zeigt, die den visuellen Beleg für die zuvor schriftlich angekündigte (französische) Freude liefern. Bild und Text konstituieren hier also eine gemeinsame Bedeutungseinheit (vgl. Schmitz 2010: 385).

Im rechten Screenshot hingegen wird das Wahlergebnis negativ bewertet, indem es der Emotion TRAUER, die zu den Basisemotionen unangenehmer Art zählt (vgl. ebd.: 67), zugeschrieben wird. Dies geschieht einerseits mithilfe der titelgebenden, stereotypen und häufig in der Textsorte Todesanzeige (vgl. ausführlich zu dieser Thematik von der Lage-Müller 1995 sowie Linke 2001) anzutreffenden Floskel *In stiller Trauer* und wird andererseits auf der visuell-bildlichen Ebene verdeutlicht: Der in den Farben der *Tricolore* gehaltene Umriss von Frankreich – in dessen Mitte eine schwarze Trauerschleife prangt – wird durch zwei dicke schwarze Balken umrahmt, in denen die mit TRAUER und Tod assoziierte Farbe auch auf der lexikalischen Ebene aufgenommen wird (ein *schwarzer* Tag für Frankreich).⁵ Die weiteren textuellen Elemente des Tweets unterstreichen die ablehnende Haltung dem Wahlergebnis gegenüber.

Die beiden Einstiegsbeispiele machen deutlich, dass emotionale Praktiken – in den beiden obigen Beispielen als multimodale Kommunikate realisiert – zu einem wichtigen (Bewertungs-)Instrument in der digitalen Onlinekommunikation geworden sind. Mit dieser Thematik beschäftigt sich denn auch der vorliegende Aufsatz, indem er anhand einer exemplarischen Beispielanalyse der Frage nachgeht, wie unterschiedliche emotionale Einstellungen graphisch umgesetzt werden – ob diese also, mit anderen Worten, mithilfe unterschiedlicher graphischer Variationsmuster realisiert werden (z.B. als multimodale Kommunikate, siehe oben). Bevor die Beispiele daraufhin untersucht werden (vgl. Kapitel 3) ist jedoch vorab auf die theoretischen Hintergründe emotionaler Kommunikation einzugehen.

2 Theoretischer Hintergrund: Emotionale (Online-)Kommunikation

Dabei drängt sich zunächst die Frage auf, was unter dem Begriff ‚Emotion‘ überhaupt zu verstehen ist, wie er sich von ‚Gefühl‘ abgrenzen lassen kann und wie diese beiden im Alltagsverständnis oft synonym gebrauchten Termini in der sprachwissenschaftlichen (Emotions-)Forschung definiert werden. Eine einheitliche linguistische Definition steht allerdings aus; so bestimmen bspw. Schwarz-Friesel (2013) und Fries (2004) die beiden Begriffe konträr: Während Fries (ebd.:

⁵ Die schwarzen Balken erinnern zudem an den textsortenspezifischen Trauerrand in Todesanzeigen (vgl. von der Lage-Müller 1995: 109); diese graphische Intertextualität verdeutlicht die durch den Tweet vermittelte – das Ergebnis der Wahlen abwertende – Botschaft.

3) unter Emotionen „durch Zeichen codierte seelische Empfindungen“, also „arbiträre, semiotische Entitäten“ versteht, beschreibt er Gefühle als hormonell vermittelte „vegetative Begleiterscheinungen“ (ebd.: 4). Schwarz-Friesel (2013: 86) hingegen bestimmt *Emotion* als

[...] komplexe, mehrdimensionale Kategorie im menschlichen Organismus, die als entscheidende Kenntnis- und Bewertungsinstanz fungiert, während *Gefühl* die seelisch-subjektiv und geistig introspektiv empfundene Realisierung der Kategorie ist.

Beiden Definitionen ist gemeinsam, dass sie eine kognitive Perspektive einnehmen, die sich allerdings vor dem Hintergrund der zu untersuchenden Beispiele als schwer operationalisierbar erwiesen hat. Ich schließe mich daher Fiehlers (2002: 81) Definition⁶ an, der – aus einer konversationsanalytischen Perspektive – Emotionen als soziale Konstrukte begreift und betont, dass sie linguistisch nur durch ihre Manifestationsformen erfasst und daher unabhängig davon untersucht werden können, ob die Person die sprachlich ausgedrückte Emotion tatsächlich empfindet. Im vorliegenden Fall ist insbesondere der letzte Punkt zentral, denn anhand der gesammelten Beispiele können lediglich graphische Manifestationsformen, nicht aber irgendwie geartete introspektive seelische Empfindungen erfasst werden; dies ist aber auch gar nicht das Ziel dieses Aufsatzes.

Mit der Frage, wie Emotionen skriptural-graphisch angezeigt werden können, befassen sich auch Langlotz/Locher (2012) in ihrem Aufsatz zu emotionalen Einstellungen in Online-Auseinandersetzungen. In der nachfolgend abgebildeten Tabelle zeigen sie sprachliche und graphische Mittel auf, anhand derer Nutzer*innen in den von ihnen untersuchten Online-Kommentaren Emotionalität indexieren:

⁶ Fiehlers (2002: 79) Definition von *Emotionen* lautet entsprechend wie folgt: „[...] emotions are not regarded primarily as internal-psychological phenomena, but as socially proscribed and formed entities, which are constituted in accordance with social rules of emotionality and which are manifested, interpreted and processed together communicatively [...]“.

	Examples from our corpus
Expression	
Exclamations	<i>who'd be there to back you?!?!/what a silly approach</i>
Intensification	<i>BI**** BRITS/EVERYONE/THE US!!!!!!!!!!!!/oooooooooops! ...</i>
Name calling	<i>You yankies/selfish lot</i>
Verbalization of emotional reaction	<i>HAHAHAHAHAHAHAH</i>
Smileys	<i>They gotta catch me first.)</i>
Interjections	<i>oh, oh yeah</i>
Emotional construction	<i>these people/these republicans</i>
Implication	
Conceptual implications	<i>for you to have a proper education/friendly fire scenario</i>
Lexical connotations	<i>creep back into your little marxist hole</i>
Metaphors and their stylistic implications	<i>up S@:'s creek</i>
Sarcasm	<i>It says she's a clerical assistant, not a teacher. Read the article perhaps, before commenting</i>
Irony	<i>I have several movies, Botham's Ashes and the first season of the Waltons ready to watch on the great day. I haven't watched Charlie and Di's wedding yet. Der Stasi vill soon be amongs us!</i>
Word play	
Description	
Emotion words	<i>Horrible/disgusting/your pathetic comment</i>
Verbal descriptions/ascriptions of emotional states	<i>all you can do is whine and point fingers</i>

Abb. 2: Sprachliche und graphische Mittel zur Indexierung von Emotionalität (aus: Langlotz/Locher 2012: 1601)

Für die graphische Variation⁷ in emotionalen Online-Settings stehen insbesondere die unter dem ersten Punkt (*Expression*) genannten Mittel im Fokus; gemäß Schwarz-Friesel gehören solche Manifestationsformen zur Kategorie der *emotionsausdrückenden* Mittel, d.h. sie „fokussieren [...] die expressive Ausdrucksfunktion und fungieren (nach Bühlers Unterscheidung) eher als Symptome denn als Symbole.“ (Schwarz-Friesel 2013: 151).

Emotionen können entsprechend – neben der Verwendung von expressivem Vokabular (z.B. *leider*, *grauenhaft*, *trauern* usw.)⁸ – auch auf einer formalen Ebene, anhand der Form der Äußerung erschlossen werden (vgl. ebd. 181). Dafür eignen sich, wie Abbildung 2 zeigt, graphische Mittel zur Intensivierung der angezeigten Emotionalität sehr gut – solche Ausdrucksformen also, in denen das spezifisch räumlich-visuelle Potenzial des Mediums Schrift ausgelotet wird (vgl. Androutsopoulos 2007: 74). Ein Beispiel für eine solche graphische Emotiona-

⁷ *Graphische Variation* wird dabei im Sinne Spitzmüllers (2013: 18f.) als „spezifische Form der kommunikativen Variation, die den visuellen Kanal nutzt und in einer bestimmten Art und Weise medial konstituiert und materialisiert ist“ verstanden.

⁸ Schwarz-Friesel (2013: 184f.) weist überdies darauf hin, dass bestimmte syntaktische Strukturen wie z.B. Exklamativ- oder Optativsätze sich ebenfalls dazu eignen, die emotionale Bewertung von Sprecher*innen zu transportieren.

lisierung stellt ein zu einer gewissen Prominenz gelangter Facebook-Post des deutschen Schauspielers Til Schweiger dar (vgl. Abbildung 3)⁹

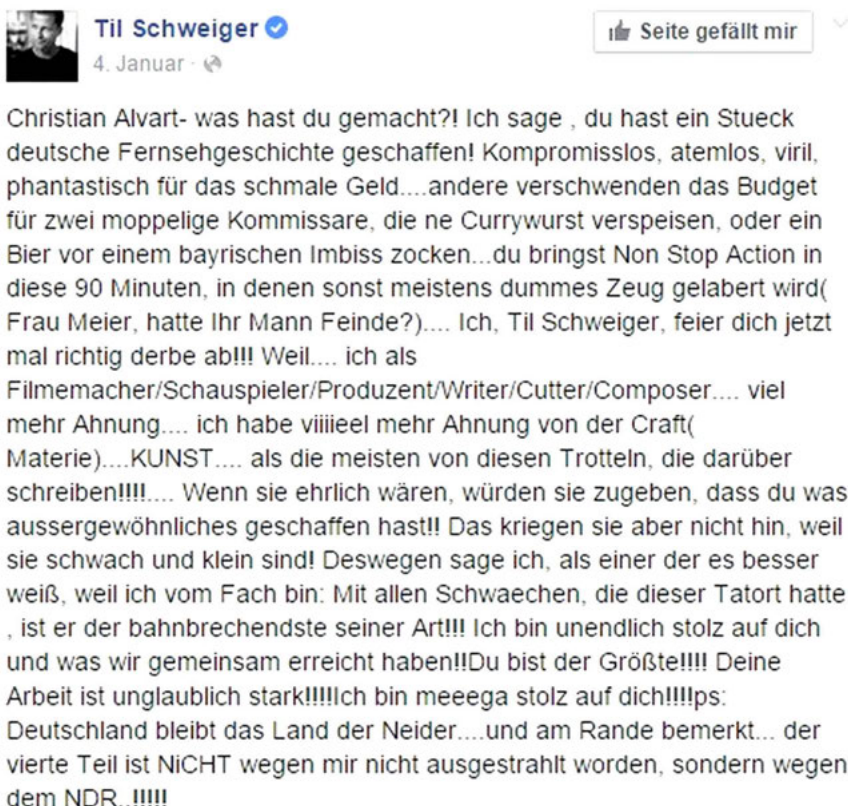


Abb. 3: Facebook-Wutpost des Schauspielers Til Schweiger

Dem von Interpunktionszeichen durchsetzten Text (eine Reaktion auf die Kritik an den Tatorten, in denen Schweiger mitwirkte) wird in der feuilletonistischen Rezeption die Emotion WUT zugeschrieben: So heißt es bspw. in einem FAZ-

⁹ Dabei handelt es sich allerdings keineswegs um den einzigen Post von Til Schweiger, der aufgrund seiner exzessiven Zeichensetzung kritisch rezipiert wurde. Androutsopoulos (2018: 732f.) diskutiert ausführlicher die Interpunktion in einem politisch motivierten Post von Schweiger, der im Zusammenhang mit seinem Engagement für Geflüchtete entstanden ist.

Artikel¹⁰ mit der Überschrift „Ins Interpunktionsinferno mit den Kritikern!“, dass Schweiger sich „seiner Wut in einem satzzeichengesättigten Facebookpost Luft“ mache; in einem lediglich mit vielen Ausrufezeichen überschriebenen Artikel im ZEIT-Magazin¹¹ schreibt die Autorin unter der Rubrik „Gesellschaftskritik“, dass „man in akuter Wutstimmung besser keine Statusmeldungen schreiben sollte“. Die dem Schauspieler zugeschriebene Emotion WUT wird damit in beiden Artikeln u.a. an der inflationären Zeichensetzung (insbesondere an den Auslassungspunkten und Ausrufezeichen) festgemacht, welche der „Markierung von Expressivität“ (Busch 2017: 90) dienen und somit die auch auf lexikalischer Ebene ausgedrückte Emotionalität (vgl. z.B. die Verwendung pejorativen Vokabulars wie *dummes Zeug*, *Trotteln*, *Neider*) intensivieren und graphisch reproduzieren. Das Beispiel, auf das weiter unten zurückzukommen ist, zeigt somit gleichsam auf, dass emotionale Online-Praktiken – auch wenn sie längst zum kommunikativen Alltag gehören – nicht zwangsläufig unkritisch rezipiert werden, wenn sie die von den Akteur*innen im Diskurs geforderte Voraussetzung der ‚Angemessenheit‘ nicht zu erfüllen vermögen.

Aus analytischer Perspektive geht es allerdings, wie bereits erwähnt, nicht um die Frage, ob die in den Beispielen angezeigten Emotionen von den jeweiligen Nutzer*innen tatsächlich so empfunden werden – abgesehen davon, dass diese Frage anhand der Daten gar nicht empirisch beantwortbar ist, steht sie nicht im Fokus meines Interesses –, sondern vielmehr darum, ob die Äußerung als emotional erkennbar gemacht und gegebenenfalls explizit mit einer der genannten Basisemotion assoziiert wird. Um diesen bewussten Aspekt der emotionalen Einordnung der Äußerungen zu betonen, spreche ich im Folgenden nicht etwa vom ‚Ausdruck‘ von Emotionen, da dies den Eindruck erwecken könnte, dass es sich um die Signalisierung eines introspektiven Status handelt, dass also etwas „See-lisches intentional durch sinnlich Wahrnehmbares zu erkennen“ gegeben wird (Fries 2007: 295).¹² Stattdessen greife ich auf den *Performance*-Begriff zurück, der die Konstruktivität von Zeichenhandlungen in den Fokus rückt (vgl. Scharloth

¹⁰ Vgl. <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/til-schweiger-auf-facebook-ins-interpunktionsinferno-mit-den-kritikern-13996352.html> <18.12.2019>

¹¹ Vgl. <https://www.zeit.de/zeit-magazin/leben/2016-01/til-schweiger-tatort-ausrufezeichen> <18.12.2019>

¹² Fries (2007: 295) spricht in diesem Zusammenhang auch von der Inszenierung von Gefühlen: „[...] wir können sie inszenieren, das heißt, ihr Ausdruck kann, z.B. mittels rhetorischer Strategien, zum Zwecke zielorientierten Handelns eingesetzt werden.“ In diesem Sinne ist die von Schwarz-Friesel übernommene Unterscheidung zwischen *emotionsbezeichnenden* und *emotionsausdrückenden* Mitteln (s.o.) etwas unglücklich; da es sich um ein Zitat handelt, werde ich die Begriffe aber so beibehalten.

2009: 236) und „[...] a special mode of situated communicative practice [...]“ (Baumann 2000: 1) bezeichnet. Der *Performance*-Begriff setzt gleichsam den im Hinblick auf die zu untersuchenden Tweets zentralen Aspekt des Publikums relevant, wie Scharloth (2009: 235) mit Bezug auf Bauman deutlich macht:

Es ist also das Bewusstsein, vor einem Publikum zu agieren, das einen besonderen Modus des Sprechens generiert, in dessen Rahmen die referenzielle Funktion des Sprechens zurücktritt und die Erfüllung von Normen der Angemessenheit der formalen Gestaltung des Gesprochenen in den Vordergrund rücken.

Vor diesem Hintergrund ist indes auch die Feststellung zentral, dass es sich bei Netzwerken wie Twitter um Plattformen mit *everydayness*-Charakter (Brubaker/Hayes/Dourish 2013: 156) handelt, die – neben der zunehmenden politischen Instrumentalisierung sowie der regen Nutzung im Nachrichtensektor – vorwiegend für die informelle Alltagskommunikation verwendet werden. Im Rahmen derselben werden Emotionen, da diese „für das menschliche Leben und Erleben konstitutive Phänomene“ (Schwarz-Friesel 2013: 1) sind, entsprechend häufig zum Thema gemacht, ungeachtet der Tatsache, dass diese Formen der Online-Kommunikation in der Regel öffentlich stattfinden.¹³ Emotionen spielen demnach in der digitalen Alltagskommunikation im Internet allgemein sowie auf sozialen Netzwerken im Besonderen eine zentrale Rolle: Zu erwähnen wären hier zum Beispiel einerseits die immer zahlreicher anzutreffenden ‚Shitstorms‘ oder (die Emotion bereits in der Bezeichnung tragenden) ‚WUT-Posts‘, die nicht selten mit Difamierungen einhergehen und deshalb auch zunehmend zu einem juristischen Problem werden. Andererseits wird auf sozialen Netzwerken unverfängliche und kreativ-humoristische Kommunikation nicht nur betrieben, sondern geradezu gepflegt; als Beispiel hierfür seien *Memes* angeführt, über das Internet in unzähligen Abwandlungen viral verbreitete Bilder, Videos oder Texte also, die „in der Regel eine humoristische Komponente aufweisen“ (Dürscheid/Frick 2016: 68) und bspw. oft im Nachgang zu bedeutsamen weltpolitischen Ereignissen kreierte und geteilt werden.

Im folgenden Kapitel wird nun der Frage nachzugehen sein, welche graphischen Variationsstrategien in emotionalen Settings zur Anwendung kommen und ob es spezifische Muster gibt, die mit je spezifischen emotionalen Einstellungen assoziiert werden. In den Blick genommen werden dabei ausschließlich

¹³ Nicht ohne Grund ist die „Veröffentlichung des Privaten“ (Imhof/Schulz 1998) zu einem zentralen Thema nicht nur der interdisziplinären (Internet-)Forschung, sondern aufgrund der damit einhergehenden Datenschutzbelange mittlerweile auch der Medienpädagogik sowie ausserhalb der Wissenschaft auch des öffentlich-massmedialen Diskurses geworden.

Basisemotionen (vgl. Fußnote 3), wobei ich von der Hypothese ausgehe, dass die graphische Umsetzung von TRAUER sich anders gestaltet als dies bei anderen Basisemotionen – namentlich FREUDE/GLÜCK, LIEBE, ZORN/WUT¹⁴ – der Fall ist. Kommunikate unterscheiden sich also, so die im Folgenden zu überprüfende Annahme, je nach performter emotionaler Einstellung in ihrer konkreten graphischen bzw. multimodalen Realisierung.

3 Datengrundlage und methodisches Vorgehen

Diese Hypothese soll im Folgenden exemplarisch anhand einer Beispielsammlung, die vorwiegend aus Tweets besteht, geprüft werden. Sowohl die Zusammenstellung der Beispiele als auch deren Analyse ist dem methodischen Ansatz der *digitalen Ethnographie*¹⁵ verpflichtet, da sich dieser Herangehensweise besonders gut dazu eignet, „to capturing the shape and nature of [...] communicative practices“ (Varis 2016: 55f.). Die digitale Ethnographie ist in diesem Sinne, als virtuelle Feldforschung, auch ein Lernprozess, der durch die im Laufe desselben gesammelte Erfahrung bzw. durch das, was relevant erscheint – oder von den Nutzer*innen relevant gesetzt wird – gesteuert wird (vgl. ebd. 56, 60). Die Vorteile eines solchen Vorgehens liegen in der Möglichkeit, die dabei entdeckten Phänomene zu (re)kontextualisieren, „thick descriptions“ (Geertz 1973) und somit ein tieferes Verständnis der kommunikativen Praxis zu gewinnen. Nachteilig hingegen gestaltet sich der Umstand der fehlenden Quantifizier- und Generalisierbarkeit; aus diesem Grund kann die digitale Ethnographie m.E. auch nur einen ersten Schritt bei der Beschreibung solcher kommunikativen digitalen Praktiken darstellen.

14 Gemäß Schwarz-Friesel (2013: 67) gehören auch EKEL sowie FURCHT zu den Basisemotionen. Diese sind für die nachfolgende Beispielanalyse allerdings aus zweierlei Gründen nicht berücksichtigt worden: Erstens gewährleistet ein solches Vorgehen ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Basisemotionen angenehmer (LIEBE, FREUDE) und unangenehmer (TRAUER, ZORN) Art. Zweitens hat sich im Rahmen der Beschäftigung mit emotionalen Online-Praktiken (im Sinne des im Kap. 3 beschriebenen Lernprozesses) ohnehin herausgestellt, dass insbesondere die Emotion EKEL im Rahmen emotionaler Online-Praktiken eine untergeordnete Rolle spielt. Über ANGST hingegen wird zwar häufig geschrieben (vgl. dazu bspw. auch Becker 2016), allerdings mehrheitlich in politischen Settings, wo sie als persuasive Strategie eingesetzt wird; zwar handelt es sich auch dabei um eine durchaus interessante Ausprägung emotionaler Online-Praktiken, deren Berücksichtigung aber hier zu weit führen würde.

15 Vgl. Sumiala et al. (2016) mit Bezug zu Twitter oder Varis (2016) für eine allgemeinere Beschreibung.

Für die nachfolgende Beispielanalyse wurde nun durch die ethnografische Beobachtung bestimmter Hashtagverläufe über einen längeren Zeitraum hinweg nach Tweets gesucht, die von den Nutzer*innen selbst als emotional kategorisiert wurden, indem sie bspw. mit (#)Trauer, (#)Freude (oder mit entsprechend flektierten Formen wie z.B. (#)freu, (#)traurig) beschrieben und damit explizit dem entsprechenden Diskurs zugeordnet wurden. Bei dieser Vorgehensweise hat sich allerdings herausgestellt, dass durch die Suche nach den von den Nutzer*innen vergebenen (und z.T. durch Hashtags verlinkten) Ethnokategorien ein bedeutender Anteil emotionaler Praktiken durch das Suchraster fällt: Diejenigen Tweets nämlich, die sich *emotionsausdrückender* anstelle von *emotionsbezeichnenden* (siehe oben) Mitteln bedienen, die also die anzuzeigende Emotion nicht beschreiben, sondern mithilfe lexikalischer und – was im vorliegenden Fall von besonderem Interesse ist – graphischer Mittel unmittelbar anzeigen. Zur Illustration soll das folgende Beispiel dienen:

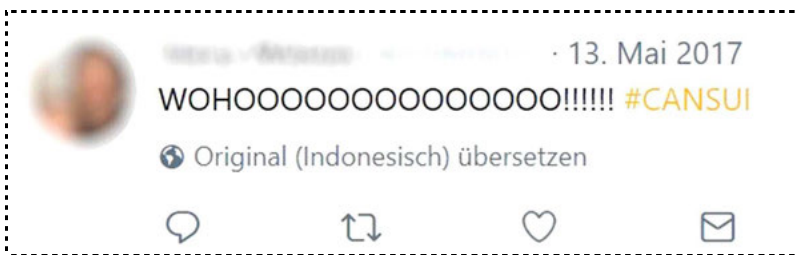


Abb. 4: Emotionsausdrückender Tweet an der Hockey-WM im Mai 2017

Der abgebildete Tweet drückt die FREUDE der twitternden Person über den Sieg der Schweizerischen Nationalmannschaft gegen das kanadische Team in der Eishockey-Weltmeisterschaft aus. Sowohl die konsequente Großschreibung als auch die Iteration des Vokals sowie der Ausrufezeichen tragen dazu bei, die Expressivität der emotiven Interjektion zu markieren respektive zu intensivieren.

Die Sammlung ist daher – ganz im Sinne des gewählten methodischen Zugangs – um Beispiele (hauptsächlich Tweets, aber z.T. auch andere Quellen) ergänzt worden, in denen nicht die deskriptive Referenz auf die Emotion, sondern vielmehr deren direkter sprachlich-graphischer Reflex sichtbar gemacht wird. Zu diesem Zweck sind zusätzlich Beispiele zu Ereignissen zusammengetragen worden, in deren Kontext emotionale Reaktionen bzw. die Performance emotionaler Einstellungen erwartbar sind oder aber von den Nutzer*innen selbst diskursiv erwartbar gemacht werden. Vorab ist jedenfalls noch einmal zu betonen, dass es

sich hierbei nicht um eine quantitative Studie handelt, sondern dass anhand der gesammelten Beispiele vielmehr explorativ untersucht werden soll, ob die vermuteten Tendenzen sich überhaupt zeigen und ob sich infolgedessen deren weitere (quantitative) Untersuchung als lohnenswert herausstellt.

4 Emotionale graphische Variationsmuster: Beispiele

4.1 Die Online-Performance von Emotionen

In der informellen Alltagskommunikation in sozialen Netzwerken werden, wie oben bereits ausgeführt, sowohl Basisemotionen angenehmer also auch solche unangenehmer Art regelmäßig zum Thema gemacht. Dass aber die Angemessenheit der Online-Performance von Emotionen gleichwohl auch Gegenstand diskursiver Aushandlung sein kann, das zeigt der oben bereits abgebildete (vgl. Abb. 3) und in der medialen Rezeption als WUT-Post kategorisierte Facebook-Beitrag von Til Schweiger.¹⁶ Jedenfalls wird, wie weiter oben bereits ausgeführt, insbesondere der inflationär-iterierende Gebrauch von Ausrufezeichen als graphische Strategie zur Umsetzung der (rezeptiv zugeschriebenen) emotionalen Einstellung WUT wahrgenommen. Neben der Iteration von Interpunktionszeichen zeigen sich in den Beispielen im Weiteren die folgenden graphischen Emotionalisierungsstrategien:

- i. Iteration von Buchstaben (Vokale und Konsonanten)
- ii. Iterierte und einfache Verwendung von Emojis
- iii. Konsequente Großschreibung

16 Wobei dessen negative Bewertung auch damit zusammenhängen mag, dass es sich um eine Person des öffentlichen Lebens handelt, für die in dieser Hinsicht andere Emotionsregeln gelten könnten als für andere Nutzer*innen. Darauf kann an dieser Stelle aber nicht näher eingegangen werden.

Die folgenden Beispiele belegen den Einsatz der genannten Strategien:



Abb. 5a: Iteration von Emojis und Schriftzeichen als Emotionalisierungsstrategie



Abb. 5b: Iteration von Emojis und Schriftzeichen als Emotionalisierungsstrategie



Abb. 5c: Iteration von Emojis und Schriftzeichen als Emotionalisierungsstrategie



Abb. 5d: Iteration von Emojis und Schriftzeichen als Emotionalisierungsstrategie

Die Iteration von (Bild-)Zeichen tritt, wie die Beispiele belegen, nicht nur im Zusammenhang mit der negativen Emotion WUT/ZORN, sondern auch mit positiv besetzten Emotionen wie FREUDE/GLÜCK und LIEBE auf und dient in erster Linie der Expressivitätsmarkierung – dass Letztere im Hinblick auf die Performance von Emotionen eine zentrale Rolle spielt, ist evident. Beispiel (c)¹⁷ in Abb. 5 ist überdies ein anschauliches Beispiel für die von Busch (2017: 90) beschriebene Ikonizität einer solchen Zeichensetzung, die sich darin niederschlägt, dass „mehr Zeichenmaterial, mehr Bedeutung“ vermittele; im vorliegenden Fall stehen mehr Herzen entsprechend für mehr LIEBE. Ein ähnlicher Mechanismus lässt sich in den Daten im Hinblick auf die Iteration von Graphemen bei Interjektionen – ihrerseits selbst prototypische Emotionsmarker (vgl. Nübling 2004: 13) – beobachten: Während die Iteration von Vokalen (siehe Abb. 4 oder Abb. 5, Beispiele (b) und (d)) der „emulierten Prosodie“ (Haase et al. 1997: 67) bzw. dem Prinzip der „Ikonizität“ (vgl. Auer 1989) zuzurechnen ist, übernimmt die Iteration des *H* in *AHHH* (siehe Abb. 5, Bsp. (b)) eine vorwiegend expressive Funktion. Selbiges trifft auch auf die konsequente Großschreibung zu (siehe Abb. 4 sowie Abb. 5, Beispiel (b) und (d)), die als weitere graphische Emotionalisierungsstrategie dazu eingesetzt wird, eine emotionale Äußerung als expressiv zu kennzeichnen und das Geschriebene zu intensivieren. Davon abgesehen werden auch einzelne, nicht-iterierte Emojis häufig als graphisches Mittel zur emotionalen Kontextualisierung von Äußerungen eingesetzt (vgl. Abb. 5, Bsp. (a) und (b)). Zwar hat Albert (2015) in seinem einschlägigen Aufsatz zurecht darauf hingewiesen, dass die bis heute vertretene Annahme, Emojis würden „dem Ausdruck von Emotionen bzw. Gefühlen“ (Pappert 2017: 179) dienen, deutlich zu kurz greift; sie eignen sich allerdings als „modalisierende Elemente“ (vgl. Albert 2015: 7) sehr gut dazu, emotionale Einstellungen auf graphischer Ebene zu kommentieren oder zu illustrieren.¹⁸

Mit Blick auf die gesammelten Beispiele zeigt sich darüber hinaus, dass oft mehrere der genannten graphischen Strategien zur Emotionalisierung kombiniert werden; im Aghaschen (vgl. 2007: 80) Sinne wäre daher von ‚emotionalen Registern‘ zu sprechen¹⁹. Dies trifft insbesondere auf die Beispiele *emotionsausdrückender* Art (siehe Abb. 4 und Abb. 5, Bsp. (c)) zu, was damit zu erklären ist, dass

¹⁷ Dieses relativ alte Facebook-Beispiel stammt aus Frick (2014) und zeigt gleichsam auf, dass die emotionale graphische Strategie der Iteration keineswegs neu ist.

¹⁸ Zur Kommentar- und Illustrationsfunktion von Emojis vgl. Frick (2017: 243f.) oder Dürscheid/Frick (2016: 105).

¹⁹ Mit verschiedenen Konzeptualisierungen des Registerbegriffs setzt sich Busch (2018: 835f.) ausführlicher auseinander.

es sich im betreffenden Beispiel offensichtlich um einen Sensationssieg handelte, wie dem zitierten Online-Artikel zu entnehmen ist).

Zusammenfassend kann im Hinblick auf die Online-Performance der bis anhin betrachteten Emotionen festgehalten werden, dass die Markierung der Expressivität des inszenierten emotionalen Settings im Vordergrund steht. Um dies zu erreichen werden verschiedene graphische Mittel – darunter insbesondere die ikonische Iteration von Elementen, aber bspw. auch die konsequente Großschreibung und Emojis – eingesetzt.

4.2 Das Beispiel (Online-)Trauer

Während die Äußerung der im vorangehenden Kapitel untersuchten Emotionen im Netz in der Regel graphisch unmarkierter ist, führen digitale Trauerpraktiken²¹ als relativ junges und (auch deshalb) polarisierendes Phänomen häufig zu hitzigen Diskussionen. Das ist nicht zuletzt auf den Umstand zurückzuführen, dass TRAUER – mit Freud (1946) verstanden als Reaktion auf einen Verlust²² – im Gegensatz zu anderen Emotionen wie bspw. FREUDE keine alltägliche Emotion ist; entsprechend ist eine öffentliche Auseinandersetzung damit, noch dazu in der *everydayness*-Umgebung der sozialen Netzwerke, nicht im gleichen Maß erwartbar wie dies bei den oben untersuchten Emotionen nachweislich der Fall ist (vgl. dazu auch Brubaker/Hayes/Dourish 2013: 156, die in diesem Zusammenhang von „unexpected encounters“ sprechen). Der nachfolgend abgebildete Kommentar aus einer Online-Zeitung²³ verdeutlicht exemplarisch die teils sehr kritische Rezeption digitaler Online-Trauerpraktiken:

²¹ Vgl. dazu auch die einschlägigen Arbeiten von Giaxoglou (2017, 2018) Giaxoglou/Döveling (2018) oder Wildfeuer (2015).

²² Dieser Verlust betrifft in der Regel den Tod einer nahestehenden Person, kann aber auch weiter gefasst werden, wie Freud (1946: 429) ausführt: „Trauer ist regelmäßig die Reaktion auf den Verlust einer geliebten Person oder an einer an ihrer Stelle gerückten Abstraktion wie Vaterland, Freiheit, ein Ideal usw.“

²³ Der Kommentar ist eine Reaktion auf einen Artikel im Schweizer Tages-Anzeiger, der sich unter der Überschrift „Trauer im Netz: Ich bin ein Berliner“ mit Online-Trauerpraktiken befasst. Online unter: <https://www.tagesanzeiger.ch/ausland/europa/trauer-im-netz-ich-bin-ein-berliner/story/22721930> <18.12.2019>

Heuchler alle sammt! vor 6 Mnt.

Heuchler alle sammt! Diese widerwärtige Pseudosolidarität, die hauptsächlich dem Sammeln von Likes dient und immer mehr zu einem Betroffenheitswettbewerb ausartet ist der Gipfel des Zynismus, denn in 4 Tagen ist die ganze Sache wieder allen so etwas von egal und statt der Träne in schwarz, rot, gold prangt da wieder das Selfie von der letzten Sauftour.

So ganz nebenbei ist #Prayfor... der wohl stupidste Hashtag den man nach einem religiös motivierten Terrorakt bringen kann, denn diese Welt wäre einiges freier und friedlicher wenn endlich weniger gebetet und mehr gedacht würde.

▲ [Empfehlen \(124\)](#) [Melden](#) [Teilen](#) [Antworten](#)

Gratulation, Sie bringen es auf den Punkt! vor 6 Mnt.

Gratulation, Sie bringen es auf den Punkt! Dieses Betroffenheitsgetue ist einfach nur widerwärtig.

▲ [Empfehlen \(70\)](#) [Melden](#) [Teilen](#) [Antworten](#)

Abb. 7: Online-Kommentare zu einem Zeitungsartikel über Trauerpraktiken

Im ersten Kommentar echauffiert sich die verfassende Person über die im Nachgang zu Terroranschlägen oder anderen Unglücken (z.B. den Absturz der Germanwings-Maschine) geäußerten Formen von „Pseudosolidarität“ im Netz. Der zentrale Kritikpunkt betrifft dabei die fehlende Authentizität, die Nutzer*innen solcher Praktiken werden als „Heuchler“ bezeichnet, die lediglich nach Aufmerksamkeit („Likes“) streben und die zur Schau gestellte Betroffenheit zur Selbstdarstellung nutzen würden. Dieser Kritikpunkt wird auch im zweiten Kommentar aufgenommen, wenn vom „Betroffenheitsgetue“ – das damit in Kontrast zu einer irgendwie gearteten ‚echten‘ Betroffenheit gestellt wird – die Rede ist. Der digitale Ausdruck von TRAUER ist daher offenbar nur dann legitim, wenn er dem Kriterium der ‚Authentizität‘ entspricht – und was als ‚authentisch‘ gilt, das muss seinerseits im Diskurs erst verhandelt, also von den Akteur*innen als Kategorie zunächst diskursiv konstruiert werden. In eine ähnliche Richtung zeigt auch die Kritik an den Online-Praktiken im folgenden Screenshot:



Abb. 8: Kritik an Online-Trauerpraktiken: Tweets als scheinheilige Massenware

Im abgebildeten Screenshot wird das Verfassen von TRAUER-Tweets im Nachgang zu Terroranschlägen wie demjenigen in Manchester im Mai 2017 mithilfe von Ironie (vgl. dazu Abb. 2) kritisiert (und auf einer weiteren Ebene auch politisch instrumentalisiert). Im Vordergrund steht dabei auch hier die Kritik an der fehlenden Authentizität solcher Tweets – die Beweisführung erfolgt, indem ein Tool verlinkt wird, mithilfe dessen der Schreibprozess von TRAUER-Tweets „kinderleicht“ automatisiert wird und eine individuelle Note lediglich durch „anpassen“ erreicht werden kann. Allerdings zeigt sich im abgebildeten Screenshot auch eine ganz grundsätzliche Kritik an der getweeteten TRAUER als Massenphänomen. Das lässt den Schluss zu, dass die von den Akteur*innen im Diskurs geforderte Authentizität digitaler TRAUER sich unter anderem darin niederschlägt, dass sie unmittelbar persönlich erfahrbar und somit individuell ist.

Im Zusammenhang mit den digitalen Trauerpraktiken gibt es also, wie die beiden Abbildungen exemplarisch belegen, bestimmte Verhaltensanforderungen, die meta-diskursiv erwartbar gemacht werden (vgl. auch Marx 2019: 124f.). Das ist nicht zuletzt darauf zurückzuführen, dass die Emotion TRAUER als solche sehr stark mit gesellschaftlichen Ansprüchen verknüpft ist, wie Jakoby/Haslinger/Gross (2013: 272) betonen: „Trauer ist nicht nur ein individuelles Gefühl,

sondern ist von sozialen Erwartungen und Verpflichtungen beeinflusst“.²⁴ Es stellt sich daher im Hinblick auf die zu betrachtenden Beispiele die Frage, ob sich diese diskursiv etablierten Anforderungen auch auf der graphischen Ebene widerspiegeln und wenn ja, in welcher Form. Um dieser Frage nachgehen zu können, folgen nun einige Beispiele von TRAUER-Tweets, die unterschiedlichen (TRAUER-)Kontexten entstammen: Es geht dabei zum einen um Kontexte, in denen ein „parasocial loss“ betrauert wird – „that is, mourning for the loss of a celebrity with whom they had parasocial interaction“²⁵ (Sanderson/Cheong 2010: 328; siehe dazu Bsp. (a) und (d) in Abb. 9). Zum anderen stehen tragische Ereignisse mit politischer Reichweite – im Folgenden der Terroranschlag in Manchester – im Vordergrund (vgl. Bsp. (b) und (c) in Abb. 9).



Abb. 9a: TRAUER-Tweets im Rahmen unterschiedlicher Kontexte

24 In ihrem Aufsatz zeigen die Autorinnen aus einer soziologischen Perspektive nicht nur die historische Entwicklung von Trauernormen vom Mittelalter bis zur Gegenwart auf, sondern befassen sich darüber hinaus auch ausführlich mit dem Konzept der Gefühlsnormen (*feeling rules*). Dabei handelt es sich um gesellschaftlich regulierte Normen, „die den Individuen vorgeben, wie diese sich in einer bestimmten Situation fühlen sollen oder welcher emotionale Ausdruck angemessen ist“ (Jakoby/Haslinger/Gross 2013: 261) und die sich bspw. auf die Dauer oder die Intensität der entsprechenden Emotionsäußerung beziehen. Stehen die individuellen Empfindungen in Diskrepanz zu den gesellschaftlich erwartbar gemachten Normen, ist *Gefühlsarbeit* erforderlich (vgl. ebd.).

25 Der Begriff „parasozial“ beschreibt in diesem Zusammenhang, wie Mediennutzer*innen sich mit Personen des öffentlichen Lebens identifizieren und eine (oft einseitige) (Kommunikations-)Beziehung zu ihnen aufbauen (vgl. Sanderson/Cheong 2010: 329).



Abb. 9b: TRAUER-Tweets im Rahmen unterschiedlicher Kontexte



Abb. 9c: TRAUER-Tweets im Rahmen unterschiedlicher Kontexte



Abb. 9d: TRAUER-Tweets im Rahmen unterschiedlicher Kontexte

Zunächst fällt auf, dass dem Thema entsprechend insgesamt eine ernste(re) Modalität vorherrscht. Das zeigt sich unter anderem darin, dass generell selten Emojis verwendet werden²⁶ – im Gegensatz zur digitalen Kommunikation im Allgemeinen, in der Emojis immer populärer werden (vgl. Dürscheid/Siever 2017: 257); wenn Emojis vorkommen, tun sie das kaum je in iterierter Form. Jedenfalls gestaltet sich das Emoji-Inventar im Hinblick auf die emotionale Kategorie TRAUER deutlich eingeschränkter als in anderen Kontexten (s. auch Albert, in diesem Band): Die wenigen Emojis, die sich im Rahmen der Online-Trauerpraktiken tatsächlich finden, lassen sich entweder den ‚sad faces‘ (siehe Abb. 9, Bsp. (d)) und der Funktion der Sympathiebekundung (z.B. Herzen, siehe Abb. 9, Bsp. (c))²⁷ zurechnen oder aber sie stammen aus den Bereichen Natur (z.B. Blumen, Pflanzen, Sterne, Mond, Feuer) und Religion (z.B. betende Hände, siehe Abb. 9, Bsp. (c)); des Weiteren: Kreuze, Kerzen, Engel u.ä.). Die Symbolik der gewählten Emojis überschneidet sich nicht zufällig häufig mit derjenigen in Todesanzeigen, wozu auch die – in Abb. 8 implizit kritisierte – Beobachtung passt, dass TRAUER-Tweets häufig konventionalisierte und floskelhafte Formulierungen enthalten (vgl. dazu auch Schwarz-Friesel 2013: 278–288). Das zeigt sich auch in den Beispielen in Abb. 9, etwa bei *R.I.P.*, *herzliches Beileid* oder *pray for X*. Insbesondere die letztgenannte Formulierung findet in digitalen Trauerpraktiken häufig Anwendung, oft in Kombination mit einem Bild, das z.B. die Nationalflagge (siehe Abb. 9, Bsp. (b)) oder andere Wahrzeichen des Unglücksortes zeigt und nicht selten auch mit andere Symbolen (z.B. Kerzen oder betenden Händen) ergänzt wird. In dieser Hinsicht hat auch das *Je-Suis-X*-Muster, das ursprünglich im Zusammenhang mit dem Anschlag auf die *Charlie Hebdo*-Redaktion entstanden, ist im Rahmen emotionaler Online-Praktiken eine gewisse (nicht nur positiv assoziierte) Prominenz erlangt (vgl. Marx 2017: 157).

Die ernste Modalität manifestiert sich darüber hinaus auch in der Interpunktionszeichensetzung der TRAUER-Tweets. Während sich im vorhergehenden Kapitel die Iteration insbesondere von Ausrufezeichen als graphischer Emotions- und

26 Aufschlussreich ist in diesem Zusammenhang außerdem eine (zwar schon etwas ältere) Studie des britischen Unternehmens *Swiftkey* aus dem Jahr 2015, in der über eine Milliarde Emojis von Nutzer*innen 16 verschiedener Sprachen und Regionen analysiert wurde. Darin hat sich gezeigt, dass die unter der Kategorie „happy faces“ subsumierten Emojis mit großem Abstand am häufigsten verwendet werden; „sad faces“ hingegen treten deutlich seltener auf. Insgesamt sind über 70% aller verwendeten Emojis einer positiven und nur 15% einer negativen Attitüde zuzurechnen. Die Studie ist online einsehbar: <https://de.scribd.com/doc/262594751/SwiftKey-Emoji-Report> <18.12.2019>

27 Die Wahl der Farbe schwarz – als mit Tod und TRAUER assoziierter Farbe – für das (i.d.R. rote) Herz ist ein zusätzlicher graphischer Indikator zur Kontextualisierung des emotionalen Settings.

Expressivitätsmarker erwiesen hat, finden sich im Kontext der Emotion TRAUER selten Ausrufezeichen, vor allem nicht in iterierter Form. Demgegenüber wird der Satzschlusspunkt häufig verwendet (siehe Abb. 9, Bsp. (a) und (b)). Diese Beobachtung steht im Einklang mit Buschs (2017) Befunden, der in seinem Aufsatz zur Zeichensetzung feststellt, dass der Satzschlusspunkt in der digitalen Kommunikation unter Jugendlichen eine pragmatische Funktion übernimmt und im Rahmen derselben dazu dient, „formelles, ernsthaftes Schreiben zu kontextualisieren“ (ebd.: 87). Der Satzschlusspunkt erfährt damit „als syntaktisches Grenzsignal im informellen Schreiben eine Aufladung als sozialer Kontextualisierungshinweis“ (ebd.). Angewandt auf emotionale Online-Praktiken kann der Satzschlusspunkt entsprechend dazu eingesetzt werden, einer Äußerung die im Kontext von TRAUER notwendige Ernsthaftigkeit zu verleihen und sie, im Gegensatz zu den weiter oben gezeigten Beispielen anderer emotionaler Settings, als *nicht*-expressiv zu kennzeichnen – auch deshalb erweisen sich digitale Trauerpraktiken gegenüber anderen emotionalen Online-Praktiken insgesamt als normnäher. Dies wiederum korrespondiert mit der zuvor geäußerten Feststellung, dass TRAUER als Emotion mit starken gesellschaftlichen Anforderungen und Erwartungen verbunden ist.

5 Fazit

Die vorliegende Untersuchung hat gezeigt, dass die Wahl der semiotischen und im Besonderen der graphisch-skripturalen Mittel, mithilfe derselben Emotionen in Online-Umgebungen angezeigt bzw. performt werden, (auch) davon abhängt, um welchen emotionalen Kontext es sich dabei handelt. Während bei Emotionen wie FREUDE/GLÜCK, LIEBE und WUT/ZORN die graphisch-ikonische Umsetzung der Expressivität im Vordergrund steht (bspw. durch die Iteration von Elementen), zeichnet sich Online-TRAUER als nicht-alltägliche Emotion in der Regel dadurch aus, dass mithilfe normnaher Zeichensetzung und dem sparsamen Einsatz spielerischer Elemente eine ernste Modalität – in einer stark durch Informalität geprägten Umgebung – herbeizuführen versucht wird. Die erstgenannten emotionalen Praktiken zielen somit in erster Linie auf die Inszenierung von Spontaneität als zentrales Kriterium von Emotionalität ab, wohingegen bei TRAUER die Inszenierung von Bedachtheit im Vordergrund steht; es wird Wert darauf gelegt, die Vertrautheit mit den Trauernormen und ein entsprechend angemessenes Agieren zu demonstrieren. Das bedeutet schließlich in der Konsequenz auch, dass in der Inszenierung von FREUDE eine größere Varianz semiotischer Mittel zu erwarten

ist, während die Darstellung von TRAUER durch Normen im Potential möglicher Zeichen sehr viel eingeschränkter ist.

Literatur

- Agha, Asif. 2007. *Language and social relations*. Cambridge u. a.: Cambridge University Press.
- Albert, Georg. 2015. Semiotik und Syntax von Emoticons. *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 62/1, 3–22.
- Androutsopoulos, Jannis. 2007. Neue Medien – neue Schriftlichkeit? *Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes* 54/1, 72–97.
- Androutsopoulos, Jannis. 2018. Digitale Interpunktion: Stilistische Ressourcen Und Soziolinguistischer Wandel in der Informellen Digitalen Schriftlichkeit von Jugendlichen. In Arne Ziegler (Hg.), *Jugendsprachen. Aktuelle Perspektiven internationaler Forschung*, Band 2. Berlin & Boston: de Gruyter, 721–748
- Auer, Peter. 1989. Natürlichkeit und Stil. In Volker Hinnekamp; Margret Selting (Hgg.), *Stil und Stilisierung. Arbeiten zur interpretativen Soziolinguistik* (= Linguistische Arbeiten 235). Tübingen: Niemeyer, 27–60.
- Bauman, Richard. 2000. Language, identity, performance. *Pragmatics* 10/1, 1–5.
- Becker, Maria. 2016. Die Flüchtlingsdebatte in den Medien Deutschlands – Eine korpus- und diskurslinguistische Untersuchung der Konzeptualisierung von Angst. *Sprachreport* 2/2016, 1–11.
- Busch, Florian. 2017. Informelle Interpunktion? Zeichensetzung im digitalen Schreiben von Jugendlichen. *Der Deutschunterricht* 4/2017, 87–91.
- Busch, Florian. 2018. Digitale Schreibregister von Jugendlichen analysieren. Ein linguistisch-ethnographischer Zugang zu Praktiken des Alltagsschreibens. In Arne Ziegler (Hg.), *Jugendsprachen. Aktuelle Perspektiven internationaler Forschung*, Band 2. Berlin & Boston: de Gruyter, 829–857.
- Brubaker, Jed R.; Hayes, Gillian R.; Dourish Paul. 2013. Beyond the Grave: Facebook as a Site for the Expansion of Death and Mourning. *The Information Society* 29, 152–163.
- Deppermann, Arnulf; Feilke, Helmuth; Linke, Angelika (Hgg.). 2016. *Sprachliche und kommunikative Praktiken* (= Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache 2015). Berlin & Boston: de Gruyter.
- Dürscheid, Christa; Frick, Karina. 2016. *Schreiben digital: Wie das Internet unsere Alltagskommunikation verändert* (= Einsichten 3). Stuttgart: Kröner.
- Dürscheid, Christa; Siever, Christina M. 2017. Jenseits des Alphabets – Kommunikation mit Emojis. *Zeitschrift für Germanistische Linguistik* 45/2, 256–285.
- Fiehler, Reinhard. 2002. How to Do Emotions With Words: Emotionality in Conversations. In Susan R. Fussell (Hg.), *The Verbal Communication of Emotions. Interdisciplinary Perspectives*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 79–106.
- Freud, Sigmund. (1946) [1917]. Trauer und Melancholie. In Anna Freud et al. (Hgg.), *Gesammelte Werke: chronologisch geordnet. Band X: Werke aus den Jahren 1913 - 1917*. Frankfurt am Main: Fischer, 428-446.

- Frick, Karina. 2014. Liebeskommunikation über Facebook. Eine korpusbasierte Untersuchung kommunikationstheoretischer und sprachlicher Merkmale der Paar-Kommunikation auf Facebook (= Networx 65).
- Frick, Karina. 2017. Elliptische Strukturen in SMS. *Eine korpusbasierte Untersuchung des Schweizerdeutschen* (= Empirische Linguistik 7). Berlin & Boston: de Gruyter.
- Fries, Norbert. 2004. Gefühle, Emotionen, Angst, Furcht, Wut und Zorn. In Wolfgang Börner; Klaus (Hgg.), *Emotion und Kognition im Fremdsprachenunterricht* (= Tübinger Beiträge zur Linguistik 476). Tübingen: Narr, 3–24.
- Fries, Norbert. 2007. Die Kodierung von Emotionen in Texten. Teil 1: Grundlagen. *Journal of Literary Theory* 1/2, 293–337.
- Geertz, Clifford. 1973. Thick Description: Toward an Interpretative Theory of Culture. In id., *The interpretation of cultures: selected essays*. New York: Basic Books, 3–30.
- Giaxoglou, Korina. 2017. Reflections on internet research ethics from language-focused research on web-based mourning: revisiting the private/public distinction as a language ideology of differentiation. *Applied Linguistics Review* 8(2–3), 229–250.
- Giaxoglou, Korina. 2018. #JeSuisCharlie? Hashtags as narrative resources in contexts of ecstatic sharing. *Discourse, Context, and Media* 22, 13–20.
- Giaxoglou, Korina; Döveling, Katrin. 2018. Mediatization of Emotion on Social Media: Forms and Norms in Digital Mourning Practices. *Social Media + Society* 4(1), 1–4.
- Haase, Martin; Huber, Michael; Krumeich, Alexander; Rehm, Georg. 1997. Internetkommunikation und Sprachwandel. In Rüdiger Weingarten (Hg.), *Sprachwandel durch Computer*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 51–85.
- Imhof, Kurt; Schulz, Peter (Hgg.). 1998. *Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen* (=Mediensymposium Luzern 4). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Jakoby, Nina; Haslinger, Julia; Gross, Christina. 2013. Trauernormen. Historische und gegenwärtige Perspektiven. *SWS-Rundschau* 53/3, 253–274.
- Langlotz, Andreas ; Locher, Miriam A. 2012. Ways of communicating emotional stance in online disagreements. *Journal of Pragmatics* 44, 1591–1606.
- Linke, Angelika. 2001. Trauer, Öffentlichkeit und Intimität. Zum Wandel der Textsorte „Todesanzeige“ in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts. In Ulla Fix; Stephan Habscheid; Josef Klein (Hgg.); *Zur Kulturspezifik von Textsorten* (= Textsorten 3). Tübingen: Niemeyer, 195–223.
- Marx, Konstanze. 2017. *Diskursphänomen Cybermobbing. Ein internetlinguistischer Zugang zu [digitaler] Gewalt* (= Diskursmuster – Discourse Patterns 17). Berlin & New York: de Gruyter.
- Marx, Konstanze. 2019. Kollektive Trauer 2.0 zwischen Empathie und Medienkritik: Ein Fallbeispiel. In Stefan Hauser; Roman Opilowski; Eva L. Wyss (Hgg.), *Alternative Öffentlichkeiten. Soziale Medien zwischen Partizipation, Sharing und Vergemeinschaftung*. Bielefeld: transcript, 109–130.
- Nübling, Damaris. 2004. Die prototypische Interjektion: Ein Definitionsvorschlag. *Zeitschrift für Semiotik* 26/1, 11–46.
- Pappert, Steffen. 2017. Zu kommunikativen Funktionen von Emojis in der WhatsApp-Kommunikation. In Michael Beißwenger (Hg.), *Empirische Erforschung internetbasierter Kommunikation* (= Empirische Linguistik 9). Berlin & Boston: de Gruyter, 175–211.
- Sanderson, Jimmy; Cheong, Pauline H. 2010. Tweeting Prayers and Communication Grief Over Michael Jackson Online. *Bulletin of Science Technology & Society* 30/5, 328–340.

- Scharloth, Joachim. 2009. Performanz als Modus des Sprechens und Interaktionsmodalität. Zur linguistischen Fundierung eines kulturwissenschaftlichen Konzeptes. In Helmuth Feilke; Angelika Linke (Hgg.), *Oberfläche und Performanz. Untersuchungen zur Sprache als dynamischer Gestalt*. Berlin & New York: de Gruyter; Niemeyer, 233–254.
- Scharloth, Joachim. 2015. Der Sprachgebrauch der ‚1968er‘: Antirituale und Informalisierung. In Eva Neuland (Hg.), *Sprache der Generationen*. 2., aktualisierte Auflage. Frankfurt am Main: Peter Lang, 207–225.
- Schmitz, Ulrich. 2010. Schrift an Bild im World Wide Web. Articulirte Pixel und die schweifende Unbestimmtheit des Vorstellens. In: Arnulf Deppermann; Angelika Linke (Hgg.), *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton* (= Jahrbuch des Instituts für deutsche Sprache 2009). Berlin: de Gruyter, 383–417.
- Schwarz-Friesel, Monika. 2013. *Sprache und Emotion*. 2., aktualisierte und erweiterte Aufl. Tübingen & Basel: Francke.
- Schweiger, Til [Facebook], (2016): Christian Alvar – was hast du gemacht?! [Facebook-Account von Til Schweiger], veröffentlicht am 04.01.2016, online unter: <<https://www.facebook.com/TilSchweiger/photos/a.189168211213857/758496110947728/?type=3&theater>> (02.02.2020).
- Spitzmüller, Jürgen. 2013. *Graphische Variation als soziale Praxis. Eine soziolinguistische Theorie skripturaler ‚Sichtbarkeit‘* (= Linguistik – Impulse & Tendenzen 56). Berlin & Boston: de Gruyter.
- Sumiala, Johanna et al. 2016. #JeSuisCharlie: Towards a Multi-Method Study of Hybrid Media Events. *Media and Communication* 4/4, 97–108.
- Varis, Piia. 2016. Digital ethnography. In Alexandra Georgakopoulou; Tereza Spilioti (Hgg.), *The Routledge Handbook of Language and Digital Communication*. London: Routledge, 55–68.
- Von der Lage-Müller, Kathrin. 1995. *Text und Tod. Eine handlungstheoretisch orientierte Textsortenbeschreibung am Beispiel der Todesanzeige in der deutschsprachigen Schweiz* (= Reihe Germanistische Linguistik 157). Tübingen: Niemeyer.
- Wildfeuer, Janina; Schnell, Martin W.; Schulz, Christian. 2015. Talking about ‘dying’ and ‘death’ – On new discursive constructions of a formerly postulated taboo. *Discourse & Society* 26/3, 366–390.