

Universität Bielefeld

Fakultät für Linguistik und Literaturwissenschaft

Dissertation zur Erlangung der Doktorwürde

„Das Höchste mal am Horn gepackt“.

**Zur Emergenz von Stil in themenzentrierten
Online-Communities.**

vorgelegt von

Anna-Katharina Kurpiers

Erstgutachterin: Prof. Dr. Barbara Job

Zweitgutachterin: Dr. Petra Pansegrau

im Februar 2016

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier °° ISO 9706

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
2 Positionierung der Arbeit im Forschungsparadigma computervermittelter Kommunikation (CVK)	4
2.1 Sprachverwendung im Internet.....	5
2.1.1 Phänomene des Sprachgebrauchs im Internet.....	5
2.1.2 Sprachverwendung zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit	8
2.1.3 Konvergenz und Hybridisierung.....	11
2.2 Reduktion der Analyse sprachlicher Variation im Internet auf überschaubare Präferenzmuster	15
3 Die Online-Community als Analysefokus	16
3.1 (Online-) Communities.....	16
3.2 Themenzentrierte Online-Communities	18
4 Stil und Stilistik	20
4.1 Stil als holistische Gestalt.....	22
4.2 Typisierte Stile.....	23
5 Methodische Grundlagen	24
5.1 Methodische Überlegungen zur Analyse des Stils in themenzentrierten Online-Communities.....	25
5.1.1 Texte als Untersuchungsgegenstand	28
5.1.2 Methodisches Vorgehen und Begriffsklärungen.....	30
5.1.3 Ziele	36
5.2 Korpora.....	37
5.2.1 Kommunikationsform Blog	37
5.2.2 Die Skiregion Oberstdorf/Kleinwalsertal und das Bergscout-Projekt: Korpora I und II.....	40
5.2.3 Kommunikationsform Facebook(gruppe).....	45
5.1.4 Die Gruppe “Skifahren” auf Facebook: Korpora III und IV	48
5.2.5 Überblick über die Korpora	49
5.2.6 Datenerhebung und Ethik	50
6 Emergenz eines Textsortenstils: Bloggen als Bergscout	52
6.1. Stil-konstitutive Merkmale	54
6.1.1 Funktion	55

6.1.2 Thematische Entfaltung	60
6.1.3 Aufbau/Layout	67
6.1.4 Orthografie und Syntax: Intendierte und tolerierte Variation	69
6.1.5 Emoticons	73
6.1.6 Lexik: Fachsprache, Jargon und Toponyme	77
6.1.7 Emblematischer Gebrauch diatopischer Varietät.....	84
6.1.8 Emblematischer Gebrauch fremdsprachlicher Elemente.....	89
6.1.9 Lokale und temporale Einordnung.....	91
6.1.10 Insiderwissen.....	93
6.1.11 Phraseologismen	99
6.1.12 Sprachspiele	104
6.1.13 Adressierung	112
6.1.14 „Doing Intimacy“: Verweise auf bestehende Offline-Bekanntschaften	116
6.1.15 Kohäsion	120
6.1.16 Intertextuelle Verweise	125
6.1.17 Partizipationsstruktur	128
6.2 Synthese und Diskussion der Analyseergebnisse	131
7 Emergenz von sozialem Stil: Kommunikation innerhalb der Gruppe „Skifahren“ ..	136
7.1 Stil-konstitutive Merkmale	137
7.1.1 Variationsreiche Orthografie und nächsprachlich gefärbte Syntax	138
7.1.2 Lexik: Fachsprache, Jargon und Toponyme	139
7.1.3 Etablierte Emoticons	145
7.1.4 Para- und nonverbale Simulationen	151
7.1.5 Emblematischer Gebrauch diatopischer Varietät.....	154
7.1.6 Emblematischer Gebrauch fremdsprachlicher Elemente.....	159
7.1.7 Typen/Themen	165
7.1.8 Konventionalisierte Konnotationen	182
7.1.9 Kreativität	187
7.1.10 Humor/Scherzkommunikation.....	189
7.1.11 Ironie	191
7.1.12 Variable Synchronität	196
7.1.13 Organisation und Adressierung innerhalb von Gesprächs-/Diskussionssträngen	199
7.1.14 Metakommunikation	204
7.1.15 Fiktionalisierungen	209

7.1.16 Insiderwissen.....	212
7.1.17 Höflichkeit	216
7.1.18 Geteilte Einstellungen/Geschmackspräferenzen/Werte.....	222
7.1.19 Pflege von Vorurteilen und Stereotypen und Gruppenidentität.....	225
7.1.20 Selbstdarstellung	231
7.1.21 Kommunikative Aushandlung von Expertenstatus.....	244
7.1.22 Intratextuelle Verweise	247
7.1.23 Intertextuelle Verweise	255
7.1.24 Partizipationsstruktur: Aktiver Kern und schweigende Masse	260
7.2 Synthese und Diskussion der Analyseergebnisse	263
8 Fazit und Ausblick	266
Literaturverzeichnis.....	277
Anhang	286
Danksagung.....	291

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Medium und Konzeption nach Söll.....	9
Abb. 2	Das Nähe/ Distanz-Kontinuum.....	10
Abb. 3	Werbeanzeige Wonnemar.....	14
Abb. 4	Facebook-Post Walser Loipenteam.....	14
Abb. 5	Kommunikationsbezogene Stilcharakterisierungen.....	23
Abb. 6	Übersicht über die Skiregion Oberstdorf/Kleinwalsertal.....	41
Abb. 7	Screenshot der Bergscoutseite am 14.3.2012.....	42
Abb. 8	Bergscout-Terminals an der Fellhorn-Mittelstation.....	43
Abb. 9	Screenshot des Bergscout-Blogs am 17.3.2013.....	45
Abb. 10	Screenshot der Gruppe „Skifahren“, Saison 2011/2012.....	48
Abb. 11	Vereinfachte Darstellung der Grundstruktur der narrativen Themenentfaltung nach Brinker (2010:62).....	63
Abb. 12	Kontinuum: Insiderwissen im Bergscout-Projekt.....	94
Abb. 13	Beitragsstatistik Bergscout-Projekt 2011/2012.....	129
Abb. 14	Beitragsstatistik Bergscout-Challenge 2012/2013.....	130
Abb. 15	Quantitative Auswertung der Emoticons in der Gruppe „Skifahren“.....	146
Abb. 16	Analyse der ersten 50 (von 174) Kommentare zum Initialpost P 194.....	173
Abb. 17	Kontinuum von konventionalisierten Konnotationen innerhalb der Gruppe „Skifahren“.....	184
Abb. 18	Kontinuum: Insiderwissen innerhalb der Gruppe „Skifahren“.....	213
Abb. 19	Höflichkeitsstrategien der Nähe und Distanz nach Thaler (2012a).....	218
Abb. 20	Kontinuum: Geteilte Einstellungen/Geschmackspräferenzen/Werte innerhalb der Gruppe „Skifahren“.....	222
Abb. 21	Absolute Beitragszahlen der 15 aktivsten Akteure in den Saisons 2011/2012 & 2012/2013.....	260
Abb. 22	Beitragsstatistik Gruppe „Skifahren“ Saison 2011/2012.....	261
Abb. 23	Beitragsstatistik Gruppe „Skifahren“ Saison 2012/2013.....	261
Abb. 24	Kombinatorische Verwendung verschiedener stil-konstituierender Komponenten.....	265
Abb. 25	Emergenz der stil-konstituierenden Merkmale durch Reaktionen auf Posts von Tanja Ski.....	271

1 Einleitung

„Stil ist immer ein ‚Wie‘, ‚die Art und Weise, wie...‘. [...] Wichtig ist allerdings, ‚was‘ wie stilistisch gestaltet wird und weiter, wie dieses ‚Was-Wie‘ zu interpretieren ist: das ‚Wozu‘. [...] Welcher soziale Sinn wird durch dieses Was-Wie hergestellt?“ (Sandig 1995:28).

In der Linguistik ist die Beschäftigung mit Stil ein heikles Thema. Einerseits taucht der Begriff immer wieder auf und die unterschiedlichen Richtungen weisen verschiedene Stilbegriffe auf, andererseits wird vielfach kritisiert, dass der Stilbegriff zu allgemein und intuitiv ist. (Selting 2001:3). In jedem Fall scheint man auf den Stilbegriff an sich aber nicht verzichten zu können, sodass neben Textlinguistik mittlerweile auch Soziolinguistik, Pragmatik, Gesprächslinguistik u.v.a. Stil als wichtigen Forschungsgegenstand betrachten. Er wird nunmehr gemeinhin als sprachliches UND soziales Phänomen wahrgenommen. In dem Zitat von Sandig (1995, s.o.) wird deutlich, dass Stilforschung in diesem Sinne aufdecken kann, wie wir soziale Interaktionen gestalten, d.h. wie wir Ressourcen nutzen und Methoden entwickeln, um erfolgreich zu kommunizieren.

Ein Kommunikationsraum, der zunehmend an Relevanz gewinnt, ist das Internet. Ein Großteil unserer Kommunikation spielt sich mittlerweile dort ab, man denke nur an die sozialen Netzwerke Facebook, Twitter und Instagram sowie zahlreiche Blogs, Foren usw. In diesem Zusammenhang kann man eine Verschmelzung kommunikativer Rahmenbedingungen beobachten, die so in dieser Form innovativ ist. Alte und bewährte linguistische Kategorien wie Mündlichkeit und Schriftlichkeit, Monologizität und Dialogizität sowie Synchronität und Asynchronität werden in diesem Kontext aufgeweicht und bedürfen einer Überarbeitung. Aspekte wie Multimodalität kommen neu hinzu (Thaler 2007:146). Angesichts der stilistischen Vielfalt, die sich dem Forscher in computervermittelter Kommunikation bietet, ist es unabdingbar, bei der Analyse überschaubare Analysefokusse zu wählen. Eine Möglichkeit sind hier die sog. Online-Communities (z.B. Androutsopoulos 2004). Im Rahmen von im Internet interagierenden Gruppen lässt sich die Entwicklung eines geteilten Repertoires an sprachlichen und stilistischen Charakteristika beobachten, das an die Entstehung der jeweiligen Gemeinschaft gekoppelt ist. Dabei emergiert ein Kollektivstil, der auf individuellen aber gleichartigen Entscheidungen einzelner Gruppenmitgliedern beruht, die letztlich zu einem nicht intendierten Muster führen (Linke 2009; Keller 1990).

Die Forschung ist sich demnach einig darüber, dass die Kommunikationsaktivitäten von (Online-)Communities einen gemeinsamen Stil hervorbringen. Es wird jedoch

grundsätzlich davon ausgegangen, dass dieser Stil die Rolle der Produzenten ins Zentrum stellt und in diesem Sinne „auf Kultur und soziale Identität der Sprecher [oder Schreiber, A.K.] bezogen ist“ (Keim 2001:376). Angesichts der Vielfalt existierender Online-Communities ist jedoch davon auszugehen, dass sich dort sehr unterschiedliche Formen von Stil herausbilden, die unterschiedliche Aspekte der Kommunikation innerhalb der Community fokussieren: neben der bereits angesprochenen Selbstpräsentation z.B. die Durchführung unterschiedlicher kommunikativer Aufgaben und Handlungstypen. Es ist also zu berücksichtigen, dass Stil stets eine holistische Gestalt aufweist, deren Komponenten es zu identifizieren gilt, um so den subjektiven Gesamteindruck der Stilerfahrung und dessen Wirkung objektiv greifbar zu machen: „bisher fehlende Kenntnisse über viele der stilkonstitutiven Merkmale und Prinzipien [verhindern] eine Analyse und Bewußtmachung (sic!)“ (Selting 2001:8).

Ungeklärt ist, welche Ausprägungen ein solcher Stil annehmen kann und aus welchen Komponenten er sich zusammensetzt, welche Funktionen und Wirkungen damit einhergehen, und wie die Verfahren beschrieben werden können, die zur Herausbildung des Stils führen. Um die stil-konstitutiven Merkmale und stilbildenden Prinzipien in Online-Communities adäquat zu erfassen und zu beschreiben, nimmt die vorliegende Dissertation eine kontrastiv ausgerichtete, detaillierte empirische Fallstudie von zwei Online-Communities aus dem Freizeitbereich vor. Dabei handelt es sich um das lokale Bloggerprojekt des Bergbahnverbundes „Das Höchste“ in der Skiregion Oberstdorf/Kleinwalsertal und um eine überregionale, freie Facebookgruppe zum Thema Skifahren.

Ziel der Arbeit ist die Entwicklung einer Stilanalyse, auf der interaktionalen Stilanalyse (Selting 1997, 2001) gründend, die methodisch auf qualitativen korpuslinguistischen Untersuchungen basiert und den Stil, der sich langfristig innerhalb der untersuchten Online-Communities entwickelt, als Ensemble von vielfältigen stil-konstituierenden Einzelmerkmalen bestimmt. Stil wird dabei gleichzeitig als sprachlich-interaktionales und als soziales Phänomen bestimmt. Um die Dynamik der Emergenz von Gruppenstil im Detail erfassen und analysieren zu können, wurde ein Untersuchungskorpus erstellt, das über einen längeren Zeitraum die gesamte Kommunikationsaktivität einer Gruppe abbildet. Dafür wurden im ersten Untersuchungskorpus sämtliche Blogeinträge des Gemeinschaftsblogs der Bergbahnen „Das Höchste“ (genannt das „Bergscout-Projekt“) aus den beiden Skisaisons 2011/2012 und 2012/2013 aufgenommen. Als Vergleich dienen im zweiten Untersuchungskorpus die Kommunikationsaktivitäten der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook, die ebenfalls über den Zeitraum der beiden erwähnten Skisaisons erfasst wurden.

„Das Höchste mal am Horn gepackt“ ist ein Zitat aus einem Blogbeitrag, der einen Skitag in einem Skigebiet im Kleinwalsertal thematisiert. Es impliziert gleich mehrere Aspekte, die im Verlauf der Arbeit inhaltlich und methodisch relevant sind. Zum einen nimmt man hier intuitiv einen Stil wahr. Er ist kreativ, bildlich geprägt und spielt auf Insiderwissen an. Es findet durch eine geografische Verortung eine Kontextualisierung¹ innerhalb des Skigebiets statt (vgl. auch § 6.1.6, 6.1.9, 6.1.10). Diese Hinweise illustrieren zum anderen die holistische Gestalt von Stil: er besteht aus kleinsten konstituierenden Merkmalen, die zu identifizieren sind (vgl. § 4.1).

Angesichts des interdisziplinären Erkenntnisinteresses dieser Dissertation, in der sprach- und kommunikationswissenschaftliche Themen wie Stilistik und computervermittelte Kommunikation mit dem sozialwissenschaftlichen Gegenstandsbereich der Community verbunden werden, gibt es keinen traditionellen Forschungsbericht. Dies wäre in diesem Rahmen nicht zu leisten und auch nicht sinnvoll. Theoretische Grundlagen zu den drei Bereichen werden im ersten Teil der Arbeit thematisiert, während detaillierte und darüber hinausgehend relevante Aspekte an Ort und Stelle in den jeweiligen Kapiteln zur Methodik und Empirie eingebunden werden.

Somit beginnt die Arbeit mit einer Positionierung im Forschungsparadigma computervermittelter Kommunikation (§ 2). Anschließend wird die Online-Community als Analysefokus thematisiert (§ 3), bevor grundlegende Annahmen im Kontext von Stil und Stilistik präsentiert werden (§ 4). Im fünften Kapitel stehen die methodischen Grundlagen im Fokus. Dabei werden zum einen meine methodischen Überlegungen zur Analyse des Stils in themenzentrierten Online-Communities dargelegt (§ 5.1.), zum anderen werden die zugrundeliegenden Korpora und damit einhergehende Aspekte vorgestellt (§ 5.2). Daran anschließend werden die Ergebnisse des empirischen Teils der Arbeit, der Analyse der Kommunikationsaktivitäten der Bergscout-Community (§ 6) und der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook (§ 7) dargestellt. Beide Kapitel gliedern sich jeweils in die Erläuterung und Veranschaulichung der identifizierten stil-konstitutiven Merkmale, sowie die Synthese und Diskussion der Ergebnisse. Ein abschließendes Fazit mit Ausblick rundet die Arbeit ab (§ 8).

¹ vgl. zum Begriff der Kontextualisierung Auer (1986).

2 Positionierung der Arbeit im Forschungsparadigma computervermittelter Kommunikation (CVK)

„[T]he internet is not a single communication technology but rather a collection of different technologies for communicating. For this reason, it may be better to think of the internet as a system comprised of many sub-systems, and each sub-system has its own genre or type of communication. There is certainly no single way of communicating on the internet“

(Thurlow, Lengel, Tomic 2004 in Marx & Weidacher 2014:81)

Das Internet ist technisch betrachtet ein Netzwerk von Computern, über das digitale Daten ausgetauscht werden. Aus einer kommunikativ-sozialen Perspektive lässt sich das Internet wiederum als Informations- und Kommunikationsmedium beschreiben, in dem sowohl traditionelle Kommunikationsformen², beispielsweise Zeitungsartikel und wissenschaftliche Fachtexte, in digitalisierter Form, als auch neue Kommunikationsformen mit neuen Charakteristika, beispielsweise Blogs und Foren, vorliegen. (Storrer 2013; Wenz 2012) Das bedeutet, dass das Internet auch eine riesige Ansammlung von Sprachdaten darstellt, die eine enorme Variation³ aufweisen. Zudem kommt die Entwicklung des Web 2.0⁴ und eine damit einhergehende Zunahme von Multimodalität. Es lässt sich beobachten, dass das Web 2.0 sich in jüngerer Vergangenheit als Forschungsgegenstand für verschiedenste Disziplinen etabliert. Aus linguistischer Perspektive sind dabei vor allem die resultierenden Veränderungen der Kommunikation relevant (z.B. Bedijis & Heyder 2012, Marx & Weidacher 2014).

In diesem Kapitel wird zunächst die Positionierung der vorliegenden Arbeit im Forschungsparadigma der computervermittelten Kommunikation (CVK)⁵ dargelegt und begründet. In Abschnitt 2.1 gebe ich einen kurzen Überblick über relevante Ansätze zur Erforschung von Sprachverwendung im Internet und zeige die Entwicklung von der Annahme einer internetspezifischen Variation hin zu verschiedenen Dimensionen von Variation von Sprache im Internet auf. Schließlich fasse ich in Abschnitt 2.2 die daraus resultierenden Gründe für einen Perspektivwechsel zusammen. Dieser erscheint im Hinblick auf die

² nach Dürscheid (2005)

³ vgl. zur Abgrenzung von Variation und Varietät Sinner (2014:18ff)

⁴ Web 2.0 impliziert interaktive und kollaborative Elemente des Internets, alle Nutzer können aktiv am Kommunikationsprozess teilnehmen (vgl. Marx & Weidacher 2014:66ff).

⁵ häufig auch: engl. Computer-Mediated Communication (CMC)

Untersuchung von Sprachverwendung im Internet unabdingbar und wird in dieser Arbeit vollzogen.

2.1 Sprachverwendung im Internet

Sprachverwendung im Internet ist aus vielerlei Perspektiven interessant. Drei Aspekte werden dabei auch in neueren Publikationen immer wieder aufgegriffen. Zum einen sind dies spezifische Phänomene des Sprachgebrauchs im Internet. Einen Überblick darüber gebe ich in Abschnitt 2.1.1. Eine Einordnung der Sprachverwendung zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit hatte in der CMC-Forschung lange Jahre eine hohe Priorität. Erkenntnisse in diesem Kontext, sowie damit einhergehende Überlegungen zu Synchronität, stehen in Abschnitt 2.1.2 im Fokus. Schließlich zeichnet sich Kommunikation im Internet nicht zuletzt durch die Entwicklung des Web 2.0 durch eine Konvergenz und Hybridisierung auf verschiedenen Ebenen aus. Dieser Aspekt wird in Abschnitt 2.1.3 beleuchtet.

2.1.1 Phänomene des Sprachgebrauchs im Internet

In der deutsch- und englischsprachigen Forschung zur Sprachverwendung im Internet wurde lange allgemein von der Existenz einer einzigen Varietät⁶ gesprochen, die u.a. als Cyberjargon, Cyberspeak, E-Speak, und Netspeak bezeichnet wird (Crystal 2006, Crystal 2011; Döring 2003). So wurden traditionellerweise Merkmale wie computerspezifische Fachbegriffe, Anglizismen, Kurzformen, Umgangssprache, Jugendsprache, Dialekt, Rechtschreibfehler, Kleinschreibung, Verzicht auf Interpunktion, Emoticons⁷ und Aktionswörter⁸ als internetspezifisch bezeichnet und umfassten damit genau die Phänomene, die im Allgemeinen aus normativ-sprachpflegerischer Perspektive als Bedrohung für die Standardsprache wahrgenommen werden (Döring 2003:182f).

Mittlerweile ist man sich in der Forschung jedoch darüber einig, dass es keine einheitliche Varietät gibt, die ausschließlich⁹ für die Kommunikation im Internet verwendet wird (u.a. Marx & Weidacher 2014). Vorhandene empirische Untersuchungen zeigen beispielsweise, dass die oben genannten Merkmale nicht nur je nach Kommunikationsform, sondern auch nach Kommunikationskontext variieren (ebd.; Beißwenger 2001; Crystal 2011; Dürscheid 2003; Storrer 2013). Zudem ist auch fragwürdig, ob die erwähnten Merkmale

⁶ vgl. zur Abgrenzung von Variation und Varietät Sinner (2014:18ff)

⁷ Emoticons sind Folgen von Satzzeichen, die dem Ausdruck von Stimmungen und Gefühlen dienen, z. B. :-) für Lächeln, Freude.

⁸ Aktionswörter ersetzen im Internet Gestik, Mimik und Sound, und werden aus rückgebildeten Inflektiven gebildet, z.B. *zwinker*, *staun*.

⁹ Auszeichnungssprachen wie HTML bleiben hier unberücksichtigt, da sie für den Nutzer von Internetseiten in der Regel unsichtbar bleiben (Marx & Weidacher 2014:91).

tatsächlich als internetspezifisch angesehen werden können, da sie sich auch häufig außerhalb des Internets finden¹⁰.

Versuche, die Phänomene des Sprachgebrauchs im Internet zu kategorisieren, lassen sich in aktuelleren Publikationen beispielsweise bei Herring (2013) und Marx & Weidacher (2014) finden. Letztere schlagen drei Typen von Phänomen des Sprachgebrauchs im Internet vor, die allerdings nicht eindeutig voneinander abgrenzbar sind¹¹ (ebd.: 95): Dies sind laut der Autoren Adaptionsprozesse, sprachliche Sensibilität und Reflexion sowie Oraliteralität (ebd.). So werden Adaptionsprozesse als solche verstanden, in denen „Lexeme, grammatische Konstruktionen oder andere sprachliche Formen“ (ebd.) aus bestehenden Kommunikationsdomänen in die Internetkommunikation übernommen werden, und zwar hauptsächlich motiviert durch die medialen Eigenschaften des Internets zum einen, und durch eine Verortung in sozialen Domänen zum anderen. Gerade die Phänomene, die hier als medial bedingt aufgeführt werden (z.B. Ellipsen, Kurzwörter, Apokopen, Verkürzungen, Zusammenziehungen, typografische Kompensationsstrategien etc.) lassen sich letztlich aber auch auf die in älteren Publikationen häufig thematisierte problematische Verortung zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit von Sprachverwendung im Internet¹² (vgl. auch § 2.1.2) und die von den beiden Autoren vorgeschlagene dritte Kategorie der Oraliteralität zurückführen. Dort beziehen sie sich hauptsächlich auf das Modell von Koch & Oesterreicher (u.a. 1985, 2008), um die Eigenheiten mündlicher und schriftlicher Kommunikation darzustellen. Das Modell von Nähe und Distanz von Koch & Oesterreicher (1985) sowie Versuche seiner Überarbeitung im Hinblick auf die Kommunikationsformen im Internet werden im folgenden Kapitel näher beleuchtet.

Neben den erwähnten Adaptionsprozessen und der Oraliteralität betrachten Marx & Weidacher (2014:103ff) sprachliche Sensibilität und Reflexion als eine Kategorie von sprachlichen Phänomenen im Internet. Damit sind Sprachspiele auf verschiedenen linguistischen Ebenen, aber auch explizite Sprachreflexionen gemeint, die zeigen, dass die Nutzer sich ihrer Kommunikationssituation sehr bewusst sind und zudem in der Lage sind, die vorherrschenden Kommunikationsbedingungen sowohl kreativ zu nutzen als auch kritisch zu reflektieren. Hinzu kommen laut Marx & Weidacher (ebd.) noch Bedeutungsveränderungen, die beispielsweise auf Eigenschaften der Kommunikationsplattform zurückzuführen sein

¹⁰ vgl. z.B. Marx & Weidacher (2014:92)

¹¹ „In einer Typologie kann ein Element mehr als einem Typ zugeordnet sein, und es kann Elemente geben, die von der Typologie nicht erfaßt (sic!) werden (http://www.christianlehmann.eu/ling/typ/typ_vs_klasse.php) [letzter Zugriff: 16.02.16].

¹² Androutsopoulos (2004) stellt beispielsweise fest, dass viele Arbeiten zum Sprachgebrauch im Internet auf die Verortung zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit fokussiert sind: „Das Hauptanliegen ist hier die Identifizierung sprachlicher Innovationen im Vergleich zur traditionellen geschriebenen Sprache“ (ebd.:2).

können. Zur Illustration führen sie hier den komplexen Ausdruck „gefällt mir“ auf Facebook an. Eine ausführliche Erklärung der semantischen und pragmatischen Hintergründe dieses Phänomens, das von den Autoren ausführlich im Kontext der Etablierung von Referenz thematisiert wird, würde an dieser Stelle den Rahmen dieser Arbeit sprengen (vgl. Marx & Weidacher 2014:118ff & § 5.2.3), wichtig für den weiteren Verlauf meiner Arbeit, insbesondere aus methodischer Perspektive im Hinblick auf die Analysen der Daten, ist jedoch in diesem Zusammenhang die Feststellung, dass bei der Untersuchung der Äußerungen, wie im Beispiel „gefällt mir“ auf Facebook, außersprachliche Faktoren, wie die Kommunikationsplattform und deren Spezifika, und auch die potenzielle kommunikative Absicht des Produzenten berücksichtigt werden müssen (ebd.:120; § 7.2).

Herring (2013) schlägt ebenfalls eine dreiteilige Typisierung von sprachlichen bzw. diskursiven Phänomenen vor, wobei sie vordergründig die Entwicklung des Web 1.0 zum Web 2.0 und die damit einhergehenden Veränderungen im Blick hat. So unterscheidet sie zwischen

„phenomena familiar from older computer-mediated discourse (CMD) modes such as email, chat, and discussion forums that appear to carry over into Web 2.0 environments with minimal differences; CMD phenomena that adapt to and are reconfigured by Web 2.0 environments; and new or emergent phenomena that did not (...) exist prior to the era of Web 2.0“ (ebd.:1).

Herring (ebd.) zeigt dabei auf, dass nicht alle Phänomene, die man im Web 2.0 vorfindet, wirklich neu sind. So weist sie darauf hin, dass auch im Web 2.0 der Text der vorherrschende Kommunikationsmodus ist. Es lassen sich also auch in neuen Kommunikationsformen wie Blogs und Wikis sprachliche Techniken finden, die wie oben beschrieben traditionellerweise internetspezifische Merkmale aufweisen, z.B. nichtstandardgemäße Typografie und Orthografie. Wichtig ist jedoch ihr Hinweis darauf, dass sich nicht nur die Technik, sondern auch die kommunikativen Praktiken durch das Web 2.0 geändert haben. So lassen sich nicht nur bereits bekannte Phänomene erklären, vielmehr gibt es auch an die neuen technischen Möglichkeiten angepasste interaktive Praktiken, beispielsweise das „Teilen“ als neue Form des Zitierens, und gänzlich neue und emergente diskursive Strukturen. Hier nennt sie zum einen die kollaborative Produktion von Texten (z.B. auf Wikis) und zum anderen die Konvergenz und Hybridisierung verschiedener Medien und Modi auf einer Plattform. (ebd.: 8-20, § 2.1.3)

Damit werden von Herring (ebd.) und Marx & Weidacher (2014) zwei wichtige Perspektiven auf die Sprachverwendung im Internet und deren Beeinflussung durch die vorherrschenden Kommunikationsbedingungen angesprochen. Die grundlegende Problematik der Verortung von Sprache im Internet zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit und damit

einhergehende Grundannahmen will ich daher im folgenden Kapitel näher beleuchten. Anschließend werden die Aspekte der Konvergenz und Hybridisierung und daraus resultierende Charakteristika der Sprachverwendung im Internet thematisiert.

2.1.2 Sprachverwendung zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit

Man kann bei der Betrachtung von Kommunikationsaktivitäten im Internet eine Zusammenführung kommunikativer Rahmenbedingungen beobachten, die vor dem Computer, und vor allem dem Internet, in dieser Form nicht vorhanden war (Thaler 2007:146).

„Computervermittelte Kommunikation nimmt in Folge dessen in mehrerlei Hinsicht eine Sonderstellung innerhalb der Vielzahl möglicher Kommunikationsformen ein. Der Versuch einer adäquaten Beschreibung und Einordnung derselben führt an die Grenzen der Leistungsfähigkeit bestehender begrifflicher Kategorisierungen. Bewährte linguistische und kommunikationswissenschaftliche Kategorien wie Mündlichkeit/ Schriftlichkeit, monologisch/ dialogisch und Individual-/ Massenmedien werden aufgebrochen und bedürfen einer an die kommunikativen Bedingungen angepasste Überarbeitung. Andere, bislang wenig beachtete Konzepte, wie jenes der Synchronizität vs. Asynchronizität von Kommunikationsformen, gewinnen demgegenüber an Bedeutung und werden zur Beschreibung technisch vermittelter Kommunikationsformen als gewinnbringend erkannt“ (ebd.:147).

Aus linguistischer Perspektive ist, wie bereits erwähnt, der Versuch einer Positionierung computervermittelter Kommunikation im Bereich von Schriftlichkeit und Mündlichkeit von zentralem Interesse. Zahlreiche Phänomene des Sprachgebrauchs im Internet lassen sich letztlich auf die problematische Verortung zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit zurückführen. Klassischerweise wird in diesem Zusammenhang das Modell von Koch & Oesterreicher (u.a. 1985, 1994, 2007, 2008, 2011) als theoretischer Ausgangspunkt gewählt.

Koch & Oesterreicher (1985) weisen detailliert darauf hin, dass der Themenbereich Mündlichkeit/Schriftlichkeit komplexer ist als die simple Unterscheidung der beiden Termini im Sinne der materiellen Realisierung einer sprachlichen Äußerung. Dies wird bereits deutlich, wenn man typisch phonisch (in Form von Lauten) realisierte Äußerungen, wie beispielsweise ein Gespräch, mit grafisch (in Form von Schriftzeichen) realisierten Äußerungen, wie beispielsweise einem Chat, vergleicht. Die beiden Kommunikationsformen scheinen sich bis auf das Medium der Realisierung weniger zu unterscheiden, als es die Termini Mündlichkeit und Schriftlichkeit suggerieren, vielmehr entsprechen beide Beispiele unserer Intention von Mündlichkeit. Das bedeutet also, dass der sprachliche Duktus einer Äußerung eine entscheidende Rolle spielt. Die Autoren orientieren sich an der Terminologie Ludwig Sölls (1974 in Koch & Oesterreicher 2011), der, wie in Abbildung 1 unten deutlich wird, zwischen dem Medium der Realisierung (phonisch/grafisch) und der Konzeption

(gesprochen – geschrieben), die den sprachlichen Duktus betrifft, unterscheidet. (Koch & Oesterreicher 2011: 3)

		KONZEPTION	
		gesprochen	geschrieben
MEDIUM	graphischer Kode	fr. <i>faut pas le dire</i> it. <i>lui non ce l'aveva</i> sp. <i>¡decirme la verdad!</i>	fr. <i>il ne faut pas le dire</i> it. <i>egli non l'aveva</i> sp. <i>¡decidme la verdad!</i>
	phonischer Kode	fr. [fopɑl'di:ʀ] it. ['luinontʃela've:va] sp. [de'θirmelaβer'ða]	fr. [ilnəfopɑlə'di:ʀ] it. ['eλλiɲonla've:va] sp. [de'θiðmelaβer'ðað]

Abb. 1: Medium und Konzeption nach Söll (Koch & Oesterreicher 2011: 3)

Wichtig hervorzuheben ist, dass das Verhältnis von phonischem und grafischem Medium dichotom ist, während es ein Kontinuum von Konzeptionsmöglichkeiten zwischen zwei extremen Ausprägungen gibt. Des Weiteren gibt es natürlicherweise Affinitäten zwischen bestimmten medialen Realisierungen und Konzeptionsmöglichkeiten. So findet man die bevorzugten Beziehungen phonisch und gesprochen (z.B. vertrautes Gespräch) und grafisch und geschrieben (z.B. Zeitungsartikel). Genauso kommen jedoch auch die gegenläufigen Kombinationen vor, d.h. phonisch und geschrieben (Vortrag), sowie grafisch und gesprochen (Chat), und zusätzlich können prinzipiell auch alle Äußerungsformen von ihrer typischen Realisierung in das andere Medium transferiert werden, z.B. kann der Zeitungsartikel vorgelesen und das Gespräch kann schriftlich fixiert werden. (ebd.:3f)

In Abbildung 2 ist das resultierende Nähe/Distanz-Kontinuum nach Koch & Oesterreicher (ebd.) unter Berücksichtigung von Medium und Konzeption, Kommunikationsbedingungen sowie Versprachlichungsstrategien dargestellt. Deutlich werden hier auch die bereits angesprochenen Affinitäten zwischen dem grafischen Medium und kommunikativer Distanz, sowie zwischen dem phonischen Medium und kommunikativer Nähe. Der Kritik, dass die Komplexität der neuen Kommunikationsformen in computergestützten Medien in diesem Schema nicht erfasst werden kann, erwidern die Autoren, dass hier ein differenzierter Medienbegriff zum Tragen kommen muss. Demnach ist zwischen physikalischen Medien, die sensorisch motiviert sind (in diesem Fall Phonie und Grafie), und technischen Medien zur Speicherung und Übertragung (in diesem Kontext das

Internet) zu unterscheiden, wobei deutlich werden soll, dass auch letztere schließlich auf die Sensorik von Phonie und Grafie zurückzuführen sind, und deshalb auch ohne Probleme in das Schema eingeordnet werden können. (Koch & Oesterreicher 2011:14)

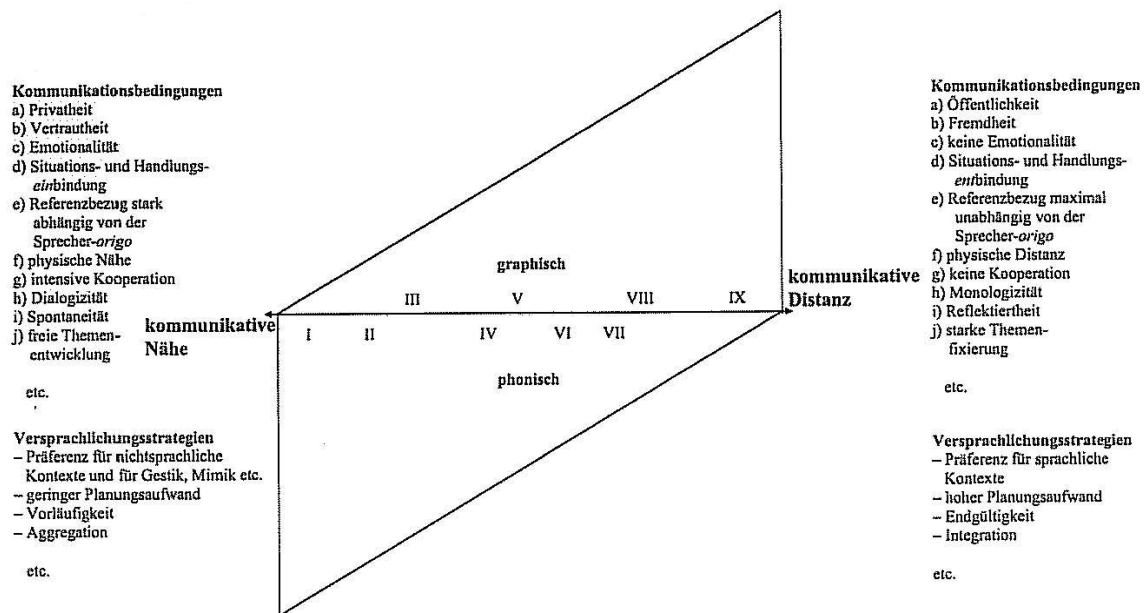


Abb. 2: Das Nähe/ Distanz-Kontinuum (Koch & Oesterreicher 2011: 13)¹³

Konkrete Kritik am Modell von Koch & Oesterreicher (ebd.) im Hinblick auf die Einordnung neuer Kommunikationsformen und Vorschläge zur Bearbeitung des Modells finden sich zum einen bei Dürscheid (2003) und zum anderen bei Thaler (2007). Dürscheid (2003) kritisiert insbesondere, dass die neuen Kommunikationsformen in das Modell von Koch/Oesterreicher nicht eingeordnet werden können, sondern dass es nur möglich ist, Textsorten einzuordnen. Dies entspricht allerdings auch dem Ansatz von Koch & Oesterreicher (1985), dort fehlt nur ein expliziter Hinweis darauf. Des Weiteren hält die Autorin die Bezeichnungen „Nähe“ und „Distanz“ für die Pole des Kontinuums für ungeeignet, weil sie keine medialen Assoziationen mehr wecken (die Medialität habe aber einen Einfluss auf die Kommunikation) und weil die assoziierten Kommunikationsbedingungen nicht immer gegeben seien (z.B. Chat-Diskursarten mit konzeptionell mündlicher Sprache trotz mangelnder räumlicher und sozialer Nähe und Öffentlichkeit) (Dürscheid 2003:15). Thaler (2007) plädiert ebenfalls für einen Einbezug der

¹³ Die Autoren referieren mit den römischen Zahlen I bis IX auf Kommunikationsformen und Diskurstraditionen: I. familiäre Unterhaltung, II. privates Telefongespräch, III. Privatbrief, IV. Vorstellungsgespräch, V. Zeitungsgespräch, VI. Predigt, VII. wissenschaftlicher Vortrag, VIII. Leitartikel, IX. Gesetzestext (Koch & Oesterreicher 2011:12).

Bedeutung des Mediums auf die Konzeption einer Äußerung. Sie unterscheidet daher zwischen technologie-, technologie- und gattungsbestimmten sowie gattungsbestimmten Kommunikationsbedingungen (Thaler 2007:156-166). Sowohl Dürscheid (2003) als auch Thaler (2007) weisen in ihren Ausführungen auf den Aspekt der Synchronizität hin, der insbesondere im Kontext neuerer Kommunikationsformen im Internet an Relevanz gewinnt. Demnach ist eine simple Unterscheidung zwischen synchronen Kommunikationsformen (z.B. face-to-face-Gespräch) und asynchronen Formen (z.B. Brief) im Kontext internetbasierter Kommunikationsformen nicht möglich. Chat, Private Messages etc. ermöglichen beispielsweise eine direkte Folge der Äußerungen aufeinander und erinnern an eine Form der synchronen Kommunikation. Allerdings ist es aufgrund der technischen Gegebenheiten hier nicht möglich, den Kommunikationspartner zu unterbrechen, Beiträge werden immer turnweise verschickt und in der Reihenfolge des Eingangs auf dem Server veröffentlicht. Die Synchronie ist hier also nicht vergleichbar mit der in face-to-face-Gesprächen. (ebd.:8) Laut Dürscheid sollte man hier von „Quasi-Synchronie“ (ebd.) sprechen: „Schreiber und Rezipient vollziehen ihre kommunikativen Aktivitäten in unterschiedlichen Teilsituationen; die Gesamtsituation wird über den Text *und* über den gemeinsamen Kommunikationsraum hergestellt“ (Hervorhebung im Original) (ebd.). (vgl. auch ebd.: 9ff)

Das Spannungsfeld zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit sowie die verschiedenen Formen der Synchronität haben entscheidenden Einfluss auf die Versprachlichung innerhalb der Kommunikationsformen internetbasierter Kommunikation und sind daher immer wieder als Ausgangspunkt der Betrachtung zu berücksichtigen und einzubeziehen. Mit der Entwicklung des Web 2.0 haben sich jedoch auch noch darüber hinaus gehende und beeinflussende Faktoren der Internetkommunikation als relevant erwiesen, die zu Konvergenzen und Hybridisierungen in diesem Kontext führen. Was darunter zu verstehen ist, wird im folgenden Abschnitt näher betrachtet.

2.1.3 Konvergenz und Hybridisierung

Thaler (2007) spricht im Zusammenhang von CMC von einer „neu geschaffenen[n] Möglichkeit interaktiver Kommunikation auf schriftlichem Wege“ (ebd.:147). Wie bereits erwähnt, kann man im Internet und insbesondere im Web 2.0 eine Kombination verschiedener Medien (Schrift, Ton, Bild etc.) beobachten. Durch die Verzahnung dieser unterschiedlichen Medien spricht man im Zusammenhang mit dem Internet immer öfter von einem Hybridmedium. Herring (2013) bezeichnet beispielsweise die Verschmelzung mehrerer Medien in einem Kommunikationsprozess als CMCMC, d.h. „convergent media computer-

mediated communication“ (Herring 2013:4). Dabei ist jedoch zu beachten, dass dieser Ausdruck möglicherweise irreführend ist (Marx & Weidacher 2014:73). Es handelt sich im Kontext des Internets nicht nur um Medienkonvergenz, sondern vielmehr um eine allgemeine Konvergenz im Sinne einer „(...) Verflechtung und Verschmelzung von technischen und kommunikativen Prozessen und Aktivitäten der Medienproduktion bzw. Medienrezeption (...)“ (Androutsopoulos 2010:422). Das bedeutet also, dass Konvergenz in diesem Kontext über eine reine Medienkonvergenz, d.h. eine Verschmelzung von Text, Bild, Ton etc. hinaus auch als Konvergenz vielschichtiger medialer Phänomene verstanden und als Voraussetzung für die Vermischung dieser vormals voneinander getrennten Systeme definiert wird, die dann wiederum als Hybridisierung bezeichnet wird¹⁴.

Konvergenz und Hybridisierung finden demnach laut Marx & Weidacher (2014:73ff) auf zahlreichen Ebenen statt: Die Hybridisierung von Medien wird beispielsweise anhand der Integration älterer Medien ins Internet deutlich. (Web-)Radio, Fernsehen und Printmedien, die online zugänglich sind (oft an die Medienumgebung angepasst), sind hier einige Beispiele. Zudem kommt es zu einer Konvergenz verschiedener Medientypen. So fungiert das Internet sowohl als Verbreitungsmedium (z.B. „teilen“ auf Facebook oder „retweet“ auf Twitter), als Kommunikationsmedium (z.B. Soziale Netzwerke, Youtube, Foren, Chats etc.) sowie als Speichermedium (Dropbox, Google Drive etc.). Weiterhin lässt sich im Internet eine Hybridisierung von Push- und Pullkommunikation beobachten. Der Typ der Pushkommunikation¹⁵ findet sich zwar noch in Kommunikationsformen wie Email oder WhatsApp, zunehmend handelt es sich jedoch um Pullkommunikation, bei der der Nutzer gezielt selbst selektiert, was rezipiert wird (z.B. Homepages, Suchmaschinen). Auch die Kategorien Individual- und Massenmedien erfahren in diesem Zusammenhang eine Vermischung. Einerseits finden sich Kommunikationsformen, die einem Massenmedium ähneln (z.B. Twitter), andererseits gibt es aber auch zahlreiche Formen der Individualkommunikation (z.B. Email, WhatsApp etc.). Damit einhergehend findet eine Hybridisierung privater und öffentlicher Kommunikation statt. Abgesehen von Vorkommen beider Ausprägungen, erweist sich die sog. „ipök“ – „interpersonale-öffentliche Kommunikation“ (Haas & Brosius (2011:104ff) als innovative Kommunikationsart. Damit ist gemeint, dass beispielsweise in Diskussionsforen eine Frage gestellt wird, die dann persönlich beantwortet wird. Allerdings sind die Äußerungen für alle sichtbar und damit

¹⁴ Die Begriffe Konvergenz und Hybridisierung sind also voneinander abzugrenzen, das eine ist Resultat des anderen. Die Autoren Marx & Weidacher (2014) verwenden sie in ihren Ausführungen jedoch teilweise quasi-synonym.

¹⁵ Eine Botschaft wird von einem Sender über ein Medium an einen Empfänger gesendet (Marx & Weidacher 2014).

öffentlich¹⁶. Der Rückgriff auf verschiedene Zeichenressourcen im Internet spiegelt die Hybridisierung semiotischer Modi wider. So kann man zunehmend Kommunikate beobachten, in denen verschiedene Modi verwendet werden (z.B. Tweets oder Posts bei Facebook mit angehängtem Foto oder Video, Video-Telefonie via Skype etc.). Multimodalität erscheint damit als sehr wichtiges und grundlegendes Merkmal von Kommunikation im Web 2.0. Wie bereits hinreichend in Abschnitt 2.1.1 dargestellt, gibt es keine Internetsprache im Sinne einer Varietät. Vielmehr kommen im Internet eine Vielzahl von Sprachen und Varietäten zusammen, die sowohl diatopisch, diastratisch, oder auch diaphasisch¹⁷ geprägt sein können. Dabei kann es sich sowohl um authentische Verwendungen als auch um Stilisierungen handeln. Zur Illustration dieses Phänomens sind in den Abbildungen 3 und 4 beide Varianten dargestellt¹⁸. Abbildung 3 zeigt eine Werbeanzeige für ein Freizeitbad in Sonthofen/Allgäu, die über Facebook veröffentlicht wurde. Es handelt sich um ein Angebot für Einheimische in der Nebensaison. Um diese gezielt anzusprechen und Lokalkolorit zu erzeugen, wird in der Anzeige Allgäuer Dialekt verwendet („*luag nei*“). In Verbindung mit dem Reim „*und sei dabei*“ entsteht ein eingängiger Slogan, der zudem kommunikative Nähe suggeriert. In Abbildung 4 handelt es sich um einen Facebook-Post des Walser-Loipenteams, also eines Teams, das sich um die Pflege und Präparierung der Langlaufloipen im Kleinwalsertal/Vorarlberg kümmert. Von Zeit zu Zeit wird dort über die aktuelle Situation berichtet. Da dort aus der Perspektive eines Einheimischen berichtet wird und man aufgrund der recht geringen Anzahl der Likes der Seite (252, Stand 9.2.16) davon ausgehen kann, dass dort auch fast nur Einheimische und Insider adressiert werden, liegt die Vermutung nahe, dass die Verwendung des Walser Dialekts hier authentisch erfolgt, auch wenn der Post durchaus nicht konsequent in der Varietät verfasst wurde und distanzsprachliche Züge aufweist, die auf einen gewissen Planungsgrad beim Verfassen des Posts hinweisen. Eine Tendenz zur Stilisierung kann also auch hier nicht ausgeschlossen werden. Die emblematische Verwendung von Varietäten zum Zwecke der Stilisierung, kann auch als stil-konstituierendes Merkmal in den der Dissertation zugrundeliegenden Korpora identifiziert werden (vgl. 6.1.7 § 7.1.5).

¹⁶ Genau diese Situation lässt sich auch in meiner Facebookgruppe „Skifahren“ beobachten (§5.2.4)

¹⁷ Diatopisch = Verschiedenheit im Raum, z.B. Dialekte; diastratisch = Unterschiede zwischen soziokulturellen Sprachschichten, z.B. Jugendsprache; diaphasisch = unterschiedliche Sprachstile in verschiedenen Kommunikationssituationen, z.B. formelle und informelle Ausdrucksweise (vgl. Koch & Oesterreicher 1985:16).

¹⁸ Die Beispiele stammen aus Recherchen zur kontextuellen Einordnung des Bergscout-Projekts im Skigebiet Oberstdorf/Kleinwalsertal.



Abb. 3: Werbeanzeige Wonnemar

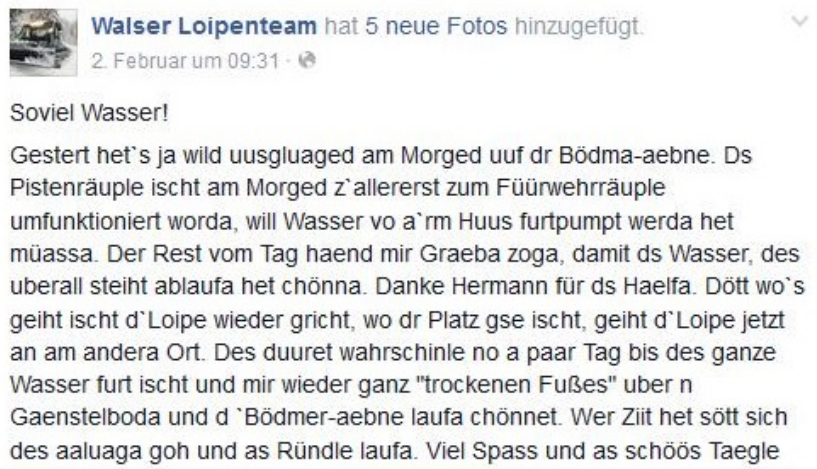


Abb. 4: Facebook-Post Walser Loipenteam

Eine Einschränkung der Vielfalt und Kombination semiotischer Ressourcen erfolgt durch die technischen Barrieren im Kontext von Sinnesmodalitäten und Kanälen. So können nur der Seh- und Hörsinn über das Internet erreicht werden. Eingeschränkt ist hier vielleicht noch der Tastsinn zu erwähnen, der beispielsweise bei Computerspielen angesprochen werden kann, indem Explosionen oder ähnliche Ereignisse durch ein Vibrieren der Maus kodiert werden. Unter der Hybridisierung von Medieninstitutionen versteht man z.B. das Phänomen, dass eine primär als Suchmaschine deklarierte Plattform auch andere Dienste miteinander vereint. Im genannten Fall (Google) also ein Email-Dienst, ein Online-Speicher, ein Videoportal etc. Auf Facebook ist die Situation ähnlich. Nach Herring (2010) spricht man hier auch von „konvergenten Plattformen“ (meine Übersetzung, A.K.) (ebd.:6). Schließlich weisen auch die Kommunikationsformen im Internet hybride Strukturen auf. Ein Beispiel ist der sog. Vlog oder Video-Blog, der die Kommunikationsformen Blog und Video miteinander verschmelzen lässt und somit eine neue Kommunikationsform entstehen lässt. (Marx & Weidacher 2014:73ff)

In diesem Abschnitt wurden zahlreiche Konvergenzen und daraus resultierende Hybridisierungen aufgezeigt. All die erwähnten Ebenen und Aspekte sind also gemeint, wenn von einer Hybridisierung der Medien und Modi im Internet gesprochen wird. Zusammen mit

den oben erwähnten Phänomenen des Sprachgebrauchs im Internet und der Verortung zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit sowie Synchronität und Asynchronität, erscheint eine Fokussierung auf überschaubare Analysegegenstände bei der Betrachtung von Sprachverwendung im Internet unabdingbar. Die Perspektive, die dabei in meiner Arbeit eingenommen wird, wird im folgenden Kapitel begründet.

2.2 Reduktion der Analyse sprachlicher Variation im Internet auf überschaubare Präferenzmuster

Die vorangegangene Darstellung hat gezeigt, dass Sprachverwendung im Internet durch einen hohen Grad an Variation¹⁹ gekennzeichnet ist. Dabei wurde zunächst festgestellt, dass es sich nicht um kommunikationsformspezifische Sprachverwendungen handelt, da die Bandbreite verwendeter sprachlicher Variation innerhalb derselben Kommunikationsform groß ist. Ein Beispiel hierfür ist die E-Mail-Nachricht, deren konzeptionelle Ausprägung von stark distanzsprachlich (Geschäftsbrief) bis nächstsprachlich (Alltagsnotiz unter Vertrauten) variieren kann, was sich in den entsprechenden Versprachlichungsstrategien niederschlägt (Dürscheid 2003). Damit wird auch auf die problematische Verortung zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit verwiesen, die eine traditionell textlinguistisch und textsortenorientierte Betrachtungsweise ebenfalls erschweren. Hinzu kommen Multimodalität und Konvergenz als wichtige neue Merkmale von Kommunikation im Internet.

Angesichts zunehmender Vernetzung und Vermischung von „technischen und kommunikativen Prozessen und Aktivitäten“ (Androutsopoulos 2010:422) erscheint eine simple Auflistung prototypischer Merkmale von Kommunikationsereignissen also nicht ausreichend um Sprachverwendung im Internet in ihrem Funktionieren zu beschreiben und zu erklären. Vieles spricht daher für eine Umorientierung der Forschung hin zu einer soziolinguistischen Betrachtungsweise der breitgefächerten sprachlichen Variabilität im Internet, um Analysen so überschaubar und abgrenzbar zu machen (ebd.: 177ff). Das bedeutet, dass beispielsweise Kommunikationsaktivitäten innerhalb von im Internet interagierenden Gruppen vielversprechende Analysekontexte darstellen. Androutsopoulos (ebd.) stellt fest: „Auf der Ebene der Online-Gemeinschaft wird die sprachliche Variationsbreite im Internet auf überschaubare Präferenzmuster reduziert“ (ebd.:179). Er

¹⁹ Vgl. hier zur Terminologie Sinner (2014:18ff): „Variation wird heute generell als Eigenschaft natürlicher Sprachen angesehen, unterschiedliche materielle Ausprägungen zu erzeugen. (...) Man versteht unter Variation bzw. sprachlicher Variation in der Sprachwissenschaft also allgemein die Möglichkeit unterschiedlicher Realisierungen von bestimmten sprachlichen Einheiten in einer konkreten sprachlichen Äußerung; (...). Diese Variation kann nun wiederum in Abhängigkeit von linguistischen oder extralinguistischen Faktoren stehen.“ (ebd.:18)

begründet dies damit, dass bei der Studie einzelner Gemeinschaften auch deutlich wird, „wie jede Gruppe vor der Folie ihrer Zusammensetzung, ihrer konstitutiven Interessen und der gewählten Kommunikationsform spezifische Ausdrucksressourcen auswählt und Konventionen entwickelt (...)“ (Androutsopoulos 2004:180). Genau diese Reduktion während der Analyse sprachlicher Variabilität im Internet auf überschaubare Schemata wird in dieser Arbeit verfolgt. Als Analysegegenstand für die Betrachtung der Emergenz von Stil wurden daher Online-Communities gewählt, wobei deren Zusammensetzung und Motivation sehr unterschiedlich sind. Eine Diskussion bestehender Konzepte im Kontext der Online-Community erfolgt daher im folgenden Kapitel.

3 Die Online-Community als Analysefokus

„Eine Online-Community (engl. für Netzgemeinschaft) ist eine Sonderform der Gemeinschaft, hier von Menschen, die einander im Internet begegnen, um sich dort auszutauschen.“

*de.wikipedia.org/wiki/online-community
[letzter Zugriff: 16.02.16]*

Im vorausgehenden Kapitel wurde gezeigt, dass es gute Gründe dafür gibt, den Fokus der Betrachtung von Sprachverwendung im Internet hin zu überschaubaren Präferenzmustern im Rahmen von Online-Communities zu verfolgen, da Konvergenz und Hybridisierung von Kommunikationsformen und -bedingungen eine enorme Variationsbreite erzeugen.

Ausgehend von der oben aufgeführten und sehr weit angelegten Definition von Online-Community, wie man sie auf der Plattform Wikipedia findet, soll in diesem Kapitel ein Überblick über einschlägige Definitionen und Beschreibungen des ursprünglich sozialwissenschaftlich geprägten Phänomens der (Online-) Community aus der Literatur gegeben werden (§ 3.1). Daran anschließend werde ich meine Interpretation und die daraus resultierende relevante Definition von themenzentrierten Online-Communities, die im Zentrum dieser Arbeit stehen, formulieren (§ 3.2).

3.1 (Online-) Communities

Ein sehr einschlägiges und grundlegendes Konzept der Community wurde begründet von Wenger (1998, 2006). Seine Idee der Community of Practice (CoP) ist als theoretisches Modell zu verstehen, das erklärt, wie Menschen innerhalb von sozialen Gemeinschaften lernen und sich dabei entwickeln: „Communities of practice are groups of people who share a

concern or a passion for something they do and learn how to do it better as they interact regularly“ (Wenger 2006:1). Wichtig dabei ist die Unterscheidung von einer Arbeitsgruppe, die sich im Gegensatz zur CoP dadurch auszeichnet, dass sie eine klar abgegrenzte Aufgabe besitzt:

„Eine Community of Practice entsteht in der Praxis, d.h. sie ist emergent. Communities of Practice kommen zusammen, entwickeln sich, und lösen sich wieder auf, je nach Timing, Logik, Rhythmus und sozialer Energie des Lernens ihrer Mitglieder. Es ist also nicht klar, wo eine Community of Practice beginnt und wo sie aufhört, was sie deutlich von einer Arbeitsgruppe mit einer expliziten Aufgabe unterscheidet“ (Wenger 1998:96f).

Die CoP, ursprünglich also aus der pädagogisch geprägten Sozialforschung stammend, wurde von Eckert (2000) für die soziolinguistische Sprachvariations- und Sprachwandelforschung fruchtbar gemacht. Wenger (1998) konstatiert, dass sich eine CoP durch ein geteiltes Repertoire („shared repertoire“ (ebd.:73)) auszeichnet, das sich durch die gemeinsame Kommunikationsaktivität und während der Interaktion entwickelt und die folgenden Aspekte beinhalten kann: „styles, actions, stories, discourses, concepts, historical events, tools, artifacts“ (ebd.). Er betont, dass Communities of Practice überall zu finden sind, vom Alltag bis hin zu Institutionen. Auch eine Entwicklung von Communities im und über das Internet schließt er nicht aus.

Androutsopoulos (2004), der wie oben bereits erwähnt, eine soziolinguistische Betrachtungsweise auf Sprache im Internet begründet hat, erweitert mit seiner Definition einer Online-Gemeinschaft den Netzwerkgedanken der CoP um den Faktor Virtualität. Er bezieht sich dabei auf Definitionen von Rheingold (1994), Höflich (1998), Döring (1999) und Castells (2000) und verweist mit der Verwendung des Begriffs des Sozialen Stils für die Herausbildung geteilter Konventionen auf verschiedenen Ebenen zudem auf die Mannheimer Forschungstradition der Kommunikativen Sozialen Stilistik (Kallmeyer & Keim 2003) (siehe auch § 7). Laut Androutsopoulos ist eine Online-Gemeinschaft demnach „ein selbst definiertes, um ein gemeinsames Interesse oder Ziel organisiertes Netzwerk von Online-Kommunikation, das sich an einem virtuellen Ort konstituiert“ (Androutsopoulos 2004:178). Die Punkte, die Androutsopoulos zum geteilten Repertoire bzw. sozialen Stil eine Gruppe zählt, sind: rekurrente Gesprächsthemen, kommunikative Handlungen und typische Ablaufmuster, textuelle und diskursive Verfahren zur Stärkung der gegenseitigen Identifizierbarkeit der Mitglieder, spezifischer Umgang mit Routineformeln, gruppenspezifischer Fachwortschatz, Ausmaß konzeptioneller Mündlichkeit, Gebrauch von Emoticons, Varietäten, Fremdsprachen, und Grafostilistik (ebd.:180).

Weitere Autoren, wie Deterding (2008) zu Virtual Community und Knoblauch (2008) zu Kommunikationsgemeinschaften, schenken dem Faktor der Motivation, die zur Bildung einer Community führt, weniger Bedeutung, d.h. dass es weniger eine Rolle spielt, ob die Community emergent ist oder sich um eine Aufgabe gruppiert: grundlegend ist das geteilte Interesse. Letztendlich legen die Autoren den Fokus ihrer Definitionen auf die Emergenz von Strukturen und Konventionen innerhalb der Gemeinschaft. Gemeinsam ist den angeführten Gemeinschaftsdefinitionen schließlich die Erwähnung eines geteilten Repertoires an sprachlichen und stilistischen Charakteristika, das an die Entstehung einer Gemeinschaft gekoppelt ist und ihren Stil, zunächst unabhängig von dessen Ausprägung, ausmacht.

3.2 Themenzentrierte Online-Communities

Einhergehend mit der Auswahl von Communities, die zum Thema Skifahren kommunizieren, habe ich mich für die kommunikativ-soziale Domäne „Freizeit“ als Untersuchungsgegenstand entschieden. Dieser spezielle Bereich gesellschaftlicher Interaktion weist im Unterschied zu anderen Bereichen (wie z.B. Beruf) keine Formen der Institutionalisierung auf. Zudem sind keine hierarchischen Sozialstrukturen schon von vornherein gegeben, sodass deren Emergenz, z.B. auf Basis von verschiedenen Wissensständen oder auch der simplen Quantität von Präsenzzeit, beobachtet werden kann. Schließlich kann man davon ausgehen, dass in der Freizeitkommunikation vom beruflichen und familiären Umfeld abweichende soziale Bewertungskategorien an Bedeutung gewinnen (Dürscheid 2007; Schütte 2001).

Thimm & Ehner (2000) stellen für Newsgroups²⁰ fest, dass dort bereits im Titel inhaltliche sowie zielgruppenspezifische Schwerpunkte ersichtlich werden, sodass davon ausgegangen werden kann, dass Mitglieder der betreffenden Newsgroup sich der jeweiligen Gruppe selbst zurechnen und dadurch schon durch ihre Mitgliedschaft eine, zumindest auf formaler Ebene, Selbstpositionierung vornehmen und sich dementsprechend als „*formelle Gruppenmitglieder*“ (Hervorhebung im Original) (ebd.:222) bezeichnen lassen. Ob und wie diese Mitgliedschaft dann allerdings innerhalb der Gruppe kommunikativ relevant wird, lässt sich dann jedoch nur durch eine genaue qualitative Analyse herausfinden. (ebd.). Hier knüpft meine Auswahl der Communities zum Thema Skifahren an, denn was von den Autoren für Newsgroups festgestellt wurde, lässt sich auch auf meine Daten übertragen. Durch die Selbstzuschreibung als Mitglied der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook bzw. als Bergscout der Bergbahnen von „Das Höchste“ findet zumindest auf formeller Ebene, und mehr oder weniger verbindlich, eine Positionierung nicht nur im Themenbereich Skifahren, sondern auch als

²⁰ siehe zur Kommunikationsform Newsgroup/Diskussionsforum Thimm & Ehner (2000:221f)

Mitglied der jeweiligen Gemeinschaft statt (vgl. dazu auch § 5.2). Durch die Themenzentrierung der Communities unterscheiden sie sich zudem von phatisch geprägten Kommunikationsformen im Internet, die vornehmlich der Beziehungsgestaltung dienen, wie beispielsweise die Plauder-Chats (Thaler 2012b:81). Dabei handelt es sich um Chat-Gespräche „die dem privaten, thematisch ungebundenen Austausch zum Zweck der Aufnahme und Fortführung sozialer Beziehungen dienen“ (ebd.). Allerdings muss hinzugefügt werden, dass gerade in der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook zunächst thematisch gebundene Gespräche sich oft zu Plaudereien entwickeln, sodass die Thematik des Skifahrens in den Hintergrund gerät und die Interaktion an sich sowie der Aspekt der Beziehungspflege zwischen Mitgliedern der Gruppe an Bedeutung gewinnen (vgl. § 7.1.7). Dies verdeutlicht einmal mehr die hybriden und konvergenten Eigenschaften der existierenden Online-Communities, Kommunikationsformen sowie Plattformen im Web 2.0, die hier eine scharfe Unterscheidung erschweren.

Meine Definition einer themenzentrierten Online-Community auf Basis der theoretischen Vorarbeiten, die in Abschnitt 3.1 vorgestellt wurden, und den eben dargelegten Überlegungen zur kommunikativ-sozialen Domäne sowie zur Themenzentrierung, lautet schließlich wie folgt: Bei einer themenzentrierten Online-Community handelt es sich um ein Zusammenkommen von Leuten auf einer virtuellen Plattform (in diesem Fall Blog bzw. Gruppe auf Facebook), mit einem geteilten Interesse (hier: Thema Skifahren), wobei irrelevant ist, ob ihre Aktivitäten getriggert werden (wie im Falle des Bergscout-Projekts) oder nicht (Facebook-Gruppe), und aus deren Kommunikationsaktivitäten auf der Plattform geteilte Ausdrucksressourcen und Konventionen emergieren. Ich nehme also an, dass sich innerhalb der Communities ein Kollektivstil herausbildet, d.h. „Muster, die als nicht-intendierter Effekt einer Menge von jeweils individuellen, aber gleichartigen Entscheidungen der Verfasser [der Kommunikationsbeiträge] (A.K.) zu verstehen sind“ (Linke 2009:44; vgl. auch Keller 1990 zu Invisible Hand Effekten). Eine Thematisierung damit einhergehender relevanter Aspekte kommunikativ-pragmatischer Stilistik v.a. im Kontext der holistischen Gestalt von Stil soll daher im folgenden Kapitel erfolgen.

4 Stil und Stilistik

„Stil wird heute als ein Begriff aufgefasst, der einen Zugriff auf ein umfassendes, komplexes Phänomen ermöglicht.“

Eroms (2008:41)

Das Zitat von Eroms (2008) zeigt auf, dass der Stilbegriff eine Wandlung durchlaufen hat. Ursprünglich stammt das Konzept des Stils aus der abendländischen rhetorischen Tradition und hatte damit einen sehr eng gefassten Bezugsrahmen (ebd.). Der Stilbegriff an sich ist komplex und unscharf, nicht zuletzt, weil es sich um ein im Alltag sehr gebräuchliches Wort mit verschiedensten Bedeutungen handelt (z.B. Modestil, Epochenstil, Sportstil, usw.). Laut Fleischer et al. (1993) sind „Fragen der angemessenen und wirkungsvollen Gestaltung sprachlicher Äußerungen in den vielfältigen Sphären der öffentlichen Kommunikation und persönlicher Lebensbereiche“ (ebd.:13) Gegenstand der Sprachwissenschaft und vor allem der Stilistik und führen somit zum Sprachstil. „Die Anfänge der modernen wissenschaftlichen Stilistik werden meist zu Beginn des 20. Jahrhunderts, etwa mit den Arbeiten von Charles Bally, angesetzt“ (Sinner 2014:142f). In der Zwischenzeit haben sich jedoch nicht nur die Auffassungen von Variation (die immer wieder mit der Stilistik in Zusammenhang gebracht wird), sondern auch die von Stil wesentlich verändert (ebd.:143). Nach wie vor ist man sich nicht einig darüber, was Stil letztendlich ist. Dennoch geht man i.d.R. davon aus,

„dass Stil die Markierung eines Textes durch die Persönlichkeit des Sprechers oder Schreibers ist, als natürlich gegeben oder als Ergebnis einer bewussten Auswahl angesehen werden kann und von der Haltung des sprachlich Handelnden gegenüber dem Text und seiner Einschätzung des Kontextes abhängt“ (ebd.).

Ein umfassender Bericht über Stilistik im Allgemeinen würde den Rahmen dieser Arbeit eindeutig sprengen. In diesem Zusammenhang sei beispielsweise auf die Übersicht von Sowinski (1991) verwiesen. Im Kontext meiner Dissertation ohnehin wesentlich relevanter sind Entwicklungen der Stilistik nach der kommunikativ-pragmatischen Wende²¹, hin zu einem erweiterten Stilbegriff und damit einer soziolinguistischen Stilistik unter einer Einbeziehung gesamtextlicher und kontextueller Eigenschaften.

Die Relevanz textexterner Stilmittel wurde in den letzten Jahren erkannt und damit einhergehend hat eine gesamtheitliche, prozessorientierte Wahrnehmung von Stil an

²¹ Damit ist die seit etwa 1970 zu beobachtende Abwendung von einer systemorientierten hin zu einer kommunikationsorientierten Linguistik gemeint. Das Hauptinteresse verlagerte sich demzufolge von den internen (d.h. vor allem syntaktischen und semantischen) Eigenschaften des Sprachsystems auf die Funktion der Sprache im komplexen Gefüge (gesellschaftlicher) Kommunikation.

Bedeutung gewonnen. Der Begriff einer kommunikativen Stilistik taucht erstmals bei Sowinski (1991) auf. Er versteht darunter

„diejenigen Stilauffassungen und –analyseanregungen (...), die den Stil weder allein unter dem Aspekt der Stilerzeugung noch dem seiner bloßen Erscheinung begreifen, sondern ihn im Prozeß (sic!) der zwischenmenschlichen Kommunikation verankert sehen und sich dementsprechend mit den kommunikativen Funktionen des Stils beschäftigen“ (ebd.:43).

Damit ist sie nahe verwandt mit der pragmatischen Stilistik. Diese handlungsorientierte Prägung der Stilistik, ausgehend von den Sprechakttheorien, deren Vertreterinnen beispielsweise Sandig (1986, 1995, 2006) und Fix (2007a,b) sind, „orientiert und verifiziert ihre Methodik wie ihre Analysen an wirklichen oder zumindest real möglichen Texten der zwischenmenschlichen Kommunikation“ (Sowinski 1991:47). Im Zuge der kommunikativen sowie der pragmatischen Stilistik wird nach Sowinski (ebd.) die Gesprächsstilistik als eine neuere Form der sprachwissenschaftlichen Stilistik bezeichnet. Sie knüpft an den Gegenstandsbereich der Konversationsanalyse (z.B. Kallmeyer & Schütze 1976) an und „sucht die Rolle des Stils dabei herauszustellen und in seinen Regeln und Kategorien zu erfassen“ (Sowinski 1991:50). Damit werden auch hier sprachliche Handlungen durch stilistische Formulierungen realisiert, wobei das Handlungsgefüge bei Gesprächen allerdings natürlicherweise aufgrund ihrer Dialogizität deutlich komplexer ist als bei einfachen Texten. (vgl. ebd., auch zu weiteren Autoren der jeweiligen Ausprägungen von Stilistik)

Stil muss also sowohl als sprachliches als auch als soziales Phänomen betrachtet werden (Sandig 2006; Fix 2007a,b). Sandig (2006) weist weiterhin darauf hin, dass „[e]s nur Stile [gibt], weil Stil eine sozial relevante Kategorie ist“ (ebd.:1). Und weiter: „Stil ist variierender Sprachgebrauch, der für die Gesellschaft bedeutsam ist“ (ebd.). Im Kontext neuerer stilistisch orientierter Arbeiten findet sich schließlich immer wieder eine Hervorhebung des kommunikativ-pragmatischen Charakters von Stil. Eine solche interaktional orientierte Stilanalyse verfolgt das Ziel, „sprachliche Strukturen und Merkmale als Ressourcen der natürlichen sozialen Interaktion zu beschreiben“ (Selting 2001:17) und somit Rückschlüsse auf einen Teil menschlicher Sprachverhaltens- und Sprachhandlungskompetenz zu ziehen (ebd.). Damit einhergehend wird deutlich, dass es sich bei dem Gegenstand Stil um ein komplexes Phänomen handelt. Seine Wahrnehmung als holistische²² Gestalt wird daher im folgenden Abschnitt thematisiert.

²² vgl. zum Begriff Holismus z.B. Esfeld (1998, 2002).

4.1 Stil als holistische Gestalt

„Für die Produzenten und Rezipienten wirken Stile als holistische Gestalten, bzw. als holistische Gestaltungsmittel und Gestaltungsweisen kommunikativer Aktivitäten (...)“ (Selting 2001:7). Sandig (2006) weist darauf hin, dass Stil zwar als Ganzheit beschrieben werden kann, strukturell stellt er jedoch ein synthetisches Phänomen dar, dessen Komponenten sowohl im sprachlichen als auch im außersprachlichen Bereich zu verorten sind: „Stilstruktur wird gebildet durch Bündel miteinander vorkommender (kookkurrierender) Merkmale, die auf verschiedenen Ebenen der Sprachstruktur und im Bereich parasprachlicher Phänomene bzw. anderer Zeichentypen wie Bild, Gestik oder Musik und Kleidung zu beschreiben sind“ (ebd.:67). Ebenfalls zu beachten ist dabei aus theoretischer Perspektive auch die Gewichtung der stil-strukturellen Merkmale: „Die Merkmale, die eine Stilstruktur konstituieren sind nicht alle gleichwertig, sondern unterschiedlich zentral bis peripher und unterschiedlich dicht vertreten, sie stehen in verschiedenartigen Relationen zueinander“ (ebd.). Stile sind auch Kontextualisierungshinweise innerhalb von Interaktionen, sie werden daher auch als „das Mittel der Situationsanpassung von Handlungen“ (Sandig 1986:31) bezeichnet.

Das Holistischsein wird als abstraktes Prinzip und als Voraussetzung für die Existenz von Stil angesehen (Zhao 2008:56). Diese Vorstellung erweist sich jedoch bei der Analyse von Stilen nicht unbedingt als hilfreich. Stil wird so zu einem subjektiven Gesamteindruck, der dekomponiert werden muss, um objektiv greifbar zu werden (ebd.). Aufgrund der holistischen Gestalt bleibt auch die Wirkung von Stil häufig intuitiv und unbewusst oder nur teilweise bewusst: „Produzenten produzieren und Rezipienten interpretieren Stile i.d.R. auf der Grundlage eines intuitiven Wissens über und um die mit Hilfen des Stils erzeugten interaktiven Bedeutungen“ (Selting 2001:8). Dies ist ein Problem, dass laut Selting (ebd.) aber darin begründet liegt, „daß (sic!) bisher fehlender Kenntnisse über viele der stilkonstitutiven Merkmale und Prinzipien eine Analyse und Bewußtmachung (sic!) verhindern“ (ebd.).

Auch ohne dass Produzenten und Rezipienten über bewusste und detaillierte Kenntnisse über stil-konstitutive Merkmale verfügen, profitieren sie immer wieder von typisierten Stilen. Was darunter zu verstehen ist, wird im nächsten Abschnitt geklärt.

4.2 Typisierte Stile

Nach Selting (2001) handelt es sich bei typisierten Stilen um sozial bedeutsame Schreib- und Redeweisen, die sich durch Invisable-Hand-Prozesse²³ herausgebildet haben und dann weiterverwendet wurden, da sie den sozialen Bedürfnissen in der Gemeinschaft entsprechen (Selting 2001:20). Neben dieser Konstanz werden solche typisierten Stile aber auch kontinuierlich an Veränderungen verschiedenster Art angepasst und weiterentwickelt (ebd.). Mit anderen Worten sind typisierte Stile „komplexe Ressourcen, die den Mitgliedern der Gemeinschaft zur Verfügung stehen, um gesellschaftlich relevante Aufgaben zu erfüllen“ (ebd.:21). Abgesehen von der oben bereits erwähnten ganzheitlichen Gestalt, handelt es sich um Ressourcen mit „Mustercharakter“²⁴ (ebd.).

Wie in der folgenden Abbildung (Abb. 5) deutlich wird, gibt es verschiedene Möglichkeiten der Stilcharakterisierung. Sie erfolgt kommunikationsbezogen und kann alle Bereiche der Kommunikation betreffen. Mit Stil können also alle Aspekte der Kommunikation relevant gemacht werden (ebd.:18), z.B. die Beziehung zwischen Produzent und Rezipient (förmlicher Stil, familiärer Stil etc.), oder die Einstellung (emotionaler Stil, aggressiver Stil etc.).

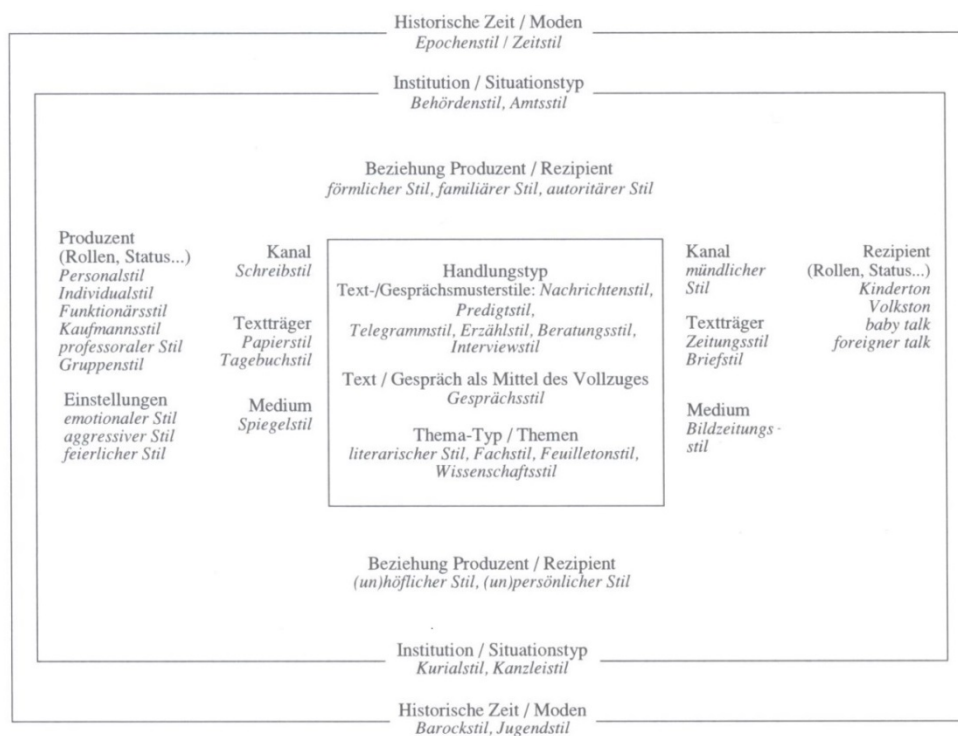


Abb. 5: Kommunikationsbezogene Stilcharakterisierungen (Sandig 2006:21)

²³ z.B. Keller (1990)

²⁴ vgl. zum Musterkonzept beispielsweise Sandig (2006): „Muster sind wiederholt anwendbar, sie sind sozial eingespielt und typisiert, haben konventionelle und (bezogen auf eine Gemeinschaft) intersubjektive Geltung, sind damit auch historisch veränderlich, und man kann Fehler machen in Bezug auf das Muster, aber auch intentional davon abweichen“ (ebd.:488).

Im Kontext dieser Arbeit erweist sich eine Stilkonstituierung nach Handlungstyp in Form eines Textsortenstils (§ 6) sowie nach Produzent in Form eines sozialen Gruppenstils (§ 7) als relevant. Da durch diese Art der Stilcharakterisierung immer nur ein Aspekt der Kommunikation hervorgehoben wird, ist hinzuzufügen, dass derartige Stile auch immer durch weitere Aspekte der Kommunikation beeinflusst werden, im Falle des Gruppenstils beispielsweise durch die Beziehung zwischen Produzent und Rezipient sowie durch den gewählten Textträger der Kommunikation (hier: Facebook) (§ 7). Eine Auseinandersetzung mit theoretischen Grundlagen zu Textsorten und sozialem Stil findet aus Gründen der besseren Lesbarkeit und Nachvollziehbarkeit zu Beginn der jeweiligen empirischen Kapitel so wie in den abschließenden Diskussionen statt (§ 6 & 7). Im Folgenden werden zunächst die methodischen Grundlagen zur Analyse von Stilen im Kontext dieser Dissertation thematisiert.

5 Methodische Grundlagen

“Despite the potential, much research on online behavior is anecdotal and speculative, rather than empirically grounded. (...) An important challenge facing Internet researchers is thus how to identify and describe online phenomena in culturally meaningful terms, while at the same time grounding their distinctions in empirically observable behavior.”

Herring (2004:338)

So vielfältig wie der Sprachgebrauch im Internet ist, so mannigfaltig sind auch die Möglichkeiten ihn zu untersuchen. Wie oben bereits erwähnt (§ 2.2), stoßen einzelne traditionelle sprachwissenschaftliche Herangehensweisen aufgrund der großen Dynamik und Variationsbreite im Internet an ihre Grenzen. Eine Herangehensweise, die mediale und kontextuelle Faktoren stärker mit einbezieht, wird daher gefordert. Die Herausforderung, wie auch Herring (2004) in dem Eingangszitat betont, liegt dabei darin, die bereits vorhandenen und in der empirischen Sprachwissenschaft etablierten Methoden sinnvoll zu nutzen und zu kombinieren. Herring (ebd., 2013) bietet hier durch die Herangehensweise der CMDA (Computer-Mediated Discourse Analysis) nicht nur eine Hilfestellung zur Betrachtung von strukturellen Elementen von Sprachverwendung im Internet, sondern erfasst mit ihren Dimensionen auch weitere Ebenen, die für die Emergenz von Stil auf Basis von

linguistischen, medialen und kontextuellen Faktoren, wie sie im Rahmen meiner Arbeit von vordringlichem Interesse sind.

Meine Überlegungen zum methodischen Vorgehen bei der Analyse des Stils in themenzentrierten Online-Communities werden im folgenden Abschnitt näher erläutert (§ 5.1). Das Kapitel teilt sich weiterhin auf in eine Charakterisierung des Untersuchungsgegenstandes als Texte (§ 5.1.1), eine Beschreibung des konkreten methodischen Vorgehens und damit einhergehenden Begriffsklärungen (§ 5.1.2) und die Ziele meiner Dissertation (§ 5.1.3). Danach erfolgt eine Vorstellung der Korpora (§ 5.2), wobei zum einen auf die zugrundeliegenden Kommunikationsformen und zum anderen auf die Hintergründe der Entstehung der Online-Communities eingegangen wird (§ 5.2.1 – 5.2.4). Ein abschließender vergleichender tabellarischer Überblick über die Korpora findet sich in Abschnitt 5.2.5. Wesentliche Aspekte von Datenerhebung und Ethik im Kontext meiner Korpora werden dann im letzten Abschnitt dieses Kapitels diskutiert (§ 5.2.6).

5.1 Methodische Überlegungen zur Analyse des Stils in themenzentrierten Online-Communities

Die Verbindung einer kommunikativ-pragmatischen Stilistik und neuen, durch das Web 2.0 geprägten Kommunikationsformen ist innovativ. Einen richtungsweisenden Beitrag leistete hier Luckhardt (2009) mit ihrer Dissertation zu textlinguistischen Handlungsmustern im Chat. Stil wird von ihr aus einer zwar kommunikativ-pragmatisch geprägten, aber dennoch vorrangig textlinguistischen Perspektive behandelt. In ihrer korpuslinguistischen Studie zum Sprachstil in einer Chat-Community zur „Tour de France“ verbindet die Autorin Konzepte und Methoden der Stilanalyse nach Sandig (1986, 2006) und korpusgestützte Methoden, um basale stilistische Handlungsmuster und deren zugrundeliegenden typischen stilistischen Verfahren herauszuarbeiten (Luckhardt 2009, vgl. auch Storrer 2013). Meine Dissertation verortet sich noch stärker innerhalb eines Paradigmas der Betrachtung von Stil als sprachlich-interaktivem und sozialem Phänomen und rückt die Rolle der Community einerseits, und die die Historizität²⁵ von Stil andererseits in den Fokus.

Zum Aspekt der Community als Analysefokus im Hinblick auf die Emergenz von Stil sei wiederum auf den Aufsatz von Androutsopoulos‘ (2004) verwiesen. Im Kontext seines Plädoyers für eine soziolinguistische Perspektive auf Sprachverwendung im Internet geht er

²⁵ Gemeint ist hier Historizität nach Coseriu an der Schnittstelle von 1. im Sinne von Tradition innerhalb einer Gemeinschaft, alle Kulturercheinungen, einschließlich der sprachlichen, betreffend, und 2. im Hinblick auf den Einzeltext, dessen funktionale und formale Eigenschaften wiederum als Modell für weitere Textindividuen dienen kann (Kabatek: unv.: <http://www.romling.uni-tuebingen.de/discurso/histor.pdf>) [letzter Zugriff 16.2.16].

davon aus, dass „Nutzer und aus ihnen gebildete Online-Gemeinschaften der Ort sozialer Stile im Internet [sind]“ (Androutsopoulos 2004:180), und dass sich somit die von Kallmeyer & Keim (2003) identifizierten Dimensionen der Stilstruktur, wie Regeln des Sprechens, Formelhaftigkeit, Verfahren der sozialen Kategorisierung, Sprachvariation, para- und nonverbale Eigenschaften usw. auch an die Bedingungen der Online-Kommunikation anpassen lassen. Er fasst die für ihn relevanten und damit auch definitorischen Komponenten des sozialen Stils von Online-Gemeinschaften wie folgt zusammen:

„Zum Stil einer Online-Gemeinschaft gehören ihre rekurrenten Gesprächsthemen und kommunikative Handlungen sowie typische Ablaufmuster oder „prozedurale Regeln“ (Höflich 1998), etwa bezogen auf die Länge von Diskussionen, den Umgang mit Ausschweifungen, Höflichkeitskonventionen usw. Zum Stil rechne ich auch die von Baym (1998) diskutierten textuellen und diskursiven Verfahren zur Stärkung der gegenseitigen Identifizierbarkeit der Mitglieder wie die Gestaltung des Pseudonyms, der Signatur und anderer persönlicher Information. Stil umfasst weiterhin den spezifischen Umgang mit Routineformeln, den gruppentypischen Fachwortschatz oder –jargon, das Ausmaß konzeptioneller Mündlichkeit, den Gebrauch von Emoticons und weitere Aspekte von Sprachvariation“ (Androutsopoulos 2004:180).

Sozialer Stil ist ein Phänomen, das von Kallmeyer & Keim (2003) innerhalb eines Projekts zur Kommunikation innerhalb einer türkischen Migrantinnengruppe identifiziert wurde. Grundlegend hierfür ist die Anknüpfung an einen ethnografischen Stilbegriff (Keim 2001:376).

„In diesem Stilverständnis bezeichnet sozialer Stil die von Mitgliedern einer sozialen Einheit (...) getroffene Auswahl an und Weiterentwicklung von verbalen und nonverbalen Ausdrucksformen aus den ihnen zur Verfügung stehenden kulturellen Ressourcen für die Selbstpräsentation und für die Durchführung kommunikativer Aufgaben“ (ebd.).

M.E. muss jedoch kritisch mit der Annahme umgegangen werden, dass sich in jeder Online-Community ein sozialer Stil entwickelt, der „auf Kultur und soziale Identität der Sprecher [oder Schreiber, A.K.] bezogen ist“ (Keim 2001:376) und somit die Rolle der Produzenten ins Zentrum stellt (vgl. § 4.2). Wie das Zitat oben zeigt, kann neben der Selbstpräsentation auch die Durchführung kommunikativer Aufgaben, und damit der Handlungstyp (§ 4.2) fokussiert werden, und angesichts der Vielfalt existierender Online-Communities ist durchaus davon auszugehen, dass sich dort auch darüber hinausgehend sehr unterschiedliche Formen von Stil herausbilden, die unterschiedliche Aspekte der Kommunikation innerhalb der Community fokussieren. Ich werde daher methodisch an der Tatsache ansetzen, dass es sich bei jeglichem Stil um eine holistische Gestalt handelt, deren Komponenten zu identifizieren sind, um so den subjektiven Gesamteindruck der Stilerfahrung und dessen Wirkung objektiv greifbar zu machen. Ich habe oben (§ 4.1) bereits erwähnt, dass genau hier das Problem bei der Analyse von Stilen liegt, und dass dies laut Selting (2001) darin begründet liegt, „daß (sic!) bisher fehlender Kenntnisse über viele der stilkonstitutiven Merkmale und Prinzipien eine Analyse und Bewußtmachung (sic!) verhindern“ (Selting 2001:8). Sie ist daher Begründerin einer

interaktionalen Stilanalyse, die „die Rekonstruktion der Methoden der Interaktionspartner [anstrebt], die für die Herstellung und Rezeption, die Produktion und Interpretation von Stilen relevant sind“ (Selting 2001:14). Das Vorgehen wurde für die Analyse von Sprechstilen entwickelt und zielt auf die Dekomponierung der holistischen Stile in möglichst kleine stilkonstitutive Merkmale und deren Funktion (ebd.:15f).

„Als generell verfolgtes methodisches Prinzip wird angestrebt, jede Hypothese, jede Beschreibungskategorie und jede Interpretation der Funktion und Wirkung von Stil aus dem empirischen Datenmaterial heraus zu entwickeln und anhand des Datenmaterials als relevant nachzuweisen und zu rechtfertigen“ (ebd.:16).

Dieses Prinzip soll im Rahmen dieser Dissertation verfolgt werden, um den Stil, der innerhalb zweier themenzentrierter Online-Communities emergiert, zu analysieren. Die Analyse dient der Ergründung der sprachlichen und sozialen Ressourcen, die den Stil der Gruppe ausmachen im Detail und deren Funktionen in ihrem Zusammenspiel anhand zweier konkreter Beispiele (Bergscout-Blog und Gruppe „Skifahren“). Die Vorteile dieses korpusbasierten Vorgehens liegen eindeutig in der Offenheit der Annäherung an den Forschungsgegenstand. Alle stilistisch relevanten Beobachtungen werden aus dem Material heraus gewonnen und anschließend synthetisierend betrachtet.

Nicht unerheblich in diesem Zusammenhang sind auch ethnografische Aspekte. Der Mehrwert der Ethnografie für linguistische Analysen, insbesondere im Bereich der Gesprächsanalyse, wurde beispielsweise von Deppermann (2000) thematisiert. Kozinets (2002, 2010) greift dies im Kontext des Web 2.0 auf und etabliert die sog. Netnografie, eine Forschungsmethode, die Beobachtungen zu ihrer empirischen Datengrundlage macht. Damit ermöglicht die Netnografie im Zeitalter von Online-Communitys die Kommunikationsaktivitäten innerhalb der Gruppe zu beobachten, ohne der Gemeinschaft selbst aktiv beizutreten. Netnografie kann somit als nichtteilnehmende Beobachtung klassifiziert werden, in deren Rahmen die Konversation und soziale Interaktion der Mitglieder in Online-Communitys unaufdringlich und unbeeinflusst beobachtet wird. Somit sind im Unterschied zur klassischen Ethnografie nicht die Gruppenmitglieder selbst, sondern deren Kommunikation und soziale Interaktion Gegenstand der Untersuchung. Netnografie ist im Grunde daher eine schriftliche Dokumentation von Feldarbeit, deren Daten auf internetbasierter Kommunikation basieren. (Kozinets 2002:62ff) Da die Datenbasis der Analyse also in letzter Konsequenz Text darstellt, besteht somit eine inhaltliche Nähe zu Analysemethoden, die den Text oder den Diskurs per se in den Fokus stellen. Eine Thematisierung des Untersuchungsgegenstands „Text“ im Kontext dieser Dissertation erfolgt daher im nächsten Abschnitt.

5.1.1 Texte als Untersuchungsgegenstand

Es ist unbestritten, dass auch angesichts der oben (§ 2.1.2 & 2.1.3) erwähnten Entwicklung des Web 2.0 und damit einhergehenden Aufkommen von Spannungen zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit sowie Hybridisierungen und Konvergenzen auf verschiedenen Ebenen „dennoch weiterhin schriftliche Texte vorherrschend sind“ (Marx & Weidacher 2014:177), wenn es um Kommunikation im Internet geht. Es hat sich daher gezeigt, dass sich grundlegende Konzepte und Terminologien der traditionellen Textlinguistik auch im Kontext von Analysen von Internettexten widerspiegeln. So erfüllen auch Texte im Internet die drei prototypischen Merkmale von Textualität und sind mehr oder weniger kohärent und kohäsiv, haben eine Textfunktion und lassen sich potenziell einer Textsorte zuordnen (ebd.:183). Nichtsdestotrotz gibt es aber auch Besonderheiten, die eine Erweiterung des Textbegriffs im Kontext textbasierter Kommunikationsformen im Internet erfordern. Dazu gehört zunächst die Hypertextualität. Damit ist in diesem Kontext gemeint, dass Texte nicht linear organisiert sein müssen, dass sie Multimodalität erlauben und dass sie computerverwaltet sind (ebd.:185). Das zweite Merkmal Multimodalität, ein Aspekt der Hypertextualität, wurde oben (§ 2.1.3) bereits umfassend thematisiert. „[D]ie Möglichkeit, verschiedene semiotische Modi zu verwenden, [gehört] zu den Affordances des Hybridmediums Internet“ (Marx & Weidacher 2014:188). Ein weiteres wichtiges Phänomen im Kontext von Internettexten ist die Fluidity. Darunter ist zu verstehen, dass die für prototypische Texte angenommene sprechsituationsüberdauernde Stabilität im Internet durch die Möglichkeit von Überarbeitungen und Löschungen verringert ist (ebd.:191).

Schließlich, und m.E. am wichtigsten im Kontext dieser Dissertation, ist zu erwähnen, dass Texte im Internet im Gegensatz zu prototypischen Texten nicht monologisch sind. Damit folge ich auch Gülichs (1986) Auffassung von Texten, die bereits vor dem Zeitalter des Internets und einer damit einhergehenden „Dialogisierung“ von Texten konversationsanalytisch beeinflusst war: „ich verstehe den Text als komplexe sprachliche Handlung, die durch eine interaktive Leistung der Kommunikationspartner zustande kommt und zwar unabhängig davon, ob ein Sprecherwechsel stattfindet“ (ebd.:21). Marx & Weidacher (2014) unterscheiden in diesem Zusammenhang zusätzlich externe und interne Dialogizität: „Unter externer Dialogizität verstehen wir die Möglichkeit, auf einen Text direkt zu antworten, wobei die Antwort vom Text selbst eingefordert wird“ (ebd.:193). Diese ursprünglich für mündliche Gespräche typische Ausgestaltung der Dialogizität findet man auch bei Briefverkehr. Im Gegensatz zu dieser asynchronen Form der externen Dialogizität, lassen sich im Internet jedoch auch in manchen Kommunikationsformen quasi-synchrone

Vorkommen beobachten (Marx & Weidacher 2014:193; § 2.1.2). Am Beispiel meiner Daten bedeutet dies, dass im Falle des Blogs die Antworten auf den Prompt²⁶, also die Aufforderung zum Bloggen seitens der Bergbahngesellschaft „Das Höchste“, für sich jeweils als Texte wahrgenommen werden können. Genauso verhält es sich mit den Antworten auf die initialen Posts innerhalb der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook²⁷. Liest man jedoch die Blogbeiträge bzw. die Facebook-Kommentare auf einmal und als Einheit, so entsteht ein kompletter Text, der sich aus den einzelnen Blogbeiträgen oder Kommentaren zusammensetzt. Diese komplexen Texte weisen dann nach Marx & Weidacher (2014) interne Dialogizität auf (ebd.:194). Im Allgemeinen handelt es sich bei Texten mit interner Dialogizität im Internet um „kollaborativ-dialogisch konstituierte Texte“ (ebd.) im Gegensatz zu prototypischen Texten, die zumeist von einem Autor kreiert werden²⁸. Dabei ist wahrscheinlich, dass die Verfasser der Blogposts im Gemeinschaftsblog bzw. die Teilnehmer der Post/Kommentar-Episoden auf Facebook das Produkt ihrer Kommunikationsaktivitäten kaum als Text intendieren. Sie tragen lediglich durch ihre Posts und Kommentare dazu bei. „Erst nach Beendigung des ‚Gesprächs‘ wird der Gesamttext als kohäsiv und kohärent rezipiert“ (ebd.).

Daraus folgt, dass eine weitere Forderung Gülichs (1986) im Kontext einer angestrebten Analyse der Texte, die innerhalb der beiden Online-Communities entstehen, im Hinblick auf die Emergenz eines Stils aktueller denn je erscheint, denn, so Güllich (ebd.): „Textlinguistik [kann] heutzutage m.E. nicht anders als interaktionsorientiert betrieben werden“ (ebd.:21). Dennoch gibt es gute Gründe dafür, eine textlinguistische Herangehensweise anderen pragmatischen oder konversationsanalytischen Ansätzen vorzuziehen, denn „eine textlinguistische Arbeitsweise [stellt] konsequent den Text – also die sprachlichen Bestandteile des Interaktionsprozesses – in den Mittelpunkt des Interesses“ (ebd.). Dies ist für meine Dissertation insofern von großer Bedeutung, da das Erkenntnisinteresse der Arbeit darin besteht, die konstituierenden Merkmale eines Stils aus den zur Verfügung stehenden Daten, also den Texten, die aus den Kommunikationsaktivitäten innerhalb der Online-Communities entstehen, herauszuarbeiten. Neben den sprachlichen Bestandteilen sind dies aufgrund der nun bereits erschöpfend dargelegten Tatsache, dass es sich um Internettexpte handelt, auch weitere Aspekte, wie z.B. Fotos oder intertextuelle Verlinkungen. Daraus ergibt sich das konkrete methodische Vorgehen, das im nächsten Abschnitt zusammen mit damit einhergehenden Begriffsklärungen thematisiert wird.

²⁶ Eine detaillierte Vorstellung der Daten erfolgt in § 5.2.2.

²⁷ Eine detaillierte Vorstellung der Daten erfolgt in § 5.2.4.

²⁸ Marx & Weidacher (2014) nennen hier das Beispiel Drama, das auch aus Redebeiträgen der einzelnen Figuren besteht, aber als Gesamttext rezipiert wird (ebd.:194).

5.1.2 Methodisches Vorgehen und Begriffsklärungen

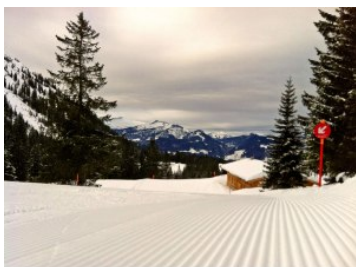
Um das methodische Vorgehen konkret beschreiben zu können, werden im Folgenden die relevanten Termini erörtert. Aus dem interdisziplinären Erkenntnisinteresse der Arbeit ergibt sich, dass die verwendeten Termini unterschiedlichen Ursprungs sind. Obwohl der Untersuchungsgegenstand, wie oben erläutert, als Text definiert wurde, stammen einige basale Begriffe und Konzepte aus der Konversationsanalyse, um der Interaktionsorientierung in den Daten gerecht zu werden. Unter Rückgriff auf Wissen aus der Forschung zu internetbasierten Kommunikationsformen, wie z.B. Chat und Foren, werden die Termini schließlich angepasst und ggf. reformuliert und neu definiert.

Zentral sind zunächst die Autoren der Kommunikationsaktivitäten in meinen Daten. Sie werden hier als User bzw. synonym auch als Akteure und Verfasser bezeichnet, und stellen grundsätzlich eigenständig handelnde Individuen innerhalb der jeweiligen Community dar. Unter einem Post bzw. Beitrag verstehe ich angelehnt an Reißwengers „Chat-Beitrag“ (2007:265f) eine Analyseeinheit, die als technologiebasiertes Äquivalent zum konversationsanalytischen Terminus Turn zu betrachten ist. In der computervermittelten Kommunikation entsteht ein Beitrag durch Verschicken einer zuvor in einem entsprechenden Textfeld eingegebenen Nachricht (ebd.:51ff; § 2.1.2). Ein Beitrag im Bergscout-Blog sowie ein Post aus der Gruppe „Skifahren“ sind in den Beispielen unten dargestellt.

Beispiel 1: Beitrag im Bergscout-Blog, Saison 2012/2013 (Korpus II)

[Perfekte Pisten am Nebelhorn](#)

Das Aufstehen und Anstehen am Nebelhorn haben sich heute wirklich gelohnt! Super Pisten und trotz Ferien waren die Pisten nicht überfüllt. Vorallem die Talabfahrt war wirklich genial! Da störten mich auch die Wolkenberge und der kalte Wind nicht mehr..... :)



3.1.13 von Nadine für [Anja Späth](#)

Beispiel 2: Post mit Kommentaren in der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook (Korpus III)

War schon mal jemand in Chamrousse in Frankreich? Was geht da so?

5.12.11 von Nadine Drewer

als ehemaliger lateiner kann ich den namen noch nichtmal aussprechen :-)

9.12.11 von Paolo Gödecker

Na denn - Fahrt ins Blaue!

10.12.11 von Nadine Drewer

Ein spezifischer Post bzw. Beitrag ist der Initialpost, der im Falle der Facebookgruppe denjenigen Beitragstyp beschreibt, der nachfolgend Kommentare initiiert. Die Kommentare stellen demnach im Falle der Facebookgruppe Antwortbeiträge auf einen Initialpost dar. Eine Kombination von Initialpost und Kommentaren nenne ich Post-Kommentar-Episode. Dieses Konzept umfasst den Gesprächsverlauf bzw. die Gesamtheit aller Beiträge zu einem Initialpost. Relevant für die Analyse sind im Falle der Facebookgruppe außerdem Sequenzen, d.h. verschieden umfangreiche Ausschnitte einer Post-Kommentar-Episode bestehend aus Post und/oder Kommentaren, die in einer pragmatischen Beziehung zueinander stehen und ggf. auch off-Topic im Vergleich zum Initialpost sind. Ein Beispiel einer solchen Sequenz ist unten aufgeführt. Sie stammt aus einer Post-Kommentar-Episode, in deren Initialpost das Gruppenmitglied Paolo Gödecker nach Informationen zum Skigebiet Hochkönig in Österreich fragt. Er bekommt einige Antworten, u.a. von Karla Krause, für die er sich bedankt und im Folgenden eine eigene und spezifischere Sequenz eröffnet, in der es um die Anzahl der Pistenkilometer in dem Gebiet geht. Diese Sequenz wird dann wiederum erweitert um das Thema Unterkunft in Maria Alm und Entfernung zum Skigebiet Schmittenhöhe in Zell am See und wird schließlich durch eine weitere Dankungsbekundung von Paolo Gödecker beendet. Im weiteren Verlauf der Episode beziehen sich die Kommentare wieder auf den Initialpost.

Beispiel 3: Sequenz in der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook (Korpus III)

danke, danke :-) wieviel pisten km? so 150, oder?

18.12.11 via Paolo Gödecker

Ja, 150! Und die mittlerweile zusammenhängend!

18.12.11 via Handy von Karla Krause

okay, zwei fragen hab ich noch :-): wenn man in maria alm wohnt, wie weit isses dann zum skigebiet?
und, wie weit isses nach zell zur schmittenhöhe ?

19.12.11 von Paolo Gödecker

Kommt drauf an, wo in Maria Alm du wohnst! Es gibt Unterkünfte direkt am lift und welche etwas
entfernt! Da einfach beim Vermieter fragen! Zur schmittenhöhe sind's von Maria Alm ca 30 minuten mit
dem Auto!

19.12.11 via Handy von Karla Krause

danke, danke :-)

19.12.11 von Paolo Gödecker

Grundlegend für das methodische Vorgehen in dieser Arbeit ist die Annahme, dass die Herangehensweise, Aufgaben und Ziele einer interaktionalen Stilanalyse (Selting 1997, 2001) als fruchtbar für die Analyse des Stils, der sich innerhalb einer Online-Community entwickelt, erachtet werden (s.o.): „Ziel der interaktionalen Stilanalyse ist die Rekonstruktion von Teilnehmerkategorien auf struktureller und funktionaler Ebene aus der beobachtbaren Herstellung und Handhabung von Stilen durch die Interaktionspartner in der sozialen Interaktion“ (Selting 2001:14). Dabei ist diese Stilanalyse streng empirisch; sowohl die Beschreibungskategorien als auch die Ergebnisvalidierung werden aus den zugrundeliegenden empirischen Daten entwickelt (ebd.). Ursprünglich handelt es sich also um Tonbandaufnahmen natürlicher Interaktionskontexte, z.B. face-to-face-Gespräche, Telefongespräche, da davon ausgegangen wird, dass die Analyse mündlicher Kommunikation mit direkter Rückkoppelungsmöglichkeit den Vorteil hat, dass Rezipientenreaktionen direkt erfolgen und die Interpretationen des Gesagten offenbaren. Ziel ist „die Beschreibung der Ressourcen und Methoden, die Interaktionspartner bei der normalen alltäglichen wie auch der strategisch-manipulativen stilistischen Gestaltung von sozialer Interaktion verwenden“ (ebd.:17).

Selting (1997, 2001) schlägt hierzu vier typische Analyseschritte vor, wobei sie darauf hinweist, dass diese natürlicherweise auch durch- und ineinander greifen (ebd. 1997:14f): Demnach geht es zunächst um die Identifikation und erste Charakterisierung der beobachteten holistischen Stile und deren intuitiv interpretierte Bedeutung. In einem zweiten Schritt ist das Ziel der Analyse eine Dekomponierung der holistischen Stile bis in ihre kleinsten stilkonstitutiven Merkmale. Drittens findet eine Rekonstruktion der durch die Stile nahegelegten Interpretationsrahmen und Funktionen in der Interaktion statt. Schließlich sollten die Analyseergebnisse validiert werden, indem die interaktive Relevanz der Stilverwendung

nachgewiesen wird (Selting 2001:15f). Natürlicherweise können diese Analyseschritte gerade vor dem Hintergrund, dass sie sich auf die Analyse von Sprech- und Gesprächsstilen beziehen, nicht eins zu eins übernommen werden. Für die Analyse von Sprechstilen sind vor allem prosodische und lexikalische Merkmale für die Stil-Konstitution relevant, während Stil im Internet weitaus mehr Dimensionen umfasst: Im Hinblick auf die Analyse des Stils, der durch die Kommunikationsaktivitäten innerhalb der beiden Online-Communities emergiert, die im Fokus dieser Arbeit stehen, sind bei der Dekomponierung des Stils in die kleinsten stilkonstitutiven Merkmale aufgrund der durch Konvergenz und Hybridität gekennzeichneten Beiträge grundsätzlich alle Domänen zu berücksichtigen, die Herring (2004, 2013) für die Analyse computervermittelter Diskursanalyse vorschlägt (s.u.).

Der Gegenstandsbereich der interaktionalen Stilanalyse wird damit auf Texte erweitert, die im Kontext einer Online-Community entstehen. Eine textlinguistische Herangehensweise wird daher durch sequenzielle Analysen ergänzt, die erforderlich sind, um interaktive und soziale Phänomene sowie die gemeinsame Herstellung von Sinn und Bedeutungen zu erfassen. Außerdem müssen Aspekte der Multimodalität und -medialität einbezogen werden. Dies wurde sowohl für textlinguistische als auch gesprächslinguistische Analysen hinreichend festgestellt (vgl. z.B. Sandig 2006; Gülich & Mondada 2008). In diesem Kontext möchte ich zur Illustration auf das in Kapitel 7.1.22 diskutierte Beispiel 186 vorgreifen.

Beispiel 186: Parallelisierung und Metakommunikation II (Korpus IV)



P181 · 6. Mai um 21:14 Joana Lauströher

David Feger: bist Du das?

K742 6. Mai um 21:33 · Gefällt mir

Joana Lauströher: ja.

K743 6. Mai um 21:34 · Gefällt mir

David Feger: ziemlich zackig (-:

K744 6. Mai um 21:34 · Gefällt mir

Joana Lauströher: Also wie gesagt, es geht hier um den Ski, der zu Verkauf steht. Hätte sonst keine anderen Bilder =D

K745 8. Mai um 12:38 via Handy · Gefällt mir · 2

Das Beispiel wird später im Zusammenhang mit der Herstellung von Sprache-Bild-Bezügen betrachtet. Wichtig hierbei ist, dass bei der Analyse text- und bildlinguistische Verfahren durch sequenzielle Analysen ergänzt werden müssen. Die Post-Kommentar-Episode wird durch das Posten des Bildes initiiert. Es ist also grundlegend, was auf dem Foto dargestellt ist und welche multimodalen Bezüge hier etabliert werden. Die textbasierte Analyse der sprachlichen Realisierung sowie der Verwendung von Emoticons liefert erste Hinweise auf die Bedeutung. Ein tatsächlicher Sinn wird allerdings erst durch die sequenzielle Analyse offenbart, da hier deutlich wird, dass es sich um eine Verkaufsannonce handelt und die Ski, die auf dem Foto abgebildet sind, im Fokus stehen. Hinzu kommt, dass hier ein Rückbezug auf einen vorhergehenden Post stattfindet, in dem der Verkauf der Ski bereits angekündigt wurde. Soziale Phänomene spielen ebenfalls eine Rolle bei der Interpretation. Durch die Verwendung der Emoticons wird eine humoristische Lesart dargelegt, die die kommunikative Distanz zwischen den beiden Akteuren verringert. Dazu gehört auch das Wissen über soziale und partizipative Strukturen innerhalb der Gruppe, die David Feger als aktives Mitglied ausweisen. Insgesamt betrachtet wird anhand dieses Beispiels deutlich, wie text- und gesprächslinguistische Herangehensweisen vor dem Hintergrund der Domänen nach Herring (2004, 2013) an dieser Stelle ineinandergreifen, um eine umfassende Analyse und Interpretation im Hinblick auf die Emergenz von Gruppenstil im Internet und dessen Wirkung zu gewährleisten.

Im Hinblick auf Sprachverwendung im Internet wurde auf das Phänomen der Konvergenz und Hybridisierung in Abschnitt 2.1.3 ausführlich eingegangen. Schließlich sind im Kontext der Communities, in denen kommuniziert wird, Partizipationsstrukturen von Bedeutung, da auch sie potentiell stilistisch relevant sein können (ebd.). Damit sind grundsätzlich alle Domänen der CMDA nach Herring (2013) zu beachten: Struktur,

Bedeutung, Interaktion, Soziale Phänomene, Multimodalität und Partizipation. Die Autorin betont im folgenden Zitat ebenfalls die Notwendigkeit, bestehende Methoden an die Bedingungen der Online-Kommunikation anzupassen und grundsätzlich alle Domänen zu beachten, die von Bedeutung sein könnten, d.h. eher kontextunabhängige Strukturaspekte bis hin zu stark kontextualisierten sozialen Phänomenen:

“CMDA is an approach to the analysis of computer-mediated communication (CMC) focused on language and language use. (...) The basic idea is to adapt existing methods, primarily from linguistics (but in principle to any other relevant discipline that analyzes discourse) to the properties of digital communication media. The methods and the phenomena, along with broader issues they address, are then loosely mapped onto four levels of hierarchy, form the microlinguistic, more context-independent level of structure to the macrolevel of contextualized social phenomena” (Herring 2013:4).

Vor dem Hintergrund, dass sich somit mikro- und makrolinguistische Analysen ergänzen, werden auch die eingangs erwähnten vier Analyseschritte nach Selting (1997, 2001) teilweise relativiert. Funktion und Nachweis der interaktionalen Relevanz der Stile ergeben sich m.E. zwangsläufig aus der Identifikation und Beschreibung übergeordneter makrolinguistischer stil-konstitutiver Merkmale und Funktionen, wie z.B. Metakommunikation, Insiderwissen, Höflichkeit im Falle der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook bzw. Kontextualisierung im Bergscout-Projekt (§ 7.1.14, 7.1.16, 7.1.17). Dort, wo es möglich und sinnvoll ist, dienen auch quantitative Analysen der Validierung der qualitativ basierten Ergebnisse (§ 6.1.17, 7.1.3, 7.1.24).

Die stilistisch relevanten Aspekte der jeweiligen Online-Communities werden also mit Ausnahme der Partizipationsstrukturen²⁹ durch qualitative Analysen herausgearbeitet. Deshalb und aufgrund der Tatsache, dass Überschneidungen und Verzahnungen häufig sind, dienen die Domänenvorschläge Struktur, Bedeutung, Interaktion, Soziale Phänomene, Multimodalität, Partizipation nach Herring (2013) nur als grobe Orientierung bei der Analyse der vorliegenden Daten. Das Vorgehen kann also als streng empirisch und datengeleitet beschrieben werden. Die Vorteile dieses Vorgehens liegen eindeutig in der Offenheit der Annäherung an den Forschungsgegenstand. Alle stilistisch relevanten Beobachtungen werden aus dem Material heraus gewonnen und gründen in einer intuitiv interpretierenden Charakterisierung des beobachteten Stils im Sinne der interaktionalen Stilanalyse nach Selting (1997, 2001). Die stil-konstitutiven Merkmale werden anschließend dekomponiert und jeweils detailliert dargestellt. Wie bereits erwähnt, ergeben sich die Analyse der Funktion des Stils und ein Nachweis der interaktiven Relevanz natürlicherweise auch schon in diesem Arbeitsschritt. Quantitative Analysen dienen, wenn hilfreich, als Ergänzung und Validierung der Ergebnisse. Abschließend werden die Ergebnisse entsprechend nochmals synthetisierend

²⁹ Werden auch quantitativ erfasst

betrachtet, um die für diese Arbeit angestrebten Ziele zu erreichen und damit einhergehende Fragen zu beantworten, welche im folgenden Abschnitt nochmals explizit aufgeführt sind.

5.1.3 Ziele

Die Arbeit basiert auf der Annahme, dass sich innerhalb von Online-Communities durch deren Kommunikationsaktivitäten ein Kollektivstil herausbildet. Wie oben ausführlich thematisiert, wird Stil in der Literatur als holistisches Phänomen beschrieben (§ 4.1). In diesem Zusammenhang stellen sich drei grundlegende Fragen, die ich mit meiner Analyse beantworten möchte.

1. Die Gestalt betreffend: Was macht den Stil von Texten, die innerhalb einer Online-Community entstehen aus, d.h. aus welchen stil-konstituierenden Komponenten setzt er sich zusammen?
2. Die Funktion betreffend: Was ist es für ein Stil, der entsteht? Wie wirkt er?
3. Wie können die Verfahren zur Entstehung eines solchen Stils beschrieben werden?

Es gibt bereits Arbeiten, die Sprechstile in ihre kleinsten stil-konstituierenden Einheiten dekomponieren (vgl. § 5.1.2). Im Kontext eines Kollektivstils, der sich innerhalb von Online-Communities bildet, ist diese empirische Herangehensweise jedoch innovativ. Daher ist es das Anliegen meiner Arbeit, holistisch anmutende Kollektivstile zu analysieren und deren Komponenten zu identifizieren. Um die stilkonstitutiven Merkmale und stilbildenden Prinzipien in Online-Communities adäquat zu erfassen und zu beschreiben, nimmt die vorliegende Dissertation eine kontrastiv ausgerichtete, detaillierte empirische Fallstudie von zwei Online-Communities aus dem Freizeitbereich vor. Dabei handelt es sich um das lokale Bloggerprojekt des Bergbahnverbundes „Das Höchste“ in der Skiregion Oberstdorf/Kleinwalsertal und um eine überregionale, freie Facebookgruppe zum Thema Skifahren. Natürlicherweise ist dieses streng empirische und vordergründig qualitative Verfahren im Umfang begrenzt, sodass ich mich für die Analyse zweier thematisch verbundener Online-Communities entschieden habe. Allein diese beiden Communities weisen trotz ihrer thematischen Ähnlichkeit aber grundlegende Unterschiede auf, z.B. im Bereich der gewählten Kommunikationsform oder der Grade der Interaktivität, sodass hier bereits vermutet werden kann, dass aufgrund der Vielfalt an existierenden Online-Communities auch eine Vielzahl an unterschiedlichen Kollektivstilen ent- bzw. bestehen und unterschiedliche Aspekte der Kommunikation fokussiert werden. Hier kann meine Arbeit natürlich nur Thesen erarbeiten, die im Kontext größerer Projekte auch quantitativ zu überprüfen wären. Zudem

lege ich den Fokus auf die Emergenz des Stils, d.h., dass es in meiner Arbeit nicht vordergründig um die Beschreibung bereits etablierter Communities geht, sondern vielmehr darum, die allmähliche Herausbildung von Routinen und Praktiken zu erfassen, die zu Entstehung eines Stils führen. Zentral ist dabei die Korpusauswahl. Um die Dynamik der Emergenz von Gruppenstil im Detail erfassen und analysieren zu können, wurde ein Untersuchungskorpus erstellt, das über einen längeren Zeitraum die gesamte Kommunikationsaktivität einer Gruppe abbildet. Dafür wurden im ersten Untersuchungskorpus³⁰ sämtliche Blogeinträge des Gemeinschaftsblogs der Bergbahnen „Das Höchste“ (genannt das „Bergscout-Projekt“) aus den beiden Skisaisons 2011/2012 und 2012/2013 aufgenommen. Als Vergleich dienen im zweiten Untersuchungskorpus³¹ die Kommunikationsaktivitäten der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook, die ebenfalls über den Zeitraum der beiden erwähnten Skisaisons erfasst wurden. Eine detaillierte Vorstellung der Korpora erfolgt im folgenden Abschnitt.

5.2 Korpora

Die vorliegende Arbeit basiert auf vier Teilkorpora, wobei die Teilkorpora I und II aus dem Bergscout-Projekt der Bergbahnen „Das Höchste“ im Skigebiet Oberstdorf/Kleinwalsertal stammen und die Teilkorpora III und IV die Kommunikationsaktivitäten einer Facebookgruppe zum Thema Skifahren widerspiegeln. Im Folgenden werden zunächst sowohl relevante Hintergrundinformationen für die Entstehung der Korpora, als auch die jeweiligen Charakteristika der Korpora vorgestellt. Abschließend werden wesentliche Aspekte von Datenerhebung und Ethik im Kontext der Korpora reflektiert.

5.2.1 Kommunikationsform Blog

Eine Form der internetbasierten Kommunikation, der in dieser Arbeit besondere Aufmerksamkeit geschenkt wird, ist der Weblog (kurz: Blog)³², denn als solcher wird die Plattform bergscout.com von den Verantwortlichen beschrieben (s.u.). „Weblogs zählen zu den wichtigsten neu entstehenden Kommunikationsformen im Web 2.0“ (Wenz 2012:153). Allerdings handelt es sich im Kontext dieser Dissertation streng genommen wiederum um eine Sonderform des Blogs, die bislang kaum verbreitet ist, nämlich um einen

³⁰ Entsprechend der Skisaisons aufgeteilt auf zwei Teilkorpora

³¹ Entsprechend der Skisaisons aufgeteilt auf zwei Teilkorpora

³² Weblog ist eine Zusammenschmelzung der Wörter Web und Logbuch. Meist wird die Kurzform Blog verwendet (vgl. Schönberger 2005). Der Begriff wurde erstmals 1997 verwendet, allerdings wird die Einrichtung des ersten Weblogs Anfang der 90er Jahre Tim Berners-Lee, der als Erfinder des WWW bezeichnet wird, zugeschrieben (vgl. Schlobinski & Siever 2005b:10).

Gemeinschaftsblog. Das bedeutet, dass Beiträge von allen Nutzern verfasst werden können, die sich dazu berufen fühlen und sich somit der Bergscout-Community (s.u.) zugehörig fühlen (vgl. Thimm & Ehner 2000; § 3.2).

Generell gilt: „[e]in *Weblog* oder *Blog* ist medial in erster Linie ein Textmedium und technisch eine dynamische Website, die automatisch und mehr oder weniger periodisch neue Einträge entlang einer Zeitachse enthält“ (Hervorhebung im Original) (Schlobinski & Siever 2005b:9). Weiterhin sind die Inhalte „in umgekehrt chronologischer Reihenfolge“ (Schmidt, Schönberger & Stegbauer 2005:1, vgl. auch Schmidt 2007) dargestellt und „üblicherweise durch Verweise und Kommentare untereinander sowie mit anderen Online-Quellen verbunden“ (ebd.). Ein Blog enthält also sowohl Elemente einer persönlichen Homepage als auch eines Diskussionsforums, sodass man schließlich ein Netzwerk von hypertextuellen und sozialen Verknüpfungen beobachten kann, das als Blogosphäre bezeichnet wird (ebd.).

Als ursprüngliche Form des Blogs wird der Tagebucheintrag betrachtet. Aus dieser Diskurstradition resultiert nicht nur aus kommunikationsanalytischer Perspektive die Tatsache, dass die Kommunikationsform Blog als prototypisch monologisch beschrieben werden kann, sondern auch ein wichtiges inhaltliches Merkmal von Blogs, nämlich die „biographische Authentizität“ (Frank-Job & Kluge 2012:55) der Beiträge. Dadurch kann man stärker als in anderen Diskurstraditionen beobachten, wie ganz subjektive Erlebnisse und deren individuelle Reflexionen verschriftlicht werden. (ebd.:55f) In einem enormen Gegensatz zu der ursprünglichen Folie des Tagebucheintrags, geprägt durch Privatheit und Intimität, steht jedoch die nicht zuletzt medienbedingte Öffentlichkeit des Blogs, die damit als bedeutendes Kennzeichen der Kommunikationsform angesehen werden muss. (ebd.)

Durch Blogs hat sich also nicht nur eine Öffnung der Nutzer hin zur Veröffentlichung privater und individueller Inhalte und Erlebnisse entwickelt, auch aus technischer Perspektive hat sich ein Zuwachs der Veröffentlichung eigener Texte und Multimediadateien ergeben und verbreitet, was unter anderem durch die leichte Handhabung erklärt werden kann: Das Erstellen und Pflegen von Weblogs ist so stark vereinfacht, dass auch mit wenig Kenntnissen Seiten erstellt werden können (Schönberger 2005:281). In den neunziger Jahren gab es die ersten Blogs. Dass die Entwicklung des Bloggens sehr dynamisch ist, lässt sich anhand der folgenden Zahlen feststellen: 2005 lag die Anzahl der Blogs weltweit bei 70 Millionen. 2011 wird sie auf knapp 200 Millionen³³ geschätzt. Da Weblogs als Kommunikationsform inhaltlich nicht festgelegt sind, gibt es die verschiedensten Bereiche: Sie werden als persönliche Online-Tagebücher genutzt, dienen als Medien der Organisationskommunikation,

³³ <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/220178/umfrage/anzahl-der-blogs-weltweit/> [letzter Zugriff: 16.02.16].

sowie als journalistische Veröffentlichungen und schließlich auch als Medien der Expertenkommunikation und des persönlichen Wissensmanagements (vgl. Schmidt, Schönberger & Stegbauer 2005:2).

Bei der Nutzung von Weblogs spielen drei Parameter eine zentrale Rolle: Individualität, Archivierung und Vernetzung. Dabei resultiert der Faktor Individualität laut Schönberger (2005) vor allem aus den „intensivierten Partizipationsmöglichkeiten disperser Nutzerinnen und Nutzer an der Medienöffentlichkeit“ (ebd.:284), während die Vernetzung von Blogs miteinander und auch, wie im untersuchten Fall des Bergscout-Blogs, mit anderen Plattformen wie Facebook, Youtube, Flickr und Twitter, zur Entstehung eines komplexen Netzwerkes beiträgt, das, wie bereits erwähnt, als Blogosphäre bezeichnet wird. (vgl. Schlobinski & Siever 2005b:10). Einhergehend mit der rasanten Entwicklung des Bloggens spielt in der Forschung vor allem der Zusammenhang von Journalismus und Blogging eine Rolle, d.h. eine medienwissenschaftliche Beschäftigung mit der Kommunikationsform steht im Vordergrund, während es wenig Antworten auf textlinguistische und sprachwissenschaftliche Fragestellungen gibt.

Eine erste umfangreiche und fundierte Arbeit, die in diese Richtung geht, ist das Projekt „Sprachliche und textuelle Aspekte in Weblogs“ von Schlobinski & Siever (2005a), eine international angelegte Studie zum Vergleich von Weblogs aus sprach- und kulturvergleichender Perspektive. Anhand einer Untersuchung von 25 privaten und 5 professionellen deutschen Blogs können die Autoren feststellen, dass deutsche Weblogs im Hinblick auf die Kommunikationsform am ehesten der bis dato bekannten persönlichen Homepage entsprechen; allerdings gibt es ein erhöhtes Interaktivitätspotenzial. Bezieht man auch den Faktor der Synchronizität (vgl. z.B. Dürscheid 2003) mit ein, so kann ein Weblog demnach zwischen typisch asynchronen Formen der computervermittelten Kommunikation (z.B. Emails, Gästebücher usw.) und quasi-synchronen Formen (z.B. Chat) eingeordnet werden. Auf der Ebene der sprachlichen Phänomene können die Autoren ein gehäuftes Vorkommen von eher konzeptionell mündlichen (nach Koch & Oesterreicher 1985, 2011) Strukturen nachweisen, allerdings zeichnet sich eine deutliche Abstufung zu quasi-synchronen Kommunikationsformen ab, was vor allem an der Verwendung von Strukturierungsmitteln der konventionellen Rechtschreibung und allgemein einer Orientierung an orthographischen Normen zu erkennen ist. Zusammengefasst können Weblogs demnach als eine Kommunikationsform beschrieben werden,

„in der Mündlichkeit und Schriftlichkeit zu einer spezifischen hybridisierten Praxis verschmelzen (...). Indem in einer Reihe von internetbasierten Kommunikationsformen Mündlichkeit und Schriftlichkeit, Text und Bild, Autor und Leser in ein System integriert werden, verschwindet immer mehr die Opposition von Öffentlichkeit und Privatheit, Kulturen und Subkulturen,

persönlichem und normativen Stil, Standardsprache und Substandardsprachen, (...)“ (Schlobinski & Siever 2005c: 82f).

Die Autoren selbst betonen, dass ihre empirische Basis zu gering ist, um allgemeingültige Aussagen zu treffen. Zudem kommt, dass es streng genommen, wie oben bereits in Hinblick auf prototypische Internetsprache angesprochen, keinen prototypischen Weblog und damit auch keine weblogtypische Sprachverwendung gibt. Somit handelt es sich bei ihren Ergebnissen um Tendenzen, für deren Verifizierung, beispielsweise in Form einer Typologie von Blogs in Zusammenhang mit ihren sprachlichen Merkmalen und deren Bedingungsfaktoren, eine breiter angelegte und repräsentative Studie nötig wäre. (ebd.:81ff). Angesichts der großen Anzahl an Textsorten, die mittlerweile mithilfe der Kommunikationsform Blog realisiert werden, z.B. Modeblog, Reiseblog, Kolumne etc., lässt sich zudem vermuten, dass Forschung aus textsortentypologischer Perspektive in diesem Kontext ohnehin fruchtbarer ist.

Natürlicherweise lassen sich einige Aspekte der Kommunikationspraxis innerhalb des Bergscout-Blogs auf die Charakteristika der Kommunikationsform zurückführen. Dennoch lässt sich eine spezifische Ausgestaltung durch die Teilnehmer beobachten, die die Entwicklung eines eigenen Stils nahelegt. „Als strukturierte Plattformen sind Weblogs in ihrer Nutzung zunächst offen und als „Schreibräume“ unbestimmt. Sie werden zum sinnstiftenden Kontext erst durch die spezifische Nutzung und Ausgestaltung durch die Blogger/innen“ (Tophinke 2008:157). Konstituierende Merkmale sind hier potentiell zum einen eine neue Schriftlichkeit, die es erlaubt und ermöglicht, „schriftsprachliche Interaktion bei Bedarf auch mehr oder weniger informell auszugestalten“ (ebd.:154), sowie multimodale Ressourcen und gruppenspezifisch relevante Aspekte. Die stil-konstituierenden Komponenten des identifizierten Stils innerhalb des Bergscout-Projekts werden im empirischen Teil dieser Arbeit detailliert analysiert (§ 6). Im Folgenden wird nun zunächst der Kontext der Entstehung des Bergscout-Blogs erläutert.

5.2.2 Die Skiregion Oberstdorf/Kleinwalsertal und das Bergscout-Projekt: Korpora I und II

Die grenzübergreifende Skiregion Oberstdorf (Deutschland, Bayern) und Kleinwalsertal (Österreich, Vorarlberg) umfasst insgesamt etwa 120 Pistenkilometer. Der größte Teil davon, nämlich 74 km, gehört zu dem Bergbahnverbund „Das Höchste“, verteilt auf die Skiberge Nebelhorn, Fellhorn, Kanzelwand, Walmendingerhorn und Ifen, in Höhenlagen zwischen ca. 800 bis 2200 m.



Abb. 6: Übersicht über die Skiregion Oberstdorf/Kleinwalsertal Quelle:

(http://www.alpensicht.com/images/Oberstdorf_kleinwalsertal_pistenplan.jpg) [letzter Zugriff 16.02.16]

In der Skisaison 2009/2010 gab es erstmals regelmäßige Berichte direkt aus dem Skigebiet von „Das Höchste“. Ein Mitarbeiter der Bergbahnen veröffentlichte seine Eindrücke unter dem Pseudonym „Mountainman Vincent“ auf der Fan-Seite von „Das Höchste“ auf Facebook. Für die Saison 2010/2011 wurde dann mittels eines Castings ein neuer Bergscout gesucht³⁴. „Bergscout Sarah“ berichtete somit von Dezember 2010 bis Mitte März 2011 auf Facebook aus dem Skigebiet³⁵.

Zur Saison 2011/2012 gab es wiederum eine Innovation, denn unter dem Motto „Alleine war gestern – gemeinsam ist heute!“ konnte nun jeder als Bergscout tätig werden und war eingeladen in einem Blog auf www.bergscout.com von seinen Erlebnissen zu berichten. Die Aufforderung zum Bloggen auf der Website lautete wie folgt:

„Alleine war gestern – gemeinsam ist heute! Werdet selbst als Bergscout tätig und erzählt hier im Blog von Euren schönsten Erlebnissen in den Das Höchste Gebieten Fellhorn/Kanzelwand, Nebelhorn, Walmendingerhorn und Ifen. Egal ob Geheimtipp, Lieblingsabfahrt oder Foto vom leckeren Apfelstrudel auf der Hütte – erzählt der Das Höchste Community davon! Blogeinträge schreiben könnt ihr von (fast) überall: Von zu Hause aus, mobil am Smartphone oder an einem der Bergscout-Terminals.“ (<http://www.das-hoehste.de/bergscout>) [letzter Zugriff: 14.03.12].

³⁴ Zunächst wurden durch ein Online-Voting fünf Kandidaten ermittelt, die dann zum Finalwochenende ins Kleinwalsertal kamen und sich dort verschiedensten Aufgaben stellen mussten. Dazu zählten ihre Bergtauglichkeit, kollegiale Fähigkeiten, Umgang mit dem Gast, sowie fotografische und sprachliche Kompetenzen. Das Rennen machte schließlich die damals 25-jährige Sarah aus Augsburg, die somit in der Saison als „Bergscout Sarah“ fungieren sollte. Dafür kam sie neben einer Aufwandsentschädigung in den Genuss freier Kost und Logis in einem Vier-Sterne Hotel, zusätzlich erhielt sie eine komplette Skiausstattung, einen Saisonskipass sowie ein Smartphone.

³⁵ Obwohl die Saison eigentlich bis Ende April gehen sollte, entschied sich Sarah zugunsten eines festen Jobangebotes in ihrer Heimatstadt auf den Rest der Saison zu verzichten. In der restlichen Zeit übernahmen Mitarbeiter von „Das Höchste“ die Berichterstattung.

Wie in der Abbildung unten (Abb. 7) zu sehen ist, wurden auf der Bergscout-Plattform auch zusätzlich öffentliche Posts auf Twitter, Facebook, Youtube und Flickr veröffentlicht, in denen Schlagwörter wie beispielsweise „Oberstdorf“, „Kleinwalsertal“, „Das Höchste“, usw. vorkamen. Diese wurden für meine Analyse jedoch nicht berücksichtigt. Unter den Teilnehmern am Gemeinschaftsblog wurden im Laufe der Saison attraktive Gewinne verlost, was die eher geringe Beteiligung fördern sollte. Dies gelang jedoch nur bedingt (s.u.) und ist auf den zu diesem Zeitpunkt geringen Bekanntheitsgrad des Projekts unter den Gästen im Skigebiet zurückzuführen. Dennoch wurde an dem Projekt auch in der folgenden Saison festgehalten.

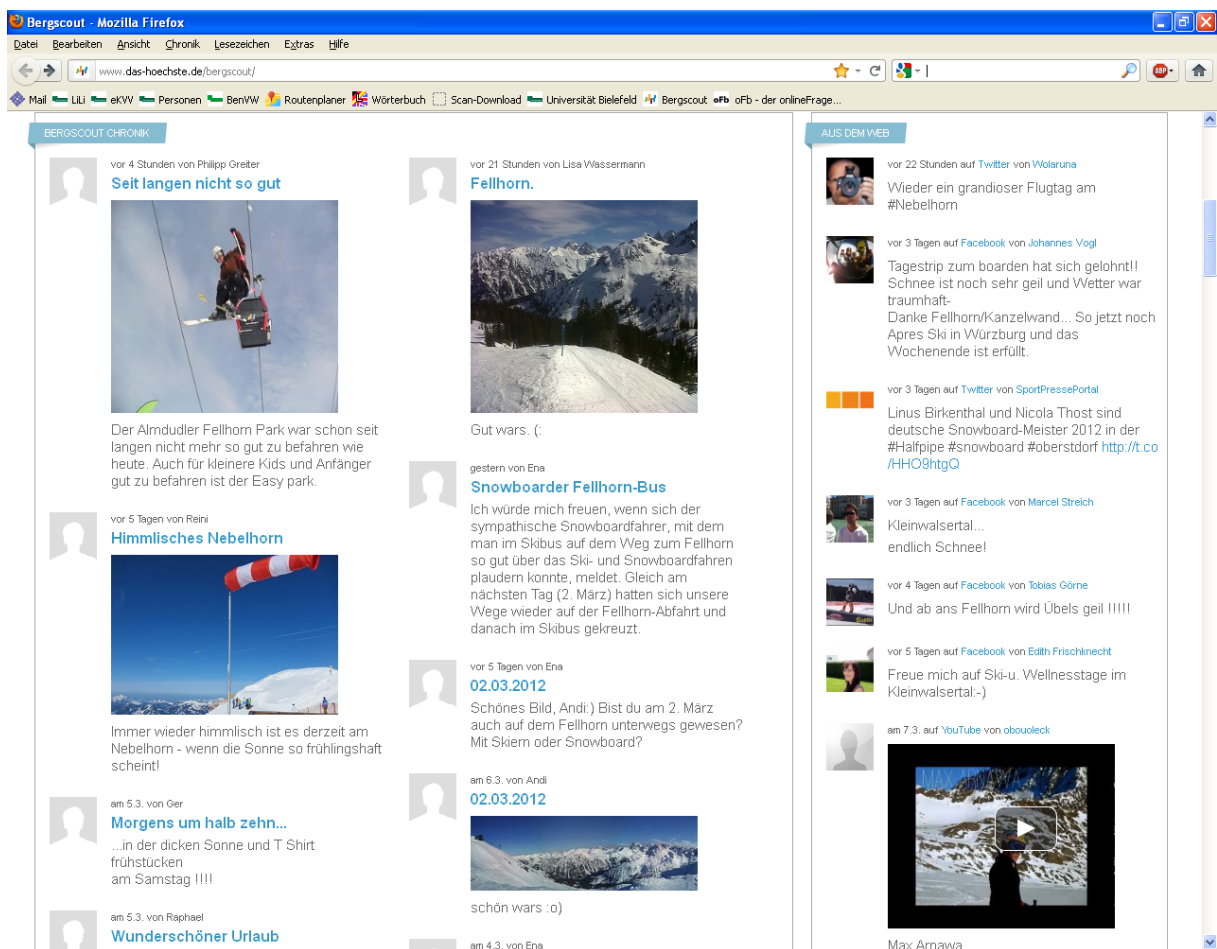


Abb. 7: Screenshot der Bergscoutseite am 14.3.2012

Um das Potenzial des Projekts³⁶ auszuschöpfen und auch insgesamt den Auftritt des Bergbahnverbundes „Das Höchste“ zu pflegen, wurde zum 1.1.2012 eine Social Media Beauftragte eingestellt, die seitdem hauptamtlich für Entwicklung des Bergscout-Projekts

³⁶ Aus der Perspektive von „Das Höchste“ natürlich in erster Linie Werbung für den Bergbahnverbund und das Skigebiet

sowie für die Pflege der weiteren Internetauftritte von „Das Höchste“, beispielsweise bei Facebook, zuständig ist. Sie war für mich auch die Ansprechpartnerin während der Datenerhebungsphasen.

Als Voraussetzung für die Beteiligung an dem Projekt wurden an den Tal-, Mittel- und Bergstationen der Bergbahnen³⁷ freies WLAN installiert. Weiterhin wurden Bergscout-Terminals, d.h. Ipads, die in Holzklötze eingelassen wurden, erbaut (Abb. 8). Diese stehen den Nutzern zum einen zum Bloggen zur Verfügung, zum anderen bieten sie die Möglichkeit, auch ohne eigenes Smartphone das kostenlose Internetangebot von „Das Höchste“ zu nutzen.



Abb. 8: Bergscout-Terminals an der Fellhorn-Mittelstation, fotografiert Anfang Februar 2012

Aus den Daten des Bergscout-Projekts der Saison 2011/2012 entstand das Korpus I. Es enthält insgesamt 121 Blogposts. Für die Analyse wurden die Blogbeiträge von der Internetplattform www.bergscout.com in eine Worddatei kopiert, mit Zeilennummern versehen und nummeriert.

Zur Saison 2012/2013 gab es dann erneut eine Innovation. Das Projekt wurde umgewandelt in eine sogenannte Challenge. Dies bedeutete, dass wiederum zehn Teilnehmer gecastet wurden, die dann im Laufe der Saison an sechs Wettkämpfen (Höhenmeter Challenge, Video Challenge, Blogbeitrag Challenge, Gruppenfoto Challenge, Fanfoto-

³⁷ Der „Ifen“ bildet hier aufgrund von Schwierigkeiten mit der Stromversorgung eine Ausnahme.

Challenge und NTC Park Challenge) teilnehmen durften. Für die einzelnen Challenges wurden Punkte verteilt und Sieger der Bergscout Challenge war am Ende der Teilnehmer mit der höchsten Gesamtpunktzahl. Der Gewinn war ein Auto. Die Blogbeitrag Challenge wurde dabei doppelt gewertet und war somit von besonderer Bedeutung. Gewinner dieser Challenge war derjenige, der den Winter über selbst die meisten Blogbeiträge schrieb und zusätzlich die meisten Menschen motivieren konnte, für ihn Beiträge zu schreiben. Dafür wurde auf der Plattform www.bergscout.com eine zusätzliche Funktion eingebaut. Somit konnte (musste aber nicht) jeder Beitrag im Blog einem der zehn Bergscouts gewidmet werden. Unter den Teilnehmern am Gemeinschaftsblog wurden, wie schon in der Saison zuvor, ebenfalls attraktive Preise verlost. Um als Blogbeitrag gewertet zu werden, musste der Beitrag in einem direkten Zusammenhang zu den Skigebieten von „Das Höchste“ stehen oder aber einen Bezug zu dem jeweiligen Partnerhotel haben³⁸. Beiträge, die offenkundig nur dazu dienten die Anzahl der Beiträge zu erhöhen, wurden nicht gewertet. Auch bei den gewidmeten Beiträgen musste das Thema „Das Höchste“ klar erkennbar sein. Kreativität war in beiden Fällen explizit erwünscht. Zwar wurde ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die Beiträge im Blog nicht ausschließlich positiv sein mussten, sondern authentische Erfahrungen im Skigebiet widerspiegeln sollten, dennoch ist für meine Untersuchung wichtig, die Tatsache zu berücksichtigen, dass Kreativität bewusst erwünscht war, und dass es sich bei dem Bergscout-Projekt natürlich um Werbung für „Das Höchste“ und letztendlich auch für die gesamte Destination Oberstdorf/Kleinwalsertal handelt. Ein Gemeinschaftsblog in dieser Form ist bisher einzigartig und daher für die Analyse des Stils einer themenzentrierten Community sehr interessant. Ein Screenshot des Blogs in der Abbildung unten (Abb. 9) zeigt, dass sich das Design im Vergleich zur vorherigen Saison bis auf die Ergänzung der Widmung nicht geändert hat. Aus den Daten der Bergscout Challenge der Saison 2012/2013 entstand schließlich das Korpus II. Es enthält insgesamt 1456 Blogposts. Wie oben schon für das Korpus I beschrieben, wurden die Posts von der Plattform in Word kopiert, und dann mit Zeilennummern versehen und nummeriert.

Dieser enorme quantitative Zuwachs an Blogbeiträgen im Vergleich zu Korpus I lässt sich auf deutlich gesteigerte Werbemaßnahmen für das Projekt zurückführen. Während in der Saison 2011/2012 fast nur Insidern bekannt war, dass das Bergscout-Projekt auf der Plattform www.bergscout.com existiert, und wozu beispielsweise die oben abgebildeten Terminals da waren, konnte im Rahmen der Challenge in der Saison 2012/2013 praktisch kein Skigast nicht Notiz davon nehmen, denn schon allein die Drehkreuze an den Liften enthielten

³⁸ Die Teilnehmer der Bergscout Challenge wurden während ihrer Aufenthalte im Skigebiet in verschiedenen gehobenen Hotels in Oberstdorf und im Kleinwalsertal untergebracht.

unübersehbare Werbung für das Projekt. Zudem waren die Bergscouts auch angehalten, Skiurlauber im Skigebiet direkt anzusprechen und auf das Blogprojekt (und die anderen Wettkämpfe) aufmerksam zu machen und für sich zu gewinnen³⁹.

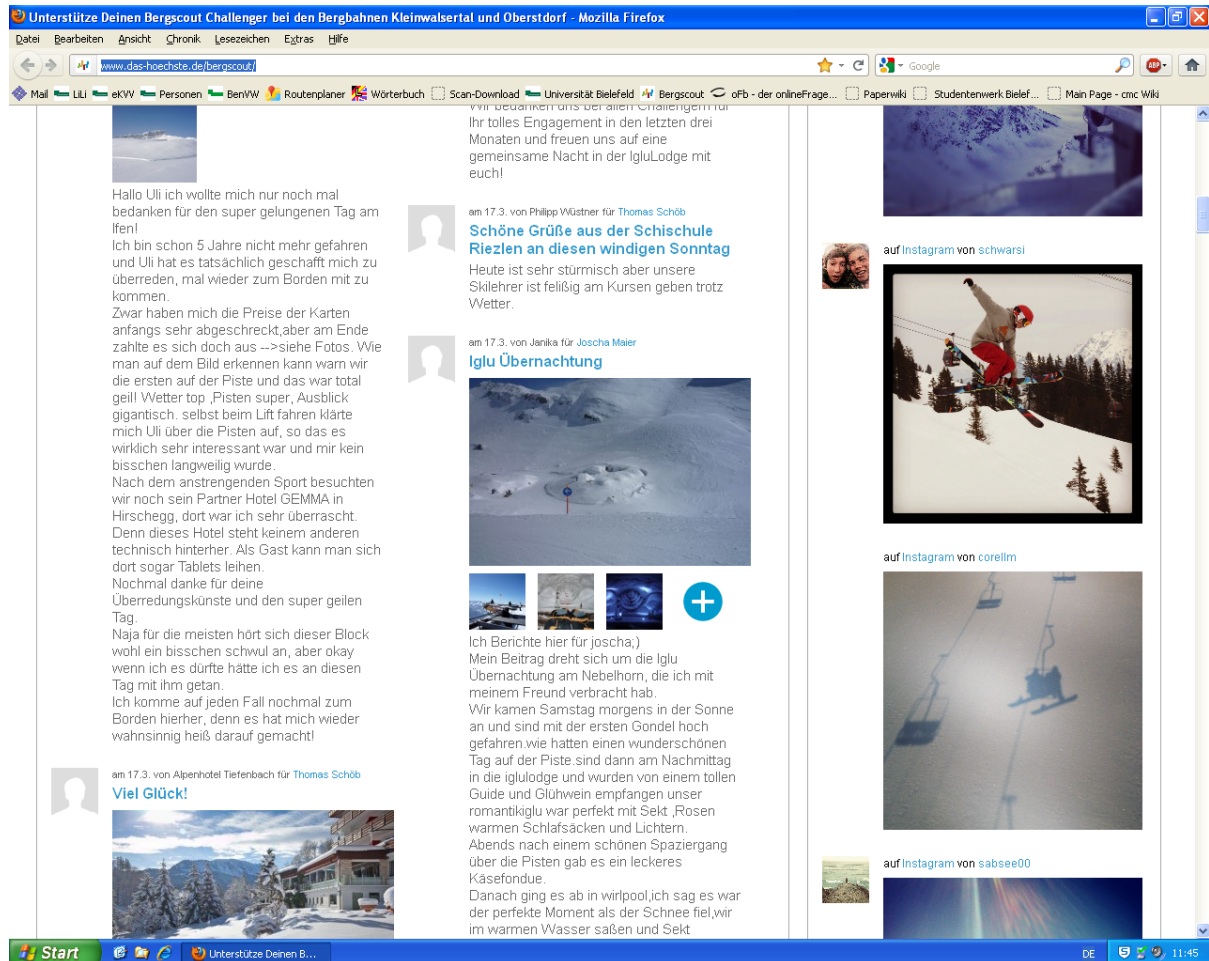


Abb. 9: Screenshot des Bergscout-Blogs am 17.3.2013, bergscout.com

5.2.3 Kommunikationsform Facebook(gruppe)

Facebook ist ein soziales Netzwerk, das am 4. Februar 2004, zunächst nur für amerikanische Studenten, von Dustin Moskovitz, Chris Hughes und Mark Zuckerberg veröffentlicht wurde und weltweit mittlerweile über eine Milliarde Mitglieder hat (Lenihan 2011; Wikipedia⁴⁰). Die Plattform Facebook kann als konvergent charakterisiert werden, da dort verschiedene Modi, d.h. Anwendungen, die standardisierte Benutzeroberflächen und verschiedene Möglichkeiten für digitale Kommunikation bieten, zusammenkommen. (Lee 2011, § 2.1.3).

³⁹ D.h. im Falle der Blog-Challenge Beiträge widmen, im Falle der Gruppenfoto-Challenge sich bereit zu erklären mit auf dem Foto zu erscheinen etc.

⁴⁰ <https://de.wikipedia.org/wiki/Facebook> [letzter Zugriff:16.02.16]

So verfügt jeder Benutzer von Facebook über eine Profilseite, auf der er Informationen, Fotos, Videos, Links, usw. mit seinen Freunden teilen kann. Besucher des Profils können auf der sogenannten Pinnwand öffentlich Nachrichten, Einträge, oder Kommentare zu Einträgen hinterlassen. Es ist darüber hinaus möglich, private Nachrichten, vergleichbar mit Emails, zu verschicken, und schließlich gibt es auch die Möglichkeit zu chatten. (Lee 2011) Für diese Arbeit besonders relevant sind die Gruppen auf Facebook, die ebenfalls nach ihrem Grad der Öffentlichkeit variieren. Insgesamt betrachtet fließen auf der Plattform Facebook also verschiedene Kommunikationsformen mit verschiedenen Graden der Synchronizität und Öffentlichkeit zusammen.

Empirische Forschung zu Facebook aus einer sprachwissenschaftlichen Perspektive ist bislang noch übersichtlich. Ein Beispiel ist eine Studie von Bolander & Locher (2010), eingebettet in das Projekt „Relational Work in Facebook“⁴¹ zum Zusammenhang von Sprache und Identitätskonstruktion auf Facebook. Dort wurden Statusupdates⁴² auf den persönlichen Seiten von schweizerischen Nutzern untersucht, um herauszufinden, wie diese Facebooknutzer Sprache verwenden, um soziale Identitäten zu konstruieren. Ergebnis ist zum einen, dass die untersuchten Nutzer deutlich mehr implizite als explizite Identitätsmarker verwenden. Dies wird darauf zurückgeführt, dass die Nutzer auf der Plattform Facebook hauptsächlich Beziehungen pflegen, die sich aus dem realen Leben begründen. Zum anderen stellen die Autoren fest, dass sowohl das Medium als auch soziale und situative Faktoren (wie Asynchronität, Teilnehmerstruktur, Nachrichtenformat) den Sprachgebrauch auf Facebook beeinflussen. (ebd.)

Im Kontext eher theoretischen Interesses verdeutlichen Marx & Weidacher (2014) einige ihrer Ausführungen zu Sprache im Internet und darin begründete Dynamik sowie pragma-internetlinguistische Überlegungen am Beispiel Facebook. So greifen sie das Phänomen des Bedeutungswandels des Lexems „Freund“⁴³ auf. Im Durchschnitt haben Facebooknutzer 272 Freunde (ebd.:114). Diese können jedoch nicht alle im selben Vertrauensverhältnis zum Nutzer stehen. Es scheint, als ob es ein Konzept von „Freund“ gibt, das die Personen umfasst, die Teil der Freundesliste eines Nutzers auf Facebook sind. Damit erhalten sie Zugang zu den Aktivitäten auf Facebook, können Statusmeldungen lesen, Kommentare abgeben und die „gefällt mir“ Funktion nutzen. Ein zweites Konzept muss dann

⁴¹ <https://engsem.unibas.ch/departement/people/staff/profile/staff-and-forum/locher/eigene-seiten/cmc-research-digital-humanities-facebook/> [letzter Zugriff: 16.02.16].

⁴² Statusupdates haben den Zweck die vernetzten Freunde auf Facebook über Neuigkeiten zu informieren und erscheinen auf der persönlichen Profilseite der Nutzer. Momentan werden sie durch den Prompt „Was machst du gerade?“ initiiert. (Stand 16.02.2016)

⁴³ Im Deutschen immer in Verbindung mit einer gewissen Vertrautheit, im Kontext von Facebook übernommen aus dem Englischen, wo es auch für Bekannte verwendet wird (Marx & Weidacher 2014:114).

Personen umfassen, die im realen Leben des Nutzers als enge Vertraute gelten. Natürlicherweise ergibt sich hier eine Schnittmenge, denn auch Personen, die unter dem letztgenannten Konzept zu fassen sind, können in der Freundesliste eines Facebooknutzers auftauchen. Interessant aus semantischer Perspektive ist laut den Autoren die zukünftige Entwicklung des Lexems „Freund“. So besteht die Möglichkeit, dass das Konzept auch außerhalb von Facebook für Personen verwendet wird, die nicht zu einem Kreis engerer Vertrauter gehören. Gleichzeitig kann sich dadurch die Notwendigkeit ergeben, ein neues Lexem für jemanden, mit dem man eng vertraut ist, zu finden. (Marx & Weidacher (2014:117f))

Ein weiteres Phänomen ist das oben (§ 2.1) bereits kurz angesprochene „gefällt mir“⁴⁴ auf Facebook. Die Autoren können zeigen, dass der Ausdruck enorm komplex ist und dass das Bedeutungsspektrum weit über die wörtliche Bedeutung hinaus geht und sehr dynamisch ist. Anhand von Beispielen erarbeiten Marx & Weidacher (ebd.) verschiedene Bedeutungskomponenten für den Ausdruck „gefällt mir“, die jeweils stark abhängig vom jeweiligen Ko- und Kontext sind: Abgesehen von der initialen Positivbewertung eines Sachverhalts sind dies: Ausdruck von Anerkennung, Ausdruck von Zustimmung, Solidarisierungssignal, Negativbewertung eines Sachverhalts, Lesebestätigung und Dank, wobei die Autoren weitere Bedeutungen nicht ausschließen (ebd.:123). In jedem Fall „muss der Rezipient also aktiv rekonstruieren, worauf sich der komplexe Ausdruck genau bezieht. Das ist ein aufwendiger kognitiver Prozess, der durch ökonomische Erwägungen und graduelle Abstufungen hinsichtlich der Relevanz blitzschnell vollzogen wird“ (ebd.).

Insgesamt betrachtet zeigen allein diese beiden Beispiele die Bedeutung der Bedingungen für die Kommunikation durch die Kommunikationsplattform auf, die nicht nur Einfluss auf die Kommunikation auf der Plattform selbst hat, sondern sogar potentiell Veränderungen in den Konzepten der realen Kommunikation bedingen kann (vgl. auch ebd.:166-169). Innerhalb der Gruppe „Skifahren“, die im nächsten Kapitel näher beschrieben wird, hat sich ein sozialer Stil entwickelt. Bei der Dekomposition der stil-konstituierenden Merkmale wird deutlich, dass ein nicht unerheblicher Teil medial und kommunikations(platt)formbedingt ist. Das heißt, dass sich die Mitglieder der Gruppe an bereits bestehenden Konventionen der Platt- und Kommunikationsform orientieren und sie zum Teil ihres spezifischen sozialen Stils machen (§ 7.2).

⁴⁴ Neben „kommentieren“ und „teilen“ Option für eine schnelle Reaktion auf eine Statusmeldung von Facebook um sich zum Inhalt zu positionieren, ursprünglich laut Facebook reine Positivbewertung (Marx & Weidacher 2014:118).

5.1.4 Die Gruppe „Skifahren“ auf Facebook: Korpora III und IV

Die untersuchte Gruppe „Skifahren“⁴⁵ ist eine offene Gruppe, was bedeutet, dass das Lesen der Inhalte für alle Facebookmitglieder möglich ist. Lediglich das Verfassen von Beiträgen erfordert eine Aufnahme in die Gruppe durch die Mitglieder. Die Gruppe existiert seit 2009, eine erhöhte Kommunikationsaktivität ist jedoch erst seit der Skisaison 2011/2012 festzustellen. Für die Erstellung der Korpora III und IV wurden die Kommunikationsaktivitäten der Saisons 2011/2012 und 2012/2013 berücksichtigt. Jeweils zum Ende der Saison im Mai, zählte die Gruppe 3271 (2012) bzw. 2910 (2013) Mitglieder. Das Korpus III der Saison 2011/2012 umfasst insgesamt 1936 Beiträge, die sich aufteilen in 254 Posts und 1682 Kommentare, während das Korpus IV der Saison 2012/2013 insgesamt 926 Beiträge (181 Posts, 745 Kommentare) beinhaltet. Die Abnahme der Kommunikationsaktivität lässt sich durch eine zunehmende Auffächerung von Gruppen auf Facebook erklären, in diesem Fall wahrscheinlich in spezifischere Gruppen je nach präferiertem Skiort⁴⁶. Hier lässt sich also eine genau gegenläufige Entwicklung zum Bergscout-Projekt erkennen. In der Abbildung unten illustriert ein Screenshot⁴⁷ der Seite der Gruppe „Skifahren“ den Aufbau bzw. das typische Layout, bestehend aus einem Post und den Kommentaren darunter.



Abb. 10: Screenshot der Gruppe „Skifahren“, Saison 2011/2012, <https://www.facebook.com/groups/skide/> [letzter Zugriff: 16.02.16]

⁴⁵ Selbstbeschreibung der Gruppe: „Wer gern in die Alpen zum Skifahren fährt, sollte beitreten. Es werden regelmäßig News aus den Skiorten, zum Thema Ausrüstung, Mode und natürlich auch coole Deals für günstige Skipässe/Reisen/Unterkünfte gepostet. Skifahrer – vernetzt Euch! – Viele Infos auch auf : <http://www.ski.de>“ (<https://www.facebook.com/groups/skide/members/>) [letzter Zugriff: 16.02.16].

⁴⁶ In der Saison nach Abschluss der Datenerhebung (2013/2014) im Rahmen dieser Dissertation haben sich fast alle aktiven Gruppenmitglieder aufgrund einer enormen Zunahme von Werbeposts aus der Gruppe verabschiedet. Die Kommunikationsaktivität kam damit quasi zum Erliegen.

⁴⁷ Aus ethischen Gründen sind Namen und Fotos anonymisiert.

Für die Archivierung und Analyse der Daten wurden, wie bereits oben für das Bergscout-Projekt beschrieben, Texte und Fotos in Word kopiert, nach Posts und Kommentaren nummeriert und mit Zeilennummern versehen. Als Zusatzinformationen stehen der Name des Users, Datum und Uhrzeit, und manchmal auch der Ort⁴⁸ des Posts zur Verfügung. In den Beispielen, die in dieser Arbeit verwendet werden, sind sämtliche Usernamen aus ethischen Gründen anonymisiert⁴⁹. Ein abschließender tabellarischer Überblick über die Unterschiede und Gemeinsamkeiten beider Korpora findet sich im folgenden Abschnitt. Weitere relevante Aspekte der Datenerhebung und ethischer Überlegungen werden im darauf folgenden Kapitel thematisiert.

5.2.5 Überblick über die Korpora

	Bergscout-Projekt (Korpus I und II)	Gruppe „Skifahren“ (Korpus III und IV)
Kommunikationsplattform	www.das-höchste.de	Facebook
Kommunikationsform	Blog	Gruppe
Skisaison	2011/2012 & 2012/2013	2011/2012 & 2012/2013
Ausrichtung	Lokal auf das Gebiet Oberstdorf/Kleinwalsertal beschränkt	Keine lokale Beschränkung
Initiative	Bergbahnen „Das Höchste“	Private Mitglieder bei Facebook
Community	Einheimische, Gäste, Bergscouts/Challenger	Mitglieder der Gruppe auf Facebook
Öffentlichkeit	Beiträge werden auf der Homepage von „Das Höchste“ veröffentlicht, Posten und Lesen für jedermann möglich	Offene Gruppe, d.h. Beiträge können von allen Facebooknutzern gelesen werden, zum Verfassen von Beiträgen ist jedoch eine Aufnahme in die Gruppe erforderlich
Anzahl der Gruppenmitglieder	keine Information, da keine Registrierung o.ä.	3271 (2012) 2910 (2013) Formale Gruppenmitgliedschaft
Anzahl der Beiträge	1577 Blogposts	2862 Beiträge insg. (435 Posts & 2427 Kommentare)
Partizipation	Kern-Peripherie-Struktur: Challenger + frequente Blogger bis hin zu	Aktiver Kern & schweigende Masse

⁴⁸ Posts, die von mobilen Endgeräten gesendet werden, werden geografisch verortet, wenn es der Benutzer nicht ausgestellt hat

⁴⁹ Das Originalkorpus wurde den Gutachtern der Arbeit in elektronischer Form inkl. Anonymisierungsschlüssel zur Verfügung gestellt.

	Gelegenheits- bzw. Einmalbloggern	
Grad der Interaktivität	sehr gering	hoch
Ziel	Berichten aus dem Skigebiet, die Funktion eines „Bergscouts“ erfüllen	Kommunikation/Austausch zum Thema Skifahren

5.2.6 Datenerhebung und Ethik

In der noch relativ jungen CMC-Forschungstradition wird das Thema Ethik immer wichtiger. Gerade aufgrund des stattfindenden Perspektivwechsels von der allgemeinen Thematisierung von „Internetsprache“ hin zu einer „Untersuchung des variierenden Online-Sprachgebrauchs in seinen sozialen Kontextbedingungen“ (Androutsopoulos 2004:177) und somit einer Annäherung an soziolinguistische Vorgehensweisen (vgl. auch § 2.2) ist eine Auseinandersetzung mit ethischen Dimensionen bei der Arbeit mit Online-Daten unerlässlich. Leider gibt es bislang keine allgemein gültigen Richtlinien für ethische Online-Forschung. Zudem variieren die rechtlichen Vorgaben stark, je nachdem in welchem Land man sich befindet:

“Respecting and protecting the privacy of informants is a basic legal and ethical requirement in social-scientific fieldwork. There is no general consensus on just how to achieve this in CMC research, and ethics guidelines for researchers and students vary by country and institution“ (Androutsopoulos 2014.:87).

Ausführlichere Erwähnung findet das Thema der Ethik im Zusammenhang der Analyse von Online-Daten in Artikeln von Androutsopoulos (2008, 2014) sowie in einer Monographie von McKee & Porter (2009). Auch Marx & Weidacher (2014) gehen auf die Problematik ein. McKee & Porter (2009) beziehen sich vorrangig auf amerikanisches Recht, haben jedoch bei der Systematisierung und Modellierung von ethischer Internetforschung eine internationale Ausrichtung. Die Autoren plädieren für die Betrachtung von Forschungsethik als einem stetig andauernden Prozess, der auf zirkulärer Reflektion des eigenen Handelns und regelmäßiger Interaktion mit Beteiligten und Kollegen beruht:

„We see research ethics as a continuous process of inquiry, interaction, and critique throughout an entire research study, one involving regular checking and critique; interaction and communication with various communities; and heuristic, self-introspective challenging on one’s assumptions, theories, designs, and practices“ (McKee & Porter 2009:148).

Das bedeutet, dass die ethische Entscheidungsfindung im Grunde gar nicht systematisiert werden kann und es somit per se auch keine allgemein gültigen Richtlinien geben kann. Ethik in der Internetforschung ist ein „kommunikativer, fallbasierter Prozess“ (meine Übersetzung,

A.K.) (McKee & Porter 2009:Titelseite), eine Art von Triangulation (s.a. Markham & Buchanan 2012).

„Internet researchers need to exercise their own informed, critical judgment (*phronesis*⁵⁰) based on in-depth understanding of relevant legal, legislative, and regulatory frameworks; on comparative case-based analysis of prior practices and the precedents established by other researchers doing comparable work; on the circumstantial details of their own research contexts; and on the cultural expectations and customs of the persons and communities being studied“ (Hervorhebung im Original) (McKee & Porter:73f).

Im Hinblick auf die Erstellung meiner Korpora müssen somit der Grad der Öffentlichkeit, sowie ggf. Einverständniserklärungen und Anonymisierungen in Betracht gezogen werden. Im Falle der Blogkorpora stellt die Verwendung der Daten m.E. keinerlei Problem dar. Der Blog ist absolut öffentlich und für jeden zugänglich. Zudem können die Akteure ihren Namen selbst wählen, was bedeutet, dass sie selbst entscheiden können, ob sie Klarnamen oder Nicknames verwenden, und wieviel letztere über ihre (Online-)Identität aussagen. Des Weiteren handelt es sich beim Berichten aus dem Skigebiet nicht um ein sensibles Thema, das im Gegensatz zu Krankheiten, Mobbing o.ä. keine besondere Vorsicht im Umgang mit Daten erfordert. Da es sich bei dem Bergscout-Blog um eine Aktion des Bergbahnverbands „Das Höchste“ handelt, habe ich von den Verantwortlichen das Einverständnis für die Verwendung der Daten eingeholt.

Etwas komplizierter verhält es sich mit der Facebookgruppe „Skifahren“. Hier haben wir es mit einer eingeschränkten Öffentlichkeit zu tun. Bei der Gruppe „Skifahren“ handelt es sich um eine offene Gruppe bei Facebook, d.h. dass jeder die Beiträge lesen kann, lediglich zum Verfassen und Veröffentlichen eines Beitrages ist eine formlose Aufnahme⁵¹ in die Gruppe nötig. Die Öffentlichkeit wird dadurch eingeschränkt, dass für die Nutzung von Facebook eine Anmeldung mittels Passwort erforderlich ist. Betrachtet man jedoch die Nutzerzahlen des sozialen Netzwerks, so wird deutlich, dass diese Einschränkung differenziert betrachtet werden muss. 2013 wurden 25 Mio. aktive Nutzer⁵² registriert, mittlerweile (2015) rangiert die Zahl bereits bei an die 30 Mio., und dabei bleiben passive Nutzer, die weniger als einmal im Monat aktiv sind, noch unberücksichtigt. In jedem Fall entspricht dies etwa der Hälfte der deutschen Internetnutzer. Die Einschränkung der Öffentlichkeit kann hier als geringfügig eingestuft werden, zumal wir es hier potentiell

⁵⁰ *phrónesis* (griechisch für Vernunft, Klugheit): „Die Fähigkeit zu angemessenem Handeln im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung *aller* für die Situation relevanten Faktoren, individueller Handlungsziele und sittlicher Einsichten“ (Hervorhebung im Original) (de.wikipedia.org/wiki/Klugheit) [letzter Zugriff: 16.02.16].

⁵¹ Dies ist durch zwei Mausklicks erledigt: der Nutzer klickt auf die Anfrage und einer der Admins bestätigt die Anfrage seinerseits mit einem Klick, Variation entsteht hier lediglich durch die „Präsenz“ des Admins, sodass die Aufnahme dadurch bedingt kürzer oder länger dauern kann.

⁵² <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/facebook-zaehlt-in-deutschland-19-millionen-nutzer-taeglich-a-922474.html> [letzter Zugriff: 16.02.16]

vermutlich sogar mit einer deutlich größeren Öffentlichkeit zu tun haben als im Fall des Bergscout-Blogs, der durch seine regionale Beschränkung sicherlich nicht durch eine solch hohe Anzahl an Internetnutzern wahrgenommen wird. Zudem hat die Gruppe jeweils zum Ende der berücksichtigten Saisons (s.o.) im Mai 3271 (2012) bzw. 2910 (2013) Mitglieder, sodass von einer intimen Kommunikationssituation ohnehin nicht die Rede sein kann. Angesichts der Tatsache, dass es sich außerdem auch hier nicht um ein sensibles Thema handelt, habe ich darauf verzichtet, das Einverständnis der Gruppenmitglieder explizit einzuholen (hinzu kommt, dass nur ein Bruchteil der als Mitglieder deklarierten Nutzer auch tatsächlich aktiv in der Gruppe ist (vgl. § 7.1.24)). Um die Privatsphäre der Akteure zu schützen, werden in der Arbeit jedoch keine Profildaten sowie weitere Profilangaben verwendet, zudem werden alle Namen, egal ob vermeintliche Klarnamen oder Nicknames, anonymisiert. Informationen über den Wohnort bzw. ähnliche Angaben, die relevant für die Emergenz des Stils innerhalb der Gruppe sind, werden nur verwendet, wenn sie innerhalb der sprachlichen Beiträge interaktiv explizit gemacht werden.

6 Emergenz eines Textsortenstils: Bloggen als Bergscout

Wie oben bereits erwähnt (§ 5.1.1), liegt dieser Arbeit in Anlehnung an Gülich (1986) ein konversationsanalytisches Verständnis von Texten zugrunde:

„Gleichwohl ist meine Auffassung von ‚Text‘ konversationsanalytisch beeinflusst (sic!): ich verstehe den Text als komplexe sprachliche Handlung, die durch eine interaktive Leistung der Kommunikationspartner zustande kommt und zwar unabhängig davon, ob ein Sprecherwechsel stattfindet“ (ebd.:21).

Im Rahmen des Bergscout-Projekts werden die Teilnehmer dazu aufgefordert, von ihren Erlebnissen im Skigebiet zu berichten, indem sie den Blog auf der Homepage von „Das Höchste“ als Kommunikationsform verwenden. Damit erhalten die potentiellen Verfasser der Beiträge Hinweise auf deren thematische Ausrichtung. Zudem sind durch die Eingabemaske des Blogs einige strukturelle Merkmale, wie beispielsweise die Möglichkeit eine Überschrift zu veröffentlichen oder die Widmung an einen Challenger, vorgegeben. Die Funktion der Posts wird einhergehend mit der Beschreibung des gesamten Bergscout-Projekts schließlich ebenfalls offenbart. Es geht darum, aus dem Skigebiet zu berichten. Im Zentrum steht also zunächst die Informationsfunktion. Hinzu kommt jedoch, dass mit der Einführung des Challenger-Konzepts auch die Kreativität der Beiträge an Relevanz gewinnt, um dadurch aus der Masse herauszustechen. In letzter Konsequenz handelt es sich bei dem Projekt um

Werbung für das Skigebiet von „Das Höchste“, sodass zusätzlich die Appellfunktion an potenzielle neue Gäste eine Rolle spielt (vgl. § 6.1.1).

So weit zu den Vorgaben, die den Verfassern der Blogposts zur Verfügung stehen. Nichtsdestotrotz stehen sie vor der Herausforderung, die Aufforderung, von ihren Erlebnissen im Skigebiet zu berichten, kommunikativ auszugestalten. Die Analyse der Daten liefert Evidenzen dafür, dass in diesem Zusammenhang ein Kollektivstil entsteht, der den Handlungstyp innerhalb der Community in den Vordergrund rückt und somit textsortencharakterisierend ist: Eine neue Textsorte, das „Bloggen als Bergscout“, emergiert. „Textsorten sind Mittel (...) um bestimmte Kommunikationsprobleme zu lösen“ (Marx & Weidacher 2014:198) In diesem Fall stehen also die Teilnehmer des Bergscout-Projekts, und damit die fremd- und selbsternannten Bergscouts (Challenger + Rest), vor der Herausforderung, die Aufgabe, die an sie gestellt wird, zu lösen. „Textsorten sind [weiterhin] typisierte Antworten auf sich wiederholende kommunikative Anlässe bzw. Situationen“ (ebd.). Das bedeutet, dass Textsorten in ihrer Form konventionalisiert worden sind, „weil sie sich bei der Lösung eines Kommunikationsproblems als erfolgreich bewiesen haben und daher auch von anderen, die vor demselben Kommunikationsproblem standen, angewendet wurden“ (Marx & Weidacher 2014:198). Gülich (1986) weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass sie davon ausgeht, dass „Textsorten bzw. Textsortenkonzepte nicht „objektiv“ gegeben sind, sondern sich in der kommunikativen Interaktion konstituieren“ (Gülich 1986:19). In meinen Daten lässt sich genau das beobachten. Die Textsorte „Bloggen als Bergscout“ wird während der Kommunikationsaktivitäten innerhalb der Bergscout-Community konstituiert und ausgestaltet. Dies ist gerade vor dem Hintergrund sich verändernder sozialer Verhältnisse und damit einhergehender Kontexte textueller Kommunikation, insbesondere im Internet, kein außergewöhnliches Phänomen. Textsorten und Textsortenmerkmale unterliegen hier einem ständigen Wandel. Dabei orientieren sie sich beispielsweise an alten Textsorten mit ähnlichen Funktionen und den technischen Möglichkeiten, die das Internet mittlerweile bietet. Die typischen Merkmale neuer, emergierender Textsorten sind teilweise erst in einem Anfangsstadium und noch dabei, sich herauszubilden und konventionalisiert zu werden⁵³. (Marx & Weidacher 2014:200f)

Das Besondere im Kontext dieser Dissertation ist, dass dieser Prozess anhand der erhobenen Daten von Anfang an nachvollzogen werden kann. Die in diesem Kontext identifizierten stil-konstitutiven Merkmale werden im folgenden Kapitel präsentiert, bevor die

⁵³ Die Autoren nennen hier als Beispiel Entschuldigungs-E-mails im universitären Kontext (Marx & Weidacher 2014:207).

Ergebnisse vor dem Hintergrund einer Emergenz eines neuen Textsortenstils synthetisiert und diskutiert werden.

6.1. Stil-konstitutive Merkmale

Der zunächst intuitiv wahrgenommene emergente Stil des „Bloggen als Bergscout“ wurde durch qualitative (und ergänzende quantitative) Analysen dekomponiert, sodass die in den folgenden Abschnitten aufgeführten stil-konstituierenden Merkmale als grundlegende Stilmittel betrachtet werden können. Natürlicherweise überlagern sie sich teilweise bzw. greifen ineinander oder bedingen sich gegenseitig. Die als stilrelevant identifizierten Ebenen und Merkmale wurden also sämtlich dem Datenmaterial entnommen. Mehrheitlich handelt es sich dabei um Phänomene, die bereits in anderen Arbeiten und anderen Kontexten beschrieben wurden. Das innovative Potenzial meiner Analyse für die Bestimmung eines holistischen Stils und dessen Wirkung ergibt sich schließlich aus dem Zusammenspiel der vielfältigen Einzelergebnisse im Hinblick auf die Bildung eines holistischen Stils und dessen Wirkung. Aus diesem Grund erwies es sich nicht als sinnvoll einen traditionellen Forschungsbericht zu verfassen. Stattdessen erfolgt in den folgenden Unterkapiteln eine Einbindung der relevanten Forschungsliteratur in die Ergebnispräsentation. Dies hat den Vorteil, dass die identifizierten Phänomene direkt für die Verwendung innerhalb der Arbeit definiert und in einen theoretischen Kontext eingeordnet werden können, bevor Relevanz und Funktion im Rahmen der betrachteten Online-Community anhand von konkreten Korpusbeispielen aufgezeigt werden. Diese Art der Darstellung der Ergebnisse spiegelt zudem die methodologische Orientierung der Arbeit wieder: Sie beruht zu einem großen Teil auf einem ethnografischen Vorgehen, was insbesondere daran deutlich wird, dass viele der aufgeführten Phänomene nur mit dem entsprechenden ethnografischen Hintergrundwissen überhaupt erst als stil-konstituierend identifiziert werden können. Dies lässt sich zum Beispiel anhand des folgenden Posts aus dem Korpus II illustrieren, aus dem auch das Zitat im Titel der vorliegenden Arbeit stammt:

Beispiel 30⁵⁴: Jargonal verwendetes Toponym II (Korpus II)

Schnee, Schnee, Schnee

Nach deiner Empfehlung habe ich heute "Das Höchste" mal "am Horn gepackt". Der Powder war heute echt mega. Gegen Ende dann sogar noch mit blauem Himmel und ein wenig Sonnenschein. Bisher bester Tag am Berg in dieser Saison! :) Und das Schnitzel war auch noch super.

⁵⁴ Das Beispiel wird später im Kontext jargonal verwendeter Toponyme thematisiert (§ 6.1.6).

Hier wird deutlich, dass einige stil-konstituierende Phänome, wie beispielsweise der Gebrauch von Jargon („*Powder*“) relativ leicht erkannt werden können. Auch, dass es sich bei der Aussage „*Das Höchste‘ mal ,am Horn gepackt*“ um eine Örtlichkeitsangabe handelt, die zudem metaphorisch verwendet wird, erschließt sich dem Rezipienten. Welche emotionalen Bedeutungsnuancen für Einheimische und Insider sich allerdings hinter dieser Formulierung verbergen, v.a. die fast schon liebevolle Abkürzung „*Horn*“ für das Walmendinger Horn, kann nur mit dem entsprechenden ethnografischen Wissen herausgearbeitet werden (vgl. § 6.1.6). Diese Art der Vorgehensweise, und entsprechend die Darstellung der Ergebnisse, stellt einen Fortschritt gegenüber älteren Arbeiten zu Stil dar, die grundsätzlich von vorher festgelegten Untersuchungskategorien ausgehen (z.B. Luckhardt 2009).

6.1.1 Funktion

„Texte haben (...) eine Funktion, die sie in der gegebenen Kommunikationssituation erfüllen“ (Marx & Weidacher 2014:180). Im Falle des Bergscout-Projekts wird die Funktion der Beiträge bereits in der Aufforderung zum Bloggen (s.u) explizit versprochen. Daraus folgt, dass die Hauptfunktion der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ bereits feststeht, bevor diese kommunikativ ausgestaltet wird. Neben der Hauptfunktion eines Textes können einzelne Abschnitte oder Teile auch eine andere Funktion haben, die allerdings zumeist die Funktion des Gesamttextes unterstützt (ebd.:182). In der Aufforderung zum Bloggen wird deutlich, dass in den Blogbeiträgen aus dem Skigebiet des Bergbahnverbundes „Das Höchste“ berichtet werden soll:

„Alleine war gestern – gemeinsam ist heute! Werdet selbst als Bergscout tätig und erzählt hier im Blog von Euren schönsten Erlebnissen in den Das Höchste Gebieten Fellhorn/Kanzelwand, Nebelhorn, Walmendingerhorn und Ifen. Egal ob Geheimtipp, Lieblingsabfahrt oder Foto vom leckeren Apfelstrudel auf der Hütte – erzählt der Das Höchste Community davon! Blogeinträge schreiben könnt ihr von (fast) überall: Von zu Hause aus, mobil am Smartphone oder an einem der Bergscout-Terminals.“ (<http://www.das-hoehste.de/bergscout>) [Stand 14.03.12].

Es geht also zunächst darum, vom Skitag zu erzählen und zu berichten. Als Hauptfunktion kann demnach die Informationsfunktion identifiziert werden. Laut Brinker (2010) ist die Informationsfunktion grundlegend für Nachrichten, Berichte und Beschreibungen (ebd.:99). Die informative Textfunktion kann jedoch nicht nur durch eine sachbetonte, sondern auch durch eine meinungsbetonte sprachliche Darstellung realisiert werden. Die „evaluative Einstellung“ (ebd.) des Emittenten kann also auch in informativen Textsorten offenbart werden. Dabei erhält der Rezipient Hinweise auf die Bewertung eines Sachverhalts durch den Emittenten, jedoch ohne, dass die Absicht der Beeinflussung dahintersteckt. Letzteres ist

charakteristisch für Textsorten wie Gutachten, Rezensionen, Leserbriefe etc. Im Rahmen des Bergscout-Blogs lassen sich genau diese evaluativen Einstellungen nachvollziehen (Beispiel 4). Dies verwundert angesichts der Aufforderung zum Berichten aus subjektiver Perspektive nicht.

Im Beispiel berichtet die Verfasserin Gaby zunächst von den Bedingungen die am Skiberg Ifen im Kleinwalsertal herrschen. Sie gibt dabei Informationen über den Zustand des Schnees abseits der Pisten und die geringe Wartezeit an den Liften, die sie als überaus positiv bewertet. Des Weiteren wird deutlich, dass sie sich nicht nur am „Ifen“, sondern auch am nicht weit entfernten „Walmendinger Horn“ aufgehalten hat. Beide Skiberge sind nur durch eine Route abseits gesicherter Pisten verbunden und können ansonsten nur per Pendelbus erreicht werden. Ihre Erfahrungen durch den Besuch beider Skiberge bewertet die Verfasserin des Posts ebenfalls als positiv und fügt in diesem Zusammenhang noch eine weitere evaluative Information an, nämlich dass für ein Skivergnügen an Ifen und Walmendingerhorn der Pendelbus „reicht“. Hier verweist sie auf Wissen, das nur Insidern der Destination Kleinwalsertal zur Verfügung steht. Es gab Pläne darüber, die beiden Skiberge mithilfe einer Pendelbahn, d.h. einer freischwebenden Gondel zu verbinden, die kontrovers diskutiert wurden. Naturschützer und viele Einheimische sprachen sich gegen das Projekt aus, sodass es 2012 letztlich in einer Bürgerabstimmung abgewehrt wurde⁵⁵.

Beispiel 4: Informationsfunktion und evaluative Einstellung I (Korpus II)

[Ifen](#)

Heute top Bedingungen am Ifen. Noch einiges an unverspurten Hängen, kaum Wartezeit. In Verbindung mit dem Walmendinger Horn ein sehr gelungener Tag...Pendelbus reicht dafür übrigens :o)



P800 16.2.13 von Gaby für [Steffi Hadraschek](#)

⁵⁵ <http://www.lbv.de/unsere-arbeit/alpen/keine-pendelbahn-am-ifen.html> [letzter Zugriff: 16.02.16]

Derartige evaluative Einstellungen müssen innerhalb der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ aber nicht positiv sein. Negative Bewertungen finden sich ebenso, wenngleich sie aber quantitativ eine deutlich geringere Rolle spielen. Im ausgesuchten Beispiel wird hier, neben Lob für Wetter, Pisten und Skiverleih, Kritik an der Besetzung und Arbeitsweise der Kassen am Skiberg Söllereck geübt.

Beispiel 5: Informationsfunktion und evaluative Einstellung II (Korpus II)

[Der Flaschenhals am Söllereck](#)

Heute war ich meine Skiskills am Söllereck aufbessern. Das Wetter war 1 a, die Pisten Super und der Skiverleih sehr freundlich und kompetent.

Nach dem Ski ausleihen konnte ich es kaum erwarten das erste mal mit einer Gondel am Söllereck zu fahren. Leider wurde ich an einer von zwei geöffneten Kassen, obwohl nur zwei Leute vor mir waren ca. 15 Minuten aufgehalten. Dazu muss man sagen das ich mittags eine Halbtageskarte erwerben wollte und nicht zur Rushhour angestanden bin.

In der Gondel wurde ich dann von einem anderen Skifahrer informiert das es auch morgens Ewigkeiten gedauert hat um an eine Karte zu kommen.

Das Kassenpersonal hat wegen 7 Karten meines Vormannes erst noch den Taschenrechner rausgesucht- eine Warteschlange ohne großen Grund ist schade und spricht nicht für das Skigebiet das doch eigentlich Familien, in denen meistens eine Person mehrere Karten kauft gewohnt sein sollten.

Trotz alle dem werde ich wieder ans Söllereck kommen, denn zum Skifahren lernen eignet sich das Skigebiet perfekt!!!



P817 17.2.13 von Anna Fissenewert für [Joscha Maier](#)

Im Kontext des Bergscout-Projekts und insbesondere der Challenge besteht zudem der Anreiz mit den informierenden Beiträgen aus der Masse herauszustechen und diese möglichst kreativ zu gestalten. Dies erklärt verschiedene stil-konstituierende Merkmale auf der Ebene der sprachlichen Darstellung, die unten detailliert thematisiert werden. Zudem enthalten Beiträge der Bergscout-Community Teile mit kontaktspezifischer Funktion. Laut Brinker (2010) geht es bei der Kontaktfunktion „insbesondere um die Herstellung und Erhaltung des persönlichen Kontakts“ (ebd.:110). Explizit wird dies in den Beiträgen der Bergscouts z.B. durch Dank, Gratulation und Glückwünsche signalisiert. Ein Beispiel ist im Folgenden exemplarisch

dargestellt. Der Verfasser des Beitrags, Selli, dankt dem Bergscout Thomas, den er offensichtlich beim Skifahren auf dem Nebelhorn getroffen hat. Ihm widmet er auch seinen Beitrag.

Beispiel 6: Kontaktfunktion: Dank (Korpus II)

[400 Gipfel](#)

So raubt man einem also den Atem. Drei Gondelfahrten brauchte es zur Bergstation Nebelhorn. Sensationell dieser 400 Gipfel Panoramablick . Danke Thomas und seiner netten Begleitung für die feine Zeit am Gipfel. Schicke euch bald auch die Fanfotos.



P1093 7.3.13 von Selli für [Thomas Schöb](#)

Neben typischen Textsorten wie Kondolenz- oder Gratulationskarten sind auch Ansichtskarten und Liebesbriefe primär kontaktspezifisch geprägt (Brinker 2010:111). Wie im weiteren Verlauf der Arbeit noch deutlich werden wird, orientiert sich die emergierende Textsorte „Bloggen als Bergscout“ an verschiedenen bereits bestehenden Textsorten. Die Ansichtskarte ist nur eine davon (§ 7.2).

Wie oben bereits erwähnt wurde, handelt es sich bei dem Bergscout-Projekt in letzter Konsequenz um Werbung für das Skigebiet des Bergbahnverbundes „Das Höchste“ und damit einhergehend auch für die gesamte Destination Oberstdorf/Kleinwalsertal. Werbeanzeigen sind nach Brinker (ebd.) wie auch Kommentare, Gebrauchsanweisungen, Rezepte etc. Textsorten mit appellativer Grundfunktion (ebd.:102). Das bedeutet, dass die Meinung oder das Verhalten des Rezipienten beeinflusst werden soll (ebd.:101). Neben der Informations- und der Kontaktfunktion kann schließlich auch eine Appellfunktion in den Beiträgen des Bergscout-Blogs identifiziert werden. Wie in den folgenden Beispielen deutlich wird, geschieht dies einhergehend mit den häufigsten grammatischen Indikatoren nach Brinker eher

implizit denn explizit (Brinker 2010:102). Der Autor nennt in diesem Zusammenhang Imperativsätze, Infinitivkonstruktionen, Interrogativsätze sowie Satzmuster, die Verpflichtung ausdrücken, wie beispielsweise mit „sollen“ oder „müssen“ (ebd.:102.) In den von mir untersuchten Daten lassen sich in diesem Zusammenhang Imperativsätze und Interrogativsätze im weiteren Sinne finden, sodass eben diese die Appellfunktion in der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ offenbaren. Im ersten Beispiel handelt es sich um die Aufforderung an die Community, die aktuellen Schneebedingungen, insbesondere auf der Zweiländerpiste an der Kanzelwand, zu nutzen: „*Also haut ordentlich rein bei super Neuschneebedingungen diese Woche :-)*“. Der Bergscout wirbt hier also für das Skigebiet Kanzelwand/Fellhorn und fordert die Rezipienten auf, ebenfalls dorthin zu fahren.

Beispiel 7: Appellfunktion: Imperativsatz (Korpus II)

Eine der schönsten Pisten!

An alle Freunde der geilen Pisten! Die Zweiländerpiste ist der absolute Hammer. Immer bestens präpariert und super geil zu fahren und mit einem grandiosen Ausblick. Also haut ordentlich rein bei super Neuschneebedingungen diese Woche :-)



P290 16.1.13 von Niko Evers für [Niko Evers](#)

Stellvertretend für Interrogativsätze mit Appellfunktion innerhalb der Bergscout-Community habe ich das nächste Beispiel ausgewählt. Der Bergscout Niko Evers leitet seinen Post mit der Frage an die Rezipienten ein, ob sie schon wüssten, dass man am Nebelhorn auf einer Seehöhe von 1932m brunchen kann. Diese Frage kann als rhetorisch identifiziert werden. Der Verfasser des Posts möchte die Leser damit indirekt dazu bringen, die Möglichkeit des Brunchens hoch oben auf einem Berg des Bergbahnverbundes „Das Höchste“ als positiv zu bewerten und evtl. selbst einmal auszuprobieren. Dafür sprechen auch seine weiteren detaillierten Ausführungen zu Zeit, Ort und Anmeldung und der persönliche Nachtrag, dass auch er selbst die Möglichkeit noch in dieser Saison wahrnehmen wird. Laut Brinker (2010)

dienen Interrogativsätze in Texten mit appellativer Grundfunktion gemeinhin dazu, dass der Emittent den Rezipienten zur sprachlichen Mitteilung einer Information auffordert, wobei man dies vor allem in Textsorten wie Fragebögen und Lehrbüchern vorfindet (Brinker 2010:104). Es lässt sich beobachten, dass Interrogativsätze in Texten, die von Teilnehmern des Bergscout-Projekts verfasst wurden, eher als Empfehlungen bzw. Aufforderungen ausgestaltet werden. Hier wird also wiederum die evaluative Einstellung der Emittenten deutlich, die wie oben bereits für die Informationsfunktion beschrieben, der Meinungskundgabe dient. Im Kontext appellativer Texte wie im Bergscout-Blog kommt dann aber noch hinzu, „dass der Rezipient seine Sichtweise, seine (positive oder negative) Bewertung des Sachverhalts übernimmt“ (ebd.:105).

Beispiel 8: Appellfunktion: Rhetorische Fragen (Korpus II)

[400-Gipfel-Brunch](#)

Wusstet Ihr, dass am an Nebelhorn auf 1932 m auch brunchen kann? Jeden ersten Sonntag gibt es an der Station Höfatsblick am Nebelhorn den exklusiven und reichhaltigen 400-Gipfel-Brunch von 10-14 Uhr. Infos, Termine und Anmeldung unter:
www.das-hoehchste.de/winter/erlebnis/brunch

Werde ich diesen Winter auch noch machen ;-)



P304 16.1.13 von Niko Evers für [Niko Evers](#)

Insgesamt betrachtet können die Funktionen der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ also als Information, Kontakt und Appell beschrieben werden, wobei die Informationsfunktion die Hauptfunktion ist, während die beiden anderen Funktionen zur Gesamtfunktion beitragen und insbesondere die evaluative Einstellung zu den Inhalten hervorgehoben wird.

6.1.2 Thematische Entfaltung

Aus alltagssprachlicher Perspektive versteht man unter einem Thema das, worum es in einem Gespräch oder einem Text geht. Vielfach wird darunter auch gefasst, was im Text zusammenfassend über den Gegenstand, respektive das Thema, ausgesagt wird (Brinker 2010:49). Generell geht es in den Beiträgen im Bergscout-Blog demnach um die

verschiedenen Skigebiete, Lifte, Pisten, Hütten, sowie Wetter- und Schneesituation etc. Diese Themenzentrierung auf alles, was mit dem Bergbahnverbund „Das Höchste“ zu tun hat, wurde also bereits von Anfang an, insbesondere in der Aufforderung zum Bloggen, von außen von den Verantwortlichen vorgegeben⁵⁶. Des Weiteren lässt sich beobachten, dass die Verfasser der Beiträge von sehr persönlichen Umständen und Erlebnissen berichten. Zwei Beispiele seien im Folgenden zur Illustration angeführt. In Beispiel 9 berichtet Zeljko Lovric in seinem Beitrag, den er sowohl dem Bergscout Stefan Kohrs widmet als auch an diesen adressiert, über seinen Skitag am Söllereck. Die Wetterbedingungen waren jedoch schwierig, sodass die Familie den Skitag mit Rücksicht auf den kleinen Sohn abgebrochen hat. Der Verfasser nennt dabei viele Details, die seinen Bericht sehr subjektiv und persönlich wirken lassen, z.B. das Alter des Sohnes, die Skischule etc.

Beispiel 9: Bericht von persönlichen Erlebnissen I (Korpus II)

Schnee und Regen am Söllereck

Lieber Stefan auch hier am Söllereck hatten wir Neuschnee wie das Foto beweist, leider nur oben an der Bergstation, unten im Tal regnete es so vor sich hin, zwar immer wieder mit einem Schneegemisch, doch dieses Wetter war dann für meinen 4-Jährigen Sohnemann, der in der Neuen Skischule an der Talstation zum Nachwuchstalent ausgebildet wird, zuviel des guten. Da der Schnee mittlerweile ziemlich aufgeweicht, schwer und sulzig wurde gingen dem Knirps die Kräfte aus und so beschlossen wir den Tag abzubrechen und die Heimreise anzutreten. Aber wir kommen wieder sobald sich wieder eine schöne weiße Schneepacht über das Tal gelegt hat, denn so ins Tal zu blicken und nur grüne Wiesen zu sehen trübt doch ein wenig den Spass, denn das Auge fährt ja mit :-)



P576 2.2.13 von Zeljko Lovric für [Stefan Kohrs](#)

⁵⁶ Aus Gesprächen mit der Verantwortlichen für Social Media des Bergbahnverbundes „Das Höchste“ habe ich zudem erfahren, dass Beiträge, in denen es offensichtlich nicht um relevante Themen ging, entfernt wurden. Dabei handelte es sich beispielsweise um Berichte mit Fotos aus anderen Skigebieten.

Ähnliches lässt sich auch im zweiten Beispiel beobachten. Der Verfasser, Uli Habel, der selbst einer der Bergscouts der Challenge ist, berichtet von seinem Skitag am Söllereck und gibt dabei viele detaillierte und persönliche Informationen preis. So erfährt der Leser, dass er in der laufenden Saison bislang noch nicht am besagten Berg Ski gefahren ist, dass er dabei die Bekanntschaft dreier Gäste gemacht hat und dass er auf der letzten Abfahrt des Tages einen Sturz hatte und was dabei an seiner Ausrüstung beschädigt wurde.

Beispiel 10: Bericht von persönlichen Erlebnissen II (Korpus II)

Das Material wurde meinen Anforderungen nicht Gerech!

Heute gings mal ans Söllereck, da ich da diesen Winter noch nicht war.
Das Wetter war wie angekündigt hervorragend und die Piste war aufgrund der kalten Temperaturen der letzten Tage schön griffig - perfekt zum carven!

Gegen Mittag machte ich dann Pause, und lernte dabei Janik, seinen Freund und dessen Mutter kennen, die hier im schönen Allgäu ein paar Tage Urlaub machen.

Ich begleitete die 3 noch ein paar Abfahrten lang, und gab Janik noch etwas Snowboardnachhilfe, bevor es mich auf der letzten Abfahrt (es ist immer die Letzte) dermaßen zerlegte, dass prompt das Gelenk vom Schalenschuh gebrochen ist.

Mir war bis dahin nicht bewusst, das sowas überhaupt möglich ist.

Und die Moral von der Geschichte: Halbe Eier rollen nicht!
(und der Uli bekommt alles kaputt!)



P401 23.1.11 von Uli Habel für [Uli Habel](#)

Anhand der Beispiele wird also deutlich, dass sich die Beiträge des Bergscout-Projekts thematisch auf Ereignisse und Gegebenheiten innerhalb des Bergbahnverbundes „Das

Höchste“ konzentrieren. Damit einhergehend werden aber auch sehr persönliche Umstände und Ereignisse, die die Erlebnisse im Skigebiet prägen, thematisiert.

Brinker (2010) definiert ausgehend vom alltagssprachlichen Begriff das Thema als „Kern des Textinhalts, wobei der Terminus „**Textinhalt**“ den auf einen oder mehrere Gegenstände (...) bezogenen Gedankengang eines Textes bezeichnet“ (Hervorhebung im Original) (ebd.:49). Dabei kann es sein, dass das Textthema in einem Textsegment, wie z.B. der Überschrift oder einem bestimmten Satz, realisiert wird, oder dass der Rezipient es aus dem Textinhalt abstrahieren muss (ebd.:50). Die Entwicklung (bei ebd.:54 „Entfaltung“) des Themas innerhalb eines Textes wird wesentlich von kommunikativen und situativen Faktoren beeinflusst. Dazu gehören im vorliegenden Bergscout-Blog insbesondere die Funktion (s.o.) sowie die Konzeption (im Sinne Koch & Oesterreichers § 2.1.2) der Beiträge. Daraus folgt grundsätzlich, dass die „Textfunktion – zusammen mit gewissen situativen und medialen Gegebenheiten – die Textstruktur (...) bestimmt“ (ebd.:119). Im Hinblick auf die thematische Entfaltung der Blogbeiträge in meinen Daten lässt sich feststellen, dass dort einige Grundformen, die subjektiv⁵⁷ geprägt sind, kombiniert werden. Dies ergibt sich aus den oben beschriebenen assoziierten Funktionen, die die Beiträge erfüllen. So lässt sich die Themenentfaltung innerhalb der analysierten Daten als grundsätzlich narrativ beschreiben. Es handelt sich also um Schilderungen von Zuständen und Ereignissen aus spezifischer und persönlicher Perspektive. Brinker (ebd.) nutzt in diesem Zusammenhang ein modifiziertes Modell des Erzählens zur Darstellung der Grundstruktur einer narrativen Themenentfaltung (Abb. 11).

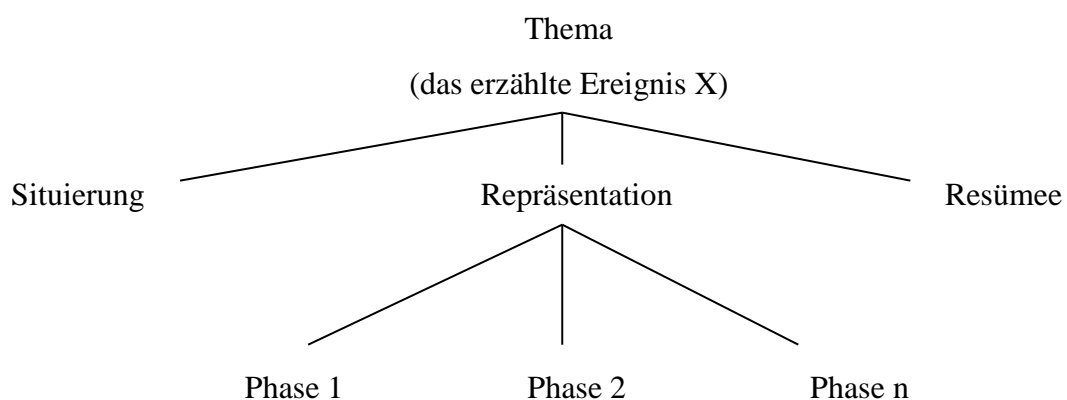


Abb. 11: Vereinfachte Darstellung der Grundstruktur der narrativen Themenentfaltung nach Brinker (2010:62)

⁵⁷ Im Gegensatz zur neutralen deskriptiven Themenentfaltung (Brinker 2010:56ff).

Unter Situierung versteht der Autor dabei die konkrete sprachliche Einführung des Themas. Diese kann kontinuierlich oder diskontinuierlich verlaufen oder sogar ganz fehlen. Die Repräsentation ist dann der Mittelpunkt der Erzählung und kann aus einer oder mehreren Phasen bestehen. Abgesehen von den Handlungssequenzen können hier auch situierende sowie evaluierende Elemente auftreten. Das Resümee ist eine zusammenfassende Einschätzung. (Brinker 2010:62). Diese Grundstruktur kann in fast allen der Beiträge im Bergscout-Projekt identifiziert werden. Stellvertretend habe ich das folgende Beispiel ausgewählt. Im Segment 0, das hier als Überschrift realisiert wird, wird der folgende Text knapp zusammengefasst, es gibt also bereits einen minimalen Ausblick auf das folgende Geschehen. Im Segment 1 wird dann das Thema situiert. Der Erzähler und seine Begleiter sind auf dem Weg zum Skifahren im Fellhorngebiet. Dabei regnet es stark. In den folgenden Segmenten erfolgt dann die prozessual-aktionale Repräsentation des Themas in mehreren Phasen. In den Segmenten 2 bis 4 geht es um das schlechte Wetter im Tal und die Aussicht auf Schnee statt Regen auf dem Berg. Die Segmente 5 bis 7 thematisieren zunächst die schwierigen Bedingungen zum Skifahren am Berg, bevor die Möglichkeiten, die man dennoch hat, um sich zu erholen, aufgezeigt werden. Im Segment 8 wird die Erzählung abgerundet, die Ereignisdarstellung des Skifahrens am Fellhorn wird durch die Aussage, dass die Beteiligten den Skitag ausnahmsweise noch vor Liftschluss beendeten, abgeschlossen. Im Resümee im Segment 9 verweist der Erzähler auf den aktuellen Wetterbericht und daraus resultierende Konsequenzen für die kommenden Tage. Dadurch nimmt der Erzähler, also in diesem Fall der Bergscout Stefan Schreier, eine Einschätzung vom Erzählzeitpunkt aus vor und tritt aus der vergangenen Welt der erzählten Geschichte heraus.

Beispiel 11: Narrative Themenentfaltung (Korpus II)

(0) viel Neuschnee

(1) Bei viel Regen sind wir heute an das Fellhorn gefahren. (2) Doch wir dachten kein einziges Mal daran wieder umzudrehen. (3) Am Parkplatz angekommen regnete es leider immer noch, doch es war schon zu erkennen dass es oben auf dem Berg schneit. (4) Also packten wir unsere Sachen und stiegen mit Vorfreude auf viel Neuschnee in die Gondel.

(5) Oben hat es dann auch glücklicherweise geschneit. (6) Die Sicht war durch den Schneefall und viel Wind zwar nicht so schön, doch dass hielt uns nicht davon ab eine Spur nach der anderen durch den Neuschnee zu ziehen.

(7) In dem Skigebiet Fellhorn lässt es sich jedoch auch sehr gut bei Schneefall aushalten, denn man kann sich zum Beispiel in der Gondel wieder aufwärmen und fast alle Sessellifte lassen sich mit einer Haube verschließen, so dass es drinnen angenehm warm wird.

(8) Nach unzähligen Abfahrten, die durch den vielen Neuschnee sehr kräftezehrend waren, beendeten wir den Skitag heute ausnahmsweise einmal vor Liftschluss. (9) Laut Wetterbericht soll es die ganze Woche weiter schneien und dann werden wir an Fasching den vielen Neuschnee hoffentlich bei Sonnenschein genießen.

Abgesehen von der grundsätzlich vorherrschenden narrativen Themenentfaltung, lassen sich innerhalb der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ jedoch auch Sequenzen explikativer und argumentativer Themenentfaltung identifizieren. Die explikative Themenentfaltung wird auch als phänomenidentifizierend und phänomenverbindend beschrieben. Das bedeutet, dass Sachverhalte, d.h. Zustände und Ereignisse, als im weitesten Sinne kausal aufeinander bezogen kodiert werden. (Brinker 2010:65ff) Im ausgewählten Beispiel (Beispiel 12) lässt sich die grundlegende narrative Themenentfaltung noch erkennen. Das Thema wird situiert (perfekter Tag an Fellhorn/Kanzelwand) und anschließend erfolgt die Repräsentation durch eine detaillierte Beschreibung. Im Resümee fasst der Erzähler schließlich das Erlebte aus übergeordneter Perspektive zusammen. Die Repräsentation und das zuvor situierte Thema stehen jedoch in einem kausalen Zusammenhang. Zwar wird dieser hier nicht typischerweise durch eine Konjunktion hergestellt, sondern die verbindende Interpretation wird dem Leser durch die Verwendung der iterierten Punkte dargelegt, dennoch ist die detaillierte Beschreibung der Pisten- und Schneebedingungen als Erklärung für einen „*perfekten Snowboardtag*“ zu verstehen.

Beispiel 12: Explikative Themenentfaltung (Korpus II)

Besser geht's nicht!

Sowie es am Samstag am Fellhorn/Kanzelwand war stellt man sich einen perfekten Snowboardtag vor... Die Pistenverhältnisse waren sehr gut, der Powder war auch nicht von schlechten Eltern, das Wetter war ein Traum und zu guter letzte waren keine Schlangen and den Liften. Es war einfach nur der Wahnsinn und das noch mit einer außerordentlich netten Skifahrerin teilen zu können war das i Tüpfelchen eines wundervollen Tag in Das Höchste...!!!

Bis Samstag





P288 16.1.13 von Michael für [Anja Späth](#)

Da die argumentative Themenentfaltung vor allem für appellative Texte kennzeichnend ist, verwundert es nicht, dass auch in den Beiträgen des Bergscout-Blogs argumentative Sequenzen zu identifizieren sind, denn die Appellfunktion wurde oben ebenfalls als Funktion der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ beschrieben. In argumentativen Themen-Entfaltungen erscheinen inhaltliche Zusammenhänge als logische oder pragmatische Schlussfolgerungen aus Behauptungen und Begründungen. Meist geht es dem Emittenten darum, „den Rezipienten durch Angabe von Gründen von seiner Sichtweise, seiner Wertung eines Sachverhalts zu überzeugen und ihn ggf. zu einem entsprechenden Handeln zu veranlassen“ (Brinker 2010:76), sodass derartige Beiträge auch instruktiv geprägt sein können. Im folgenden Beispiel ist wiederum das narrative Grundgerüst des Beitrags erkennbar. Das situierte Thema ist Unentschlossenheit über die Pistenwahl an einer bestimmten Stelle im Skigebiet Fellhorn und wird in diesem Beitrag als Frage an die Community realisiert. Die Repräsentation des Themas stellt die vom Bergscout selbst gegebene Antwort dar. Schließlich folgt das Resümee, das als Handlungsempfehlung ausgestaltet wird. Hier erkennt man also, dass der inhaltliche Zusammenhang zwischen dem Thema und der Repräsentation argumentativ aufgebaut wird. Niko Evers beschreibt eine Situation, legt seine Sichtweise dar und begründet diese, um daraus eine Aufforderung abzuleiten.

Beispiel 13: Argumentative Themenentfaltung (Korpus II)

[Qual der Wahl](#)

Ihr steht vor diesem Schild und wisst nicht wohin ihr fahren sollt? Ganz runter ins Tal oder ab der Mittelstation wieder rauf aufs Fellhorn?

Besonders morgens ist die komplette Talabfahrt einfach geil. Da viele schon ab der Mittelstation wieder rauffahren, habt ihr eine noch fast nicht befahrene und super griffige Piste. Also nächstes Mal am Schild links ;-)



P492 29.1.13 von Niko Evers für [Niko Evers](#)

6.1.3 Aufbau/Layout

Das Layout der Blogbeiträge im Bergscout-Projekt ist vorgegeben und wird nach der Eingabe des Textes automatisch erzeugt. Ein Screenshot wurde bereits in Kapitel 5.2.2 präsentiert. Auch der strukturelle Aufbau der Beiträge ist teilweise vorgegeben bzw. bietet einige voreingestellte Möglichkeiten. Im Zuge der beiden Saisons hat sich ein typischer Aufbau eines Posts der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ herauskristallisiert. Dieser korreliert mit der Grundstruktur der narrativen Themenentfaltung (s.o.). Zunächst gehört dazu eine Überschrift, die Inhalte des folgenden Beitrags zusammenfasst oder neugierig darauf macht. Die Möglichkeit eine Überschrift zu wählen, ist optional, dennoch enthalten fast alle Posts eine Überschrift. Ebenfalls optional ist die Einleitung des Beitrages durch eine Anrede bzw. Adressierung (vgl. auch § 6.1.13). Beiträge ohne Adressierung beginnen direkt mit dem Hauptteil, der innerhalb der Textsorte obligatorisch ist. Häufig folgt auf den Hauptteil eine Zusammenfassung, ein Fazit oder eine explizit formulierte Moral. Des Weiteren schließen die Beiträge optional auch mit einer Grußformel ab. Der Bergscout-Blog bietet die Möglichkeit, dem veröffentlichten Text Fotos beizufügen. Auch wenn es sich hierbei wiederum um eine Option handelt, ist dieser Aspekt ein wichtiges Merkmal der Textsorte „Bloggen als Bergscout“. Obligatorisch ist unter den Posts das Datum der Veröffentlichung. Dies wird durch die Eingabemaske generiert. Ob hingegen der Name des Verfassers mit veröffentlicht wird, ist optional und kann von den Teilnehmern entschieden werden. Schließlich können die Blogbeiträge in der zweiten untersuchten Saison, der Bergscout-Challenge, einem der festen Bergscouts gewidmet werden (vgl. § 5.2.2). Diese Widmung ist optional, es wird jedoch in fast allen Beiträgen davon Gebrauch gemacht. In den folgenden zwei Beispielen wird die Bandbreite an Realisierungsmöglichkeiten im Hinblick auf den Aufbau der Blogbeiträge deutlich. Beispiel 14 zeigt einen Post, in dem fast alle beschriebenen Merkmale vorhanden sind. Es fehlt lediglich eine Adressierung. In Beispiel 15 hingegen wird ein sehr minimalistisch ausgestalteter Beitrag dargestellt. Zusätzlich zu den obligatorischen Charakteristika enthält er eine Überschrift, sowie den Namen des Verfassers und die Widmung.

Die Analyse der Daten liefert demnach Evidenzen dafür, dass es ein Kontinuum der Realisationen von Beiträgen gibt, die bislang auch alle innerhalb der Community akzeptiert werden. Dies spricht auch keineswegs gegen die These, dass es sich bei den Beiträgen des Bergscout-Projekts um eine emergierende Textsorte handelt, denn „Textsorten sind prototypische Kategorien, weshalb es auch „bessere“ und „schlechtere“ Exemplare einer Kategorie gibt“ (Marx & Weidacher 2014:182). Ausführlichere und die Optionen

ausschöpfende Beiträge scheinen jedoch in der Mehrheit zu sein, sodass hier vermutet werden kann, dass sich eben diese zum prototypischen Vertreter der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ entwickeln.

Beispiel 14: Aufbau/Layout der Blogposts I (Korpus II)

[Erlebnistag am Fellhorn](#)

Am heutigen Tag kamen wir bei klirrenden -14°C am Fellhorn an. Vom Parkplatz aus hat man schon gesehen, dass oben am Berg schon die Sonne scheint, während der Parkplatz noch im Schatten der Berge lag. Das hieß, schnell umziehen und rauf auf den Berg!

Bei schönster Fernsicht und glasklarer Luft gab es heute ein traumhaftes Panorama. Auch die Pistenverhältnisse waren durch die kalten Temperaturen optimal und keines Falls eisig. Als erstes fuhren wir rüber zur Kanzelwand und nach Riezlern ab. Gegen Mittag kehrten wir zum Fellhorn zurück und aßen im Almdudler Fellhornpark leckere Würste und Steaks vom Grill. Anschließend ging zurück auf die Piste wobei am Nachmittag das Skifahren weniger wichtig war. Denn heute fand im Fellhornpark ein Tourstopp der „Wir Schanzen Tournee“ statt. Dort gab es waghalsige Sprünge von Skifahrern und Snowboardern zu bestaunen. Für den Contest wurden die großen Kicker direkt unter der Fellhornbahn 2 genutzt, dadurch hatte man aus der Gondel einen besonders guten Blick auf die tollen Sprünge. Anschließend fand noch eine „Best Trick Session“ in der Parkbase statt, wo unzählige Tricks auf Rails und Boxen für Staunen bei den Zuschauern sorgten. Dadurch verging der Nachmittag wie im Flug. Insgesamt war es ein toller Skitag den wir hoffentlich bald wieder erleben werden!!!



P440 26.1.13 von Stefan Schreier für [Stefan Schreier](#)

Beispiel 15: Aufbau/Layout der Blogposts II (Korpus II)

[Neuschnee](#)

Endlich ist der Winter zurück und es hat wieder geschneit. Freue mich schon auf die WirSchanzenTournee am Fellhorn :-D

P242 12.1.13 von Manuel für [Stefan Schreier](#)

6.1.4 Orthografie und Syntax: Intendierte und tolerierte Variation

Die schriftsprachlichen Gestaltungsmöglichkeiten des Web 2.0 wurden oben bereits thematisiert (§ 2.1). Weblogs werden tendenziell mit einem höheren Planungsaufwand und einer damit einhergehenden Orientierung an orthografischen Normen assoziiert (vgl. z. B. Schlobinski & Siever 2005c). Tophinke (2008) stellt jedoch fest, dass dort ein „Schreiben mit deutlich sozial-kommunikativer Intention“ (Tophinke 2008:158) vorherrscht, was vor allem daran liegt, dass Blogs als „strukturierte Plattformen in ihrer Nutzung zunächst offen und als ‚Schreibräume‘ unbestimmt [sind]“ (ebd.:157). Erst durch die spezifische Nutzung und Ausgestaltung durch die Verfasser der Beiträge werden sie zum „sinnstiftenden Kontext“ (ebd.). In diesem Zusammenhang wird Schreiben als eine „spielerische, explorierende Aktivität“ (ebd.:158) ausgestaltet. Das bedeutet, „dass Schreiben [in Blogs] nicht durch Schriftnormen oder orthographische Normen eingeengt werden soll, wo diese als hinderlich oder nicht sinnvoll begriffen werden“ (ebd.). Dennoch gibt es laut Tophinke (ebd.) Evidenzen dafür, dass normabweichende Realisierungen in Blogs sowohl intendiert als auch toleriert sein können, nichtsdestotrotz bleibt die orthografische Norm Bezugs- und Orientierungsgröße⁵⁸ (ebd.:159).

Dies lässt sich auch in den Blogbeiträgen der Bergscouts beobachten. Generell ist die standardsprachliche Norm Orientierungsgröße, dennoch lässt sich eine variierende Komplexität im Hinblick auf die Syntax identifizieren, wobei dieses Spektrum aber innerhalb der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ akzeptiert wird. Im ersten Beispiel, das allgemein betrachtet zunächst einmal ausführlich vom Skitag berichtet, kann man eine komplexere Satzstruktur mit komplexen Phrasen („*einen der zahlreich vorhandenen Liegestühle*“) sowie Hypotaxen beobachten („*Da mir die Talabfahrt am Fellhorn so sehr gefallen hat, bin ich gleich ein paar Mal gefahren.*“). Des Weiteren findet man Kohäsions- und Kohärenzmittel, die den Beitrag inhaltlich und syntaktisch zusammenhalten („*und auch diese waren super*“). Orthografisch ist der Post standardnah formuliert, lediglich die Zusammenschleifung „*aufs*“ fällt auf und färbt die geografische Verortung hier nächstsprachlich und drückt damit schon eine Verbundenheit mit dem angesprochenen Skiberg aus. Im zweiten Beispiel hingegen lässt sich ein stark parataktischer bis elliptischer Satzbau beobachten („*am ifen dann nichts wie rauf...pistenverhältnisse waren zum losschreien*“). Aus orthografischer Perspektive ist der Beitrag eher standardfern formuliert, was beispielsweise an der Kleinschreibung von Nomen („*pistenverhältnisse*“, „*schnee*“, „*ifen*“) deutlich wird. Zudem werden die Möglichkeiten des

⁵⁸ Die Autorin begründet dies u.a. dadurch, dass Blogger sich für (mögliche) Rechtschreibfehler entschuldigen (vgl. Tophinke 2008:159).

grafischen Kodes zur Hervorhebung wie die Verwendung von Majuskeln („ABER“, Iteration von Satzzeichen etc. (s.u.) benutzt. Insgesamt betrachtet erzeugt dies in diesem Kontext mehr Nähe zum Rezipienten und suggeriert ein Miterleben des Skitags.

Beispiel 16: Orthografie und Syntax I (Korpus II)

Erste Spuren im Schnee

Heute Morgen ging es gleich um 8.30 Uhr mit der ersten Gondel aufs Fellhorn.
Die Pisten waren wie immer super präpariert!
Zuerst ging es auf der noch fast unbefahrenen Fellhorn-Talabfahrt wieder ins Tal. Bereits für diese schöne Abfahrt hat sich das frühe Aufstehen gelohnt.
Da mir die Talabfahrt am Fellhorn so sehr gefallen hat, bin ich gleich ein paar Mal gefahren.
Anschließend habe ich dann die restlichen Pisten im Gebiet Fellhorn/ Kanzelwand getestet und auch diese waren super!

Als am Nachmittag der Schnee weicher wurde und manche Stellen aussahen wie auf einer Buckelpiste, konnte man auf der Zweiländer-Piste noch sehr gut fahren!

Zum Abschluss habe ich mir einen der zahlreich vorhandenen Liegestühle geschnappt und den wunderschönen Tag gemütlich mit einem Stück Kuchen im Liegestuhl ausklingen lassen.



P1024 4.3.13 von Kevin Dietrich für [Stefan Kohrs](#)

Beispiel 17: Orthografie und Syntax II (Korpus II)

2.Tag

Schon beim Frühstück im Wintergarten vom Naturhotel Chesa Valisa war zu erkennen was es für ein traumhaftes Wetter wird....übern Hausberg und Parsenn zur Pedelbusstation Richtung IFEN...am ifen dann nichts wie rauf....pistenverhältnisse waren zum losschreien...sehr gut!!!! Ski oder Snowboardfahren am ifen macht richtig Laune! Top schnee sehr schöne Sicht ABER....zu langsame Lifte...!!! Man kann aber bei dem Wetter damit leben!!!



P1057 6.3.13 von Michael für [Anja Späth](#)

Interessant und auffällig aus syntaktischer Perspektive ist die häufige Verwendung einer Pro-Drop-Struktur innerhalb der Beiträge. Das Subjekt vor dem finiten Verb wird also nicht realisiert. Im Gegensatz zu einigen romanischen Sprachen, wie beispielsweise Spanisch, muss im Deutschen die Subjektposition in der Regel gefüllt sein. In der Nähesprache findet man jedoch Pro-Drop-Strukturen, insbesondere in Situationen, in denen man sich kurz fasst. Dies lässt sich in den Beiträgen insofern wiederfinden, als dass es sich um Posts handelt, in denen die knappe Vermittlung von Informationen und Emotionen bzw. das Berichten über den Tag im Vordergrund steht (vgl. Beispiel 18 und 19). Marx & Weidacher (2014) thematisieren dieses Phänomen im Zusammenhang mit Adaptionen (ebd.:95-103; § 2.1.1). Dementsprechend handelt es sich beim Weglassen des Pronomens um die „Adaption einer kommunikativen Praktik, die in bestimmten Textsorten und Kommunikationsformen – unter anderem Kontaktanzeigen, Briefen und SMS – üblich war und zum Teil noch ist“ (Marx & Weidacher 2014:102). Hier gibt es also bereits Hinweise auf die Vorbildfunktion bereits bestehender Textsorten, die im weiteren Verlauf der Arbeit noch genauer thematisiert wird.

Beispiel 18: Pro-Drop I (Korpus II)

[Jetzt kann's los gehen..](#)

..freu mich riesig auf die Saison mit Das Höchste und den anderen Challengern.



P2 4.12.12 von Anja Späth

Beispiel 19: Pro-Drop II (Korpus II)

Gewaltig...

Heute hat alles gepasst, strahlender Sonnenschein, super präparierte Pisten am Ifen, kein anstehen, alle super gut drauf. Zum Abschluss noch einen Kaffee bei Petra auf der Ifenhütte. Rundum nur strahlende Gesichter und gutgelaunte Einheimische und Gäste. Freue mich auf morgen, wieder am Ifen.



P913 25.2.13 von Evi für [Thomas Schöb](#)

Schließlich lässt sich beobachten, dass die Möglichkeiten des grafischen Codes genutzt werden um Hervorhebungen, Betonungen etc. zu realisieren. Damit sind beispielsweise die oben bereits erwähnten Adaptionen gemeint (§ 2.1.1), „die Phänomene und Elemente mündlicher Sprachverwendung in schriftlichen Texten simulieren“ (Marx & Weidacher 2014:96). Dies können Apokopen, Assimilationen, Zusammenziehungen etc. sein. Vor allem handelt es sich im Bergscout-Projekt aber um typografische Mittel wie Fettdruck, die Verwendung von Majuskeln oder die Iteration von Buchstaben. In Beispiel 20 finden wir zum einen zweimal eine Majuskelschreibung („TIPP“, „SONNE“) zur Hervorhebung, zum anderen die Iteration von Buchstaben zur schriftlichen Simulation von Betonung („viiiiieeeeel“).

Beispiel 20: Hervorhebungen (Korpus II)

Urlaubsfeeling

Urlaubsfeeling kommt bei diesem Bild auf.

Was gibt es schöneres als sich nach einem schönen Skitag im Liegestuhl niederlassen?

Einen kühlen Radler in der Hand, die Sonne scheint einem ins Gesicht und man kann den Tag so richtig revue passieren lassen.

Perfekt einrichten lässt sich dies auf der Sonnenterrasse bei der Bergstation vom Walmendingerhorn. TIPP: Holt euch einen guten Drink von der Hora@Bar ;)

Die Wetterprognosen werden jeden Tag besser und ich hoffe es kommt bald wieder so ein schöner Tag mit viiiiieeeeel SONNE!



P928 26.2.13 von Teresa für [Thomas Schöb](#)

Insgesamt betrachtet wird innerhalb der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ eine Orientierung an der Standardsprache flexibel gehandhabt. Abweichungen von der Norm können sowohl intendiert sein, wie z.B. im Falle von Hervorhebungen, die an die medialen Constraints angepasst sind oder durch regionale Schreibungen (vgl. § 6.1.7), als auch toleriert werden, wenn es sich um nächstsprachlich formulierte Beiträge handelt. Die orthografische und syntaktische Praxis beim „Bloggen als Bergscout“ lässt sich also nicht durch orthografische Normen einengen, wo diese als hinderlich oder nicht sinnvoll begriffen werden (s.o.). Ein Grund für die Flexibilität und Offenheit in diesem Zusammenhang könnte auch der Einfluss des Kommunikationsmediums sein, denn es ist ja, wie oben bereits erwähnt (§ 5.2.2), möglich, Beiträge direkt aus dem Skigebiet von den sog. Bergscout-Terminals oder via WLAN vom eigenen mobilen Gerät oder aber vom heimischen Computer aus zu formulieren. Die verschiedenen Geräte erfordern bzw. ermöglichen einen unterschiedlichen Planungsaufwand, woraus natürlicherweise variierende Realisationen resultieren.

6.1.5 Emoticons

Wie auch in dieser Arbeit erwähnt (s. o. u. § 7.1.3), werden in der einschlägigen Forschung häufig nur emotive und expressive Funktionen mit Emoticons verbunden. Mittlerweile gibt es jedoch auch Ansätze, die schriftlich produzierte Emoticons eher mit verbalen Einheiten vergleichen als mit Gestik, Mimik oder Prosodie. Bisher geleistete Analysen zeigen für gängige Emoticons in diesem Kontext metakommunikative und pragmatische Funktionen, die die Annahme nahelegen, dass Emoticons als Illokationsindikatoren, Strukturierungszeichen und modalisierende Elemente fungieren können (Albert 2015:6f). Als Illokationsindikatoren

kennzeichnen Emoticons zum Beispiel Äußerungen als Ironie oder bewirken eine weniger gesichtsbedrohende Uminterpretation einer Äußerung. Auf strukturierender Ebene können Emoticons anstelle von Satzschlusszeichen stehen oder aber auch kommunikative Handlungen trennen. Modalisierend können Emoticons wirken, indem sie Verfassereinstellungen ausdrücken und Wertungen transportieren. Schließlich wird hier auch eine bisher wenig beachtete Funktion von Emoticons erwähnt, nämlich die sozialstilistische. Die Verwendung eines Emoticons lässt sich in diesen Fällen nur stilistisch erklären, da das Emoticon Informalität und soziale Nähe ausdrückt und damit Hinweise auf den Kommunikationszusammenhang liefert. Es kontextualisiert also die Äußerung. (Albert 2015:7f)

In meinen Daten fällt auf, dass Emoticons häufig am Ende eines ganzen Beitrags bzw. eines Satzes stehen. Schon Beißwenger (2000) stellte fest:

„Smileys werden nur in Ausnahmefällen turnintern verwendet, sondern stehen in der Regel am Ende des Turns, dessen propositionaler Gehalt unter dem Kriterium desjenigen, was mit dem Smiley zum Ausdruck gebracht werden soll (Freude, ironischen Ausgenzwinkern, Mißmut, etc.) dem jeweiligen Rezipienten zu bewerten aufgegeben wird“ (ebd.:100).

Auch Albert (2015) kommt im Kontext der Beobachtung, dass Emoticons mit Satzzeichen der Standardschriftsprache korrelieren, zu der Schlussfolgerung:

„Emoticons treten überwiegend am Ende von Äußerungseinheiten auf und konkurrieren dort strukturell mit den standardisierten Satzschlusszeichen, in erster Linie mit dem Ausrufezeichen. Ebenso wie Satzzeichen können sie Sequenzierungen anzeigen sowie Satzmodus und Illokution verstärken und in Einzelfällen auch verändern“ (ebd.:19f).

Die Möglichkeit als Satzzeichen zu fungieren, haben die Emoticons also mit Interpunktionszeichen gemeinsam. Allerdings besteht der zentrale Unterschied darin, dass sie aufgrund ihrer oben erwähnten stilistischen Eigenschaften einen Mehrwert bieten, der schließlich in Kontexten wie in der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ den Gebrauch motiviert: „Als Nonstandard-Zeichen inszenieren sie Nonkonformität und Informaliät. (...) Wer Emoticons setzt, definiert die Situation als privat und ungezwungen“ (ebd.:19). (ebd.:20)

Im Gegensatz zur Gruppe „Skifahren“, in der sich eine Anzahl etablierter Emoticons tatsächlich als stil-konstituierendes Mittel zur Kompensation von Mimik, Gestik und Prosodie erweisen (vgl. § 7.1.3), ist in den Daten des Bergscout-Projekts tatsächlich eine strukturierende Verwendung im Sinne von Interpunktionszeichen, sozusagen „mit Mehrwert“ zu beobachten. Dies soll im Folgenden auch an einigen Beispielen demonstriert werden. Vorher sei jedoch noch angemerkt, dass diese Beobachtung, also die differierenden Verwendungen von Emoticons in den verschiedenen Datentypen, stark dafür spricht, dass es im Hinblick auf die Rolle von Emoticons Unterschiede gibt, die auf den Grad der

Interaktivität zurückzuführen sein könnten. Dies sollte also in künftiger Forschung zur Verwendung von Emoticons in jedem Falle berücksichtigt werden.

Beispiel 21: Emoticons I (Korpus II)

Grüße aus der Skischule

Bei diesen Traumtag ohne Worte :)



P1337 16.3.13 von Philipp Wüstner für [Thomas Schöb](#)

In Beispiel 21 trägt das Emoticon semantisch nichts bei, was nicht aus der Äußerung, an deren Ende es steht, sowieso schon klar wird. Keinesfalls kann und sollte es hier als notwendiger Ersatz für Mimik interpretiert werden. Strukturell könnte es durch einen Punkt oder ein Ausrufungszeichen ersetzt werden. Dadurch, dass aber eben kein Interpunktionszeichen gesetzt wird, sondern das Emoticon, entsteht ein stilistischer Effekt. Das Emoticon kontextualisiert die Äußerung, und zwar indem Hinweise auf den Kommunikationszusammenhang gegeben werden. Inhaltlich geht es in dem Beitrag um Grüße aus einer Skischule, wobei nicht explizit gemacht wird, um welche Skischule es sich handelt. Es gibt im Gebiet Oberstdorf/Kleinwalsertal zehn verschiedene Skischulen. Allerdings ist anzunehmen, dass einem Teil der Rezipienten klar ist, für welche Skischule der Verfasser arbeitet, sodass hier mit Hilfe des Emoticons kommunikative Nähe zu genau dieser Gruppe hergestellt wird. Der Mehrwert des Emoticons gegenüber einem Satzzeichen liegt also genau darin, selektiv Nähe zu den Rezipienten herzustellen und den Beitrag so zu kontextualisieren.

Beispiel 22: Emoticons II (Korpus II)

Endspurt

Die Challenge geht zu Ende... ein letztes Mal Daumen drücken für Joscha! Du hast uns dieses Jahr so oft ins Höchste gelotzt, wir sind alle Pisten an Fellhorn, Kanzelwand und Nebelhorn unzählige Male runtergeheizt und hatten dabei fast jedes mal Hammer Wetter und extrem viel Schneespaß!!! Danke für den geilen Winter :)



P1290 14.3.13 von Max für [Joscha Maier](#)

Im zweiten Beispiel ist die Wirkung ähnlich, allerdings wird der Adressat hier direkt angesprochen. Es handelt sich um eine Danksagung an den Challenger Joscha Maier. Das Emoticon, das hier wiederum am Ende der Äußerung und des gesamten Beitrags steht, dient also nicht nur dazu eine Einheit strukturell zu beenden, sondern gleichzeitig auch dazu, Nähe zu dem Angesprochenen herzustellen bzw. beizubehalten.

Beispiel 23: Emoticons III (Korpus II)

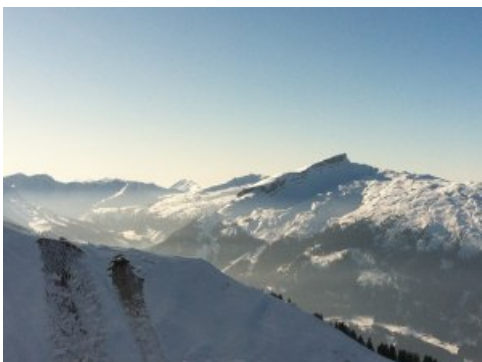
[Frühjahrsgefahren](#)

Der Temperaturanstieg im Frühjahr hat starken Einfluss auf das Profil der Schneedecke.

So sieht man im Frühjahr vermehrt sogenannte Gleitschneemäuler. Das sind die meist sehr auffälligen Risse in Hängen, welche eine sehr glatte Oberfläche aufweisen.

Laut Lawinenlagebericht herrscht momentan Warnstufe 2. Dies ist zwar eine der niedrigeren Stufen, jedoch sollte man sehr Vorsichtig sein wenn man sich in einem Hang befindet, wo sich so ein Gleitschneemaule befindet. Denn Gleitschneelawinen zählen hinsichtlich des Abgangszeitpunktes zu den am schwierigsten vorhersagbaren Lawinen, weil diese auch bei allgemein stabilen Schneeverhältnissen zu jeder Tages- und Nachtzeit, sowohl am kältesten als auch am wärmsten Tag des Winters abgehen können. Zudem sind Gleitschneelawinen nicht durch Zusatzbelastung auszulösen.

Haltet die Augen offen und passt auf euch auf. ;)



P978 1.3.13 von Thomas Schöb für [Thomas Schöb](#)

Auch im dritten Beispiel steht das Emoticon am Ende des Beitrags. Inhaltlich geht es um eine Warnung vor Lawinen, die der Verfasser an alle Rezipienten richtet. Hier konkurriert das Emoticon strukturell mit einem Ausrufungszeichen, obwohl sogar bereits ein Punkt gesetzt wurde. Innerhalb des Beitrags wird durch Thomas Schöb durch Inhalt und Form eher Distanz zum Leser geschaffen, beispielsweise durch lange, teilweise verschachtelte Sätze, Fachsprache und eine indirekte Ansprache durch die unpersönliche Form „*man*“. Er stellt sich als Experte für das Thema Gletschneemäuler⁵⁹ dar. Im letzten Satz wendet er sich jedoch direkt an die Mitglieder der Bergscout-Community und fügt das Emoticon an, das schließlich wieder Nähe zu den Rezipienten suggeriert sowie offenbart, dass der Challenger sich vor dem Hintergrund der aktuellen Wetterlage Sorgen macht und im Hinblick auf das Thema Lawinen an die Vernunft der Rezipienten appelliert.

Den drei Beispielen ist gemein, dass es sich um Posts mit Kontaktfunktion handelt. Gerade in diesem Kontext scheint die Verwendung von Emoticons mit stilistischem Mehrwert stil-konstituierend für die Textsorte „Bloggen als Bergscout“ zu sein.

6.1.6 Lexik: Fachsprache, Jargon und Toponyme

Auf der lexikalischen Ebene der Blogbeiträge im Bergscout-Projekt lässt sich ein großes Wortfeld zum Thema Skifahren identifizieren, das sich wiederum aufteilt in Fachsprache, Jargon, sowie Toponyme (Örtlichkeitsnamen).

Fachsprache wird laut Hoffmann (1976) definiert als „die Gesamtheit aller sprachlichen Mittel, die in einem fachlich begrenzten Kommunikationsbereich verwendet werden, um die Verständigung zwischen den in diesem Bereich tätigen Menschen zu gewährleisten“ (ebd.:170). Von Hahn (1980) fasst den Sinn fachsprachlicher Äußerungen als „schnelle, möglichst ökonomische und eindeutige Informationsübertragung“ (ebd.:390) zusammen und verweist damit auf zwei wichtige funktionale Eigenschaften der Fachsprache. Für die Sportfachsprache im Speziellen stellt Küster (2009) fest, dass dieser Bereich im Wesentlichen Bezüge auf die Sportler selbst und auf die Geräte, die sie nutzen, umfasst, wobei es bei der Verwendung fachsprachlicher Termini vordergründig um eine Präzision und Verkürzung der kommunikativen Vorgänge geht (ebd.:64). Beispiele hierfür im Korpus I und II sind zahlreich. Im ersten von mir ausgewählten Beispiel geht es um den fachsprachlichen

⁵⁹ d.h. Risse in der Schneedecke (vgl. <https://lawine.tirol.gv.at/basics/lawinengefahrenmuster>) [letzter Zugriff: 16.02.16].

Ausdruck „*Bluebird*“. Damit ist ein Tag gemeint, an dem die Skibedingungen perfekt sind, also blauer Himmel, Sonnenschein und Neuschnee⁶⁰.

Beispiel 24: „Bluebird“ (Korpus II)

Es kann nicht immer Bluebird sein

Natürlich ist es toll wenn der klassische Bluebird Tag nach ein paar Schneetagen wartet. Doch wenn es in ERSTER Linie um den Schnee geht, ist fast kein Wetter schlechtes Wetter.

Trotz feuchtfröhlicher Ausflüge mit meinem Oberstdorfer Spezl am Freitag Abend brauchte ich am morgen drauf keinen Wecker.

Trotz Nebel und Wind waren zum Glück einige Varianten fahrbar, da es immer mal wieder etwas aufklarte.

Also - Memo an Frau Holle:
Komm in die Hufe! Wir wollen Re-Fills!



P534 31.1.13 von lahnsteiner für [Anja Späth](#)

Im zweiten angeführten Beispiel wird das Fachwort „*firnig*“ verwendet. Normalerweise bezeichnet Firn eine Form von Schnee, die mindestens ein Jahr alt ist und bei dem die feineren Schneekristalle durch wiederkehrendes Auftauen und Gefrieren zu größeren graupelartigen, körnigen Gebilden verschmelzen. Der Begriff Firn wird jedoch alltagssprachlich auch für verschiedene Formen von Altschnee verwendet, insbesondere für eine oberflächliche und weiche Schneeschicht, die sich vor allem im Frühjahr durch die starke

⁶⁰ „Als Bluebird bezeichnet es der Insider, wenn er im Skiurlaub einen schönen sonnigen Tag erleben darf. Dazu muss aber noch Schnee kommen, der in der Nacht frisch gefallen ist. Blauer Himmel + Sonnenschein + Neuschnee = ein Bluebird-Tag, so könnte die Kurzdefinition dieses Begriffs lauten.“
(<http://www.skiurlaub.info/skilexikon/bluebird/>) [letzter Zugriff: 16.02.16].

Sonneneinstrahlung und hohe Lufttemperaturen auf einer in der Nacht zuvor gefrorenen harten Schneefläche bildet. Dies ist für Skifahrer ein begehrter Zustand der Piste. In der Schweiz spricht man in diesem Zusammenhang auch von Sulz, während Sulz im deutsch/österreichischen Kontext eher mit nassem Schnee verbunden wird, der eben gerade keinen Fahrspaß mehr ermöglicht⁶¹. Die Verwendung in dem Beispiel spricht dafür, dass ein falsches Verständnis des Begriffes vorliegt, da die Tatsache, dass es „firnig“ wurde, negativ konnotiert dargestellt wird („*doch muss man dazu sagen ...*“, „*Trotzdem war es ein toller Tag...*“). Es ist also zu vermuten, dass der Verfasser Sulz im deutschen Sinne meint, aber fälschlicherweise das Wort Firn verwendet.

Beispiel 25: „firnig“ (Korpus II)

[Ein sehr schöner Tag](#)

Ich war heute wieder mit meiner Tochter Evi am Ifen. Es war ein Traumtag. Ein wunderschöner blauer Himmel ohne Wolken. Perfekt präparierte Pisten und zu früher Morgenstund auch noch nicht viel los. Doch man muss dazu sagen, dass umso weiter man Richtung Tal fuhr, man bemerkte dass es firnig wird. Trotzdem war es ein toller Tag mit sehr angenehmen Temperaturen.

Hier noch ein nettes Bild, welches beweist wie schön es doch heute war hier im Kleinwalsertal.



P954 28.2.13 von Manfred für [Thomas Schöb](#)

Unter Jargon versteht man laut Schmidt (1969) zunächst Termini, die keinen Anspruch auf Genauigkeit erheben. Des Weiteren handelt es sich um Ausdrücke, die vornehmlich in vertrauten Kreisen verwendet werden. Durch ihren oftmals bildhaften Ursprung repräsentieren sie schließlich vor allem die Emotionen, die im Kontext des verwendeten Wortes ent- und bestehen (ebd.:20). Im Hinblick auf Jargon im Sport fasst Küster (2009) ähnliche Aspekte zusammen:

⁶¹ vgl. <https://de.wikipedia.org/wiki/Firn> [letzter Zugriff: 16.02.16]

„Wenn Sportler miteinander kommunizieren, so bedienen sie sich nicht immer der im Regelwerk festgehaltenen Nomenklaturen, sondern erfinden neue, manchmal saloppe und mit emotionalen Konnotationen befrachtete Varianten hinzu, die dann unter Umständen aufgegriffen werden und in einem entsprechenden Lexikon usueller Muster inventarisiert werden“ (Küster 2009:64).

Im Gegensatz zur Fachsprache, wo es vordringlich um die Präzision von Gegenständen und Abläufen geht, kommen beim Jargon also gruppenspezifische Aspekte ins Spiel, und zwar vor allem wenn die Kommunikation nicht während des Sports, sondern (nachträglich) kommentierend stattfindet.

„Durch die Konnotationen des Jargons werden emotionale Elemente ins Spiel gebracht, Insidersignale werden gesetzt, der Zusammenhalt einer Gruppe kann durch den Gebrauch bestimmter Ausdrücke gefördert werden, evtl. kann eine derartig saloppe Redeweise auch dem Interesse dienen, andere Personen aus dem inneren Zirkel einer Sportgruppe auszuschließen“ (ebd.:67)

Im Folgenden habe ich drei Beispiele für Jargon ausgewählt, die allesamt das Sportgerät, d.h. in den ersten Beispielen die Ski, im dritten Beispiel das Snowboard bezeichnen. In Beispiel 26 werden die Ski durch „*Bretter*“ ersetzt. Dahinter steckt zunächst die bildhafte Ursprünglichkeit, da Ski früher tatsächlich aus Brettern hergestellt wurden. Durch die simple Wortwahl „*Bretter*“ wird der Fokus weiterhin auf die nachfolgende Aussage gelegt. Wichtig ist die Freiheit, die man beim Skifahren erleben kann. Die Ski als Sportgerät werden in diesem Kontext als notwendige Ausrüstung zur Ausübung der Sportart charakterisiert, weitere Bedeutung kommt ihnen jedoch nicht zu.

Beispiel 26: „*Bretter*“ (Korpus II)

Das Beste

Schnell mal Weihnachten gefeiert und dann ab ins Allgäu.
Jedes Jahr kommen wir am 2. Weihnachtstag zum Fellhorn, das ist der schönste Tag des Jahres. Um 7 aufstehen und dann ab auf die *Bretter*. Der Wind weht dir um die Nase und du bist frei!
Das schönste und "Höchste" Gefühl!

Bis zum nächsten Winter, ich kann es kaum erwarten.



P488 29.1.13 von Sophie für [Steffi Hadraschek](#)

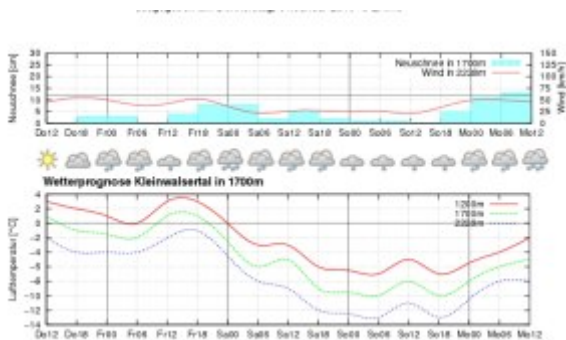
Hier lässt sich ein gravierender Unterschied zum nächsten Beispiel feststellen, denn dort impliziert die Bezeichnung der Ski als „*Powder-Latten*“ weit mehr. Zunächst wird auch hier

die Bildhaftigkeit des Begriffs der Latte genutzt um einen Vergleich mit dem betreffenden Sportgerät herzustellen, denn auch hier spielt die ursprüngliche Herstellungsweise eine Rolle. Des Weiteren wird jedoch auch auf die Breite der Ski angespielt, die zum Zwecke des Fahrens im Pulverschnee deutlich breiter sind als herkömmliche Ski, eben wie Latten. Der Fokus liegt hier auf der Verwendung des richtigen Sportgeräts, da nur dies das Genießen der zuvor beschriebenen Wetter- und Schneebedingungen erst ermöglicht. Im Gegensatz zum ersten Beispiel, in dem Skifahren Freiheit ermöglicht, solange man auf irgendwelchen „Brettern“ steht, ermöglichen die „Powder-Latten“ erst das Vergnügen im Tiefschnee zu fahren und diese Bedingungen zu genießen. Jargon kann hier also feine Bedeutungsunterschiede und emotionale Aufladungen offenbaren.

Beispiel 27: „Powder-Latten“ (Korpus II)

[Powder is coming](#)

Die Wettervorhersage für's Höchste für die nächsten Tage bringt jedem Tiefschneefan ein großes Lächeln ins Gesicht. Also raus mit den Powder-Latten und vielleicht sehen wir uns ja am Wochenende.



P555 1.2.13 von Claudia Marb für [Andreas Schatz](#)

Im letzten von mir ausgewählten Beispiel zu dieser Thematik wird das Sportgerät Snowboard als „Waffe“ bezeichnet. Diese Bezeichnung für ein Sportgerät, gerade im Kontext von Wintersport ist sehr expressiv. Dies korreliert mit der Tatsache, dass es sich bei dem Post um einen werbenden Beitrag für ein bestimmtes Snowboard handelt, das laut des Verfasser zwar für die Bedingungen in Kanada entwickelt wurde, mit dem man aber auch in Oberstdorf/Kleinwalsertal viel Spaß haben kann. Die Verwendung des Wortes „Waffe“ in diesem Zusammenhang ergibt sich aus dem Wissen darüber, dass das kanadische Backcountry als Inbegriff des Ski- und Snowboardfahrens abseits der Pisten angesehen wird. Es steht für unendliche Weite sowie hohen Anspruch an Material und fahrerische Kompetenz. Dem Skigebiet rund um die Bergbahnen von „Das Höchste“ werden hingegen eher

familienfreundliche Eigenschaften nachgesagt, sodass das Fahren mit einem auf kanadische Verhältnisse ausgelegten Snowboard hier bildlich dem Tragen einer Waffe ähnelt. Dieser auffällige und ungewöhnliche Vergleich verstärkt die persuasive Funktion des Posts.

Beispiel 28: „Waffe“ (Korpus II)

[as good as canada](#)

It's fishing time!

Dieses Board, genannt "Fish" ist eine Powdermaschine und ist speziell für das Kanadische Backcountry gebaut worden. Doch eins versprech ich euch! Ihr müsst nicht um die halbe Welt fliegen um Hüfthohen Powder zu fahren und sicke Treeruns zu heizen. Das Kleinwalsertal/Oberstdorf ist ein Powderparadies, wo man immer ein unverspurtes Face oder eine Line im Wald findet. Hatte mega Fun mit dieser Waffe hier. Wer gerne surft, sollte dieses Teil ausprobieren.

Ihr werdet auf dem Schnee schweben.



P670 8.2.13 von Thomas Schöb für [Thomas Schöb](#)

Ich verstehe Toponyme in diesem Kontext als Örtlichkeitsnamen, die neben den verwendeten fachsprachlichen und jargonalen Elementen der Kontextualisierung der Blogbeiträge insbesondere der geografischen Verortung innerhalb der Region Oberstdorf/Kleinwalsertal dienen. Durch die regionale Verankerung im Skigebiet von „Das Höchste“ sind natürlicherweise auch die gefundenen Toponyme beschränkt auf diesen Bereich. Ähnlich wie Fachsprache helfen Toponyme bei der Präzision und Verkürzung der kommunikativen Vorgänge, indem sie eindeutige Verortungen ermöglichen. Gleichzeitig können aber auch, wie bei der Verwendung von Jargon, emotionale Elemente ins Spiel gebracht werden und auch Insidersignale gesetzt werden, wenn beispielsweise eine Örtlichkeit nicht mit dem offiziellen Namen bezeichnet wird, sondern mit einem inoffiziellen, der womöglich nur einem engeren Adressatenkreis bekannt ist. Im Sinne fachsprachlicher Präzision sind v.a. Namen von Ortschaften, Bergen, Bergbahnstationen sowie Hütten und Restaurants, z.B. *Ifen* (Berg), *Oberstdorf* (Ort), *Talstation Hahnenköpfe* (Bergbahnstation),

Birenwanghütte (Alphütte) zu finden. Die Verwendung im Sinne von Jargon soll anhand der folgenden Beispiele verdeutlicht werden.

Beispiel 29: Jargonal verwendetes Toponym I (Korpus II)

[Das Horn](#)

Hatte heute einen super coolen Tag am Horn.

Es ist und bleibt der Hausberg uns Einheimischer, besonders der Hirschegger und Mittelberger.

Heute war es ein Traumtag der Haushang super griffig, Talabfahrt top einfach ein Traum. Die unglaubliche Ruhe am Gipfel und die fantastische Aussicht ist ein Balsam fuer die Seele.

Ich hoffe das wir noch viele solcher Tage bis Saisonende geniessen koennen.

P1418 16.3.13 von Thomas Zanetti für [Thomas Schöb](#)

Im ersten Beispiel verweist der Autor des Blogbeitrags Thomas Zanetti schon in der Überschrift auf „*Das Horn*“ und erzählt dann im ersten Satz, dass er einen tollen Tag an eben diesem Horn verbracht habe. Zunächst ist hier nur für wirklich eingefleischte Insider ersichtlich, um welches Horn und damit um welchen Berg und welches Skigebiet es sich handelt. Zwar sind im Gebiet Oberstdorf/Kleinwalsertal zahlreiche Berge mit einem „Horn“ im Namen ausgezeichnet, z.B. Nebelhorn und Fellhorn, welche auch Skigebiete bieten, „*Das Horn*“ ist jedoch das Walmendingerhorn, das von Einheimischen und Insidern so genannt wird. In diesem Blogbeitrag gibt es darauf noch einen Hinweis, denn der Verfasser verweist explizit darauf, dass es sich um den Hausberg der Einheimischen und zwar insbesondere der aus den Orten Hirschegg und Mittelberg, handelt. Dies weist insofern auf das Walmendingerhorn hin, als das es per Seilbahn aus Mittelberg erreichbar ist. Hirschegg ist der Nachbarort und hat sonst als Hausberg nur den Heuberg (Familienskigebiet) und den Ifen (längere Anreise, leichtere Pisten). Das Skigebiet am Walmendingerhorn ist bekannt und beliebt für seine Ursprünglichkeit und anspruchsvolle Pisten. Daher zieht es hier vor allem Einheimische und Insider hin, die ihren Hausberg aus diesen Gründen liebevoll „*Das Horn*“ nennen. Schließlich kann anhand dieses Beispiels nachvollzogen werden, wie auch Toponyme im Sinne von Jargon, also mit emotionaler Beteiligung und Insiderinformationen, fungieren können.

Beispiel 30: Jargonal verwendetes Toponym II (Korpus II)

[Schnee, Schnee, Schnee](#)

Nach deiner Empfehlung habe ich heute "Das Höchste" mal "am Horn gepackt". Der Powder war heute echt mega. Gegen Ende dann sogar noch mit blauem Himmel und ein wenig Sonnenschein.

Bisher bester Tag am Berg in dieser Saison! :)
Und das Schnitzel war auch noch super.

P672 8.2.13 von Patrick für [Andreas Schatz](#)

Auch im zweiten Beispiel geht es um das besagte Walmendingernhorn, allerdings gibt es in diesem Beitrag noch weniger Hinweise darauf als in dem vorherigen Beispiel. Der Autor Patrick widmet seinen Beitrag dem Bergscout Andreas Schatz und adressiert ihn auch direkt. So berichtet er, dass er der Empfehlung des Bergscouts folgend den betreffenden Skitag am Walmendingernhorn verbracht hat. Der einzige Hinweis auf eine konkrete geografische Verortung befindet sich in der Metapher „*Das Höchste mal am Horn gepackt*“. Theoretisch könnten damit auch das Nebelhorn und das Fellhorn gemeint sein, aber wie oben bereits beschrieben, wird nur das Walmendingernhorn von Einheimischen und Insidern als „*Horn*“ bezeichnet, sodass der adressierte Andreas Schatz sowie auch weitere Kenner der Skidestination die Hinweise auf die geografische Verortung in jedem Fall einordnen können. Die jargonale Verwendung des Toponyms „*Horn*“, dient hier also nicht nur des Ausdrucks emotionaler Beteiligung und Insiderinformationen; mehr noch als im ersten Beispiel wird dadurch auch kommunikative Nähe zwischen dem Verfasser des Beitrags und dem direkt adressierten Bergscout hergestellt.

Fachsprache, Jargon sowie Toponyme kontextualisieren also die Beiträge innerhalb des Skigebiets Oberstdorf/Kleinwalsertal, wobei natürlicherweise auch auf lexikalische Elemente zurückgegriffen wird, die dem Skisport allgemein entstammen. Weitere stil-konstituierende Elemente der Textsorte „Bloggen als Bergscout“, die ebenfalls vornehmlich der Kontextualisierung dienen, werden im Folgenden thematisiert.

6.1.7 Emblematischer Gebrauch diatopischer Varietät

Ein stil-konstitutives Merkmal der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ ist der emblematische Gebrauch von Regionalsprache, die dem im Walsertal und Oberstdorf gesprochenen Dialekt⁶² ähnelt. „Dialekte sind Varietäten, deren Merkmal ihre regionale Gebundenheit ist“ (Janich 2010:228). Allerdings ist Dialekt primär mündlich und somit existieren keine offiziellen grammatischen und orthografischen Regeln (ebd.). Bei regionalsprachlichen Schreibungen in

⁶² „Die Region wurde im Jahre 1270 von den aus der Schweiz kommenden Walsern besiedelt, die zur Volksgruppe der Alemannen gehören. Durch diese Herkunft unterscheiden sich die Bewohner sprachlich noch heute von jenen der umliegenden Gemeinden. Ihr Dialekt wird den höchstalemannischen Dialekten zugeordnet, während man im Allgäu einen niederalemannischen Dialekt und im restlichen Vorarlberg einen hochalemannischen Dialekt (Vorarlbergerisch) spricht“ (<http://www.kleinwalsertal.tv/>) [letzter Zugriff: 16.02.16].

Blogs lässt sich laut Tophinke (2008) feststellen, dass ein bestimmter regionaler Wortlaut schriftlich so repräsentiert wird, dass er vom Rezipienten rekonstruiert werden kann (Tophinke 2008:159). Es geht also eben nicht darum, die Regionalsprache möglichst detailgetreu zu verschriftlichen, sondern darum, einen Eindruck des Dialekts zu vermitteln und charakteristische Eigenschaften wiedererkennbar zu machen (ebd.:163). Im Rahmen meiner Daten bedeutet dies, dass die Vorkommnisse diatopischer Varietät innerhalb der Blogbeiträge letztendlich inspiriert durch populäre bairische und österreichische Dialekte sind. Die verwendete Regionalsprache soll alpenländisch klingen.

Generell nennt Tophinke (ebd.) im Zusammenhang mit der regionalsprachlichen Schreibung in Weblogs verschiedene Funktionen, die sich teilweise auch überschneiden: Dies sind Einstellungsäußerungen, Informalitätsmarkierung, Markierung des Wechsels zwischen Bewertungs- und Relevanzschemata sowie Markierung des Standorts und Blickwinkels (ebd.:166-175). Auch in meinen Daten lassen sich die genannten Funktionen (teilweise) wiederfinden, wobei insbesondere das Markieren von Standort und Blickwinkel relevant ist. Tophinke (ebd.) führt aus, dass regionalsprachliche Schreibungen einen Bezug zur Sprachpraxis außerhalb des Internets herstellen und so „Verortungen“ (ebd.:171) ermöglichen (ebd.). Hinzu kommt, dass die schriftliche Realisierung von Dialekt auch in Zusammenhang mit einer (ggf. biografisch begründeten) Identifikation mit einer Region stehen kann (ebd.:173). Dies korreliert mit den Beobachtungen, die man in den Beiträgen des Bergscout-Blogs machen kann: Ziel ist die Abbildung eines alpenländisch (klingenden) Dialekts, der innerhalb der Posts symbolisch für das steht, was die Autoren und Rezipienten mit der Destination verbinden, also z.B. Erinnerungen, Emotionen etc. Es handelt sich also um eine Sonderform der Verwendung von Regionalsprache in Weblogs, die sich auf emblematischen Sprachgebrauch beschränkt: „the use of parts of a language (words, fixed expressions), for purely emblematic reasons, not as a means of everyday communication“ (Thieberger 2002:313). Im Folgenden habe ich vier Beispiele ausgewählt, um das Verfahren zu illustrieren und weitere, textsortenspezifische, Unterfunktionen zu identifizieren.

Beispiel 31: Lokalkolorit (Korpus I)

Kleinwalsertal => is a waahnsinn!

Seit vielen Jahren immer wieder gerne im Tal unterwegs! Sommer oder Wintersport immer wieder schön und Familiär bei Euch

P 72 27.2.12 von Thorsten Schulz

Im ersten Beispiel wird der Dialekt in der Überschrift des Beitrags verwendet, um diese zunächst auffälliger zu gestalten und neugierig auf den Beitrag zu machen. Im Beitrag selbst wird dann jedoch auch deutlich, dass der Inhalt des Beitrags und eine kontextualisierende Wirkung der Dialektverwendung korrelieren. Thorsten Schulz beschreibt in seinem Post, dass er dem Walsertal seit vielen Jahren treu ist, und zwar sowohl im Sommer als auch im Winter, und dass er vor allem die familiäre Atmosphäre dort schätzt. Durch die Verwendung der dialektal gefärbten Überschrift offenbart der Autor also seine Verbundenheit mit der Destination und dem Bergbahnverbund „Das Höchste“. Unterstrichen wird dieser Eindruck zusätzlich durch die vertraute Adressierung „*bei Euch*“, die an Formulierungsmuster von Gästebucheinträgen erinnert (Diekmannshenke (1999:59). Insgesamt betrachtet lässt sich hier also als Funktion der emblematischen Verwendung des Dialekts die Her- und Darstellung von Lokalkolorit feststellen.

Beispiel 32: Hervorhebung (Korpus I)

Es grüßt der alte Bergscout

Da legst di nieder: So war das vergangene Saison. Bei den Schneemassen, die Frau Holle allen Wintersportfans in diesem Jahr beschert hat, bin ich schon ein wenig neidisch auf alle, die öfter zum Fahren kommen als ich.

Aber natürlich war auch ich schon wieder in den Gebieten von Das Höchste unterwegs. So viel ist sicher: Ich komme wieder. Allen die jetzt fahren viel Spaß!!!



P 43 27.1.12 von Sarah

Ähnlich stellt es sich im zweiten von mir ausgesuchten Beispiel dar, wobei dort die Komponente des Sprache-Bild-Bezugs hinzukommt. Der Beitrag stammt von Sarah, die in der Vorgängersaison als Bergscout fungierte (vgl. § 5.2.2). Sie offenbart ihre Position direkt in der Überschrift. Im Folgenden erklärt sie dann, dass sie aufgrund der aktuell guten Bedingungen auch gern häufiger in den Skigebieten unterwegs wäre, da im vergangenen Jahr deutlich weniger Schnee lag. Zugleich erfährt der Rezipient, dass auch sie sich der

Destination verbunden fühlt und auf jeden Fall wiederkommen wird. Die Verwendung des Ausdrucks „*Da legst di nieder*“ erfolgt direkt am Anfang des Posts und stellt einen Bezug zu dem angefügten Bild her, auf dem Sarah abgebildet ist, während sie sich in den Schnee legt (vgl. zum Sprache-Bild-Bezug § 6.1.15). Durch die sehr markierte Stelle, an der der Dialekt auftaucht, lässt sich vermuten, dass dies eine weitere Funktion der emblematischen Verwendung ist, nämlich die Hervorhebung von Textpassagen oder Text-Bild-Relationen.

Beispiel 33: Authentifizierung (Korpus II)

[soooooooooo viel schneeeeeeeee](#)

den lokals zufolge isch as walmendingerhorn da "geheimtipp" wenss neuschnee hat.
und nach knapp "1 METER" frischen powder glab i des o.
wers nit glaubt, überzeugt euch selbst!
in dem video sigts wie viel es schnee es am walmendingerhorn hat und habts o no was zum lachen =D =D

<http://www.youtube.com/watch?v=Uu8VmuOOvuk>

P671 8.2.13 von Teresa für [Thomas Schöb](#)

Das dritte Beispiel enthält im Gegensatz zu den ersten beiden Beispielen deutlich mehr dialektale Elemente, allerdings haben wir es auch hier mit einem emblematischen Gebrauch zu tun, denn die Symbolik dominiert und es lässt sich schließlich eine persuasive Funktion identifizieren. Die Autorin Teresa bezieht sich in ihrem Beitrag auf einen „*geheimtipp*“, den sie von Einheimischen hat, nämlich dass man bei frischem Neuschnee am besten am Walmendingerhorn fahren kann, weil es dort sehr gute Möglichkeiten gibt, auch abseits der Piste zu fahren. Mit ihrem Beitrag möchte sie also Werbung für das Skigebiet am besagten Berg machen, indem sie die Vorteile, die es bei der aktuellen Wetterlage bietet, hervorhebt. Ihre Glaubwürdigkeit unterstützt sie durch den Verweis darauf, dass es sich um Wissen sozusagen aus erster Hand, also von „*lokals*“, handelt, die es ja schließlich wissen müssen. Zusätzlichen persuasiven Effekt hat in diesem Zusammenhang die Verwendung des Dialekts, da dies den Verweis auf die Quelle des Tipps weiterhin authentifiziert.

Beispiel 34: Metakommunikation (Korpus II)

[pfüet na](#)

haha so guat und o lustig, dass se sich treu bleiben hier im Walsertal und so vieles im Walserdialekt stehn ham.
Pfüet na sag dann o i nach so an scheenen tag, denn des war o insre letzte bergfahrt.



P577 2.2.13 von Felix für [Thomas Schöb](#)

Im letzten Beispiel wird durch den Autor explizit auf die emblematische Verwendung von Walser Mundart seitens der Bergbahnen in der Region Oberstdorf/Kleinwalsertal referiert und als positiv bewertet. Um diese Wertschätzung zu unterstreichen, verwendet der Autor des Blogbeitrags auch selbst dialektale Elemente. Hier wird die emblematische Verwendung dialektaler Elemente innerhalb des Blogs also schließlich auch metakommunikativ behandelt. Der Autor begründet seine Art der Formulierung implizit damit, dass er es begrüßt, dass der Walser Dialekt zumindest im kleinen Rahmen auch für Touristen wahrnehmbar gepflegt wird und offenbart seine Bereitschaft, auch selbst daran mitzuwirken und die humoristische Komponente, die dies bietet, auszunutzen, da er offensichtlich selbst kein Dialektsprecher ist und demnach nur in der Lage ist, diesen eher schlecht als recht nachzuahmen.

Tophinke & Ziegler (2014) stellen im Zusammenhang mit spontaner Dialektthematization im Weblog fest, dass „[d]ie Thematisierung von Einstellungen zu eigenen oder fremden Dialekten Möglichkeiten einer regionalen Verortung [bietet], aber auch Teil der ‚Grounding‘-Aktivitäten, wie sie im Kontext jeder Gruppen- bzw. Netzwerkbildung stattfindet, [ist]“ (ebd.:217). Zudem konnten sie zeigen, dass dialektpositive Äußerungen auch vorzugsweise dialektnah verschriftet werden, wie in Beispiel 34 dargestellt (ebd.:237). Dass es Inkonsistenzen in der Repräsentation dialektaler Formen gibt, sowie eine beobachtbare Tendenz, in eine „stärker standardnahe Form der Verschriftung zurück zu fallen“ (ebd.:235), vgl. auch Beispiel 33, spricht laut den Autorinnen dafür, dass „das Verfassen dialektaler Äußerungen und Äußerungsteile (...) mit einem höheren Aufwand verbunden ist“ (ebd.:236). Stärker jedoch als in der spontaneren Dialektthematization in Weblogs handelt es sich im Kontext der Beiträge im Bergscout-Blog um emblematischen Gebrauch, da es nicht um alltagskommunikative Handlungen geht, sondern eine symbolische Verwendung im Vordergrund steht. Eine ähnliche Verwendungsweise von fremdsprachlichen Elementen kann

beim „Bloggen als Bergscout“ ebenfalls beobachtet werden, daher wird dieser Aspekt im nächsten Abschnitt beleuchtet.

6.1.8 Emblematischer Gebrauch fremdsprachlicher Elemente

Androutsopoulos (2004) hat beispielsweise zusammengefasst, dass Formen von Sprachkontakt im Internet auf einem Kontinuum abgebildet werden können. Dieses reicht vom gelegentlichen Einstreuen fremdsprachlicher Elemente über ritualisierte Sprachwechsel bis hin zur Mischung zweier Sprachen (ebd.:11). Ersteres wird dabei vornehmlich durch Englisch in einer Matrixsprache realisiert (ebd.). Dabei handelt es sich sehr häufig um fachsprachliche Elemente. Dies lässt sich, wie oben bereits erwähnt, auch in meinem Korpus beobachten (§ 6.1.6). Abgesehen davon lässt sich in den Blogbeiträgen aber die Verwendung weiterer spezifischer englischer Elemente wie Slogans oder Routineformeln identifizieren, die ebenfalls emblematisch ist (s.o. § 6.1.7). Im Folgenden werde ich zur Illustration einige Beispiele im Detail beleuchten.

Beispiel 35: „Highways to Heaven“ (Korpus I)

Highways to Heaven

Am Ifen sind die Pisten so breit wie highways und bereiten tolles Ski-Vergnügen. Wenn nur die Lifte flotter wären...



P 34 19.1.12 von Reini

Im ersten Beispiel verwendet der Verfasser des Blogbeitrags den Slogan „*Highways to Heaven*“ in der Überschrift des Posts. Es ist zu vermuten, dass damit eine Antonymie zu dem oft zitierten Lied „*Highway to Hell*“ der Band AC/DC aus dem Jahr 1979 angedeutet wird. Inhaltlich wird hier somit das Gefühl wiedergespiegelt, das man beim Skifahren im Gebiet des Ifens hat. Durch die Höhe auf bis zu 2000m und die Weite, die sich dem Betrachter dort bietet, fühlt man sich laut dem Autor Reini dem Himmel sehr nah. Die Pisten beschreibt er als „*so breit wie highways*“, stellt hier also einen Vergleich zu US-amerikanischen Straßen an,

die für Größe, Weite und Freiheit stehen. Durch die Verwendung des englischen Slogans wird hier also zunächst versucht, Emotionen und Erfahrungen, die mit dem Ifen-Skigebiet verknüpft sind, zu verbalisieren. Gleichzeitig wird der Beitrag, insbesondere die Überschrift, dadurch aber auch auffälliger und interessanter, und schließlich lässt sich auch eine persuasive Wirkung nicht absprechen, denn das Lob der Bedingungen auf dem Ifen ist schließlich auch Werbung für das Gebiet, auch wenn diese zugleich durch den Nachtrag, dass die Lifte langsam sind, wieder abgeschwächt wird.

Beispiel 36: „Pray for Snow“ (Korpus I)

*****Pray for Snow*****

Der Schnee lässt auf sich warten und die Temperaturen wollen auch noch nicht sinken - der Saisonstart ist auf den 10. Dezember verschoben.



P 2 1.12.11 von Bergscout

Im zweiten Beispiel geht es darum, dass der Start in die Skisaison in den Gebieten von „Das Höchste“ aufgrund der unzureichenden Schneefälle bis dato verschoben werden muss. Der hohe Stellenwert des Schnees wird hier durch den Gebrauch des englischen Slogans „*pray for snow*“ in der Überschrift des Beitrags widergespiegelt. Dieser Slogan verweist auf eine ursprünglich amerikanische Tradition. Vor Beginn der Wintersaison wird in diesem Sinne für eine schneereiche Saison gebetet. Mittlerweile wird dies vor allem durch Partys zum Saisonstart ausgestaltet⁶³. Schnee wird hier sozusagen als göttliches Gut angesehen, ohne das Skifahren eben nicht möglich ist. Die Betreiber der Bergbahnen drücken damit ihre Machtlosigkeit gegenüber den Wetterentwicklungen aus. Somit steht das Emblem „*Pray for Snow*“ in diesem Zusammenhang für die Emotionen, die „Das Höchste“ und Skifahrer vereint, darunter Enttäuschung über die aktuelle Wetterlage, Hoffnung auf baldige Schneefälle und Beten als alleinige Möglichkeit, aktiv auf den Verlauf einzuwirken.

⁶³ Merchandising der Tradition umfasst nicht nur Partys zum Saisonstart, auch in Europa, sondern auch unzählige Artikel mit einem Pray for Snow-Aufdruck, z.B. T-shirts, Bettwäsche etc.

Beispiel 37: „On Top of Kanzelwandbahn“ (Korpus II)

Besuch aus den USA

On Top of Kanzelwandbahn...trafen wir Gäste aus Oregon und Hawaii...die fahren auch gerne Ski und das am liebsten hier, wenn sie Germany besuchen, isn't that Great?!



P252 13.1.13 von Barns für [Andreas Schatz](#)

Im dritten Beispiel wird von einer Begegnung mit Skigästen aus Oregon und Hawaii berichtet, was innerhalb der Destination Oberstdorf/Kleinwalsertal eher ungewöhnlich ist. Das Thema wird auch direkt in der Überschrift erwähnt. Der Verfasser des Beitrags rahmt diesen mit englischen Floskeln ein. So beschreibt er zu Beginn, dass die Begegnung „*On Top of Kanzelwandbahn*“ stattgefunden hat und schließt seine Ausführungen mit dem Frageanhängsel „*isn't that Great?!*“. Zudem ist auffällig, dass „*Germany*“ für Deutschland verwendet wird. Insgesamt betrachtet wirkt diese Verwendung der englischen Elemente so, als würden die Amerikaner direkt zitiert werden bzw. als wäre der Rezipient bei der Begegnung dabei gewesen. Es wird also durch die emblematische Verwendung der fremdsprachlichen Elemente eine Nähe zum Geschehen suggeriert, was den Blogpost mit dem Bericht über die ungewöhnlichen Gäste authentischer macht.

6.1.9 Lokale und temporale Einordnung

Als eine Routine innerhalb des Bergscout-Projekts lässt sich die explizite oder implizite vor allem lokale, aber auch temporale Einordnung der Blogbeiträge beschreiben, die ähnlich wie die oben beschriebenen Stilmittel der Kontextualisierung bzw. der Färbung der Beiträge mit Lokalkolorit dienen. Die Tendenz zur Verortung lässt sich aus dem Wortlaut der Aufforderung zum Bloggen ableiten, in der die Teilnehmer animiert werden, der Community mitzuteilen, wo sie was erlebt haben (für den genauen Wortlaut vgl. § 5.2.2). Hinzu kommt der regionale Bezug des Blogs innerhalb der Skigebiete von „Das Höchste“ und damit in der

Region Oberstdorf/Kleinwalsertal, was sowohl bei den Rezipienten als auch bei den aktiven Bloggern innerhalb der Community ein gewisses Maß an Kontextwissen voraussetzt. Dies wiederum spielt eine Rolle für die Arten der (geografischen) Verortung/ Kontextualisierung, die im Folgenden näher erläutert werden sollen.

Zu den expliziten Verfahren zähle ich zum einen die Verwendung von Ortsnamen schon in der Überschrift des Blogbeitrags, z. B. „*Neuschnee am Horn*“ (P108, K I), „*Kanzelwand/ Fellhorn zum Wochenbeginn*“ (P100, K I), „*400-Gipfel-Panorama am Nebelhorn*“ (P28, K I), und zum anderen die Verwendung derselben im Blogbeitrag selbst, zumeist am Anfang, z.B. „*Heute letzter Skitag am Nebelhorn, (...)*“ (P114, K I), „*Der Almdudler Fellhorn Park war schon seit langen nicht mehr so gut zu befahren wie heute*“ (P90, K I), „*Es war am 21.02.2012 mal wieder ein geiler Fellhorntag*“ (P 65, K I).

Implizite geografische Kontextualisierungshinweise sind angefügte Bilder, auf denen für Mitglieder der Kommunikationsgemeinschaft mit Ortskenntnis zu erkennen ist, von wo der Blogbeitrag geschrieben wurde, bzw. um welches Gebiet, welche Bergbahn oder welche Hütte usw. es geht. Im folgenden Beispiel handelt es sich um ein Foto des Schlepplifts am Fellhorn. Dies wird jedoch innerhalb des Beitrags nicht kommuniziert, sodass die geografische Verortung hier nur für ortskundige Rezipienten zu leisten ist.

Beispiel 38: Implizite geografische Verortung (Korpus II)

"Schlepplifting", Carving und Drifting;

Blauer Himmel, weißer Schnee, strahlender Sonnenschein wie an der See, hoch nach oben "schleppliften", dann den Berg hinunter carven oder driften;)



P1127 9.3.13 von Ena für [Joscha Maier](#)

Des Weiteren werden Lokaladverbien zur Kontextualisierung verwendet, wobei der Grad der Explizitheit variieren kann, z.B. *„Hier ist es leider etwas windig, aber das frühstück in der mittelstation entschädigt das :)*“ (P58, K I). Bei diesem Beispiel muss der Leser die geografische Verortung selbst leisten, er bekommt den Hinweis *„hier“* und *„mittelstation“*, was vor dem Hintergrund der Bergbahnsituation in den Skigebieten von *„Das Höchste“* nur den Schluss zulässt, dass der Blogbeitrag vom Fellhorn aus geschrieben wurde, da es nur dort eine Mittelstation gibt.

Im Bereich der zeitlichen Verortung der Blogbeiträge lassen sich trotz der obligatorischen Datumsangabe, die im Blog in einer Zeile mit dem Namen des Bloggers erscheint, ebenfalls weitere explizite Kontextualisierungshinweise finden. In der Überschrift z.B. so: *„Sonntag, 19.02.12“* (P58, K I) oder *„14.01.2012 – Bester Skitag seit langem!“* (P 31, K I) Im Blogtext werden zeitliche Referenzen beispielsweise wie folgt realisiert: *„mal schaun ob die pipe morgen noch steht (...)*“ (P119, K I), *„Was kann es denn schöneres geben als am Ostermontag noch einmal in frischen Powder zu hüpfen“* (P110, K I), *„Wir waren im Februar 2012 das erste mal im Kleinwalsertal (...)*“ (P67, K I).

Insgesamt betrachtet wird der geografischen Verortung ganz natürlicherweise eine größere Bedeutung zugesprochen als der zeitlichen, denn abgesehen von der automatischen Zeitinformation bietet auch schon allein die Grundstruktur eines Blogs, nämlich die umgekehrt chronologische Auflistung von Blogbeiträgen, sodass der neueste Eintrag oben steht (vgl. § 5.2.1), die Gelegenheit der groben zeitlichen Einordnung eines Blogbeitrages. Wichtiger erscheint in diesem Kontext das Wissen, das der Rezipient haben muss, um die expliziten und v.a. auch impliziten Kontextualisierungshinweise zu verstehen und einzuordnen. In diesem Zusammenhang wird im nächsten Kapitel das stil-konstituierende Merkmal des Insiderwissens thematisiert.

6.1.10 Insiderwissen

Unter Insiderwissen verstehe ich hier Kenntnisse und Erfahrungen, die Autoren und Rezipienten der Blogeinträge teilen, sodass diese innerhalb der Blogbeiträge nicht explizit versprachlicht werden bzw. nur angedeutet werden. Hier spielt während des Nutzens der Kommunikationsform Blog die Herstellung eines gemeinsamen Kontextes eine Rolle: *„blogging is a cumulative process, mosts posts presuppose some knowledge of the history of the blog and how they fit into a larger story“* (Rettberg 2008 in Peterson 2011:10). Dieses Insiderwissen bewegt sich dabei auf einem Kontinuum zwischen allgemein skisportrelevantem Wissen bis hin zu lokalbasiertem Wissen, das eng an die Skiregion

Oberstdorf/Kleinwalsertal gekoppelt ist. In diesem Zusammenhang spielen natürlicherweise auch Konnotationen sowie geteilte Werte eine Rolle (vgl. auch § 7.1.16).

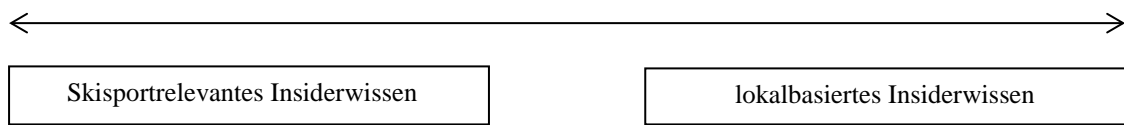


Abb. 12: Kontinuum: Insiderwissen im Bergscout-Projekt

Die Anordnung auf einem Kontinuum resultiert daraus, dass die Mitglieder der Community des Bergscout-Projekts zugleich auch der Gruppe der Skifahrer im Allgemeinen angehören. Sie verfügen also nicht nur über Insiderwissen, das die Ausübung des Skisports generell betrifft sondern auch und in unserem Kontext noch interessanter, über Insiderwissen, das aus der Lokalisierung des Blogs innerhalb des Skigebiets von „Das Höchste“ herrührt. Dies soll nun anhand einiger Beispiele deutlich werden.

Beispiel 39: „Traumtag am Nebelhorn“ (Korpus II)

[Traumtag am Nebelhorn](#)

Traumwetter, (oben) perfekte Schneebedingungen, kaum Leute, Frühjahrstemperaturen, dennoch Schnee bis unten, Liegestühle in der Sonne, bestens präparierte Pisten,...und und und
- es hat einfach Spaß gemacht;-)



P183 8.1.13 von Steffi Hadraschek für [Steffi Hadraschek](#)

Im ersten Beispiel wird von einem „Traumtag am Nebelhorn“ berichtet. Die Verfasserin nennt dabei in Form einer Aufzählung relevante Informationen, die v.a. die Wetter- und Schneebedingungen betreffen. Bei allen Elementen der Aufzählung beruft sie sich auf Skifahrerwissen und geht von einem gemeinsamen Common Ground aus. So beginnt sie mit der Aussage „Traumwetter“, was im skifahrerischen Kontext zumeist bedeutet, dass es sonnig und die Sicht daher gut ist. Es folgt eine Charakterisierung der Schneebedingungen, die sie mit der Einschränkung „(oben)“ als „perfekt“ bezeichnet. Dabei wird davon ausgegangen,

dass der Rezipient versteht, dass die Bedingungen, je nach Höhe unterschiedlich sein können, v.a. bei starker Sonneneinstrahlung, da diese die Qualität des Schnees verändert. Auch die Vorstellung perfekter Schneebedingungen beruht hier auf geteilten Konnotationen: in aller Regel handelt es sich dabei um griffigen Schnee, der weder zu sulzig noch zu eisig ist, und banal aber wichtig, dass überhaupt genug Schnee vorhanden ist. Die Aussage „*kaum Leute*“ basiert auf der Wunschvorstellung eines jeden Skifahrers, die Pisten mit möglichst wenig anderen Leuten teilen zu müssen. Es handelt sich hier also um eine sehr positive Aussage. Auch wenn zum Skifahren die Kälte dazugehört, damit überhaupt Schnee liegen kann, bevorzugen die meisten Sportler etwas wärmere Temperaturen. In Kauf nehmen muss man dann jedoch Einbußen bei der Quantität und Qualität des Schnees, insbesondere in niedrigeren Gebieten. Die Verfasserin freut sich hier also darüber, dass trotz der angenehmen „*Frühjahrstemperaturen*“ bis in die unteren Bereiche des Skigebiets ausreichend Schnee liegt. Zu erwähnen ist hierbei auch, dass offensichtlich ein Wissen darüber, in welchem Rahmen sich Frühjahrstemperaturen in diesem Kontext bewegen und was darunter aus Skifahrersicht zu verstehen ist, innerhalb der Community geteilt wird. Schließlich erwähnt Steffi Hadrascsek „*bestens präparierte Pisten*“, wobei wiederum auf geteiltes Wissen darüber verwiesen wird, was denn solche Pisten ausmacht, nämlich insbesondere eine glatte aber griffige Oberfläche, die je nach Temperatur- und Schneelage mit den Pistenfahrzeugen nicht immer erreicht wird. Häufig schleichen sich dort Nähte ein, es werden Steine an die Oberfläche transportiert, oder es entstehen über Nacht kleine Eisbrocken. In jedem Fall handelt es sich um Phänomene, die von Skifahrern im Hinblick auf Fahrkomfort und Materialverschleiß nicht beliebt sind.

Beispiel 40: „Mini-Urlaub“ (Korpus II)

[Mini-Urlaub](#)

Das Schönste heute war die Bergfahrt durch die Wolken und dann den "Wolkensee" von oben zu sehen.

Das war die Belohnung für 50 min Anstehen.

Ansonsten: tolle Pisten, wunderschönes Wetter und meist gut gelaunte Menschen, gigantische Rundblicke...



P1008 3.3.13 von Gisela für [Joscha Maier](#)

Im Beispiel „*Mini-Urlaub*“ steht ebenfalls Wissen im Vordergrund, das Skifahrer im Allgemeinen teilen. Die Verfasserin des Beitrags, Gisela, berichtet von einer Bergfahrt durch Wolken hindurch, und dass sie dann von der Gipfelstation „*den ‚Wolkensee‘*“ von oben betrachten konnte. Oberhalb der beschriebenen Wolken schien also die Sonne, was auch durch das angefügte Foto belegt wird. Dahinter verbirgt sich ein Wetterphänomen, das im Raum Oberstdorf/Kleinwalsertal als „Obheiter“ bezeichnet wird. Dabei kommt es über einer stabilen Wolkendecke zu strahlendem Sonnenschein. Erklärung hierfür sind sog. Inversionswetterlagen⁶⁴. Dies ist ein Phänomen, das den meisten Skifahrern bekannt ist, sodass auch hier Insiderwissen vorausgesetzt und nicht weiter erläutert wird.

Beispiel 41: „Neben der Piste“ (Korpus II)

[Neben der Piste](#)

Eigentlich bin ich ja eher ein Pistenfahrer. Aber wenn die Bedingungen und der Schnee so gut sind, wie hier im Februar am Hang der Zwerenalp-Bahn, verschlägt es mich auch mal neben raus ...

⁶⁴ „Obheiter ist in den Bergen zu Hause und basiert auf dem Wetterphänomen Bodeninversion. So kommt es gerade im Herbst zu sogenannten Inversionswetterlagen, bei denen die Temperaturverhältnisse auf den Kopf gestellt sind. Dann ist es in den Höhenlagen wärmer als im Tal. Während talnahe Luftschichten aufgrund des kalten Bodens über Nacht stark abkühlen, bleibt es in höheren Regionen milder und stabiler“ (<http://www.das-hoehste.de/unternehmen/presse/jetzt-wirds-obheiter-wenn-die-sonne-ueber-dem-nebel-lacht.html>) [letzter Zugriff: 16.02.16].



P1137 9.3.13 von Susanne Gast für [Christian Seitz](#)

Im dritten von mir ausgesuchten Beispiel wird sowohl allgemein skifahrerisches Insiderwissen als auch lokal basiertes Insiderwissen thematisiert. Es geht in dem Beitrag darum, dass die Verfasserin Susanne Gast sich eigentlich als Pistenfahrerin bezeichnen würde, also eher nicht abseits der Piste unterwegs ist. Allerdings macht sie Ausnahmen, wenn, wie auf dem angefügten Bild dargestellt, die Verhältnisse besonders gut sind. Damit spricht sie zum einen das Wissen darüber an, was allgemein gute Bedingungen und guter Schnee im Hinblick auf das Fahren abseits der Piste sind. Dazu zählt beispielsweise gute Sicht, genügend, nicht zu schwerer, möglichst frischer und unverspurter Schnee, sowie ein sicherer Untergrund, das heißt, keine großen Steine oder Lawinenverbauungen etc., und ein ausreichend steiler Hang. Zum anderen wird aber mit der geografischen Verortung auch lokal basiertes Wissen aktiviert, denn wer sich im Gebiet auskennt, weiß, dass sich die Zwerenalpbahn im Zweiländerskigebiet Kanzelwand/Fellhorn befindet, dass dort tagsüber lange Schatten ist, sodass der Pulverschnee dort verhältnismäßig lange hält, und dass unter der Schneedecke keine Gefahren wie Steine oder Lawinenverbauungen lauern.

Beispiel 42: „Frühjahrsspaß am Ifen“ (Korpus II)

[Frühjahrsspaß am Ifen](#)

Nach einem leckeren Frühstück zusammen mit meiner Mum und Teresa ging es ab an den Ifen. Stressen taten wir uns heute nicht, denn wir gingen ja als erstes eine kleine Tour. Es ging vom Ifenparkplatz weg hinein in die Melköde. Es ist wirklich traumhaft idyllisch dort. Ein Wanderweg wo man wirklich seine Ruhe hat und nicht gestört wird.

Nach einem leckeren Essen ging es flott zurück an den Ifen. Nach einer energietankenden Liftfahrt testete ich das Splitboard auf seine Qualitäten auf der Piste. Die Piste war obwohl es kurz nach Mittag war erstklassig "für Snowboarder" ein wenig firnig. Als Snowboarder findet man sich jedoch fast in jedem Terrain zurecht ;)! Einigen Fahrten durchs Kellerloch, trauten wir uns noch an den Olympiahang. Nicht dass wir ihn zum Ersten Mal fahren würden. Jedoch bei einem Snowboard, welches aus zwei Teilen besteht, hatte ich schon meine Bedenken.

Doch auch in steilen Längen erwies es sich als ein erstklassiges Wintersportgerät und seiner Verwandtschaft dem "klassischen" Snowboard würdig. An der Talstation angekommen fuhren wir direkt zur Cantina Vertical, wo wir

uns mit meiner Mum, Nichte und Oma zum Kuchenessen trafen. Dieser Schokoladenkuchen, einfach HERRLICH!



P1076 6.3.13 von Thomas Schöb für [Thomas Schöb](#)

Im letzten von mir ausgewählten Beispiel wird schließlich ganz offensichtlich an lokal basiertes Insiderwissen angeknüpft. Es handelt sich um einen sehr detaillierten Bericht eines Tages, in dem der Verfasser zunächst eine Winterwanderung in der Nähe des Skigebiets Ifen beschreibt, bevor es um das Ausprobieren eines Wintersportgeräts im Skigebiet geht. Abschließend wird noch die Rückfahrt in den Ort Riezlern erwähnt. Der Blogeintrag zeichnet sich durch zahlreiche geografische Verortungen aus („Ifen“, „Ifenparkplatz“, „Melköde“, „Kellerloch“, „Olympiahang“, „Cantina Vertical“), sodass es nur dem Insider möglich ist, dem Bericht mit allen Implikationen tatsächlich zu folgen. So ist beispielsweise im Kontext der beiden genannten Pisten „Kellerloch“ und „Olympiahang“ relevant, dass es sich bei beiden um schwarze Pisten, d.h. des höchsten Schwierigkeitsgrades, handelt. Dabei zeichnet sich erstere vor allem dadurch aus, dass sie sehr schmal ist und einige sehr steile Abschnitte enthält, während der Olympiahang sich durch seine Steilheit und die ungewöhnliche Hangneigung auszeichnet. Dies ist insofern von Bedeutung für den Bericht, als dass sich erst dadurch erklärt, warum der Autor Thomas Schöb Respekt vor der Abfahrt mit einem unbekanntem Wintersportgerät, einem zweigeteilten Snowboard, äußert.

Insgesamt betrachtet lässt sich also das thematisierte Insiderwissen innerhalb der neuen Textsorte „Bloggen als Bergscout“ als stil-konstituierendes Mittel identifizieren. Die Teilnehmer gehen von einem gewissen Wissensstand aus, und auch wenn die Beiträge teilweise auch von Skigebietslaien grob verstanden werden können, so erschließen sich kleine aber entscheidende Implikaturen oft erst, wenn auf lokal basiertes Insiderwissen zurückgegriffen werden kann.

6.1.11 Phraseologismen

Unter Phraseologismen verstehe ich in diesem Kontext nach Burger (2010) „Kombinationen von Wörtern, die uns als Deutschsprechenden genau in dieser Kombination (eventuell mit Varianten) bekannt sind“ (ebd.:11). Es handelt sich also um feste⁶⁵ Wortverbindungen. Phraseologismen zeichnen sich demnach durch Polylexikalität und Festigkeit aus. Hinzu kommt eine dritte Eigenschaft, die Idiomatizität⁶⁶, d.h., dass die Wortverbindung eine Einheit mit einer Bedeutung darstellen kann, die sich nicht durch die „syntaktischen und semantischen Regularitäten der Verknüpfung“ (ebd.:14) erklären lässt. Aufgrund der verschiedenen Perspektiven und Forschungsrichtungen der Linguistik haben sich in der Literatur abweichende Klassifikationen und Terminologien herausgebildet (ebd.:57). Burger (ebd.) klassifiziert die verschiedenen Phraseologismen auf Basis des Kriteriums der Zeichenfunktion, die sie in der Kommunikation haben. Demnach unterscheidet er Referentielle, Strukturelle und Kommunikative Phraseologismen, die auch Routineformeln genannt werden. Die Strukturellen Phraseologismen sind für die vorliegende Arbeit am wenigsten interessant, da deren einzige Funktion ist, (grammatische) Relationen herzustellen. Zu den referentiellen Phraseologismen, die sich auf Objekte, Vorgänge oder Sachverhalte der Wirklichkeit beziehen, gehören Feste Phrasen (satzwertige Formulierungen, die direkt an den Kontext angeschlossen sind) sowie Topische Formeln (ohne Verankerung in einem spezifischen Kontext). Letztere lassen sich wiederum in zwei Hauptgruppen unterscheiden, nämlich in Sprichwörter und Gemeinplätze, die, wie im Verlauf des Kapitels gezeigt werden wird, auch im Kontext des Bergscout-Projekts eine wichtige Rolle spielen. (ebd.:39ff) Des Weiteren gibt es weitere Typen von Phraseologismen, die von der Basisklassifikation nach Burger (2010) entweder nicht erfasst werden oder quasi quer dazu zu betrachten sind, da sie in verschiedenen Klassen auftreten können. Dazu gehören Modellbildungen, Zwillingsformeln, Komparative Phraseologismen, Kinegramme, Geflügelte Worte, Autorphraseologismen, Onymische Phraseologismen, Phraseologische Termini, und Klischees (ebd.:44-52). Auf einzelne dieser Typen werde ich im Verlauf des Kapitels, wenn relevant für die Beispiele, genauer eingehen.

Es ist zu beobachten, dass in den Beiträgen des Bergscout-Blogs Phraseologismen insbesondere in der Überschrift verwendet werden, um einerseits den Inhalt des folgenden Beitrags zusammenzufassen und neugierig darauf zu machen, andererseits, um Überschrift und Beitrag zu verbinden und Kohäsion herzustellen (vgl. auch § 6.1.15). Die Platzierung der

⁶⁵ Siehe zur Diskussion des Begriffs „fest“ in diesem Zusammenhang Burger (2010:15ff).

⁶⁶ Idiomatizität kann stark oder schwach ausfallen, vgl. Burgers (2010) Ausführungen zu teil- und nichtidiomatischen Phraseologismen (ebd.:29ff).

Phraseologismen in den Überschriften der folgenden Beispiele korrespondiert mit der Feststellung Burgers (2010), dass manche Typen von Routineformeln einen festen Ort im Ablauf eines kommunikativen Prozesses, z.B. Gruß- oder Abschiedsformeln, haben, während es ansonsten jedoch keine festen Regeln für den Einsatz von Phraseologismen gebe, wohl aber Präferenzen. Dies könne beispielsweise in schriftlich konzipierten Texten beobachtet werden, bei denen die Reihenfolge der Textelemente geplant wird. Hier lasse sich eine Häufung an Anfang und/oder Ende beobachten. (ebd.:155)

Im ersten Beispiel lässt sich die Verwendung des Sprichwortes „*Morgenstund hat Gold im Mund*“ in der Überschrift des Beitrages beobachten. Es wurde bereits erwähnt, dass Sprichwörter „in sich geschlossene Sätze [sind], die durch kein lexikalisches Element an den Kontext angeschlossen werden müssen“ (ebd.:106). Sie gelten also als „Mikrotexte“ (ebd.). Nach Burger können Sprichwörter als „Formulierungen von Überzeugungen, Werten und Normen gelten, die in einer bestimmten Kultur und Zeit soziale Geltung beanspruchen“ (ebd.); des Weiteren ist diese sozial geprägte Funktion des Sprichworts die Basis für weitergehende Aufgaben, die sie in konkreten Kommunikationssituationen übernehmen können: „Sprichwörter können als Warnung, Überredung, Argument, Bestätigung, Trost, Besänftigung, Überzeugung, Mahnung, Zurechtweisung, Feststellung, Charakterisierung, Erklärung, Beschreibung, Rechtfertigung, Zusammenfassung fungieren“ (Röhrich & Mieder 1977:81 in Burger 2010:107). Die Verfasserin des Beitrags, Alexandra Gerz, verwendet das Sprichwort hier in der Überschrift zum einen als Zusammenfassung des Textes im Hauptteil, in dem sie die guten Skibedingungen am gestrigen Tag bis ca. 11 Uhr beschreibt. Zudem schafft sie durch den Rückbezug im ersten Satz des Hauptteiles auf die Überschrift Kohäsion zwischen den beiden Teilen des Beitrages. Zwar kann das Sprichwort auch hier kontextfrei verstanden werden, nämlich im wörtlichen Sinne, dass morgens alles besser ist, dennoch wird durch die Platzierung in der Überschrift des Beitrages und die rückweisende Referenz eine spezifische Lesart nahegelegt, die sich auf die lokalen Bedingungen im Skigebiet Fellhorn bezieht. In diesem Sinne und in dieser Verwendungsweise ist das Sprichwort also durchaus kontextuell eingebettet. Burger beschreibt dieses Phänomen am Beispiel der Argumentation (2010:118ff).

Beispiel 43: „Morgenstund hat Gold im Mund“ (Korpus II)

"Morgenstund hat Gold im Mund"

Dieser Spruch stimmte gestern! Es war einfach traumhaft schön am Morgen am Fellhorn! Frisch gewalzter Neuschnee und toller Sonnenschein. Wir haben es sehr genossen. Leider hielt der Traum nur etwa bis 11.00 Uhr. Danach zogen Wolken auf. Aber wir wollen uns nicht beschweren;-)



P656 7.2.13 von Alexandra Gerz für [Steffi Hadraschek](#)

Eine ähnliche Vorgehensweise lässt sich auch im folgenden Beispiel beobachten. Die Verfasserin Anja Späth verwendet in ihrer Überschrift das Sprichwort „*Der frühe Vogel fängt den Wurm*“ um ihren Blogbeitrag zusammenzufassen. Auch sie spezifiziert die Aussage des Sprichworts, indem sie im Text darauf referiert und genauer ausführt, was damit gemeint ist, nämlich, dass früh morgens im Skigebiet Kanzelwand ganz blauer Himmel vorherrschte, während es zum Zeitpunkt des Postens bereits bewölckter war, und bettet es so in den bergscoutspezifischen Kontext ein.

Beispiel 44: „Der frühe Vogel fängt den Wurm“ (Korpus II)

[Der frühe Vogel fängt den Wurm!](#)

Wer heute genau dieser Devise nachging, hat feinstes Kaiserwetter und geniale Pisten genossen, wie ich an der Kanzelwand. Schon jetzt zieht es wieder etwas zu aber noch ist die Sonne stärker und sticht durch die Wolken. Mal sehen was der Tag noch bringt. Gönn mir gerade schon die erste Pause mit Brezel und heißer Schoki im Panoramarestaurant. Da habt ihr freies WLAN und könnt sofort über euren tollen Tag berichten und Bilder Posten!



P646 6.2.13 von Anja Späth für [Anja Späth](#)

Abgesehen von Sprichwörtern findet man in den Blogbeiträgen auch häufig Geflügelte Worte. Dies sind ursprünglich „literarisch belegbare, allgemein geläufige Redensarten“ (Burger 2010:48), heute ist diese Beschränkung auf literarische Ausdrücke jedoch nicht mehr aktuell, vielmehr gelten Ausdrücke als Geflügelte Worte, die aus Filmen, Werbung oder anderen Bereichen der Sprache stammen. „Entscheidend ist jeweils, dass bei den Sprechern ein Bewusstsein⁶⁷ darüber vorhanden ist, dass der Ausdruck auf eine bestimmte und allenfalls bestimmbare Quelle zurückgeht“ (ebd.). Im Beispiel wird der Phraseologismus verwendet, um die Überschrift und den Hauptteil des Blogbeitrags direkt zu verbinden. Dafür werden die Geflügelten Worte „*Warum in die Ferne schweifen*“ durch den Zusatz „*wenn es doch bei uns so schön ist*“ ergänzt. Eine Begründung erfolgt im Anschluss, sodass auch hier der Phraseologismus in den skifahrerischen Kontext eingebettet wird.

Beispiel 45: „Warum in die Ferne schweifen“ (Korpus II)

[Warum in die Ferne schweifen](#)

wenn es doch bei uns so schön ist. Das Höchste bietet perfekte Pisten für groß und klein, super Einkehrmöglichkeiten, Busverbindungen, Steilhänge und Gleitwege. Ich habe schon viele Ausflüge in die Ferne gemacht. Doch zu Hause ist und bleibt es am Schönsten!



P620 4.2.13 von Hannes Kreittner für [Thomas Schöb](#)

Ähnliches lässt sich in meinen Daten vielfach beobachten. Angeführt sei an dieser Stelle noch das folgende Beispiel: „*Es ist nie zu spät .../ ...sich im Skifahren zu üben* :)“ (P 614, K II)

Allgemein ist festzustellen, dass Phraseologismen in Beiträgen des Bergscout-Projekts häufig abgewandelt werden, um gemäß des Kontextes sinnvoll verwendet werden zu können, wie oben anhand der Sprichwörter und Geflügelter Worte dargestellt. Sandig (2007) hat dazu festgestellt:

⁶⁷ Wobei dieses Bewusstsein durchaus sehr kurzlebig und fluktuierend sein kann (Burger 2010:48).

„Sind Phraseologismen modifiziert oder in einem Kontext abweichend verwendet, wird dadurch ihre ursprüngliche Merkmalhaftigkeit gesteigert und zwar je nach der Art der Modifikation und deren Leistung im Kontext in unterschiedlicher Weise. Es sind also vorgeprägte feste Ausdrücke, mit denen jedoch generell stilistisch abwandelnd, kreativ umgegangen werden kann“ (Sandig 2007:159f).

„Phraseologismen sind also gewissermaßen pragmatisch besonders ‚geladen‘ ...“ (ebd.:162). Sandig (ebd.) kann zeigen, dass Phraseologismen daher dem Ausdruck verschiedener Einstellungen und Haltungen dienen. Dies kann auch in den Daten des Bergscout-Projekts beobachtet werden. Im ausgewählten Beispiel wird ein geflügeltes Wort („*Wochenend und Sonnenschein*“), bekannt aus einem Lied⁶⁸ der Comedian Harmonists von 1930, verwendet. Durch die Wahl dieses Phraseologismus wird beim Rezipienten die Erwartung auf einen seriösen Bericht über ein sonniges Skiwochenende geweckt. Genau damit bricht aber der Verfasser des Beitrags, denn es geht in dem Post zwar um ein solches, im Vordergrund stehen jedoch die Aktivitäten der vier Akteure. So berichtet der Verfasser schon zu Beginn davon, dass einer von ihnen nach einer durchzechten Nacht kaum aus dem Bett gekommen ist. Am Ende wird von einem Unfall berichtet, der den Skitag vorzeitig beendete. Insgesamt betrachtet wird also mit dem in der Überschrift eingeführten Geflügelten Wort kreativ umgegangen, indem bewusst die Assoziationen, die damit beim Rezipienten entstehen, gebrochen werden. Dies geschieht nicht nur inhaltlich, sondern auch sprachlich. Der Post enthält zahlreiche Fehler, die den Anschein erwecken aus Flüchtigkeit zu resultieren (z.B. Kleinschreibung von Nomen), und ist sehr nächsprachlich formuliert („*nämlich einen von uns aus dem bett zu prügeln*“, „*Am nachmittag im Crystal Ground hat es meinen Bruder als er einen neuen Trick probiert hat auf die fre..... geschlagen*“) und bricht somit auch auf dieser Ebene mit der positiven, seriösen Konnotation des Liedtitels.

Beispiel 46: „Wochenend und Sonnenschein“ (Korpus II)

[Wochenend und Sonnenschein.....!](#)

Es war sehr früh Morgens an einem schönen Samstag morgen im Februar..! Wir waren vier Jungs die Skifahren gehen wollten und den plan hatten einer der ersten auf der Piste zu sein, doch das hat nicht ganz hingehauen. Nach leichten Startschwierigkeiten, nämlich einen von uns aus dem bett zu prügeln weil er noch zwei stunden zuvor am feiern war ;) Naja..... Aufjedenfall sind wir dann losgekommen und nach einer lustigen Autofahrt und einer langen Parkplatz suche in Riezlern sitzen wir dann auch endlich in der gondel! Das wetter an diesem tag auf dem Fellhorn war der Genial. Es war fast schon zu warm so das die Pisten zum mittag hin so sulzig waren das wir nur noch im Funpark waren. Abends sind wir dann zu der Hütte von einem Kumpel gefahren. Dort haben wir den tag ausklingen lassen mit ein paar Bier, Poker und einem richtig guten Harlem Shake video in der Sauna! Am nächsten morgen wollten wir den plan früh auf der Piste zu sein dann wirklich in die tat umsetzen und gaben gas beim aufräumen, putzen und zusammenpacken. Der plan ist auch aufgegangen ;) Bei strahlendem Sonnenschein an diesem Sonntag morgen haben wir die Pisten unsicher gemacht! Am nachmittag im Crystal Ground hat es meinen Bruder als er einen neuen Trick probiert hat auf die fre..... geschlagen (er musste an der

⁶⁸ https://de.wikipedia.org/wiki/Happy_Days_Are_Here_Again [letzter Zugriff: 16.02.16]

Nase genäht werden) was dann weniger erfreulich war den er musste einen Arzt suchen und konnte nicht weiterfahren. Wir anderen sind dann auch nur noch einmal mit der Gondel hoch und haben dann die heimreise angetreten. Was zu diesem Zeitpunkt auch der Plan vieler anderen war denn aus Riezlern raus Richtung Oberstdorf standen wir zwei stunden im stau. Aber wir sind alle gut nach hause gekommen.



P1342 16.3.13 von Niklas Ludwig für [Joscha Maier](#)

Die Aufmerksamkeit und Interesse aktivierende Funktion von Phraseologismen wurde oben bereits erwähnt. Damit erfüllen sie auch eine persuasive Funktion in dem Sinne, dass Rezipienten überredet oder überzeugt werden sollen, die Angebote der Bergbahnen von „Das Höchste“ auch auszuprobieren. Es handelt sich also auch um Werbung, sodass bei der Stilkonstitution eine Orientierungsfunktion der Textsorte Werbung erkannt werden kann. Phraseologismen sind in der Werbesprache vor allem deswegen ein beliebtes Mittel, „weil sie sich durch die Möglichkeit der Modifikation besonders dazu eignen, sprachspielerisch verfremdet zu werden oder durch Mehrdeutigkeit zu überraschen oder zu amüsieren“ (Janich 2010:178f), und dadurch zur Überzeugung des Rezipienten beitragen. Auch Sprachspiele, die über die reine Modifikation von bestehenden Phraseologismen hinausgehen, wurden bei der Analyse der Daten des Bergscout-Projekts als stil-konstituierend identifiziert und sollen daher im folgenden Abschnitt näher beleuchtet werden.

6.1.12 Sprachspiele

Mit Sprachspiel ist in diesem Kontext nicht der philosophische Begriff nach Wittgenstein⁶⁹ gemeint, sondern der linguistische und literaturwissenschaftliche, der das Spiel mit Sprache beinhaltet. Sprachspiele können also wie folgt definiert werden: „Spiele mit dem gesamten

⁶⁹ Nach Wittgenstein „kann man unter Sprachspiel jede Form der sprachlichen Äußerung innerhalb eines praktischen Kontexts verstehen, also die unzähligen Arten des Zeichen-, Wort- und Satzgebrauchs. Wittgenstein betont dies mit dem Begriff, dass „das Sprechen der Sprache ein Teil [...] einer Tätigkeit, oder einer Lebensform [ist]“. [1] Dabei können diese sprachlichen Äußerungen von kleinen Lauten wie „Aua“ oder „Hilfe!“ bis zu komplexen sprachlichen Systemen reichen: Auch die Philosophie, eine Fachsprache, ein Witz, ein literarischer Text oder andere Sprachformen können daher als Sprachspiele bezeichnet werden“ (<https://de.wikipedia.org/wiki/Sprachspiel>) [letzter Zugriff 16.0216].

überkommenen Sprachmaterial, die sich den normativen Idealen inhaltlicher Eindeutigkeit und formaler Fixiertheit durch Mehrdeutigkeit und Abwandlung entziehen, vornehmlich um komische und suggestive Wirkungen zu erzeugen“ (Kreuzer 1969:6 in Janich 2010:202). Demzufolge gibt es für Sprachspiele zwei wichtige Merkmale, nämlich einerseits eine von der Form her „irgendwie geartete (=spielerische) Abweichung von der sprachlichen Norm oder (...) der Erwartungen der Kommunikationsteilnehmer“ (Janich 2010:203). Das bedeutet, dass das Sprachspiel grundsätzlich geeignet ist, Aufmerksamkeit zu erregen. Andererseits passiert die Abweichung absichtlich, und zwar mit dem Ziel, „eine komische, witzige oder – wird „Sprachspiel“ weiter gefasst – allgemein persuasive Wirkung zu erzeugen“ (ebd.). Sprachspiele werden also im Kontext des Bergscout-Projekts im Sinne eines kreativen Gebrauchs von Sprache, „der in irgendeiner Form von den konventionellen Erwartungen der Sprachteilhaber abweicht“ (ebd.:205), verstanden. Janich (ebd.) unterscheidet dabei mehrere Ebenen, die wiederum verschiedene Ebenen der Realisierung⁷⁰ beinhalten. Demnach differenziert sie zunächst zwischen Wortspielen, Kontextspielen und Referenzspielen. Wortspiele enthalten verletzte Erwartungen der Rezipienten im Hinblick auf die sprachliche Form. Das bedeutet, dass Veränderungen an Wort oder Syntagma gemacht werden, oder aber, dass sprachliche Elemente in abweichender Manier kombiniert werden. Unter Kontextspielen versteht die Autorin verletzte Erwartungen von Rezipienten, die sich auf den Zusammenhang von Textinhalt und Kontext/Situation/Textsorte beziehen. Referenzspiele zeichnen sich schließlich durch das Durchbrechen konventioneller Referenzbezüge aus. (Janich 2010:205ff)

Alle drei Ebenen von Sprachspielen kommen im Korpus vielfach vor, daher sollen im Folgenden einige Beispiele beleuchtet werden, bevor deren stil-konstitutive Wirkung im Vordergrund steht. Bei den ersten drei Beispielen handelt es sich um Wortspiele. Dann folgen Beispiele für Kontextspiele und ein Beispiel für Referenzspiele.

Beispiel 47: Wortspiele: Nebelhorn vs. Sonnenhorn (Korpus II)

[Von wegen Nebelhorn...](#)

...am Donnerstag hieß es Sonnenhorn. Mit Top präparierten Pistenverhältnissen und kaum Skifahrer, konnte man einen traumhaften Tag erleben.

⁷⁰ Auf die Ebenen der Realisierung kann im Rahmen dieser Arbeit nur – wenn relevant – im Kontext der Beispiele eingegangen werden (vgl. Janich 2010:205ff).



P433 26.1.13 von Johanna Lipp für [Anja Späth](#)

Im ersten Beispiel wird der Name des Oberstdorfer Skibergs abgewandelt und dadurch positiver konnotiert. Das 2224 m hohe Nebelhorn wird in dem Blogbeitrag von Anja Späth als „*Sonnenhorn*“ bezeichnet. Damit greift sie zunächst die tatsächliche Bezeichnung auf, um die geografische Verortung eindeutig zu machen. Gleichzeitig kontrastiert sie jedoch die Bedeutung des Namens Nebelhorn mit dessen negativer Konnotation, die auf dem Teil Nebel beruht, d.h. vorherrschende widrige Wetterbedingungen, die für Skifahrer eher unangenehm sind, mit den tatsächlichen erlebten Bedingungen („*Von wegen Nebelhorn (sic!)... am Donnerstag hieß es Sonnenhorn*“). Da das Nebelhorn sich am besagten Tag sonnig präsentiert hat, nutzt sie das Sprachspiel und die damit einhergehende Abweichung, um ihren Bericht über den Skitag interessant zu gestalten und das Nebelhorn als lohnenswertes Ziel darzustellen.

Beispiel 48: Wortspiele: „gewettert“ (Korpus II)

Schlechtes Wetter?

Alle reden von Schneeregen, Nebel und schlechten Wetterbedingungen am letzten Wochenende. Uns hat das letzte Wochenende gelehrt das man nicht immer mit der Gondel ganz nach oben muss, wenn schlecht Wetter angesagt ist.

Wir haben den ganzen Tag am Söllereck verbracht.

Anfangs war es noch bewölkt und hat geschneit. Schon nach der Mittagspause zog es stellenweise auf und die Sonne zeigte sich.

Auch die Schneeverhältnisse waren Optimal, durch den Neuschnee gab es keine vereisten Stellen.

Schön war es und das schlechte Wetter hat ohne uns gewettert ;-)



P616 4.2.13 von Ännabanänna für [Joscha Maier](#)

Im zweiten Beispiel werden eine schlechte Wettervorhersage und ein dadurch bedingt unerwartet guter Skitag am Söllereck thematisiert. Ännabanänna berichtet, dass sie und ihre Begleiter trotz einer schlechten Wettervorhersage und anfangs auch eher schlechtem Wetter einen schönen Skitag am Söllereck verbracht haben. Dies lag daran, dass sich das Wetter im Laufe des Tages gebessert hat und die Bedingungen durch den Neuschnee sogar noch besser waren, als sie es womöglich bei Sonnenschein gewesen wären. Das Wortspiel taucht dann in der Zusammenfassung des Blogbeitrags auf. Die Autorin resümiert, dass es ein schöner Tag war und dass das vermeintlich schlechte Wetter wohl woanders aufzufinden war. Dazu kreierte sie ein Verb aus dem Substantiv Wetter („*gewettert*“), es handelt sich also um ein Spiel mit einer ungrammatischen Wortform. In diesem Kontext wirkt die Abweichung zum einen humoristisch, zum anderen wird aber auch hier eine persuasive Wirkung transportiert, indem darauf verwiesen wird, dass man in den Skigebieten von „Das Höchste“ unabhängig vom Wetter schöne Zeiten erleben kann.

Beispiel 49: Wortspiele: „gut, besser, Powder“ (Korpus II)

Gut, besser, Powder!

Wow, was war das heute für ein Grandioser Neuschnee-Nachmittag. Eigentlich hatte ich mich auf etwas schwierige Pisten eingestellt, da ich erst um 14 Uhr auf den Berg konnte und im Tal schon eher Schneeregen vom Himmel kam. Oben angekommen, weit und breit kein einziger Mensch. Die Pisten waren leider nicht mehr das gelbe vom Ei aber wie gesagt, um diese Zeit vorhersehbar. Dafür aber kleine Stellen mit feinstem Powder entdeckt und ich hatte das Gefühl die ersten Lines zu ziehen, es war der Hammer! Die Leute denen ich begegnet bin, kann ich echt an einer Hand abzählen, was war denn da heute los?



P623 5.2.13 von Anja Späth für [Anja Späth](#)

Im dritten Beispiel für ein Wortspiel wird mit dem Phänomen der Komparation gespielt. Die Überschrift des Beitrags, in dem es um einen tollen Nachmittag an der Kanzelwand (dies kann die Autorin dem angefügten Bild entnehmen) geht, besteht aus drei Wörtern, die eine Steigerung suggerieren, wobei nur die ersten beiden tatsächlich zusammengehören. Auf den Positiv „gut“ folgt der Komparativ „besser“. Anstelle des zu erwartenden Superlativs „am besten“ wird dann jedoch das Substantiv „Powder“ verwendet, um in diesem Kontext die Erfüllung der Idealvorstellung der Ski- und Schneebedingungen zu versprachlichen. Voraussetzung für ein Verständnis dieses Wortspiels ist die geteilte positive Konnotation des Lexems „Powder“. Pulverschnee ist für die meisten Skifahrer ein begehrenswerter Zustand des Schnees (vgl. 7.1.8). Anja Späth gestaltet damit ihre Überschrift auffällig und macht somit neugierig auf den nachfolgenden Beitrag. Auch hier lässt sich schließlich eine persuasive Funktion nachweisen, denn die Aussage des Blogeintrags ist letztendlich, dass in den Gebieten von „Das Höchste“ auch nachmittags gute Bedingungen herrschen (können), obwohl Wetter und Tageszeit eher dagegen sprechen.

Die nächsten drei Beispiele zeigen Kontextspiele. Im Bergscout-Blog lassen sich hauptsächlich Textmuster-mischungen beobachten. Das bedeutet, dass die Blogeinträge als Gedichte mit verschiedenen Charakteristika realisiert werden, ansonsten aber inhaltlich dem bekannten Muster entsprechen (vgl. § 6.1.3). So sind die Beispiele 50 und 51 als mehrstrophige Gedichte mit vorwiegendem Paarreim realisiert, während der Beitrag in Beispiel 52 als Akrostichon⁷¹ gestaltet wurde. Gemein ist diesen Spielereien, dass sie die

⁷¹ „Gedicht, bei dem die Anfangsbuchstaben, -silben oder -wörter der Verszeilen oder Strophen ein Wort oder einen Satz ergeben“ (<http://www.duden.de/rechtschreibung/Akrostichon>) [letzter Zugriff 16.02.16].

Beiträge durch die strukturelle Abweichung schon optisch von den übrigen unterscheiden, und dadurch natürlicherweise interessant machen.

Beispiel 50: Kontextspiele: Gedicht I (Korpus II)

Schickes Ding

Im Schnee waren wir unterwegs,
machten gerade Pause und aßen einen Toggenburger Alpenkeks.

Da kam ein Bergscout um die Ecke gebogen,
binnen einer Sekunde als wäre er geflogen.

Hilfsbereit informierte er uns über alle Berge,
inmitten wir uns vorkamen wie kleine Zwerge.

Zwei Kugelschreiber überreichte er uns feierlich,
wir könnten gewinnen reichlich.

Schickes Ding dachten wir,
die ganze Funktionalität entdeckten wir aber erst daheim bei einem Bier.

Die Ausziehkarte mit vielen Pisten darauf,
zeigte uns an, wo wir noch überall wollen hinauf ;-)

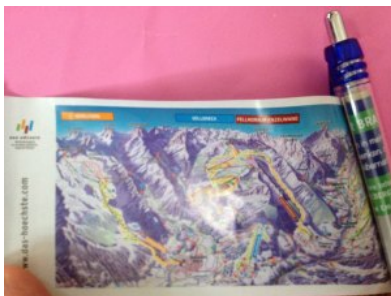
Wir würden uns über die Gewinne sehr freuen,
aber auch Joscha gönnen wir das Auto ohne es zu bereuen.

Von seinen geliebten Alpen wohnt er fern,
Der Ford Bmax würde ihm neue Optionen ermöglichen,
jedes Wochenende in die Alpen das würde er soooooooooo gern.

Einladen würde er seine 4 Geschwister,voller Freude in Richtung Alpen mit Gekicher und Geknister.

Er war jung und brauchte das Geld,
denn die Alpen sind seine Welt ;-P

Haltet Ausschau nach den Bergscouts mit Schwarzer Schürze,
dann werdet ihr beschenkt mit Kullis schön in Kürze.



P410 24.1.13 von Kathrin für [Joscha Maier](#)

Beispiel 51: Kontextspiele: Gedicht II (Korpus II)

Bergreim

Steh ich morgens früh am Lift,
freu ich mich schon auf die frisch präparierte Pist,
genieße noch die Ruh,
und die Sonne scheint dazu.

Mache die ersten Schwünge im frischen Schnee,
und treffe meinen Bruder,
den Bergscout, Juchheee!

Nach einem schönen Tage,
freue ich mich schon auf die nächsten Male,
in den Gebieten von DAS HÖCHSTE,
denn hier ist das Skierlaufen das Größte!

P284 15.1.13 von Manuel für [Stefan Schreier](#)

Beispiel 52: Kontextspiele: Akrostichon (Korpus I)

Ifen...

I- Immer wieder geil

F- Fun forever

E- Einzigartige Pisten

N- Natur pur



P 57 15.2.12 von Katharina Simon

Janich (2010) versteht unter Referenzspielen Verfahren, „die den Referenzbezug ausweiten, vage oder ungewöhnlich werden lassen“ (ebd.:209). Im Kontext des Bergscout-Projekts handelt es sich dabei vornehmlich um Anspielungen auf Text-Bild-Basis. Die Abweichung entsteht dabei nicht durch die sprachliche Form, sondern durch die Kombination von Text und Bild. Im folgenden Beispiel findet sich eine Kombination von Verfahren. Zum einen wird mit

der Ambiguität des Ausdrucks „*Schnorcheln*“ gespielt, zum anderen entsteht durch die Kombination mit dem angefügten Bild ein witziger Effekt. Schnorcheln ist eigentlich ein Begriff aus dem Kontext des Tauchens. Nur selten wird er im Jargon auch im skifahrerischen Kontext für das Fahren im frischen Pulverschnee verwendet. Der Autor des Blogbeitrags kreiert hier also eine Abweichung von der konventionellen Referenzerwartung, die unterstützt wird durch die Text-Bild-Kombination, anhand derer letztlich deutlich wird, welche Lesart von Schnorcheln gemeint ist. Der witzige Effekt wird zusätzlich durch die Verwendung des zwinkernden Emoticons unterstrichen.

Beispiel 53: Referenzspiele: „Schnorcheln“ (Korpus I)

POW POW

3 Tage Allgäuer Neuschnee Schnorcheln ...(-;



P 13 22.12.11 von Andi

Im Hinblick auf die stil-konstitutive Wirkung der betrachteten Wortspiele für die Textsorte „Bloggen als Bergscout“ ist schließlich festzustellen, dass, wie anhand der Beispiele bereits deutlich wurde, in letzter Konsequenz meist ein persuasiver Effekt festgestellt werden kann, was mit der oben bereits beschriebenen Textfunktion korreliert (§ 6.1.1). Bei den Blogbeiträgen handelt es sich schließlich um Werbung für den Bergbahnverbund „Das Höchste“. Janich (2010) unterscheidet im Kontext der Werbung Sprachspiele, die primär emotional wirken, Sprachspiele, die über eine emotionale Aktivierung hinausgehen und eine geringe kognitive Beteiligung des Rezipienten erfordern, sowie Sprachspiele, die eine intensive kognitive Beteiligung voraussetzen (ebd.:212f). Bei Sprachspielen des ersten Typs wird die Aufmerksamkeit der Rezipienten direkt auf die Ästhetik gelenkt. Beispiele hierfür wären die oben abgebildeten Kontextspiele, die primär durch die Gedichtform auffallen. Des Weiteren erfüllen sie vor allem typische persuasive Funktionen wie

„Aufmerksamkeitssteuerung, Förderung der Erinnerung, Aktivierung und Steuerung der Vorstellungskraft sowie Ablenkung und Verschleierung des Werbecharakters“ (Janich 2010:212). Für den zweiten Typ ist charakteristisch, dass der Inhalt des Textes gegenüber der ästhetischen Ebene an Bedeutung gewinnt. Der Rezipient schwankt „zwischen Wiedererkennen und Irritation“ (ebd.:212f). Dazu gehören beispielsweise Neologismen, wie oben anhand des Verbs „*gewettert*“ gesehen. Auch hier steht das Erwecken von Aufmerksamkeit im Fokus, allerdings fördern derartige Sprachspiele eher das Interesse am Text als allein emotional-ästhetisch wirkende. Sprachspiele des dritten Typs erweisen sich schließlich als etwas anspruchsvoller: „Nicht nur muss das Sprachspiel als solches erkannt werden, es müssen auch die dadurch eröffneten Bedeutungsdimensionen und Unstimmigkeiten eigenständig erfasst und über ihre Geltung im Kontext entschieden werden“ (Janich 2010:213). Ein Beispiel hierfür, das oben behandelt wurde, ist das Spiel mit der Komparation „*gut, besser, Powder*“. Eine Entschlüsselung kann hier nur auf Basis von Vor- und Kontextwissen (vgl. auch § 6.1.10) erfolgen. Zusätzlich wird hier auch die Attraktivitätsfunktion⁷² erfüllt, indem die Rezeption intellektuelles Vergnügen und Unterhaltung beinhaltet. (ebd.:211-214)

6.1.13 Adressierung

Die Beiträge, die im Bergscout-Blog veröffentlicht werden, sollen (ab der Saison 2012/2013) einem der festen Bergscouts gewidmet werden (§ 5.2.2). Dies passiert in der Fußzeile des Beitrags und wird durch eine Voreinstellung erleichtert. Zusätzlich kann man jedoch auch beobachten, dass innerhalb der Beiträge Adressierungen realisiert werden, mit denen verschiedene Funktionen einhergehen. Dies betrifft die Community im Allgemeinen, die organisierende Instanz „Das Höchste“ sowie die Bergscouts. Diese Formen der Adressierung dürfen jedoch nicht automatisch mit Indizien für Interaktivität bzw. Konversationalität verbunden werden. Auch wenn Akteure direkt adressiert werden, bedeutet dies im Kontext des Bergscout-Projekts nicht, dass daraus dialogische Kommunikationsaktivitäten entstehen (sollen): „adopting a conversational mode of address is not the same as engaging in conversation“ (Peterson 2011:6). Peterson (ebd.) betont, dass die Verwendung konversationeller Elemente nicht automatisch dazu führt, dass ein Blog in eine Konversation mündet. Dialogizität entsteht vielmehr durch die Beziehungen zwischen den beteiligten Akteuren sowie deren Kommunikationspraktiken: „whether a text is or has been dialogic depends not on the text itself, but on the relations that obtain between the particular people

⁷² Janich (2010) bezieht sich hier auf Funktionen der persuasiven Sprache nach Stöckl (1997).

who send and receive it, and the strategies in which each person engages when writing or reading it“ (Rooksby 2002 in Peterson 2011:7). Im Folgenden werde ich einige Beispiele genauer beleuchten.

Im ersten Beispiel handelt es sich um eine Adressierung der Community. Der Bergscout Christian Seitz ist der Verfasser und widmet den Beitrag sich selbst. Er behandelt inhaltlich die vermeintliche Problematik, sich nicht entscheiden zu können, an welchem Skiberg er am nächsten Tag Ski fahren möchte. Durch seine Aufzählung aller Gebiete, die dem Verbund „Das Höchste“ angehören, wird jedoch deutlich, dass es sich tatsächlich um einen werbenden Post handelt, der unterstreichen soll, dass alle Skigebiete lohnenswert sind. Des Weiteren imitiert der Verfasser mit der Verwendung eines Verzögerungssignals in gesprochener Sprache („*Hmm*“) und einer damit einhergehenden Versprachlichung seiner Unsicherheit („*naja, mal sehen ...*“), die vermeintliche Unentschiedenheit im Hinblick auf den morgigen Skitag. Abschließend richtet er sich dann an die Community, indem er fragt, „*wo bist Du unterwegs?*“. Zunächst einmal lässt sich dieser Typ von Post als externe Dialogizität identifizieren. Der Bergscout Christian Seitz ermöglicht den Rezipienten seines Beitrags, direkt auf den Text zu antworten, da eine Antwort vom Text selbst eingefordert wird (Marx & Weidacher 2014:193). Im Kontext der sich entwickelnden Textsorte „Bloggen als Bergscout“ lässt sich diese Vorgehensweise, d.h. die Adressierung der Community seitens eines Bergscouts, weiterhin als Strategie identifizieren, um neue Blogbeiträge zu initiieren. Das bedeutet, dass der Bergscout seine Rolle an die Mitglieder der Community weitergibt, an deren Mitteilungswillen appelliert und dadurch zu neuen Posts aufruft, indem er Ideen und Vorschläge für Themen liefert, in diesem Fall die Wahl des Skigebiets am morgigen Tag.

Beispiel 54: Adressierung der Community I (Korpus II)

Die breiten Brettern stehen bereit – für Morgen ...

Ich kann mich nur noch nicht ganz entscheiden, ob Fellhorn, Kanzelwand, Ifen, Walmendingerhorn, Söllereck oder doch Nebelhorn? Hmm naja, mal sehen ... wo bist Du unterwegs?



P230 11.1.13 von Christian Seitz für [Christian Seitz](#)

Im zweiten Beispiel geht es nicht darum, die Mitglieder der Community dazu aufzufordern, Beiträge zu verfassen, sondern darum, Werbung für Angebote des Bergbahnverbundes „Das Höchste“ zu machen und die Rezipienten dazu anzuregen, das beworbene Angebot wahrzunehmen. Verfasser des Beitrags ist Bergscout Niko Evers, der den Post auch sich selbst widmet. Die Adressierung wird hier in einer Frage direkt am Anfang des Textes realisiert, in der die Leser direkt angesprochen werden: *„Wusstet Ihr, dass am an Nebelhorn auf 1932 m auch brunchen kann?“* Dies dient als Einleitung bzw. Erklärung der folgenden Information, die Ort und Zeit der Möglichkeit des Brunchens am Nebelhorn liefert. Die appellierende Wirkung wird schließlich noch durch den Nachtrag verstärkt, dass auch Niko Evers selbst noch vorhat, das Angebot diese Saison wahrzunehmen. Hier wird also die Adressierung ebenfalls als appellierendes Mittel verwendet, allerdings nicht wie oben beschrieben zur Generierung von Blogbeiträgen, sondern zur Animation zur Teilnahme von Aktionen im Skigebiet selbst.

Beispiel 55: Adressierung der Community II (Korpus II)

[400-Gipfel-Brunch](#)

Wusstet Ihr, dass am an Nebelhorn auf 1932 m auch brunchen kann? Jeden ersten Sonntag gibt es an der Station Höfatsblick am Nebelhorn den exklusiven und reichhaltigen 400-Gipfel-Brunch von 10-14 Uhr.

Infos, Termine und Anmeldung unter:
www.das-hoechste.de/winter/erlebnis/brunch

Werde ich diesen Winter auch noch machen ;-)



P304 16.1.13 von Niko Evers für [Niko Evers](#)

Im folgenden Beispiel handelt sich um eine Adressierung der organisierenden Instanz „Das Höchste“. Der Verfasser des Beitrags, Rüdiger Bubek, widmet den Post dem Bergscout Steffi Hadraschek. Inhaltlich geht es um die Präparierung der Buckelpiste⁷³ an der Zweiländerbahn

⁷³ Für weitere Informationen zu Buckelpisten und deren Entstehung: <http://de.wikipedia.org/wiki/Buckelpiste>
[letzter Zugriff: 16.02.16]

im Skigebiet Kanzelwand/Fellhorn. Rüdiger Bubek leitet seinen Beitrag mit der allgemeinen Feststellung ein, dass es sowohl Unterschiede bei der Qualität von Buckelpisten als auch bei der Kompetenz der diese befahrenden Skifahrer gibt. Seiner Meinung nach ist die Zweiländer-Buckelpiste zu steil, zumindest vor dem Hintergrund, dass dort nicht nur Profis fahren. Dadurch entsteht auf der Buckelpiste ein unerwünschtes Relief und erschwert das Befahren. Er schlägt somit vor, einen weniger steilen Hang für die Entstehung einer Buckelpiste auszuwählen und adressiert dabei direkt das Team des Bergbahnverbundes „Das Höchste“: *„Vielleicht könnt **ihr** einen nicht so steilen Hang auswählen, und nicht walzen.“* (meine Hervorhebung, A.K.). Aus funktionaler Perspektive dient die Adressierung des Bergbahnverbundes hier also dem Ausdruck konstruktiver Kritik im Hinblick auf eine Gegebenheit im Skigebiet. Es ist zu beobachten, dass innerhalb der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ Adressierungen, die sich direkt an „Das Höchste“ richten, entweder Kritik oder Lob im Zusammenhang mit skigebietsrelevanten Inhalten enthalten

Beispiel 56: Adressierung von „Das Höchste“ (Korpus II)

[Buckelpisten am Fellhorn](#)

Es gibt Buckelpisten und Buckelpisten und es gibt Skifahrer und Skifahrer. Die Zweiländer-Buckelpiste ist eine Buckelpiste. Meiner Meinung nach ist der Hang zu steil, um sauber und technisch gut zu fahren. Wenn nur Profis diese Buckelpiste einfahren würden, wäre es ok. Aber ich glaube da kommen nicht so viele Profis, sondern eher die anderen Skifahrer. Vielleicht könnt ihr einen nicht so steilen Hang auswählen, und nicht walzen. Evtl. sind die Buckel dann besser einzufahren. Ich würde mich riesig freuen. Gruß Rüdiger

P208 9.1.13 von Rüdiger Bubek für [Steffi Hadraschek](#)

Schließlich lässt sich, wie im nächsten Beispiel dargestellt, feststellen, dass Adressierungen der festen Bergscouts seitens der Community stattfinden. Nicht selten handelt es sich dabei um Verwandte der Bergscouts, diese Form der Adressierung wird jedoch auch von Freunden und Bekannten verwendet. In jedem Fall werden so auch Offline-Bekanntschaften offenbart (vgl. § 6.1.14). Im ausgewählten Beispiel ist die Verfasserin Monika Evers, die ihren Beitrag dem Bergscout Niko Evers widmet. Es handelt sich um seine Tante (vgl. P 554, K II). Die Verfasserin gratuliert dem Bergscout Niko Evers zu seiner Leistung in einer Challenge im Rahmen des Bergscout-Projekts und wünscht ihm alles Gute für weitere Aufgaben in diesem Kontext. Vorherrschend im Zusammenhang mit dieser Art der Adressierung ist demnach die Kontaktfunktion. Verfasser nutzen den Bergscout-Blog für Gratulationen, Aufmunterungen, Dankesbekundungen etc. Dabei werden häufig auch die Entstehung bzw. die Art der Beziehung thematisiert (vgl. § 6.1.14).

Beispiel 57: Adressierung der Bergscouts (Korpus II)

[Glückwunsch an alle Teilnehmer](#)

Hey Niko, super Leistung, gratuliere. Jetzt schnell den Muskelkater pflegen und dann nichts wie ab ins Trainingslager, um die nächste Herausforderung zu meistern. Du packst das. Grüße Moni.

P41 23.12.12 von Monika. Evers für [Niko Evers](#)

Insgesamt betrachtet dienen die Adressierungen in den Beiträgen der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ vornehmlich der Hervorhebung appellierender sowie kontaktintensivierender Absichten. Es wurde bereits erwähnt, dass verschiedene bestehende Textsorten als Vorläufer des Blogbeitrags im Bergscout-Blog angesehen werden können. Der Gästebucheintrag ist einer davon. Diekmannshenke (1999) hat beispielsweise festgestellt, dass abweichend von traditionellen Gästebucheinträgen, wo explizite Anreden eher vermieden werden, Adressierungen in elektronischen Gästebucheinträgen deutlich häufiger zu finden sind. Er sieht dies in der Öffentlichkeit begründet. „Wird der Kontakt mit anderen Nutzern gesucht, so erfordert dies eine – zumindest für den fokussierten Adressaten – eindeutige Adressierung“ (ebd.:71). Im Kontext des Bergscout-Projekts lässt sich beobachten, dass vordringlich narrative Beiträge ohne Adressierung auskommen, während appellative und kontaktierende Beiträge Adressierungen enthalten. „[Der Adressat] muß (sic!) explizit wissen, daß (sic!) er/sie auch gemeint ist, um damit die beziehungsstabilisierende Funktion des Eintrags (und auch insiderspezifische Informationen (und im Kontext des Bloggens als Bergscout auch appellative Hinweise (A.K.)) erkennen zu können“ (ebd.).

6.1.14 „Doing Intimacy“: Verweise auf bestehende Offline-Bekanntschaften

Um den Herstellungscharakter sozialer Wirklichkeit aufzuzeigen, ist im Kontext der Ethnomethodologie und der aus hier entstandenen Konversationsanalyse der Begriff des „doing“ entstanden und insbesondere durch Sacks (1984) zu einem zentralen Phänomen geworden (Ayaß 2004:8). Darunter wird die Fokussierung auf die Art und Weise, wie soziale Aktivitäten produziert werden, verstanden:

„The ethnomethodologist continually asks the *technical* question, ‘How is that social activity done?’ Harvey Sacks keeps this question in front of him by using the verb ‘to do’ in thinking about social activities. He refers to arguing as doing arguing; being embarrassed as doing being embarrassed; exclaiming as doing exclaiming; questioning as doing questioning, etc. In this way he tried to keep focused on the methodological ways in which social activities are produced by members of the culture” (Hervorhebung im Original) (Churchill 1971:183).

Aus medienlinguistischer Perspektive ist das „doing“ beispielsweise im Kontext von Interviews zentral. So wird davon ausgegangen, dass „ein Interview eine sukzessive Leistung aller Beteiligten [ist], in der das ‚Interviewhafte‘ des Interviews durch ein ‚doing interview‘ hergestellt wird“ (Ayaß 2004:20). Des Weiteren gibt es Ansätze, die Objektivität in Nachrichtenherstellung als strategisches Ritual im Sinne eines „doing objectivity“ zu beschreiben (ebd.).

Wie bereits im Kontext der Adressierungen (§ 6.1.13) erwähnt, zeichnen sich die Beiträge im Bergscout-Blog durch zahlreiche Verweise auf bestehende Offline-Bekanntschaften aus. Dadurch wird nicht nur zwischen den Produzenten und den Adressaten, sondern auch zwischen Produzenten und Rezipienten Nähe und Intimität suggeriert. Zum einen werden bestehende Bekanntschaften offenbart und somit aus der realen in die virtuelle Welt übernommen, zum anderen lassen die Autoren der Beiträge die restlichen Rezipienten daran teilhaben. Diese soziale Aktivität und die Art und Weise, wie sie innerhalb der Blogbeiträge produziert und realisiert wird, nenne ich in der oben dargestellten konversationsanalytischen Tradition „doing intimacy“. Die Verweise können, wie anhand der folgenden Beispiele deutlich wird, unterschiedlicher Art sein. Zunächst handelt es sich um Verweise auf verwandtschaftliche Beziehungen zwischen den Verfassern und den adressierten Bergscouts. Auch diese können wiederum verschieden im Text ausgestaltet werden. Im ersten Beispiel handelt es sich um einen Beitrag von Ännabänanna, der dem Bergscout Joscha Maier gewidmet und auch an diesen direkt adressiert ist. Der Post ist jedoch aus der Perspektive eines Babys geschrieben, das die Nichte des Bergscouts ist. Die Erzählperspektive wird zusätzlich durch die angefügten Fotos unterstrichen, auf denen das Kind mit einer Skibrille zu sehen ist. Dass der Post humoristisch ist und offensichtlich von einer anderen Person, höchstwahrscheinlich der Mutter des Babys, verfasst wurde, wird außerdem durch die iterative Verwendung des Emoticons für Augenzwinkern bzw. Ironie deutlich.

Beispiel 58: Verwandtschaft I (Korpus II)

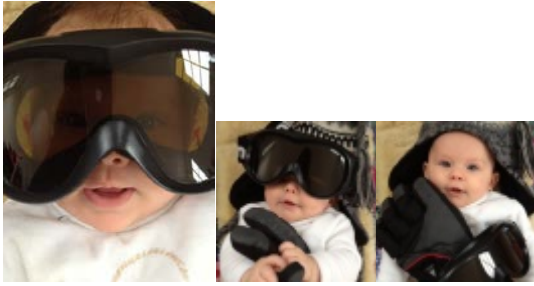
[Vorfreude](#)

;-) ;-) ;-) ;-) ;-) ;-) ;-) ;-) ;-) ;)

Joscha,

deine kleine Nichte freut sich schon sehr auf das Wochenende und kann Sonne und Neuschnee im "Das Höchste"-Skigebiet kaum abwarten...

;-) ;-) ;-) ;-) ;-) ;-) ;-) ;-) ;-) ;)



P310 17.1.13 von Ännabanänna für [Joscha Maier](#)

Im zweiten Beispiel handelt es sich um einen Post, der von den Eltern des Bergscouts Niko Evers verfasst wurde. Offensichtlich ist der Tag, an dem der Beitrag veröffentlicht wurde, dessen Geburtstag, denn die Eltern gratulieren ihm zum Geburtstag und wünschen ihm zusätzlich viel Erfolg für den weiteren Verlauf der Bergscout-Challenge, bevor eine narrative Sequenz zu den eigenen Erlebnissen im Skigebiet von „Das Höchste“ folgt.

Beispiel 59: Verwandtschaft II (Korpus II)

Niko hoch

Hi Niko,
alles Liebe zu deinem 21. wünschen dir von Herzen deine Eltern vom höchsten Punkt in ‚Das Höchste‘.
Guten Start bei deinen Prüfungen, viel Glück und Erfolg. Und natürlich noch weiterhin ‚ne Menge Spaß beim Bergscout-Challenge.
Hatten letzte Woche einen grandiosen Tag in ‚Das Höchste‘, tolles Wetter und super Skiverhältnisse. Klar, dass wir uns schon heute auf baldiges gemeinsames Skifahren mit dir in unser aller Lieblingskigebiet freuen.



P552 31.1.13 von Karin für [Niko Evers](#)

Abgesehen von Verweisen auf verwandtschaftliche Beziehungen findet man jedoch auch Hinweise auf freundschaftliche Beziehungen, die dann in den Beiträgen thematisiert werden. Als Beispiel habe ich den folgenden Post ausgewählt, in dem der Verfasser Stefan Klauser von einer gemeinsamen Übernachtung mit Bergscout Thomas Schöb in dessen Partnerhotel berichtet. Die Nähe und Vertrautheit zwischen den beiden wird zum einen durch die Verwendung der Lexeme „Begleitbuddy“ und „Kumpel“, und zum anderen auch durch die Abwandlung des vollen Namens des Bergscouts zum Kosenamen „Tom“ deutlich.

Beispiel 60: Freunde (Korpus II)

Super Hotelübernachtung und eine Menge Gaudi!

Letztes Wochenende startete ich als Begleitbuddy für meinen Kumpel Tom eine Nacht in das Alpenhotel nach Tiefenbach! Neben einer grandiosen Brotzeitplatte, einem 1A Frühstücksbuffet und einem super Wellnessbereich fanden wir jede Menge Zeit für funny Ideen und uns endlich mal wieder auszuruhen! Der perfekte Start in die Saison!



P99 30.12.12 von Stefan Klauser für [Thomas Schöb](#)

Schließlich gibt es auch Hinweise auf Bekanntschaften, die erst durch das Projekt und im Skigebiet entstanden sind, und die dann in den Beiträgen thematisiert werden. In dem ausgesuchten Beispiel von Thomas berichtet dieser von einem wenige Tage zurückliegenden Skitag, an dem er und sein Freund im Lift den Bergscout Andreas Schatz kennengelernt haben, dem der Beitrag auch gewidmet ist. Der Verfasser verweist dabei auf Informationen, die offensichtlich dem Gespräch entstammen, und erleichtert mit der Angabe des Heimatortes Stuttgart dem adressierten Bergscout die Zuordnung.

Beispiel 61: Bekannte durch das Projekt (Korpus II)

Super Wetter, Geniales Skigebiet

Wir waren am 22.12.12 an der Kanzelwand. Es war super schönes Wintersportwetter und geniale Pistenverhältnisse!

Haben im Lift Andi (Bergscout Challenger) kennengelernt, Andi ist ein echt cooler Typ! Wir (die beiden Jungs aus Stuttgart) drücken die Daumen für die Gesamtwertung! lass es Rocken, Andi!!!

P128 2.1.13 von Thomas für [Andreas Schatz](#)

Insgesamt betrachtet lässt sich im Hinblick auf die Thematisierung von Offline-Bekanntschaften innerhalb der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ feststellen, dass diese insbesondere der Adressierung der festen Bergscouts dient. Damit geht eine beziehungsstabilisierende Funktion einher, die zusätzlich den Austausch bzw. die Veröffentlichung insiderspezifischer Informationen beinhaltet. Hier handelt es sich somit um

eine starke Ausprägung der Kontaktfunktion, die in den Beiträgen weiter oben bereits neben der informierenden und der appellativen Funktion als stilkonstituierend für die emergierende Textsorte identifiziert wurde (§ 6.1.1).

6.1.15 Kohäsion

Unter Kohäsion ist im Kontext des Bergscout-Projekts der Zusammenhalt zwischen Inhalten bzw. Abschnitten innerhalb von Blogbeiträgen gemeint. Damit geht der Begriff an dieser Stelle über den rein traditionellen formalen sprachlichen Zusammenhalt durch Kohäsionsmittel wie Tempus, Pronomen, Deiktika etc. hinaus, und berücksichtigt auch logische, d.h. inhaltliche Verknüpfungen. Dies ist insofern nötig, als dass die Blogbeiträge aus verschiedenen Teilen bestehen, deren Zusammenhalt auf unterschiedliche Art und Weise gewährleistet wird. Die Funktion von Phraseologismen wurde in diesem Zusammenhang bereits an anderer Stelle thematisiert (§ 6.1.11). Eine weitere wichtige Art der Verknüpfung von Inhalten bzw. Abschnitten innerhalb von Blogbeiträgen sind im Bergscout-Projekt Sprache-Bild-Bezüge. Die Bedeutung der Konvergenz verschiedener Kommunikationsmöglichkeiten im Internet und der daraus resultierenden Multimodalität wurde bereits in § 2.1.3 angesprochen. Stöckl (2004) bezeichnet mit dem Begriff Sprache-Bild-Bezug „jedwede Verknüpfung von sprachlichen und bildlichen Zeichen im Rahmen eines Gesamttextes“ (ebd.:243). Prototypische Gegenstände seiner Analysen und Typologisierungen sind vor allem bebilderte Zeitungs- und Zeitschriftenartikel sowie Werbeanzeigen, also massenmedial⁷⁴ geprägte Kommunikationsformen. Wie meine Daten zeigen, gibt es jedoch auch gute Gründe für die Annahme, dass Sprache-Bild-Bezüge auch im Bereich der internetbasierten Kommunikationsformen mit Rückkoppelungsmöglichkeit relevant sind. In jedem Fall stellen sie innerhalb der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ ein stil-konstituierendes Merkmal im Bereich der intratextuellen Verweise dar.

Ich möchte dies im Folgenden an einigen Beispielen illustrieren. Beim ersten Beispiel handelt es sich um das Gebrauchsmuster, das Stöckl (2004) als Parallelisierung bezeichnet. Bei der Parallelisierung zeigt ihm zufolge „das Bild einen im sprachlichen Text benannten Gegenstand oder Sachverhalt“ (ebd.:254). In diesem Fall wird die Aussage „*Da legst di nieder*“ zugleich ein emblematischer Gebrauch diatopischer Varietät (§ 6.1.7) im angefügten Bild gezeigt. Somit wird die bairische Redensart, die für gewöhnlich im übertragenen Sinne

⁷⁴ Massenmedial bedeutet hier im Sinne der Definition Luhmanns (1996 in Androutsopoulos 2006), dass insb. der Aspekt „dass keine Interaktion unter Anwesenden zwischen Sender und Empfänger stattfinden kann“ (ebd.:45) entscheidend ist.

verwendet wird und Überraschung oder Bestürzung ausdrückt, wörtlich interpretiert und auf dem Foto dargestellt. Die übertragene Bedeutung der Redensart wird jedoch im weiteren Beitrag relevant, denn er wurde von der Person verfasst, die in der vergangenen Saison alleiniger Bergscout war und auf der Facebook-Seite von „Das Höchste“ aus dem Skigebiet berichtete. Die Verfasserin bezieht sich hier auf Insiderwissen, denn in ihrer Saison fiel in der Destination Oberstdorf/Kleinwalsertal wenig Schnee, sodass es erstaunlich ist, wie viel Schnee heuer liegt. Das Bild kann schließlich dahingehend interpretiert werden, dass sie sich angesichts der „*Schneemassen*“ niederlegt und zwar nicht nur im übertragenen, sondern auch im wörtlichen Sinne.

Beispiel 62: Parallelisierung: „Da legst di nieder“ (Korpus I)

Es grüßt der alte Bergscout

Da legst di nieder: So war das vergangene Saison. Bei den Schneemassen, die Frau Holle allen Wintersportfans in diesem Jahr beschert hat, bin ich schon ein wenig neidisch auf alle, die öfter zum Fahren kommen als ich.

Aber natürlich war auch ich schon wieder in den Gebieten von Das Höchste unterwegs. So viel ist sicher: Ich komme wieder. Allen die jetzt fahren viel Spaß!!!



P 43 27.1.12 von Sarah

Im nächsten Beispiel lässt sich ein weiteres Gebrauchsmuster von Sprache-Bild-Bezügen im Kontext intratextueller Verweise nach Stöckl (2004) identifizieren. „Viele in sprachlichen Texten thematisierte Sachverhalte schließen abstrakte Phänomene bzw. Objekte ein, die nicht direkt visualisiert werden können“ (ebd.:256). Er spricht hier von Metonymischer Konzeptassoziation. Grundsätzlich handelt es sich hierbei auch um eine Parallelisierung zwischen Sprache und Bild. Zum Verständnis sind jedoch metonymische Zwischenschritte notwendig. „Die Metonymie wird hierbei als kognitives Grundprinzip betrachtet, das gedankliche Ersetzungsoperationen verschiedenster Art (u.a. temporale, kausale und adversative Bezüge zwischen Konzepten) subsumiert, die alle auf der Assoziation von

Bedeutungen beruhen (Stöckl 2004:257). In dem Beispiel ist die Rede von „*Perfekte[n] Pisten*“, die die Verfasserin des Beitrags, Nadine, am Nebelhorn erlebt hat. Auf dem zugehörigen Foto ist ein Abschnitt der Talabfahrt vom Nebelhorn zu erkennen, wobei der Bildausschnitt den Fokus hauptsächlich auf die Piste an sich und die Tatsache, dass sich dort gerade keine anderen Skifahrer befinden, lenkt. Damit findet auch hier zunächst eine Parallelisierung von Sprache und Bild statt, denn in dem Beitrag wird ebenfalls erwähnt, dass die Pisten kaum voll waren und dass insbesondere die Talabfahrt trotz des mäßigen Wetters gut zu befahren war. Dass es sich bei der abgebildeten Piste um die Talabfahrt des Nebelhorns handelt, ist nur für ortskundige Rezipienten ersichtlich, dies spielt allerdings keine wichtige Rolle, denn diese Information hat bei der Herstellung des Sprache-Bild-Bezuges nur eine untergeordnete Relevanz, es könnte sich um irgendeine Piste innerhalb des Skigebiets am Nebelhorn handeln. Zum Verständnis des vorherrschenden Gebrauchsmusters sind jedoch weitergehende interpretative Zwischenschritte nötig, die sich auf die Bedeutung von „*Perfekte Pisten*“ beziehen. Auf dem Foto ist das Muster zu erkennen, das eine Pistenraupe nach der frischen Präparierung einer Skipiste hinterlässt. Es handelt sich um gleichmäßige Rillen im plattgewalzten Schnee, die dazu dienen, die Piste griffiger zu machen. Da die Pisten in der Regel je nach Wetterbericht in den späten Abendstunden bzw. frühen Morgenstunden bearbeitet werden, bekommt man als Skifahrer so eine frisch präparierte Piste nur selten und wenn, dann früh morgens zu Gesicht und hat die Gelegenheit diese zu befahren. Die Rillen werden durch die Benutzung der Skifahrer plattgefahren und verschwinden daher im Tagesverlauf. Es bilden sich dafür glatte, teilweise eisige, Flächen und kleine Schneehaufen, die durch die abbremsende Schwungbewegung beim Skifahren und Snowboarden entstehen. Frisch präparierte Pisten gelten also als „*Perfekte Pisten*“, da sie bestmögliche Bedingungen zum Skifahren bieten. Diese Assoziationskette im Zusammenhang mit der Bedeutung von „*Perfekte Pisten*“ muss vom Rezipienten nachvollzogen werden, um den Sprache-Bild-Bezug in diesem Beitrag vollständig zu erfassen.

Beispiel 63: Metonymische Konzeptassoziation: „*Perfekte Pisten*“ (Korpus II)

[Perfekte Pisten am Nebelhorn](#)

Das Aufstehen und Anstehen am Nebelhorn haben sich heute wirklich gelohnt! Super Pisten und trotz Ferien waren die Pisten nicht überfüllt. Vorallem die Talabfahrt war wirklich genial! Da störten mich auch die Wolkenberge und der kalte Wind nicht mehr..... :)



P136 3.1.13 von Nadine für [Anja Späth](#)

Im letzten Beispiel kann abschließend ein weiteres Gebrauchsmuster der Sprache-Bild-Bezüge nach Stöckl (2004) beobachtet werden: Metaphorisierungen und Literalisierungen. Darunter versteht der Autor einen metaphorischen Bezug zwischen Sprache und Bild. „Dabei literalisieren die Bilder zumeist eine sprachliche Metapher, d.h. sie visualisieren die wörtliche Bedeutung einer Metapher und reaktivieren den Bildspendebereich“ (ebd.:260). Im vorliegenden Beitrag berichtet der Bergscout Thomas Schöb von seinem Skitag am Walmendingerhorn. Dieser zeichnete sich durch schlechtes Wetter und geringen Andrang von Skifahrern aus. Der Verfasser verwendet in diesem Zusammenhang die Metapher „*freie Bahn*“, die auf dem angefügten Foto visualisiert wird. Dort ist der Warteraum der Gondel abgebildet. Bei der Walmendingerhornbahn handelt es sich um eine Großraumgondel, d.h. dass sie nur in größeren Zeitabständen Skifahrer auf den Berg transportieren kann, sodass häufiger Warteschlangen entstehen. Um diese möglichst platzsparend anzuordnen, werden Gitter aufgebaut, die dazu führen, dass die Skifahrer sich während des Anstehens in Schlangenlinien durch den Raum bewegen. Gerade morgens ist der Andrang oft groß, sodass der Anblick des leeren Warteraums ungewöhnlich ist. Der Sprache-Bild-Bezug wird hier also dadurch hergestellt, dass die Metapher „*freie Bahn [haben]*“, die bedeutet, dass man ungehindert irgendwo langgehen oder fahren kann, auf dem Foto visualisiert wird, auf dem die „*freie Bahn*“, nämlich die Wartezone der Walmendingerhornbahn, dargestellt ist.

Beispiel 64: Metaphorisierung: „Freie Bahn“ (Korpus II)

[Wartezeiten?](#)

Vom schlechtem Wetter zuerst ein wenig genervt und den ansteigenden Temperaturen, strahlten meine Augen als wir heute ans Walmendingerhorn kamen und freie Bahn hatten. Dadurch dass nicht soviel los war, kam man schnell ins Gespräch mit anderen "Schlechtwetterfahrern", welche mir alle ein positives Feedback gaben über die Bergscoutchallenge und begeistert sind von der Idee, als auch von anderen netten Bergscouts, die sie vor mir schon getroffen haben an der Kanzelwand. Bin happy darüber mich Bergscout schimpfen zu dürfen und freue mich darauf morgen wieder meiner "Arbeit" nachzugehen am Berg und wenn mein Iphone nicht lügt, kommt morgen sogar die Sonne wieder raus.



P503 29.1.13 von Thomas Schöb für [Thomas Schöb](#)

Die von Stöckl (2004) identifizierten Gebrauchstypen können zwar für einen Gesamttext bestimmend sein, in den meisten Fällen liegen die Muster jedoch in einer Kombination vor (ebd.:299). Der Autor betont ebenfalls, dass die Funktionen der Bilder für den Gesamttext in Sprache-Bild-Bezügen „jeweils vom konkreten Text und der Textsorte abhängig [sind]“ (ebd.:300). Wie oben bereits erwähnt, beschäftigt er sich hauptsächlich mit Sprache-Bild-Bezügen in massenmedialen Kontexten. Anhand der Analyse meiner Daten aus Bergscout-Blog konnte ich jedoch zeigen, dass Sprache-Bild-Bezüge auch in interpersonal-öffentlicher Kommunikation vorkommen und in diesem Fall als stil-konstituierendes Merkmal für die Textsorte „Bloggen als Bergscout“ im Kontext intratextueller Verweise identifiziert werden können. Funktional stimmen die Gebrauchsmuster mit den von Stöckl (2004) verallgemeinernd formulierten Aufgaben für den Gesamttext überein. Gesamttextinhalte können demnach durch die Kombination mit Bildern abstrahierend oder symbolisierend zusammengefasst werden (vgl. Beispiel 63). Zudem können prägnante Teile der Textstruktur markiert oder hervorgehoben werden (vgl. Beispiel 64). Des Weiteren ist es möglich, Textteile mit Hilfe von Bildern ganz oder teilweise zu ersetzen. Schließlich können Bilder dazu dienen, Textaussagen zu perspektivieren und konnotativ aufzuladen (vgl. Beispiel 62). (Stöckl 2004:300) Hinzu kommt m. E. im Kontext der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ die kontextualisierende Funktion der Gebrauchstypen von Sprache-Bild-Bezügen. Bilder und entsprechende Sprache-Bild-Bezüge dienen hier auch dazu, die Blog-Beiträge im Skigebiet von „Das Höchste“ zu verorten und kontextualisierende Hinweise zu liefern (vgl. § 6.1.10).

6.1.16 Intertextuelle Verweise

Als intertextuelle Verweise bezeichne ich hier zunächst Verweise auf andere Plattformen, die auf verschiedenste Art und Weise mit der Thematik des Posts in Beziehung stehen. Dies soll anhand der folgenden Beispiele nachvollzogen werden. Im ersten Beispiel vom Bergscout Christian Seitz berichtet dieser von seinem Skitag am Ifen. Dabei versprachlicht er nur einige relevante Aspekte und verweist weitergehend auf ein Video, das er auf der Plattform Youtube hochgeladen hat. Kohärenz zwischen dem Beitrag und dem verlinkten Video entsteht durch die kurze, humoristisch geprägte Zusammenfassung, die der Verfasser liefert und die durch die Information eingeleitet wird, dass es sich bei dem Skifahrer in dem verlinkten Video um den Bergscout Christian Seitz selbst handelt, der in grüne Skiklamotten gekleidet ist. Hier haben wir also wiederum einen Bezug zwischen zwei Modalitäten, diesmal aber zwischen Sprache und bewegtem Bild. Dies führt dazu, dass sich der Bezug „*Diesmal ganz in Grün am Hohen Ifen ;-)*“ nur erschließen lässt, wenn man dem Link auf das Video auch folgt. Der intertextuelle Verweis komplettiert also den Beitrag und trägt zu dessen Verständnis bei.

Beispiel 65: Verlinktes Video I (Korpus II)

[Ein Tag am Ifen](#)

Diesmal ganz in Grün am Hohen Ifen ;-)
Es war ein wunderbarer Skitag bei – naja – mittelprächtigem Wetter und tiptop Schnee und völlig überfüllten Pisten ;-)
Aber bevor ich lange rede, schaut selbst, hier geht's zum Film:
<http://youtu.be/ul-UhYie7s>



P665 8.2.13 von Christian Seitz für [Christian Seitz](#)

Betrachten wir das zweite Beispiel. Der Bergscout Stefan Schreier postet hier einen Beitrag, in dem er zum einen auf einen Beitrag verweist, den er bereits vor ein paar Wochen zum gleichen Thema veröffentlicht hat. Zum anderen bezieht er sich auf ein Video auf der Plattform Youtube, das im vorliegenden Beitrag verlinkt ist und die Inhalte des Posts ergänzt. Es geht um eine abgesperrte Strecke im Skigebiet Kanzelwand/Fellhorn, auf der die eigene Zeit gestoppt wird. Hier ist das Verständnis des Posts grundsätzlich auch ohne den intertextuellen Verweis gegeben. Das verlinkte Video dient demnach als Ergänzung des Posts.

Beispiel 66: Verlinktes Video II (Korpus II)

[WieSchnellBinIch Strecke](#)

Am 02. Januar habe ich hier im Bergscout Blog schon von der WieSchnellBinIch-Strecke an der Kanzelwand berichtet. Leider war an diesem Tag das Wetter sehr schlecht, so dass es sich nicht gelohnt hätte die Kamera auszupacken. Doch das habe ich an vergangenerm Wochenende nachgeholt. Dabei ist [dieses kurze Video](#) entstanden.



P363 21.1.13 von Stefan Schreier für [Stefan Schreier](#)

Abgesehen von Verweisen auf andere Plattformen, die inhaltlich mit den Blogbeiträgen in Verbindung stehen und diese vervollständigen bzw. ergänzen, lassen sich auch Verweise auf andere Blogbeiträge innerhalb des Bergscout-Blogs finden, die allerdings im Kontext des Bloggens als Bergscout vornehmlich dem Ausdruck von Kritik an geäußerten Inhalten dienen. Auch dieses werde ich im Folgenden an zwei Beispielen skizzieren. Im ersten Beispiel, das anonym verfasst wurde, geht es um das Anstehen am Lift im Skigebiet Ifen als Fußgänger. Dort gibt es zwei Zweiessellifte, die auch im Winter von Fußgängern benutzt werden, weil es auf dem Gottesackerplateau, das von der Bergstation erreicht werden kann, mehrere Winterwanderwege gibt. Die Kritik begründet sich nun darin, dass offensichtlich eine extra Schlange für Fußgänger abgeschafft wurde, und diese dementsprechend mit den Skifahrern zusammen anstehen müssen, sodass sich lange Wartezeiten und Kollisionen mit den Sportlern ergeben. Der Beitrag beginnt mit einem intertextuellen Verweis auf einen vorhergehenden Blogbeitrag, in dem von tollen Bedingungen zum Skifahren und einem begeisternden Panorama geschwärmt wird. Der Verfasser stimmt diesem zu, leitet dann aber die oben beschriebene Kritik ein und adressiert dabei die Community, respektive die verantwortliche Instanz „Das Höchste“.

Beispiel 67: Verweis auf vorhergehenden Blogbeitrag I (Korpus II)

[Ifen ist toll, aber...](#)

Stimme voll zu, echt tolles und einmaliges Gebiet am Ifen, aber dass man seit dieser Saison als Fußgänger des wunderschönen Rundwanderweges inmitten zahlreicher Skifahrer stehen muss und es keinen extra Zugang für Fußgänger mehr gibt, ist nicht akzeptabel. Bei großem Andrang wie dieser Tage wird man immer wieder von hinten mit Skiern angefahren... Warum wurde das so geändert? Will man keine Fußgänger mehr oben haben?

Gegen das Warten habe ich nichts, erwarte auch nicht sofort hochfahren zu können, aber bitte auf einem eigenen Zugangsweg für Fussgänger wie bisher auch! Einfach nur schade! Mehrere Fußgänger haben dasselbe beklagt!

P94 30.12.12 von für [Christian Seitz](#)

Im zweiten Beispiel wird ebenfalls auf einen vorhergehenden Blogbeitrag verwiesen, in diesem Fall wird jedoch auch die Verfasserin direkt adressiert. Inhaltlich geht es darum, dass im länderübergreifenden Skigebiet Kanzelwand/Fellhorn der Lift ausgefallen ist, der den Verbund herstellt und beide Gebiete miteinander verbindet. Das bedeutet, dass im Falle eines Ausfalls Gäste aus dem Kleinwalsertal nach Oberstdorf abfahren müssen, um von dort mit dem Bus zurück ins Kleinwalsertal zu fahren, oder, dass sie von der Talstation des Liftes zu Fuß bis zur Bergstation steigen müssen, was sehr unkomfortabel und anstrengend ist, da es sich um eine verhältnismäßig lange Piste handelt. Die Verfasserin des Posts, auf den sich der vorliegende bezieht, lobt in ihrem Beitrag den Umgang der Verantwortlichen von „Das Höchste“ mit dem aktuellen Problem und hebt dabei insbesondere die stetige Information der Skifahrer durch Lautsprecherdurchsagen und die unkomplizierte Rückfahrt mit dem Bus hervor. Genau darauf bezieht sich Tobi in seinem Text. Er bezweifelt, dass Inge selbst vor Ort war und offenbart gleichzeitig, dass er anwesend war und weder von einer ausreichenden Informationsweitergabe noch einer Busverbindung von der Talstation in Oberstdorf ins Kleinwalsertal berichten kann. Seiner Einschätzung nach haben sich 150-200 Skifahrer zum Aufstieg entschieden, sodass hier der Informationsaustausch zwischen Bergbahnverbund und Gästen nicht funktioniert hat, was für ihn zeigt, dass die Informationspolitik seitens der Kanzelwandbahn „*schlicht peinlich*“ war.

Beispiel 68: Verweis auf vorhergehenden Blogbeitrag II (Korpus II)

[Techn. Probleme](#)

Liebe Inge, frage: warst du selbst vor Ort oder hast du die "lautsprecherdurchsagen" und die "schnelle Busverbindung" aus einer Pressekonferenz der Kanzelwandbahn. Wenn 150-200 Gäste sich zum Aufstieg entscheiden, dann kann das wohl nicht daran liegen dass die Informationen die geliefert wurden schnell oder umfassend waren. Die Problembeseitigung der Kanzelwandbahn war schlicht peinlich. Sorry to say.

P87 29.12.12 von Tobi

Insgesamt betrachtet lässt sich im Kontext intertextueller Bezüge in der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ also festhalten, dass diese im Falle der Verweise auf Videos auf anderen Plattformen der Vervollständigung bzw. Ergänzung der Blogbeiträge dienen. Dabei kann man auch Gebrauchsmuster von Sprache-Bild-Bezügen beobachten, wie sie oben im Falle der

intratextuellen Verweise bereits beschrieben wurden. Des Weiteren werden Bezüge zwischen Blogbeiträgen hergestellt, die als Aufhänger für die Darstellung der eigenen Meinung (i.d.R. Kritik) zum thematisierten Sachverhalt dienen.

6.1.17 Partizipationsstruktur

Wie in der Abbildung 13, der Beitragsstatistik des Bergscout-Projekts der Saison 2011/2012, zu sehen ist, stammt ein erheblicher Anteil der Blogposts von der organisierenden Institution „Das Höchste“. Dies ist zum einen darauf zurückzuführen, dass „Das Höchste“ die Plattform des Blogs dazu nutzte, Informationen über das Bergscout-Projekt selbst dort zu veröffentlichen, zum anderen hofften die Verantwortlichen durch Blogposts aus eigenem Hause, Gäste und Einheimische zum Bloggen animieren zu können⁷⁵. Es ist zudem anzunehmen, dass eben diese Beiträge auch für die Blogger, respektive die Teilnehmer des Bergscout-Projekts, als Orientierung im Hinblick auf Form, Inhalt und Formalitätsgrad dienten (vgl. § 6.2). Demnach stammen 39 von insgesamt 121 Beiträgen aus der Feder von „Das Höchste“, was 32,2 % entspricht. Es gibt sieben weitere Teilnehmer, die mehr als einen Beitrag gepostet haben. Die Anzahl der Posts variiert dabei von 2 bis 9 (zusammen 24,1 %). Alle anderen Posts wurden jeweils von verschiedenen Personen veröffentlicht (zusammen 43,7 %), sodass angenommen werden kann, dass die meisten Blogbeiträge von Gästen ohne besonderen Bezug zum Bergscout-Projekt verfasst wurden. Es gibt demnach keinen typischen Kern, der im Zusammenhang mit Online-Communities immer wieder erwähnt wird (vgl. bspw. Androutopoulos 2004), die Bergscout-Community wird hier durch die Präsenz von „Das Höchste“ zusammengehalten. Insgesamt betrachtet war das Projekt damit aus Sicht der Verantwortlichen in Bezug auf die Quantität der Beiträge sicherlich ernüchternd. Interessant ist jedoch, dass hier scheinbar unbewusst der Grundstein für die Entwicklung der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ gelegt wurde, obwohl deren Charakteristika weder explizit vorgegeben oder unter den Teilnehmern ausgehandelt wurden (§ 6.2).

⁷⁵ Informationen aus einem Gespräch mit der Verantwortlichen für Social Media des Bergbahnverbundes „Das Höchste“.

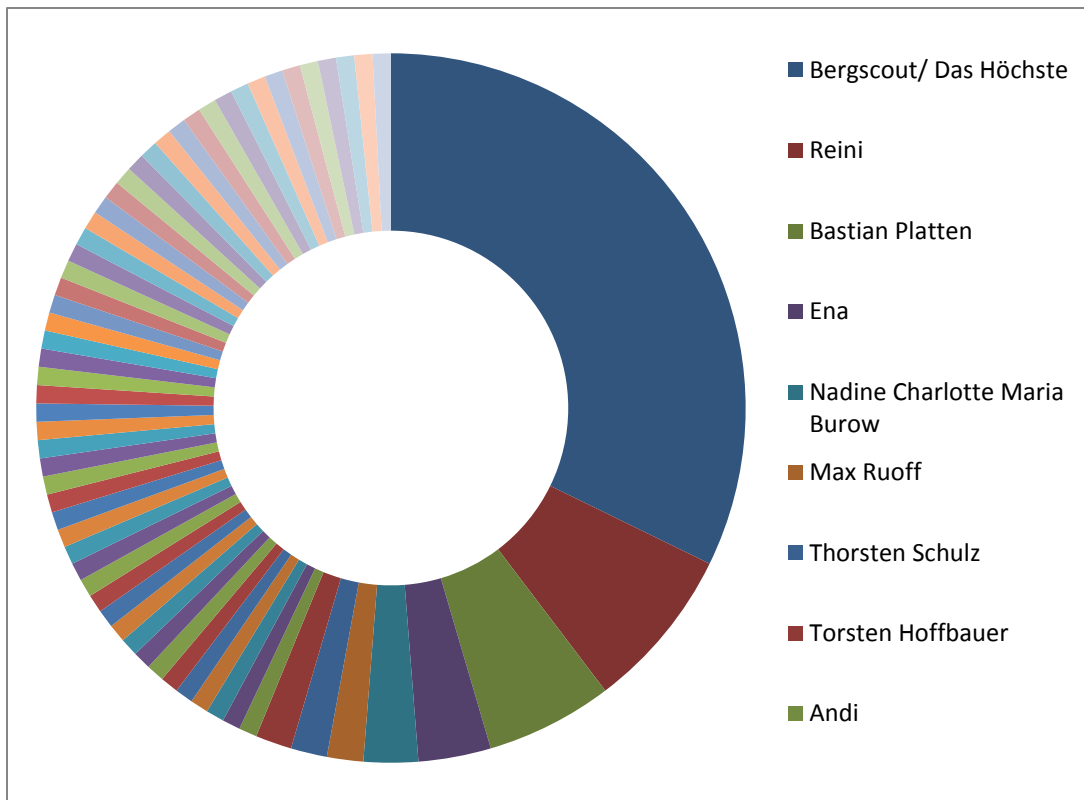


Abb. 13: Beitragsstatistik Bergsout-Projekt 2011/2012

Im Korpus II, den Daten der Bergscout Challenge, lässt sich dann ein enormer quantitativer Zuwachs der Blogbeiträge beobachten (Gesamtanzahl der Beiträge 1456). Wie oben bereits beschrieben (§ 5.2.2), wurde das Projekt neu aufgestellt und in eine sog. Challenge umgewandelt. Dies hatte zur Folge, dass zehn feste Bergscouts ausgesucht wurden, die abgesehen von der Blog-Challenge noch andere Aufgaben absolvieren mussten⁷⁶. Neun der Bergscouts (Thomas Schöb, Christian Seitz, Stefan Schreier, Joscha Maier, Anja Späth, Andreas Schatz, Niko Evers, Stefan Kohrs, Steffi Hadraschek) tauchen auch in der Statistik der Top-Autoren der Blogbeiträge, dargestellt in Abbildung 14, auf, wobei die Challenge nicht nur darin bestand, möglichst viele Beiträge selbst zu verfassen, sondern auch darin, möglichst viele Widmungen von anderen Teilnehmern zur erhalten. Es war auch möglich, die eigenen Beiträge sich selbst zu widmen, sodass ein erhöhtes Interesse am Verfassen eigener Blogbeiträge bei den Bergscouts nicht abgesprochen werden kann.

⁷⁶ Der Gewinner war am Ende Thomas Schöb.

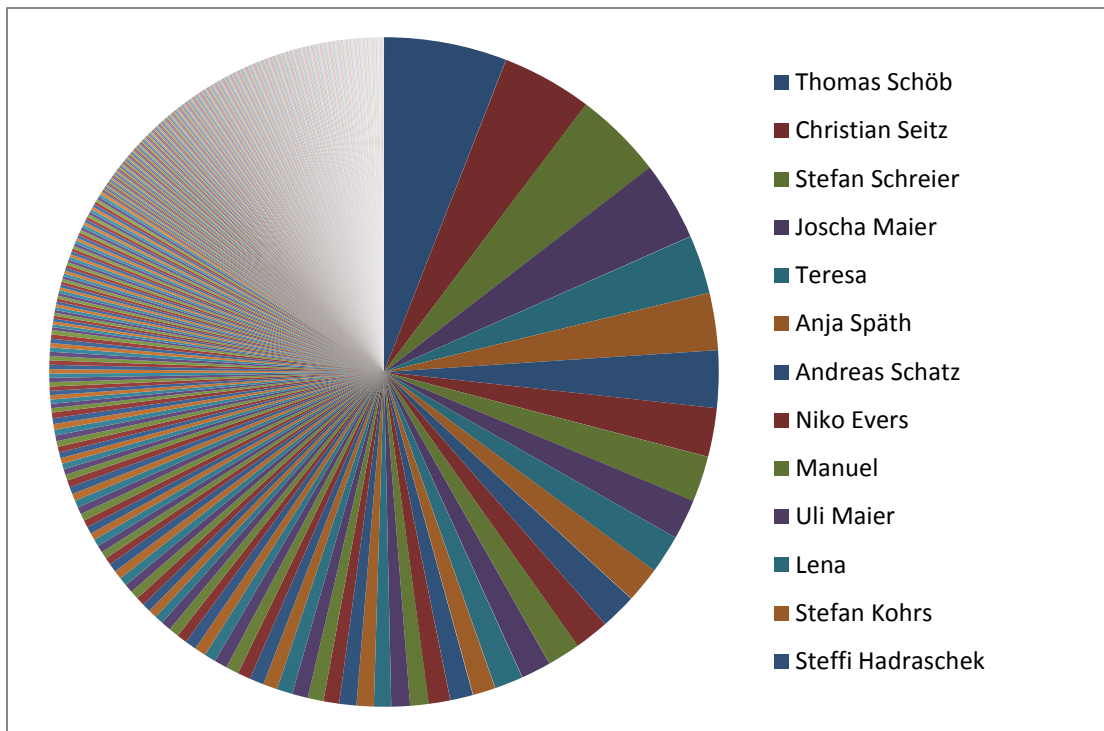


Abb. 14: Beitragsstatistik Bergsout-Challenge 2012/2013

Spitzenreiter ist demnach Thomas Schöb mit 86 Beiträgen. Dies entspricht 5,9 % der Gesamtmenge. Insgesamt gibt es 17 Teilnehmer mit einer Beitragsanzahl von über 20; 14 Teilnehmer haben 10 bis 19 Beiträge verfasst. 144 der insgesamt 375 Teilnehmer haben mehr als einen Beitrag verfasst. Hier kann also durchaus von einer Kern-Peripherie-Struktur (z.B. Androutsopoulos 2004) gesprochen werden, wobei sich der Kern in diesem Fall sowohl aus den ausgesuchten Bergscouts als auch durch selbsternannte Bergscouts zusammensetzt. Letztere setzen sich wiederum aus verschiedenen Typen zusammen, die nur durch qualitative Analysen der Beiträge identifiziert werden konnten. Es handelt sich zum einen um Familienmitglieder der Bergscouts (z.B. Luisa Maier und luca maier, Geschwister des Bergscouts Joscha Maier: „Hallo, mein Name ist Luca und ich bin der jüngste Bruder von Bergscout Joscha (...) und meine Schwester Luisa getroffen“ (P 1185, K II), Monika Evers, Tante des Bergscouts Niko Evers: „zum Geburtstag wünsche ich meinem Neffen, dem Bergscout Niko (...)“ (P 554, K II)). Zum anderen sind auch Partner, Freunde und Bekannte der Bergscouts unter den Teilnehmern des Blogs (z.B. Daniel Gathof, Freund des Bergscouts Andreas Schatz: „Andi, du hast mich bekehrt. Statt Rad und Langlaufplatten kommen die Tourenski immer mehr in Einsatz.“ (P 289, K II)). Schließlich sind unter den Verfassern der Beiträge auch Gäste und Einheimische, die durch Werbung im Skigebiet (evtl. sogar durch die Bergscouts persönlich) auf den Blog aufmerksam geworden sind (z.B. Ulli, hat mit seiner Familie im selben Hotel gewohnt wie Bergscout Thomas Schöb: „Am dritten Tag trafen wir

auch auf Bergscout Tom, wo wir auch von der Challenge erfahren 13157 haben“ (P 1238, K II)). Die Institution „Das Höchste“ hielt sich in dieser Saison mit dem Verfassen von Beiträgen zurück und informierte die Leser in nur fünf Beiträgen insgesamt über den Anfang der Challenge, verschiedene Aktionen und deren Gewinner währenddessen, und schließlich über den Abschluss und den Gewinn der Bergscout-Challenge durch Thomas Schöb.

6.2 Synthese und Diskussion der Analyseergebnisse

Bei der vorangegangenen Identifikation der stil-konstituierenden Merkmale lässt sich eine Konzentration auf das Bearbeiten der Aufgabe, nämlich auf das Berichten (Bloggen) aus dem Skigebiet beobachten. In diesem Kontext hat sich ein Muster entwickelt, um genau diese Aufgabe möglichst gut zu lösen. So beispielsweise Sandig (2006):

„Im Textmuster verbindet sich die jeweilige Textfunktion mit spezifischen Ausprägungen von Textmerkmalen. Es ist eine gesellschaftlich relevante prototypische Gestalt, die zum Lösen bestimmter immer wiederkehrender gesellschaftlicher Aufgaben dient (ebd.: 487ff)“

Das bedeutet also, dass die Teilnehmer des Bergscout-Projekts vor der Aufgabe standen, das Bloggen aus dem Skigebiet kommunikativ auszugestalten. Dabei haben sie sich nicht explizit abgesprochen, sondern jeder einzelne hat eine Entscheidung getroffen, wodurch dann durch ein Kollektiv an Entscheidungen im Sinne von Invisible-Hand-Prozessen (z.B. Keller 1990) die kommunikative Praxis des „Bloggen als Bergscout“ emergiert ist. Kommunikative Praxen bilden sich in bestimmten Kommunikationssituationen heraus und erfüllen dort eine spezifische Funktion (Marx & Weidacher 2014:199). D.h., sie stellen eine Möglichkeit dar, auf wiederkehrende kommunikative Anlässe bzw. Situationen zu reagieren und damit einhergehende Kommunikationsprobleme zu lösen. Textsorten sind schließlich typisierte Antworten auf derartige Kommunikationsanlässe, die „in ihrer Form konventionalisiert worden [sind] weil sie sich bei der Lösung eines Kommunikationsproblems als erfolgreich bewiesen haben und daher auch von anderen, die vor dem selben Kommunikationsproblem standen, angewendet wurden“ (Marx & Weidacher 2014:198). Der Kollektivstil, der sich innerhalb der Community rund um das Bergscout-Projekt entwickelt hat, ist also der Textsortenstil der neuen Textsorte „Bloggen als Bergscout“.

Ob man im Falle des „Bloggen als Bergscout“ tatsächlich schon von einer konventionalisierten Textsorte sprechen kann, lässt sich sicherlich diskutieren. Zwar konnte durch die Identifikation der stil-konstituierenden Merkmale die kommunikative Praxis Bergscouts herausgearbeitet werden, allerdings ist damit zu rechnen, dass die Entwicklung hin zu einer stark konventionalisierten Textsorte ähnlich z.B. dem Erinnerungsschreiben (Marx &

Weidacher 2014:198f) aufgrund des innovativen Charakters und der nur saisonal bedingten wiederkehrenden Relevanz und Aktualität⁷⁷ noch nicht abgeschlossen ist, bzw. per se auch nicht abgeschlossen werden kann. Dennoch konnte durch die Betrachtung zweier aufeinanderfolgender Saisons gezeigt werden, dass die identifizierten stil-konstituierenden Komponenten in beiden Korpora zu finden sind und hier demnach bereits eine Kontinuität festgestellt werden kann.

Fest steht zudem auch, dass Textsorten ohnehin vielen Einflüssen und Veränderungstendenzen ausgesetzt sind. Soziale Verhältnisse und Kontexte textueller Kommunikation ändern sich, sodass alte Textsorten aussterben, während andere neu entstehen. Vor allem wenn sie eine ähnliche Funktion haben, findet eine formale Orientierung an alten Textsorten statt. Gerade Neue Medien und vor allem das Internet sind heute durch die neuen Kommunikationsformen und technischen Möglichkeiten Orte der Herausbildung neuer Textsorten. (ebd.:200f) Insbesondere dort sind sie durch den vorherrschenden Kontext geprägt:

„Textsorten werden (...) in ihrer Form geprägt durch ihre jeweilige Kommunikationsfunktion, die situativen Parameter (Kontext der Situation), das Medium (Kontext des Mediums, andere vorhandene Textsorten (Kontext der Textsorten) und die gruppenspezifische Kultur (Kontext der Kultur)“ (ebd.:199).

Die Textsorte „Bloggen als Bergscout“ lässt sich mit Abschluss der Saison 2013/2014 unter einer Berücksichtigung der prägenden Kontexte wie folgt beschreiben (vgl. auch ebd.:199f): Die Kommunikationsfunktionen der Textsorte sind Information, Kontakt und Appell. Die informierende Funktion ergibt sich aus der Aufgabe des Berichtens. Die Kontaktfunktion lässt sich, wie oben beschrieben, immer wieder durch Adressierungen und Verweise auf bestehende Offline-Bekanntschaften beobachten und erinnert an Verfahren eines Gästebuchs (s.u.). Schließlich sind die Blogbeiträge aber auch geprägt durch die Appellfunktion, da das Projekt in letzter Konsequenz eine Werbemaßnahme der Bergbahnen „Das Höchste“ darstellen und die Rezipienten dazu eingeladen werden sollen, die Destination zu besuchen.

Der situative Kontext der Textsorte ergibt sich durch die an der Situation Beteiligten. Die Verfasser der Posts agieren als Sender, die Rezipienten als Empfänger. Das Verhältnis zwischen beiden ergibt sich daraus, dass von den Sendern erwartet wird, dass sie die Erwartungen der Rezipienten erfüllen, welche darin bestehen, von den Bergscouts wahrheitsgemäße, interessante und relevante Berichte aus dem Skigebiet zu erhalten.

⁷⁷ Auch in den Saisons 2014/2015 und 2015/2016 wurde das Projekt fortgesetzt, allerdings wiederum mit andern Voraussetzungen, wobei der Blog kaum noch eine Rolle spielte.

Der Kontext des Mediums ist insofern prägend, als dass das Internet als Medium und der Blog als Kommunikationsform einige grundlegende formale Eigenschaften der Textsorte beeinflussen. Zu nennen wäre hier beispielsweise die Anordnung der Blogbeiträge (neuester immer oben) und der Aufbau der Posts.

Der Kontext der Textsorten thematisiert die Vorbildfunktion anderer – meist älterer Textsorten. Bei der Herausbildung neuer Textsorten wird, wenn möglich, auf bereits vorhandene zurückgegriffen und ggf. für das neue Medium adaptiert. Laut Marx & Weidacher (2014:200) ist es kognitiv fast unmöglich, bereits konventionalisierte Lösungen, wie schon vorhandene Textsorten, nicht zu berücksichtigen. Im Falle des „Bloggen als Bergscout“ lässt sich eine Orientierung an Gästebucheinträgen (Diekmannshenke 1999), Werbeanzeigen (Janich 2010), Reiseblögeinträgen, Ansichtskarten etc. beobachten. Insbesondere der elektronische Gästebucheintrag, seinerseits selbst aus dem traditionellen (privaten) Gästebucheintrag entwickelt (Diekmannshenke 1999), scheint für das „Bloggen als Bergscout“ Orientierungshilfe gewesen zu sein. So beschreibt Diekmannshenke (ebd.) einige Merkmale des Gästebucheintrags im Internet, die auch beim „Bloggen als Bergscout“ auffallen. Ähnlich wie in den Blogposts lassen sich beim elektronischen Gästebucheintrag demnach belanglose und thematisch fast leere Einträge wie auch solche, die „Lob und Kritik äußern oder sich des Mittels des ‚Sinnspruchs‘, der Nachdenklichkeit oder auch des [u.U. selbstverfassten] Gedichts bedienen“ (ebd.:66) finden. Eine weitere Gemeinsamkeit ist der Einfluss der Kommunikationsform auf die Merkmale der Textsorte. Sowohl ein Gästebucheintrag als auch ein Blogpost im Bergscout-Projekt „sind Einträge in Formulare, die die Struktur des Eintrags und anschließend auch ihre Präsentation auf dem Monitor (...) wesentlich festlegen“ (ebd.:67). Im Gegensatz zu Gästebucheinträgen (zumindest zum Zeitpunkt der Betrachtung durch Diekmannshenke (ebd.)), enthalten die Posts jedoch die Möglichkeit einer kreativen und individuellen Gestaltung durch den Einsatz von Multimodalität. Ähnlich erscheint wiederum die konzeptionelle Variabilität sowie die Tendenz, Jargon und weitere insiderspezifische Ausdrücke zu verwenden: „Versicherung und Pflege bzw. Stabilisierung dieser Insidergruppe gehört zu den wesentlichen Aufgaben der Gästebucheinträge solcher Internetnutzer“ (ebd.:70). Allgemeiner betrachtet dienen Gästebucheinträge dazu, soziale Beziehungen zu etablieren bzw. zu stabilisieren, die Kontaktfunktion steht also im Vordergrund. Beim „Bloggen als Bergscout“ gewinnen darüber hinaus die Informations- sowie die Appellfunktion entscheidend an Bedeutung. Wird der Kontakt mit anderen Mitgliedern der Community gesucht, erfordert dies auch eine Adressierung. Diese muss so eindeutig sein, dass der Adressat sicher sein kann, dass er

gemeint ist, um so auch die beziehungsprägende Funktion des Posts sowie insiderspezifische Informationen identifizieren zu können (Diekmannshenke 1999:71). Beispiele dafür wurden in § 6.1.13 ausführlich diskutiert. Dies ist auch eine Gemeinsamkeit mit elektronischen Gästebucheinträgen, die Diekmannshenke (ebd.) in der prinzipiellen Öffentlichkeit begründet sieht. Schließlich zeigt sich noch eine weitere Übereinstimmung, nämlich die der seltenen Bezugnahme auf andere Einträge. Im Bergscout-Projekt wird eine triadische Kommunikationsstruktur kaum genutzt. Diekmannshenke (ebd.:72) stellt in diesem Zusammenhang einen Unterschied zwischen traditionellen und elektronischen Gästebucheinträgen fest. In letzteren würde wesentlich häufiger Bezug auf andere Einträge genommen als in ersteren, was daran liege, dass diese häufiger frequentiert werden würden. In diesem Punkt ähnelt das „Bloggen als Bergscout“ eher dem traditionellen Gästebucheintrag, da die Blogger häufig nur einmal in der Saison vor Ort sind und von dort berichten können. Interessant ist jedoch, dass auch die Challenger und Gäste, die häufiger Beiträge veröffentlicht haben, größtenteils auf interaktive Bezüge zu anderen Beiträgen verzichten. Möglicherweise liegt hier ein monologisches Grundverständnis der Kommunikationsform zugrunde. Neben dem (elektronischen) Gästebuch scheinen auch Werbung und Reiseblogs Einfluss auf die Emergenz des Stils innerhalb des Bergscout-Projekts genommen zu haben. An Werbekommunikation erinnern beispielsweise die stil-konstituierenden Merkmale, die sich durch Kreativität auszeichnen, wie die Phraseologismen. In der Werbung wie auch beim „Bloggen als Bergscout“ kommen sie in abgewandelter Form vor. Ähnlich wie in der Werbung sollen die Beiträge im Blog Aufmerksamkeit erregen, sowie Emotionen und Begeisterung für das Skigebiet wecken. Nicht unerheblich ist in diesem Zusammenhang auch die Aufforderung zum Bloggen (s.o.), in der explizit Kreativität erwähnt wird. (vgl. Meier 2012; Janich (2010) Reiseblogs enthalten viele detaillierte Informationen und Berichte über die bereisten Destinationen, was teilweise auch in den Blogbeiträgen wiederzufinden ist. Schließlich erinnern die Blogbeiträge auch an postalisch versendete Ansichtskarten, mit denen Daheimgebliebene über Wetter, Schneesituation und persönliche Erlebnisse informiert werden. Zudem erweisen sich bereits gepostete Beiträge als Orientierungsgröße. So ist davon auszugehen, dass die ersten Beiträge im Blog, die durch die Verantwortlichen von „Das Höchste“ verfasst wurden, auch grundlegenden Einfluss auf die Entwicklung der Textsorte hatten, indem sie die ersten Teilnehmer am Projekt beim Verfassen des Blogbeitrages inspiriert haben. Im weiteren Verlauf ist davon auszugehen, dass immer die aktuellsten Beiträge als Orientierung dienten, da sie, kommunikationsformbedingt, immer oben auf der Seite erschienen.

Auch der Kontext der Kultur prägt eine Textsorte. Im Falle des Bergscout-Projekts ist dies zunächst die Tatsache, dass Skifahren eine kulturell verankerte und akzeptierte sowie weit verbreitete Freizeitbeschäftigung ist. Dies ist die Voraussetzung dafür, dass dem Berichten darüber überhaupt Sinnhaftigkeit und Aufmerksamkeit zugesprochen wird. Hinzu kommt, dass öffentliches Posten und damit einhergehendes Berichten und (sich) Informieren im Internet als (mittlerweile) kulturell integrierte Kommunikationspraxis gilt. Zu diesem Punkt ist auch die Gründung des Projekts des Bergbahnverbundes „Das Höchste“ zu zählen, was mit der Aufforderung zum Bloggen, inklusive der Aussicht auf Gewinne, einen Rahmen geschaffen hat, das Posten attraktiv und relevant gemacht und somit ebenfalls einige Merkmale der Textsorte beeinflusst hat, darunter der emblematische Gebrauch fremdsprachlicher Elemente, Verweise auf Offline-Bekanntschaften, Kohäsion und intertextuelle Verweise, Phraseologie, Sprachspiele, Partizipationsstruktur etc.

Schließlich werden Textsorten auch durch ihre sprachliche Realisierung und ihre semiotische Gestaltung geprägt. Marx & Weidacher (2014) sprechen hier von formalen Merkmalen. Die Beiträge im Bergscout-Projekt weisen gemeinsame Merkmale wie die Art der Themenentfaltung, semiotische Modi (damit ist die Default-Kombination aus Text und Bild gemeint), ein weites Spektrum an Konzeptionen (nähesprachlich bis distanzsprachlich), und gemeinsamer Lexik (Verwendung thematisch begründeter Fachsprache, Jargon und Toponyme) auf.

Des Weiteren konnte ich durch die detaillierte Analyse weitere stil-konstitutive Merkmale identifizieren, die zeigen, dass in diesem Fall ein zusätzlicher Kontext von entscheidender Bedeutung ist, nämlich die lokale Verankerung des Projekts in der Skiregion Oberstdorf/Kleinwalsertal und die daraus resultierenden kontextualisierenden Merkmale wie der emblematische Gebrauch diatopischer Variation, die lokale und temporale Einordnung der Posts, Insiderwissen etc. (vgl. dazu auch Marx & Weidacher 2014:199f)

Insgesamt betrachtet lässt sich das Verfahren bei der Entwicklung des Stils vom „Bloggen als Bergscout“ als eine Konzentration auf das Bearbeiten der Aufgabe „Berichte als Bergscout aus dem Skigebiet „Das Höchste“. Verwende den Bergscout-Blog als Kommunikationsform“ beschreiben. Dabei findet eine Orientierung an bestehenden Modellen (z.B. elektronisches Gästebuch) unter Berücksichtigung des Rahmens und der lokalen Verankerung des Projekts statt, gleichzeitig wird der gegebene Raum für Kreativität genutzt. Interessant ist nun der Vergleich mit den Verfahren, die zur Emergenz des Stils in der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook geführt haben und wie dieser ausgestaltet wurde.

7 Emergenz von sozialem Stil: Kommunikation innerhalb der Gruppe „Skifahren“

Im Rahmen der Gruppe „Skifahren auf Facebook“ wird über zahlreiche Aspekte des Themengebietes Skifahren diskutiert. Im Gegensatz zur oben betrachteten Gruppe des Bergscout-Projekts, die sich auf das Bearbeiten der Aufgabe des Berichtens aus dem Skigebiet konzentriert, lässt sich hier eine Fokussierung auf die Interaktion beobachten. Während der Kommunikationsaktivitäten entstehen Texte (vgl. § 5.1.1), die ein geteiltes stilistisches Repertoire offenbaren. Das Phänomen des geteilten Repertoires, das in Online-Communities entsteht, wurde bereits in Kapitel 3.1 kurz erwähnt. Laut Wenger (1998) entwickelt sich dies in Communities of Practice durch die gemeinsame Kommunikationsaktivität und während der Interaktion (ebd.:73). Auch Androutsopoulos (2004) stellt für Online-Gemeinschaften fest, dass sich durch die Interaktion ein sozialer Stil entwickelt, der die Herausbildung geteilter Konventionen auf verschiedenen Ebenen widerspiegelt (ebd.:180).

Die Grundidee des zugrundeliegenden Mannheimer Projekts⁷⁸ „Kommunikative soziale Stilistik“ (Kallmeyer & Keim 2003) ist die Annahme, dass kommunikativer Stil von zentraler Bedeutung für die Symbolisierung sozialer Identität ist. Dabei macht „[d]ie Verknüpfung der Erscheinungen auf den unterschiedlichen sprachlichen Ebenen (...) den kommunikativen sozialen Stil der Sprecher aus“ (<http://www.ids-mannheim.de/prag/soziostilistik/theorie.html>). Schließlich erlaubt „die Organisation eines Ausdrucksystems für die Symbolisierung sozialer Identität (...) den Angehörigen einer sozialen Welt, auf ökonomische und kommunikativ sehr wirksame Weise sich sozial zu verorten, im sozialen Raum für andere wahrnehmbar präsent zu sein“ (<http://www.ids-mannheim.de/prag/soziostilistik/theorie.html>) [letzter Zugriff: 16.02.16]. In ihrem Teilprojekt „Deutsch-türkische Sprachvariation und die Herausbildung kommunikativer Stile in dominant türkischen Migrantengruppen“ haben Kallmeyer & Keim (ebd.) Mehrsprachigkeitsverhältnisse in deutschen Städten am Beispiel Mannheim untersucht, wobei die Ziele des Projekts darin lagen, die unterschiedlichen kommunikativen sozialen Stile von Migrantengruppen zu beschreiben, Stilbildungsprozesse zu modellieren und die Rolle markanter Stilzüge im Kontext zu analysieren. Ihre Theorie des sozialen Stils in realen Gruppen lässt sich, wie Androutsopoulos (2004) bereits vorgeschlagen hat, auch in Online-

⁷⁸ Androutsopoulos (2004) ist auch im Rahmen eines Projekts unter der Leitung Werner Kallmeyers („Sprachvariation als kommunikative Praxis“) entstanden. Der Vorschlag, die sprachlichen-kommunikativen Konventionen innerhalb einer Online-Gemeinschaft unter dem Begriff des sozialen Stils zu erfassen und zu behandeln, begründet sich also aus dieser Forschungstradition.

Communities wiederfinden. Die Autoren fassen die wichtigsten Aspekte einer Theorie des sozialen Stils wie folgt zusammen: (1) Zunächst einmal besitzen jegliche sprachlichen Handlungen Durchführungseigenschaften, d.h. sie machen Aussagen darüber, wie etwas gemacht, gesagt oder gemeint wird. „Stilistische Merkmale sind Kontextualisierungshinweise; sie verweisen auf Einordnungsrahmen und angemessene Interpretationsweisen“ (Kallmeyer & Keim 2003:37). Dabei sind Stile durch eine Kontextualisierungshinsicht bestimmt:

„‘Kommunikativer sozialer Stil‘ ist dadurch definiert, dass die Stilformen zur sozialen Positionierung der Sprecher entwickelt und eingesetzt werden. Sie sind Mittel der Bildung sozialer Identität, schaffen sozialen Zusammenhalt innerhalb der Bezugswelten und markieren Unterschiede zu anderen“ (ebd.)

In Anlehnung an Bourdieu (1982) bildet der soziale Stil das symbolische Kapital im Kontext politischer sowie kultureller Auseinandersetzungen mit anderen sozialen Gruppierungen. Des Weiteren ist sozialer Stil Resultat von Aushandlungsprozessen vor dem Hintergrund der relevanten Umgebungsfaktoren und des sozialen Handelns: (2) „Stile werden im Rahmen von Zusammenhängen des sozialen Handelns entwickelt“ (Kallmeyer & Keim 2003: 37; vgl. auch Wenger 1998). Weiterhin beschreiben Kallmeyer & Keim die Entwicklung von Stil ausgehend von Stilbildungskernen (3), die wiederum durch eine Aufgabe oder ein Problem pragmatisch bestimmt sind (Kallmeyer & Keim 2003: 38ff). Schließlich wird betont, dass Stil, wie oben bereits erwähnt (§ 4.1) ein holistisches Konzept ist (4). Das bedeutet, der Stil an sich ist ein Konglomerat von Ausdruckselementen, die es zu dekomponieren gilt. (ebd.)

Die in diesem Kontext für den Stil der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook identifizierten konstitutiven Merkmale werden im folgenden Kapitel präsentiert, bevor die Ergebnisse vor dem Hintergrund einer Emergenz eines sozialen Stils synthetisiert und diskutiert werden.

7.1 Stil-konstitutive Merkmale

Der zunächst intuitiv wahrgenommene emergente soziale Stil der Gruppe „Skifahren“ wurde durch qualitative Analysen dekomponiert, sodass die in den folgenden Abschnitten aufgeführten stil-konstituierenden Merkmale als grundlegende Stilmittel betrachtet werden können. Natürlicherweise überlagern sie sich teilweise bzw. greifen ineinander oder bedingen sich gegenseitig. Wie oben bereits für die Ergebnisse des Bergscout-Blogs erläutert, erfolgt in den folgenden Unterkapiteln eine Einbindung der relevanten Forschungsliteratur in die Ergebnispräsentation (vgl. § 6.1).

7.1.1 Variationsreiche Orthografie und nächsprachlich gefärbte Syntax

Im Bereich der Orthografie kann in den Daten der Gruppe „Skifahren“ ein Variationsspektrum beobachtet werden. Das bedeutet, dass die jeweilige Realisierung abhängig von den herrschenden Kommunikationsbedingungen (Koch & Oesterreicher 1985) und den gegebenen Bedingungen durch die Kommunikationsform bzw. den Grad der Synchronität (Dürscheid 2003, 2005) ist. Tendenziell lässt sich demnach in den Posts eine standardnähere Schreibungspraxis beobachten als in den Kommentaren, was darauf zurückzuführen ist, dass ein Post in der Regel asynchroner Natur ist und durch das Layout (erscheint u.a. ganz oben auf der Seite) hervorgehoben wird. Asynchronität und Öffentlichkeit erfordern und ermöglichen damit einen erhöhten Planungsaufwand im Vergleich zu den Kommentaren auf Facebook, die schon fast quasi-synchron aufeinander folgen (können). Insgesamt betrachtet ist die Schreibung jedoch sowohl in den Posts als auch in den Kommentaren standardorientiert. Es gibt keine stilistisch auffälligen Innovationen. Tippfehler sowie eine unregelmäßige Groß- und Kleinschreibung werden innerhalb der Gruppe stillschweigend akzeptiert, solange sie keine Verständnisprobleme verursachen. Korrekturen, wie im Beispiel unten, sind markiert und sehr selten.

Beispiel 69: Korrektur (Korpus III)

Oli, hast du jetzt Angst vor mir oder von Sonja

K849 7.3.12 19:48 von Sven Hölscher

ach Sven...das ist schon noch ein Traum von mir, ich meine jetzt nicht mit Oli in einem Zimmer, aber eine Saison in einem Skigebiet verbringen von A-Z©

K850 7.3.12 19:49 von Sonja Englmaier

“vor“ SonjaSonja Englmaier

K851 7.3.12 19:49 von Sven Hölscher

Die Thematisierung von Rechtschreibfehlern oder Auffälligkeiten in der Orthografie wird jedoch von mir als stilistisches Mittel innerhalb der Gruppe interpretiert, das unter dem Terminus Kreativität gefasst und erläutert wird (vgl. § 7.1.9).

Die Syntax der untersuchten Daten kann mit Koch & Oesterreicher (1985:19ff) als vorwiegend nächsprachlich beschrieben werden. In Beispiel 70 ist stellvertretend ein Vorkommen eines Verb-Zweit-Satzes ohne Nebensatzeinleitende Konjunktion dargestellt. Dieser parataktische Satzbau ist ein vielbeschriebenes Phänomen der Nächstsprache (ebd.:22). In dem etwas umfangreicheren Beispiel 71 hingegen findet man hypotaktische

Satzkonstruktion, z.B. *„mittlerweile denk ich, dass Skifahrer mindestens genauso ignorant sein können, wie Snowboarder“*, dafür zeichnet sich der Beitrag von Karen Höfer durch einen hohen Grad von Emotionalität und Anteilnahme aus. Deutlich wird dies zum einen durch die Verwendung von Majuskeln zur Emphase (*„HALTET endlich ABSTAND“*), zum anderen durch Kraftausdrücke (*„Ohne Scheiß“*) und Ausrufungszeichen (*„hohler geht's nicht, sorry!“*). Auch der elliptische Satzbau im zweiten Teil des Posts, in dem ein Geschehen geschildert wird, dient der Darstellung von emotionaler Anteilnahme (*„Haben viele anscheinend noch nicht begriffen“*).

Beispiel 70: Nähesprachliche Syntax I (Korpus III)

Ich nehm an,von denen fährt keiner mehr nen 2Meter4 Slalomzahnstocher!!!!

K1368 31.3.12 18:57 via Handy von Fritz Beller

Beispiel 71: Nähesprachliche Syntax II (Korpus III)

Vor wenigen Jahren dachte ich auch so, mittlerweile denk ich, dass Skifahrer mindestens genauso ignorant sein können, wie Snowboarder. Wenn Platz ist, HALTET endlich ABSTAND von demjenigen, den ihr gerade überholt! Ohne Scheiß...am Nebelhorn/Fellhorn, Oberstdorf, fuhr eine Anfängerin(Jugendliche, wohl aus NRW) hinter mir, krietschte rum, kam gerade noch vor dem Crash mit einem anderen Skifahrer zum Stehen, meinte dann „sorry, kann noch nicht bremsen“ und brettete im Affenzahn dann weiter geradeaus runter...hohler geht's nicht, sorry! Weil jeder nur so schnell fahren sollte, wie es seinen Kenntnissen entspricht! Haben viele anscheinend wohl noch nicht begriffen...--

K47 30.10.11 13:49 von Karen Höfer

Abschließend lässt sich also feststellen, dass die Verwendung einer nähesprachlich gefärbten, an die medialen und kommunikativen Bedingungen angepassten, darüber hinaus aber wenig markierten Orthografie und Syntax, wie sie schon in vielen Studien zur Sprachverwendung im Internet festgestellt wurde (vgl. § 2.1), eine stil-konstituierende Komponente der Gruppe „Skifahren“ ist.

7.1.2 Lexik: Fachsprache, Jargon und Toponyme

Im Bereich der Lexik lässt sich durch die Themenzentrierung der Gruppe natürlicherweise ein großes Wortfeld zum Thema Skifahren identifizieren, das sich aufteilt in fachsprachliche Elemente, Jargon, und Toponyme (Örtlichkeitsnamen). Fachsprache wird, wie oben bereits im Kontext des Bergscout-Projekts erwähnt (§ 6.1.6), laut Hoffmann (1976) als „die Gesamtheit

aller sprachlichen Mittel, die in einem fachlich begrenzten Kommunikationsbereich verwendet werden, um die Verständigung zwischen den in diesem Bereich tätigen Menschen zu gewährleisten“ (Hoffmann 1976:170) definiert. Von Hahn (1980) fasst den Sinn fachsprachlicher Äußerungen als „schnelle, möglichst ökonomische und eindeutige Informationsübertragung“ (von Hahn 1980:390) zusammen und verweist damit auf zwei wichtige funktionale Eigenschaften der Fachsprache⁷⁹. Für die Sportfachsprache stellt Küster (2009:64) fest, dass dieser Bereich im Wesentlichen Bezüge auf die Sportler selbst und auf die Geräte, die sie nutzen, umfasst, wobei es bei der Verwendung fachsprachlicher Termini vordergründig um eine Präzision und Verkürzung der kommunikativen Vorgänge geht.

Beispiele hierfür im Korpus III und IV sind zahlreich. Stellvertretend sind hier die Verwendungen von „*Rocker*“, einer neuartigen Skiform, und „*Heckeinsteiger*“, welches das Fachwort für früher sehr populäre Skischuhe ist, die sich durch eine komfortable Möglichkeit des Anziehens auszeichneten, dargestellt. Wie die Beispiele zeigen, werden beide Begriffe innerhalb der Gruppe selbstverständlich und unmarkiert verwendet und in den Kommentaren aufgegriffen. In Beispiel 72 teilt Ulf König der Community mit, dass er demnächst in den Skiurlaub fährt und sich angesichts der aktuellen Schneehöhe darauf freut, „*Rocker*“ auszuprobieren. Er führt dabei nicht genauer aus, was „*Rocker*“ sind. Sonja Englmaier nimmt das Thema in ihrem Kommentar auf und macht dabei deutlich, dass sie weiß, dass es sich um ein Skisportgerät handelt und spezifiziert dies sogar noch, indem sie preisgibt, dass sie schon einmal einen solchen Ski der Marke K2 gefahren ist und damit sehr zufrieden war. Das zweite Beispiel wurde einer Post-Kommentar-Episode entnommen, in der es um ein Foto aus den 90er Jahren geht, auf dem der Verfasser des Originalposts mit einigen Bekannten abgebildet ist. Im Fokus steht der Skischuh, der von den Gruppenmitgliedern als „*Heckeinsteiger*“ definiert wird. Die an der Sequenz beteiligten Akteure erkennen die Art des Skischuhs sofort und thematisieren damit einhergehende Assoziationen⁸⁰.

⁷⁹ Roelcke (1999) nennt hier, neben Deutlichkeit und Ökonomie, Verständlichkeit, Anonymität und Identitätsstiftung (ebd.:28-31).

⁸⁰ „Während der klassische Alpinskischuh als *Fronteinsteiger* mit Schnallen geschlossen wird, gab es in den 1980er und 90er Jahren viele Modelle, die als *Heckeinsteiger* mehr Komfort bieten sollten. Bei diesen Modellen konnte der gesamte hintere Bereich von der Ferse an abgeklappt werden und somit der Ein- und Ausstieg erleichtert werden. Diese Schuhe kamen teilweise mit nur einer Schnalle am Schaftabschluss aus. Das System hat sich jedoch nicht durchsetzen können und blieb eine Modeerscheinung dieser Jahre, so dass der Schnallenschuh nun wieder dominierend ist. Auch die Anzahl der Schnallen, zwischen einer und fünf, ist von zeitgenössischen Konstruktionen abhängig“ (Hervorhebung im Original) (<https://de.wikipedia.org/wiki/Skischuh>) [letzter Zugriff 16.02.16].

Beispiel 72: Fachsprache I: „Rocker“ (Korpus III)

ab nach Kaltenbach am Sonntag...157 cm am Berg und ich will endlich Rocker testen!

P71 29.12.11 00:31 von Ulf König

bin den K2 Rocker gefahren....find ihn super:) viel Spaß!!!

K152 1.1.12 21:42 von Sonja Englmaier

Beispiel 73: Fachsprache II: „Heckeinsteiger“ (Korpus III)

Ich sag nichts! :D

Aber die Heckeinsteiger waren klasse!

K1032 11.3.12 16:16 via Handy von Olaf Vogel

und so apres tauglich waren sie....hatt natürlich auch heckeinsteiger

K1033 11.3.12 16:17 von Thorsten Allenstein

selbstverständlich ;-)

K1034 11.3.12 16:23 via Handy von Olaf Vogel

Unter Jargon versteht man laut Schmidt (1969) zunächst Termini, die keinen Anspruch auf Genauigkeit erheben. Des Weiteren handelt es sich um Ausdrücke, die vornehmlich in vertrauten Kreisen verwendet werden. Durch ihren oftmals bildhaften Ursprung repräsentieren sie schließlich vor allem die Emotionen, die im Kontext des verwendeten Wortes ent- und bestehen (ebd.:20). Im Hinblick auf Jargon im Sport fasst Küster (2009) ähnliche Aspekte zusammen (vgl. § 6.1.6):

„Wenn Sportler miteinander kommunizieren, so bedienen sie sich nicht immer der im Regelwerk festgehaltenen Nomenklaturen, sondern erfinden neue, manchmal saloppe und mit emotionalen Konnotationen befrachtete Varianten hinzu, die dann unter Umständen aufgegriffen werden und in einem entsprechenden Lexikon usueller Muster inventarisiert werden“ (ebd.:64).

Im Gegensatz zur Fachsprache, wo es vordringlich um die Präzision von Gegenständen und Abläufen geht, kommen beim Jargon also gruppenspezifische Aspekte ins Spiel, und zwar vor allem wenn die Kommunikation nicht während des Sports, sondern (nachträglich) kommentierend stattfindet, wie in dem oben im Kontext des „Bloggen als Bergscout (§ 6.1.6) bereits verwendeten Zitat deutlich wird:

„Durch die Konnotationen des Jargons werden emotionale Elemente ins Spiel gebracht, Insidersignale werden gesetzt, der Zusammenhalt einer Gruppe kann durch den Gebrauch bestimmter Ausdrücke gefördert werden, evtl. kann eine derartig saloppe Redeweise auch dem

Interesse dienen, andere Personen aus dem inneren Zirkel einer Sportgruppe auszuschließen“
(Küster 2009:67)

Dies gilt auch für die Gruppe „Skifahren“ auf Facebook, wobei man jedoch davon ausgehen muss, dass sie Termini verwenden, die auch innerhalb der gesamten Ski-Community konventionalisiert sind, da die Online-Community natürlicherweise als eine Untergruppe der Skifahrer im Allgemeinen zu verstehen ist. Zudem sind die Übergänge zwischen Fachsprache und Jargon nicht immer scharf voneinander abgrenzbar, sondern fließend. Beispiele für Jargon aus dem Korpus III sind „*Bretter*“ für Ski sowie „*Pampe*“ für nassen Schnee.

In Beispiel 74 geht es um eine Diskussion darüber, dass Thorsten Allenstein außergewöhnlich häufig zum Skifahren fährt. Die anderen Gruppenmitglieder sind neidisch und fragen sich, wie das angesichts begrenzter Urlaubstage funktioniert. In diesem Kontext eröffnet Olaf Vogel auf ironische Art und Weise, dass er nicht neidisch, sondern eher traurig ist, dass Thorsten Allenstein so häufig die Gelegenheit hat Ski zu fahren. Die Wahl des jargonalen Ausdrucks „*Bretter*“ für Ski unterstreicht hier seine emotionale Haltung dem Thema gegenüber. Durch die rustikale und simple Beschreibung des Sportgeräts wird deutlich gemacht, dass die Sehnsucht nach dem Gefühl Ski zu fahren groß ist. Alles, was man als Skifahrer zum glücklich sein bildlich gesprochen braucht, sind ein paar „*Bretter*“.

In Beispiel 75 geht es um eine Diskussion um die die aktuelle Schneelage im Allgäu. David Feger weist in seinem Beitrag darauf hin, dass im Frühjahr die Bedingungen besser sind, je höher das Skigebiet liegt. Er illustriert dies an einem Beispiel, indem er die Bedingungen in Sölden zwischen Ort/Tal und Gletscher kontrastiert. Demnach herrschten auf dem Gletscher mit Minusgraden gute Voraussetzungen fürs Skilaufen, während aus dem Schnee im Tal „*Pampe*“ wurde. Auch hier wird die Einstellung des Akteurs zum Geschriebenen verdeutlicht. „*Pampe*“ bezeichnet im Skifahrerjargon nassen, schweren Schnee, der häufig im Frühjahr durch die starke Sonneneinstrahlung und höhere Temperaturen entsteht. In jedem Fall sind derartige Schneebedingungen für Skifahrer nicht wünschenswert, weshalb dann höher gelegene Gebiete vorgezogen werden.

Beispiel 74: Jargon I: „*Bretter*“ (Korpus III)

nur kein neid männer ;-))) un ostern ohne urlaub....da sind einfach 4 tage frei :-PPP

K1256 27.3.12 09:24 von Thorsten Allenstein

Neidisch würde ich nicht sagen. Aber ich find´s zum heulen, dass du ständig auf den Brettern stehst und ich eben nicht! ;-)

K1257 27.3.12 09:56 von Olaf Vogel

Beispiel 75: Jargon II: „Pampe“ (Korpus III)

Silvana, und man sollte hinzufügen, Frühjahrsskilauf hat immer noch was mit Schnee auf der Piste zu tun ... wenn der höchste Punkt des Skigebietes keinen Schnee mehr bietet, dann dürfen sich die Kühe zurecht auf den Almauftrieb freuen ... aber mit Skifahren ist da nichts mehr ... um diese Jahreszeit zählt Höhe, und sonst gar nichts. In Sölden hattest heute aufm Gletscher -13 Grad und im Tal Pampe ... und Tal ist da, wo woanders Gipfel sind ...

K1436 8.4.12 18:14 via Handy von David Feger

Im Hinblick auf die Herstellung eines sozialen Stils werden Konnotationen später noch genauer beleuchtet (vgl. § 7.1.8).

Die Verwendung von Toponymen ist im Vergleich zu den Bergscout-Korpora deutlich überregionaler ausgerichtet, aber auch hier findet natürlich eine geografische Verortung der Beiträge statt, und zwar sowohl explizit, also durch die Verwendung von Berg-, Orts- und Liftnamen, wie in Beispiel 76 (es wird die Skihütte „Taja“⁸¹ als Verortungshinweis erwähnt) oder aber auch implizit, wie in Beispiel 77. Hier reicht die implizite Verortung für einen Common Ground jedoch nicht aus, wie in den nachfolgenden Kommentaren deutlich wird, sodass hier die geografische Verortung des geposteten Bildes nochmal explizit durch die Verwendung der Toponyme aufgegriffen und geklärt werden muss. In der Post-Kommentar-Episode postet Matthias Beil ein Foto einer Bergkulisse, ohne eine Verortung vorzunehmen. David Feger glaubt zu wissen, was auf dem Foto abgebildet ist; wie sich herausstellt, liegt er zwar nahe dran, das genaue Motiv errät er jedoch nicht. Die implizite Verortung wird also durch die Diskussion in den zugehörigen Kommentaren interaktiv explizit gemacht.

Beispiel 76: Toponyme I: „Taja“ (Korpus III)

Ich kenne in Ischgl noch den Schlepper an der Taja. Das war immer lustig da. :-)

K1036 11.3.12 16:44 via Handy von Olaf Vogel

Beispiel 77: Toponyme II: „Hörnergruppe“ (Korpus III)

Wieder ein Traum Tag!

⁸¹ Bei der „Taja“ handelt es sich um eine bekannte Skihütte im Skigebiet Ischgl (vgl. <http://www.paznauner-taja.at/apresski-in-ischgl/paznauner-taja.html>) [letzter Zugriff 16.02.16].



P94 15.1.12 15:45 von Matthias Beil

Hörnergruppe?

K277 15.1.12 19:20 von David Feger

Kanzelwand! Blick Fellhorn und Grünten!

K278 15.1.12 20:17 via Handy von Matthias Beil

na zumindest nicht ganz falsch ...

K279 15.1.12 20:17 von David Feger

Hörnergruppe ist ja nicht weit entfernt!

K280 15.1.12 20:22 via Handy von Matthias Beil

genau, ein bisschen links ...

K281 15.1.12 20:23 von David Feger

Vom Bild aus genau Hinter mir!

K282 15.1.12 20:30 via Handy von Matthias Beil

Die durch den Wintersport, insbesondere durch das Skifahren, und die dafür relevante geografische, d.h. alpenländisch geprägte Lexik stellt insofern durch ihre Verwendung innerhalb der Gruppe „Skifahren“ ein Verfahren zur Herstellung sozialen Stils dar, als dass sich die Gruppe dadurch zum einen als eine Untergruppe der Community Skifahrer im Allgemeinen definiert, zum anderen findet dadurch aber auch eine Abgrenzung von anderen Gruppen auf Facebook statt, deren Lexik wiederum durch verschiedene Features geprägt ist, z.B andere Fachsprachen, anderen Jargon, andere relevante Toponyme etc. Schließlich ist die Verwendung von Fachsprache, Jargon und Toponymen eine Voraussetzung für Kontextualisierungsverfahren und die Etablierung bzw. das Aufgreifen von Common Ground und Insiderwissen innerhalb der Community.

7.1.3 Etablierte Emoticons

Die Verwendung von Emoticons stellt in der Gruppe „Skifahren“ ein wichtiges Mittel zur Herstellung sozialen Stils dar. Die Gruppenmitglieder orientieren sich dabei grundsätzlich an den üblichen Verwendungsstrategien auf der Plattform Facebook, die es technisch ermöglicht, aus den bekannten Zeichenkombinationen automatisch grafische Smileys zu erzeugen, wenn eben die richtige Kombination eingegeben wird, sowie auch an allgemein im Internet akzeptierten Verwendungsweisen. „In der Mehrzahl sind diese den Handlungen oder konkreten Referenten, auf die Bezug genommen werden soll, so ähnlich, dass es Rezipienten in der Regel keine Schwierigkeiten mehr bereitet, ihre Bedeutung zu erfassen“ (Marx & Weidacher 2014:147). Facebook ermöglicht die automatische Erzeugung von etwa 30 Emoticons durch Tastenkombinationen (ebd.). Dennoch scheint die tatsächliche Anzahl an frequent verwendeten Emoticons deutlich geringer zu sein. Diese Beobachtung korrespondiert mit einer Studie Beißwengers (2000), der feststellt, dass sich die tatsächliche Nutzung von verschiedenen Emoticons im Chat auf etwa zehn einpendelt (ebd.:98).

Innerhalb der Gruppe „Skifahren“ lassen sich die folgenden durch Facebook unterstützten Emoticons finden, deren quantitative Auswertung in der untenstehenden Tabelle dargestellt ist⁸². Am häufigsten wird demnach das Emoticon verwendet, mit dem Augenzwinkern, Ironie ;-)) dargestellt wird. Ebenfalls sehr häufig ist das Emoticon für Freude, Lachen :-)). Weitere frequent verwendete Emoticons sind Grinsen =D, Traurigkeit, Unzufriedenheit :-(, Frechheit, Zunge herausstrecken :P und Stirnrunzeln ^^). Die Zeichenkombination :-*)*, die für einen Kuss-Smiley steht, kommt nur einmal vor.

Emoticon	Korpus III	Korpus IV	Korpus III & IV
Augenzwinkern, Ironie ;) ;:-)	319	86	405
Freude, Lachen :) :-)	325	55	380
Grinsen =D :D	54	12	66
Traurigkeit, Unzufriedenheit :-(38	6	44

⁸² Bei der Erzählung wurden alle Varianten berücksichtigt, auch jene, die durch angehängte Klammern zur Verstärkung ergänzt sind, z.B. „Frage: war schon mal jemand am hochkönig? wie ist das skigebiet? würde ich über eine beschreibung sehr freuen :-))“ (Korpus III, P59).

:-(
Frechheit, Zunge herausstrecken :P	14	12	26
Stirnrunzeln ^^	14	3	17
Kuss :-*	1	0	1

Abb. 15: Quantitative Auswertung der Emoticons in der Gruppe „Skifahren“

Beißwenger (2000:95ff) zufolge ersetzen Emoticons die Mimik des Schreibers, der sich beim Schreiben in die Position des Sprechers versetzt und so die fehlende para- und nonverbale Ebene kompensiert, indem ein „der Vis-à-vis-Kommunikation nachempfunderer Wahrnehmungsraum“ (ebd.:95) rekonstruiert wird. Er stellt dies zwar im Kontext des Chats fest (ebd.:95ff); seine Ergebnisse lassen sich jedoch auch auf die Kommunikationsbedingungen auf Facebook übertragen (Marx & Weidacher 2014:146ff). Wie Androutsopoulos (2003), dabei Koch & Oesterreicher (1985) folgend, zusammenfasst, gehören Emoticons zum Bereich der Affektivität, d.h. „sie drücken eine emotionale Anteilnahme am kommunikativen Geschehen aus und stehen im Gegensatz zu einer ‚objektiven‘ Haltung“ (Androutsopoulos 2004:187). Auch Marx & Weidacher (2014) stellen fest, dass Emoticons „verschiedene für die Bedeutung einer sprachlichen Äußerung relevante Funktion haben, wie z.B. Spezifizierung, Hervorhebung, Abschwächung (auch: Relativierung) auf propositionaler aber auch auf emotionaler Ebene“ (ebd.:148). Nicht zuletzt können auch ökonomische Aspekte bei der Verwendung von Emoticons eine Rolle spielen (ebd.). Allgemeine und feststehende Bedeutungen sind kaum ermittelbar, vielmehr beziehen die Emoticons ihre Bedeutung aus dem Kontext und werden so, z.B. auf der Ebene von Online-Communities, konventionalisiert verwendet (Beißwenger 2000:101). Die etablierten Emoticons innerhalb der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook sind im Folgenden anhand von konkreten Beispielen aufgelistet und werden hier im Kontext erläutert und interpretiert.

Beispiel 78: Augenzwinkern, Ironie ;-) (Korpus III)

Thorsten Allenstein hat Olaf Vogel zu der Gruppe hinzugefügt.

P81 9.1.12 12:42

Hat er gut gemacht! ;-)

K175 9.1.12 13:32 via Handy von Olaf Vogel

In diesem Beispiel handelt es sich um den Initialpost mit der Meldung, dass das Gruppenmitglied Thorsten Allenstein ein neues Mitglied, nämlich Olaf Vogel, zur Gruppe „Skifahren“ hinzugefügt hat⁸³. Olaf Vogel kommentiert dies und macht mit der Verwendung des Emoticons für Augenzwinkern bzw. eine ironische Lesart deutlich, dass sein Kommentar nicht ganz ernst oder zumindest nicht wortwörtlich gemeint ist. Genau genommen kann die Art und Weise, wie jemand zur Gruppe hinzugefügt wird, nicht bewertet werden, sodass lediglich die Tatsache, dass Olaf Vogel aufgenommen wurde, von ihm als positiv bewertet wird, sodass sein Kommentar durch die Verwendung des Emoticons eine etwas andere Bedeutung erhält und als Dank an Thorsten Allenstein für die Aufnahme in die Gruppe interpretiert werden kann. In diesem Fall relativiert das Emoticon also die vorhergehende Aussage auf propositionaler Ebene.

Beispiel 79: Freude, Lachen :-) (Korpus III)

Ist ein sehr schönes Skigebiet! Und jetzt mit dem Neubau des skizentrums dienten und dem dazugehörigen Sessellift auch sehr entspannt! Kann ich nur empfehlen!

K136 18.12.11 23:04 via Handy von Karla Krause

danke, danke :-) wieviel pisten km? so 150, oder?

K137 18.12.11 23:55 via Handy von Paolo Gödecker

Das nächste Beispiel zeigt, wie versprachlichte Elemente auf emotionaler Ebene durch die Verwendung eines Emoticons hervorgehoben werden. Karla Krause antwortet in dieser Sequenz, die einer längeren Post-Kommentar-Episode entnommen wurde, auf den Initialpost von Paolo Gödecker, der nach Informationen über das Skigebiet Hochkönig/Österreich gefragt hat. Mit ihren positiven Ausführungen erfüllt sie die Bedingungen einer präferierten Antwort, sowohl auf struktureller als auch auf inhaltlicher Ebene, und Paolo Gödecker bedankt sich für die Informationen und unterstreicht seine Freude darüber und den Ausdruck des Bedankens durch das Einfügen des Emoticons für Freude.

⁸³ Um Beiträge innerhalb der Gruppe verfassen und veröffentlichen zu können, ist wie oben bereits beschrieben eine Aufnahme in die Gruppe nötig. Diese wird unkompliziert dadurch gehandhabt, dass potenzielle neue Gruppenmitglieder durch bereits etablierte Mitglieder, die sozusagen als Administratoren fungieren, hinzugefügt werden können. Diese werden vom Gründer der Gruppe bestimmt, bzw. dazu berechtigt.

Beispiel 80: Grinsen =D (Korpus IV)

Sonja Englmaier: der Hochkönig is sicher nicht schlecht.....Nana es ist schwierig. Jedes Gebiet hat Vor und Nachteile...ihr werdet das für Euch richtige finden..hmmm ich hab meins,-)LG

K629 19. Februar um 21:56 via Handy · Gefällt mir · 2

David Feger: echt, Du hast Deins? Seit wann denn das? Welches ist das denn? =D

K630 19. Februar um 21:57 · Gefällt mir · 1

Das Beispiel 80 illustriert abermals eine Relativierung des propositionalen Gehalts der vorhergehenden Äußerung. Die Sequenz stammt aus eine Post-Kommentar-Episode, in der Nana Dobermann nach einem familienfreundlichen Skigebiet sucht. Innerhalb der Beiträge entwickeln sich schnell verschiedene Gesprächsstränge mit Diskussionen über die vorgeschlagenen Skigebiete. In der vorliegenden Sequenz versucht Sonja Englmaier das Gesagte zusammenzufassen und kommt zu dem Schluss, dass es bei allen Gebieten Vor- und Nachteile gibt und dass somit prinzipiell jeder seine eigenen Erfahrungen machen muss. Nachfolgend verweist sie darauf, dass sie ihr Lieblingsskigebiet bereits gefunden hat. Dies ist für den aktiven Kern der Gruppe keine neue Information, denn Sonja Englmaier inszeniert sich selbst fortwährend als Kennerin und Fan des Skigebiets Obertauern/Österreich (vgl. auch § 7.1.20), sodass ihre Andeutung als spaßig verstanden werden kann, was auch durch das hier verwendete, allerdings unkorrekt formulierte⁸⁴, augenzwinkernde Emoticon unterstützt wird. Im Fokus dieses Beispiels soll jedoch das Emoticon für breites Grinsen stehen, das David Feger in seinem darauf folgenden Kommentar verwendet. Er als aktives Mitglied der Gruppe weiß um Sonja Englmairs Passion für die Destination Obertauern und spielt daher das Spiel mit, indem er scherzhaft in Frage stellt, dass sie tatsächlich ein Lieblingsskigebiet hat und behauptet, davon nichts zu wissen. Abschließend fragt er, um welches Gebiet es sich denn handelt und ergänzt seinen Beitrag, der aus drei – für Insider der Gruppe rhetorischen - Fragen besteht, durch das Emoticon, das ein breites Grinsen darstellt. Damit relativiert David Feger die vorher gestellten Fragen und macht deutlich, dass sie scherzhaft gemeint waren und er für sich persönlich keine Antwort erwartet. Gleichzeitig verspottet er die innerhalb der Gruppe kommunizierte Leidenschaft für das Skigebiet und das Emoticon für Grinsen kann somit auch gleichzeitig als Ausdruck und Hervorhebung seiner Emotion und der zugehörigen

⁸⁴ Dies könnte daran liegen, dass sie den Kommentar mit dem Handy geschrieben hat, sodass die Bedingungen zum Schreiben durch die Größe der Tastatur bzw. durch den Touchscreen erschwert sind.

Mimik interpretiert werden, die hier aufgrund der vielfach thematisierten Kommunikationsbedingungen auf diese Weise verschriftlicht wird.

Beispiel 81: Traurigkeit, Unzufriedenheit :- (Korpus III)

Hier in Berlin hat man ja bislang nicht das Vergnügen mit dem Schnee :- (

P88 11.1.12 13:44 von Moritz Hiller

In Beispiel 81 wird die emotionale Haltung zum zuvor Gesagten schlichtweg hervorgehoben. Moritz Hiller kommentiert in dem ausgesuchten Beitrag die Tatsache, dass die Gruppe „Skifahren“ zehn neue Mitglieder hat. Er betrachtet die Gruppe als Ort, an dem über das gemeinsame Hobby und damit einhergehende Themen diskutiert werden kann, unabhängig davon, ob die äußeren Bedingungen zum Skifahren gegeben sind. Offensichtlich ist er über die Tatsache, dass es zu diesem Zeitpunkt in Berlin, also wahrscheinlich seinem Wohnort, in diesem Winter bis dato noch nicht geschneit hat, unglücklich und hebt dies durch die Verwendung des Emoticons für Traurigkeit bzw. Unzufriedenheit hervor.

Beispiel 82: Frechheit, Zunge herausstrecken :P (Korpus III)

Also Sonja, ich weiß wo es im März noch besser geht! :-)

K1018 11.3.12 18:44 via Handy von Olaf Vogel

sag jetzt bloss nicht auf dem Tuxer Gletscher.....:-(bei den alten Männern will ich nicht Ski fahren:P

K1019 11.3.12 18:53 von Sonja Englmaier

Dieses Beispiel ist einer Post-Kommentar-Episode entnommen, in der es ursprünglich darum geht, ob jemand aus der Gruppe eine Versandmöglichkeit für Skier kennt. Die Beiträge entwickeln sich jedoch schnell zu einer allgemeineren Plauderei und das eigentliche Thema wird aus dem Auge verloren. Kurz vor der ausgesuchten Sequenz geht es um die nicht ganz ernst gemeinte Planung eines gemeinsamen Skiwochenendes von Sonja Englmaier, Pia Leutner, Olaf Vogel und Jens Schulze. Für Sonja als Fan des Skigebiets Obertauern (vgl. § 7.1.20) ist klar, dass das Ziel Obertauern/Österreich sein soll, da dieses aufgrund der Höhe auch im Frühling noch gute Bedingungen zum Skifahren bietet. Olaf Vogel entgegnet dann jedoch, dass er ein Gebiet wüsste, in dem die Bedingungen noch besser wären. Sonja stellt daraufhin die Vermutung an, dass er eventuell den Gletscher in Hintertux/Österreich meinen könnte. Wie sie genau auf diese Vermutung kommt, ist aus den Daten nicht zweifelsfrei

nachzuvollziehen. Wahrscheinlich bringt sie hier ihr Wissen darüber ein, dass die Bedingungen im Frühjahr auf einem Gletscher allgemein besser sind als in niedriger gelegenen Gebieten und nennt dann mehr oder weniger zufällig den Tuxer Gletscher, der auch als Österreichs einziges Ganzjahresskigebiet⁸⁵ bekannt ist. Dieser ist, wie im weiteren Verlauf der Sequenz aber deutlich wird, tatsächlich nicht gemeint. Ihre negative Haltung gegenüber der Vermutung, dass es sich bei Olaf Vogels Vorschlag um den Tuxer Gletscher handelt, hebt Sonja Englmaier durch die Verwendung des traurigen Emoticons bereits hervor. Im zweiten Teil ihres Kommentars teilt Sonja Englmaier mit, dass sie „*bei den alten Männern*“ nicht Ski fahren will und ergänzt ihre Aussage durch das gerade erwähnte Emoticon :P. Damit behauptet sie, dass am Hintertuxer Gletscher nur ältere Leute Skifahren. Dies ist offenbar ein Vorurteil aufgrund der Gegebenheiten, die auf einem Gletscher herrschen, insbesondere die einladenden und breiten leichte Pisten (vgl. auch § 7.1.16). Ihre Aussage, dass sie dort nicht Ski fahren möchte, wird durch die Verwendung des frechen Emoticons graduell zurückgenommen. Graduell, weil das nicht bedeutet, dass die Tatsache, dass sie dort nicht hinfahren möchte, zurückgenommen wird, denn diese bleibt bestehen. Der Verfasserin ist jedoch bewusst, dass es in diesem Fall face-bedrohend für Olaf Vogel ist, zu behaupten, dass am Tuxer Gletscher nur alte Männer Ski fahren, und man, da es sein Vorschlag war, vermuten kann, dass auch er dort schon gefahren ist und es ihm auch gefallen hat und er somit zu den „*alten Männern*“ gehört. Das Emoticon zeigt also an, dass Sonja Englmaier weiß, dass ihre Äußerung frech ist und unterstreicht, dass sie nicht ganz ernst gemeint ist. Zwar wird hier nicht relativiert, dass sie dort nicht fahren möchte, wohl aber die Schärfe, die zunächst durch die Formulierung „*bei den alten Männern*“ entsteht.

Beispiel 83: Stirnrunzeln ^^ (Korpus III)

scheiß auf snowboarden, skifahren is 1000 mal besser :DDD

P15 25.10.11 17:35 via Handy von Lars Abramovic

GAR NICHT ^^

K38 25.10.11 20:31 von Lara Böckelmann

In diesem letzten Beispiel wird die Verwendung des Emoticons Stirnrunzeln ^^ thematisiert. Innerhalb der Gruppe „Skifahren“ dient es der Spezifizierung der zuvor versprochenen Elemente. In der Sequenz steht die Reaktion auf einen Post im Vordergrund, in dem plakativ

⁸⁵ <http://www.tirolergletscher.com/de/Region/Hintertux/Info> [letzter Zugriff: 16.02.16]

und emotional behauptet wird, dass Skifahren „*besser*“ ist als Snowboarden. Natürlich ist ein solcher Post aufgrund der emotionalen Aufladung geradezu eine Einladung zu Diskussionen und erfordert als konditionelle Relevanz entweder Zustimmung oder Widerspruch. Lara Böckelmann entgegnet in ihrem Kommentar, dass sie mit der Aussage nicht einverstanden ist. Dies wird nicht nur durch die Formulierung „GAR NICHT“, sondern auch durch die Wahl von Majuskeln⁸⁶ deutlich, die den Beitrag auch auf typografischer Ebene hervorheben. Spezifiziert wird ihre Meinungsäußerung dann durch die Verwendung des Emoticons für Stirnrunzeln. Dem Rezipienten ist aufgrund der Formulierung und der typografischen Realisierung des Beitrags bereits klar, dass die Verfasserin der Aussage des Initialposts nicht zustimmt und dessen Inhalt daher negativ bewertet. Eine Spezifizierung findet schließlich dadurch statt, dass Lara Böckelmann mit der Verwendung eines Emoticons, das Stirnrunzeln symbolisiert, nicht nur ihre Meinung zum Inhalt des betreffenden Posts darlegt und hervorhebt, sondern auch und vor allem ihren Unmut darüber, dass so etwas innerhalb der Gruppe überhaupt gepostet wird.

Im Hinblick auf die weiteren untersuchten stil-konstitutiven Merkmale spielt die Verwendung von Emoticons eine große Rolle im Kontext von Höflichkeit, Humor und Ironie (vgl. § 7.1.10, 7.1.11, 7.1.17).

7.1.4 Para- und nonverbale Simulationen

Zu Simulationen der para- und nonverbalen Ebene, und damit einem kreativen Umgang mit der Kommunikationssituation durch allein grafische Mittel, zählen laut Androutopoulos (2004: § 4.6) Emoticons, Abkürzungen für Lachen und Lächeln, sowie Inflektive. Die Emoticons habe ich oben in einem eigenen Abschnitt behandelt, da sie sich durch ihren Anspruch Gesichtsausdrücke bildlich darzustellen von den übrigen Phänomenen, die zur para- und nonverbalen Ebene gehören, abheben. So wird bei der Betrachtung der Kommunikationsaktivitäten der Korpora III und IV bei der Simulation einer para- bzw. nonverbalen Ebene der oben bereits erwähnte „der [direkten] Kommunikation nachempfundene[] Wahrnehmungsraum“ (Beißwenger 2000:95; vgl. auch die Ausführungen von Marx & Weidacher 2014:110ff zu den Prozeduren des Mal-, Lenk-, und Zeigefeldes) noch stärker in den Fokus gerückt als bei der Verwendung von Emoticons, und zwar auf unterschiedliche Art und Weise. Zum einen wird die Plattform Facebook, spezifischer die

⁸⁶ Großschreibung wird im Kontext des Internets gemeinhin verwendet, um „Schreien“ auszudrücken und somit prosodische Phänomene zu verschriftlichen (<https://de.wikipedia.org/wiki/Netiquette>) [letzter Zugriff: 16.02.16].

Gruppe „Skifahren“ und ihre Kommunikationskanäle, allen voran die Kommentare unter den Posts, als gemeinsamer Raum betrachtet, in dem für f2f-Kommunikation selbstverständliche para- und nonverbale Handlungen wie Gestik und Mimik simuliert werden, indem sie explizit verschriftlicht werden. Dies kann im folgenden Beispiel beobachtet werden.

Beispiel 84: Para- und nonverbale Simulation im gemeinsamen Raum (Korpus III)

Huhu Jens :-)

K978 11.3.12 17:51 via Handy von Olaf Vogel

Ja Olli?

K979 11.3.12 17:52 von Jens Schulze

Wollte nur mal Hallo sagen :-)

K980 11.3.12 17:54 via Handy von Olaf Vogel

Okay.... Hallo Olli.... winke winke.....

K981 11.3.12 17:54 von Jens Schulze

Grins :D

K982 11.3.12 15:56 via Handy von Olaf Vogel

Das Beispiel ist der gleichen Post-Kommentar-Episode entnommen, die bereits im vorangegangenen Kapitel erwähnt wurde. Ursprünglicher Anlass des Posts war die Frage nach einer Versandmöglichkeit für Ski, es entwickelte sich jedoch eine spaßige Plauderei daraus. Kurz bevor die ausgewählte Sequenz beginnt, schaltet sich Jens Schulze in das Gespräch ein und stellt scherzhaft tadelnd fest, dass das ursprüngliche Thema aus den Augen verloren wurde. Sonja Englmaier erklärt ihm daraufhin, dass das Thema bereits abgehandelt wurde und nun, wie üblich, eine Plauderei und Spaß daraus geworden sei (vgl. § 7.1.14). Jens Schulze beschwert sich scherzhaft, dass ihm nicht früher Bescheid gesagt wurde. Daran wird bereits deutlich, dass die Kommentare als gemeinsamer Raum betrachtet werden, in dem man anwesend sein muss, um alles mitzubekommen. Noch eindeutiger wird diese Interpretation anhand der ausgesuchten Sequenz, in der offensichtlich para- und nonverbale Aktionen innerhalb des gemeinsamen Raums der Kommentare simuliert werden. Olaf Vogel adressiert den neu hinzugekommenen Jens Schulze explizit und verwendet dabei das Emoticon für freudiges Lachen, um zu illustrieren, dass er sich darüber freut, dass dieser nun sozusagen vor Ort ist. Jens Schulze erwartet darauf zunächst einen konkreten an ihn gerichteten Beitrag. Auf Nachfrage wird jedoch deutlich, dass Olaf Vogel ihn nur begrüßen und gleichzeitig die Situation des nun geteilten Raumes thematisieren wollte. Jens Schulze geht darauf ein und

simuliert ein Winken. Vogel beschließt diese Sequenz daraufhin mit einem Sequence Closing Third durch die Verwendung des Inflektivs *grins*, wodurch abermals die Gegebenheit innerhalb der Kommentare, ähnlich wie in einem Chatraum, als gemeinsamer Wahrnehmungsraum dargelegt und behandelt wird. Insgesamt betrachtet zeigt diese Sequenz, wie sehr den Gruppenmitgliedern die Wahrnehmung der Kommentare als gemeinsamem Raum bewusst ist, wie sie die Situation fast schon metakommunikativ bearbeiten und wie der Kontrast zwischen anwesend und abwesend in den Kommentaren von ihnen interpretiert wird (vgl. zum stil-konstituierenden Merkmal Metakommunikation § 7.1.14).

Zum anderen lässt sich aber auf den ersten Blick paradoxerweise auch genau das Gegenteil beobachten, nämlich dass den Gesprächsteilnehmern die (geografische) Distanz zwischen ihnen sehr bewusst ist, und dass sie Informationen über den jeweiligen Wohn- bzw. Aufenthaltsort absichtlich mit einbeziehen während die para- bzw. nonverbale Ebene simuliert wird. Nichtsdestotrotz wird aber auch hier, wie in Beispiel 85 gezeigt wird, entgegen der realen Entfernung zwischen den hypothetischen Aufenthaltsorten Dortmund (bzw. der Hinweg nach Dienten) und Herdecke einerseits und durch die gemeinsame Anwesenheit im geteilten Kommunikationsraum der Kommentare unter dem Post andererseits, Nähe inszeniert und konstruiert.

Beispiel 85: Simulation der para- und nonverbalen Ebene trotz thematisierter geografischer Distanz (Korpus III)

Frage: war schon mal jemand am hochkönig? wie ist das skigebiet? würde ich über eine beschreibung sehr freuen :-)))

P59 16.12.11 22:10 von Paolo Gödecker

Wir sind grad auf dem Weg dorthin! :) Fahren schon jahrelang nach Dienten! Ist super da!

K131 17.12.11 11:20 via Handy von Ann Ka Trin

oh, aus dortmund :-) ich winke dann mal aus herdecke :-) eventuell wil ich da auch hinfahren :-) das ist doch alles zusammengeschlossen, oder?

K132 17.12.11 11:23 von Paolo Gödecker

Sind jetzt schon in München ;) Ja, seit diesem Jahr ist alles zusammengeschlossen. Es lohnt sich auf jeden Fall!

K133 17.12.11 11:38 via Handy von Ann Ka Trin

gut, dann einen gute fahrt und einen schönen urlaub :-) ich fahre nach weihnachten erst, in die dolomiten! vielen dank für die infos :-)

K134 17.12.11 11:47 von Paolo Gödecker

Danke! :)

K135 17.12.11 11:55 via Handy von Ann Ka Trin

Auch die Post-Kommentar-Episode, aus der dieses Beispiel stammt, wurde im vorigen Kapitel bereits aus anderer Perspektive betrachtet. Im Folgenden geht es um die Sequenz, die direkt auf den Initialpost folgt. Ann Ka Trin antwortet auf die Frage nach dem Skigebiet Hochkönig, dass sie gerade auf dem Weg dorthin ist und aufgrund der Tatsache, dass sie schon jahrelang dorthin fährt, sagen kann, dass es empfehlenswert ist. Paolo Gödecker verwendet daraufhin Informationen, die vermutlich auf der Profilsseite von Ann Ka Trin angezeigt werden, nämlich, dass sie offenbar aus Dortmund kommt. Hier kommen nun verschiedene Aspekte zusammen. Zunächst thematisiert Paolo Gödecker die geografische Nähe zwischen Dortmund, dem vermeintlichen Aufenthaltsort von Ann Ka Trin, und Herdecke, wo er vermutlich wohnt oder sich zumindest zu dem Zeitpunkt aufhält, indem er ihr sprichwörtlich zuwinkt und somit deutlich macht, dass die beiden Orte fast so nah beieinander⁸⁷ liegen, dass man sich durchaus auch persönlich begegnen könnte. Dadurch findet demnach eine Auseinandersetzung mit Gemeinsamkeiten im realen Leben statt, die durch die Versprachlichung Nähe herstellt. Gleichzeitig simuliert er aber auch innerhalb des gemeinsamen Raumes der Kommentare ein Winken. Hier wird also zusätzlich durch die gemeinsame Anwesenheit im geteilten Kommunikationsraum Nähe hergestellt. Dadurch ist es auch möglich, dass diese nicht rückwirkend bearbeitet werden muss, als Ann Ka Trin klarstellt, dass sie sich mittlerweile schon in München befindet. Zwar ist die auf realen Distanzen beruhende Nähe nicht gültig, die Nähe, die aufgrund der Anwesenheit im gemeinsamen Kommunikationsraum entsteht, ist jedoch verlässlich und unabhängig von realen Aufenthaltsorten. Somit behält das Winken durch Paolo Gödecker seine Berechtigung, wengleich es nun kontextuell anderes interpretiert werden muss, nämlich als inszenierte Nähe innerhalb des gemeinsamen Kommunikationsraumes und entgegen der realen Aufenthaltsorte.

7.1.5 Emblematischer Gebrauch diatopischer Varietät

Ähnlich wie oben bereits für den Bergscout-Blog beschrieben (§ 6.1.7) findet auch innerhalb der Gruppe „Skifahren“ eine stil-konstituierende Verwendung diatopischer Varietät statt. Hier ist besonders der Gebrauch eines allgemein alpenländisch (klingenden) Dialekts, inspiriert durch bairische und österreichische Dialekte, zum Ausdruck von alpenländischem

⁸⁷ Mit dem Auto ca. 15 km (<https://www.google.de/maps/>) [letzter Zugriff: 16.02.16].

Lokalkolorit an markierten Stellen hervorzuheben. Es handelt sich also wiederum um emblematischen Sprachgebrauch: „the use of parts of a language (words, fixed expressions), for purely emblematic reasons, not as a means of everyday communication” (Thieberger 2002:313).

Im Beispiel 86 wird dafür im Post eine Textpassage aus dem bekannten Lied „Schifoan⁸⁸“ von Wolfgang Ambros zitiert. Dies wird dann in den folgenden Kommentaren aufgegriffen. Sonja Englmaier zeigt mit ihrem Kommentar „*skifoan*“, dass sie weiß um welches Lied es sich handelt und spielt gleichzeitig das Varietätenspiel mit, das die Vorfreude des Verfassers des Originalposts auf seine bevorstehende Skireise ausdrückt und das im Folgenden auch in dem Kommentar von Marina Bach aufgegriffen wird, die nun losgelöst von dem Liedkontext im Dialekt ausdrückt, dass sie in dem Moment auch gern zum Skifahren fahren würde und etwas neidisch ist. In jedem Fall wird durch die Verwendung dieser dialektal gefärbten Elemente aber eine empfundene oder zumindest gewünschte Nähe zum Alpenländischen, das für Skifahrer untrennbar mit dem Sport an sich verbunden ist, hergestellt.

Beispiel 86: Lokalkolorit (Korpus III)

Am Dienstag auf´d Nacht ... montier´ i die Ski ... auf mei Auto ... und dann begib i mi ... :D Tschüss, ab gehts auf die Piste :D

P166 21.2.12 13:30 von Pi Ma Gö

skifoan:) viel Spaß!

K596 21.2.12 20:32 von Sonja Englmaier

I will a!!!! :(

K597 21.2.12 21:01 via Handy von Marina Bach

Auf das gleiche Lied verweist David Feger im folgenden Beispiel. Der Kommentar ist einer Episode entnommen, in deren Initialpost nach einem familienfreundlichen Skigebiet für den Jahreswechsel 2013/2014 gefragt wird. In den Kommentaren erhält die Verfasserin viele Vorschläge, und es kommt auch zu Diskussionen über die Vor- und Nachteile der jeweiligen Skigebiete, z.B. unter dem Aspekt der Schneesicherheit, der vor allem von David Feger als sehr wichtig erachtet wird und seiner Meinung nach in den vorgeschlagenen kleineren

⁸⁸ Das Lied „Schifoan“ von Wolfgang Ambros wurde 1976 erstmals veröffentlicht und wurde dadurch erfolgreich, dass es vor allem zum Après-Ski auf Hütten und in Diskotheken gespielt wurde. Das Lied gilt heute als österreichische Wintersporthymne. (s.a. de.wikipedia.org/wiki/Schifoan) [letzter Zugriff: 16.02.16].

Gebieten, die für Anfänger gut geeignet sind, selten gegeben ist „(ich hätte ja in den Skigebieten nur Angst, weil sie tief liegen, dass noch kein Schnee liegt ... da sind die Skiorte ja teilweise auf 500m ... Seehöhe von München ...“ Korpus IV, K517). In diesem Kontext schlägt Katharina Witzig das Stubaital/Österreich als kinderfreundliche Destination vor. Die Nennung dieses Gebiets unterstützt David Fegers Argumentation, denn das Stubaital verfügt neben seiner Höhenlage über einen Gletscher und kann somit als schneesicher bezeichnet werden. Er nutzt die Gelegenheit seine Position nochmals subtil zu unterstreichen, indem er eine Strophe aus dem Lied „Schifoan“ zitiert, in der es genau darum geht, dass es sich beim Stubaital und Zell am See/Kaprun um Gebiete handelt, die reichlich Schnee bieten. Die Tatsache, dass es sich hier um ein Lied handelt, das im Dialekt verfasst wurde und somit potentiell die Meinung eines Einheimischen widerspiegelt, untermauert in diesem Fall den Expertenstatus (vgl. hierzu auch § 7.1.21), den David Feger sich hier selbst zuschreibt. Er ist der Meinung, dass es sinnvoll ist, in Skigebiete zu fahren, die schneesicher sind und handelt damit genau so, wie es auch in dem Lied thematisiert wird, denn dort wird suggeriert, dass man als passionierter (einheimischer) Skifahrer ebenfalls in Gebiete fährt, die für ihre Schneesicherheit bekannt sind, nämlich in dieser Strophe das Stubaital und Zell am See/Kaprun („weu durt auf die Berg' ob'n ham's immer an leiwand'n Schnee“ / weil dort oben auf den Bergen haben sie immer tollen Schnee (meine Übersetzung, A.K.).

Beispiel 87: Untermauerung von Expertenstatus (Korpus IV)

Katharina Witzig: Stubaital ist sehr kinderfreundlich!

K531 16. Februar um 23:55 via Handy · Gefällt mir

David Feger: Am Freitag auf'd Nocht montier' i die Schi
auf mei Auto, und donn begib' i mi
in's Stubeitoi oder noch Zill am See,
weu durt auf die Berg' ob'n ham's immer an leiwand'n Schnee.
Weu i w Schifoan, -foan, -foan, -foan, Schifoan, wohwohwohwoh,
Schifoan, -foan, -foan, -foan,
weu Schifoan is' des Leiwandste, wos ma si nur vurst'n ko.

K532 17. Februar um 00:02 · Gefällt mir · 1

Im folgenden Beispiel wird deutlich, dass die Verwendung von Dialekt innerhalb der Gruppe „Skifahren“ auch der Abtönung von Aussagen dienen kann. Interessant sind in diesem Fall die ersten drei Kommentare, die auf den Initialpost folgen. Dort geht es um die Frage, ob sich das Zillertal aus Sicht der Gruppenmitglieder für einen Wochenendausflug von Regensburg aus lohnen würde, da das Gebiet Obertauern als zu weit entfernt bewertet wird. Sonja

Englmair meldet sich als erste zu Wort und wird ihrer selbst zugeschriebenen Rolle (§ 7.1.20) als Fan des Skigebiets Obertauern gerecht, indem sie spaßig deutlich macht, dass ihr kein Weg zu weit wäre, um ein Wochenende in Obertauern zu verbringen. David Feger offenbart daraufhin, dass er um Sonjas Vorliebe weiß und distanziert sich gleichzeitig von ihrer Aussage, da sie seiner Meinung nach nicht objektiv begründet ist. Tina Brettschneider macht in ihrem darauf folgenden Kommentar deutlich, dass sie die Anspielung auf Sonjas Vorliebe und deren Irrelevanz für die Beantwortung des Initialpost versteht, zugleich aber auch ihre Beweggründe nachvollziehen kann und ähnlich denkt. Durch die Verwendung von alpenländischem Dialekt in Verbindung mit einem durch iterierte Klammern verstärktes augenzwinkerndes Emoticon, wird ihre Aussage, die potenziell gesichtsbedrohend für David Feger ist, abgetönt und humorvoll ausgestaltet (vgl. Androutsopoulos & Hinzenkamp 2001: § 3.5).

Beispiel 88: Abtönung I (Korpus III)

Servus :-) Weiß jemand von euch, wie das Zillertal in puncto Apres Ski und Weggehen ist ? War vor einer halben Ewigkeit das letzte Mal dort und weiß net, ob und wo ich buchen soll ...
Möchte mit einer Freundin übers Wochenende zum Skifahren und net allzu weit fahren. Obertauern war eigentlich unsere erste Wahl, aber des sind von meinem Wohnort aus (Ecke Regensburg) fast 100 km mehr...
Danke für eure Tipps !!

P173 27.2.12 20:59 von Paula Weiss

was sind 100km, wenn das Ziel Obertauern ist...:)

K668 27.2.12 21:02 von Sonja Englmair

Sonjas Antworten sind sooo berechenbar!

K669 27.2.12 21:09 von David Feger

Aber a bissel Recht hat's scho! ;-))))

K670 27.2.12 21:16 von Tina Brettschneider

Dieses Phänomen lässt sich auch in weiteren Beispielen (s.u. fett markiert) beobachten.

Beispiel 89: Abtönung II (Korpus III)

Serfaus hat in den letzten Jahren ziemlich zugelegt ... ok, mit den Rummelplatz Attraktionen kann ich auch nichts anfangen ...

K617 25.2.12 12:00 von David Feger

und mit den ganzen holländern erst recht ned....i fahr da nimmer hin....bei aller liebe ;-)

K618 25.2.12 12:00 von Thorsten Allenstein

Beispiel 90: Abtönung III (Korpus III)



P93 12.1.12 20:23 von Sebastian Rust

Für alle Stadtratten!! :-)

K266 12.1.12 20:23 von Sebastian Rust

Prost :)

K267 13.1.12 01:56 von Chantale Yang

Da kommt urlaubsfeeling auf!!! Ich muss leider noch 4 Wochen warten! :-)

K268 13.1.12 06:56 via Handy von Karla Krause

ja, das ist wirklich nicht nett ,,

K269 13.1.12 07:33 von Pi Ma Gö

die Spur links, ist das was zählt;-)

K270 13.1.12 07:33 von Sonja Englmaier

Die Sonja hat,s geblickt!! ;-)

K271 13.1.12 14:51 von Sebastian Rust

Des Franzi is aber auch ned zum Verachten !!!:)

K272 13.1.12 15:38 von Fritz Beller

Beispiel 91: Abtönung IV (Korpus III)

Wie gerne wäre ich jetzt in den Alpen :(((

P95 15.1.12 20:32 von Fritz Henning

nicht nur du,-)=)

K283 15.1.12 20:34 von Sonja Englmaier

A wa,so schee wars heut gar nicht!!!! Hast nix versäumt :P

K284 15.1.12 20:47 via Handy von Fritz Beller

wenn ich mir so die webcams anschau glaub ich des nicht ;)

K285 15.1.12 20:49 von Fritz Henning

Insgesamt betrachtet, scheint die emblematische Verwendung eines alpenländisch klingenden Dialekts mit den aufgeführten Funktionen identitätsstiftend für die Gruppe „Skifahren“ zu sein. Sinner (2014) stellt im Zusammenhang mit Kommunikationsgemeinschaften fest:

„(...) [D]er Sprachgebrauch, und insbesondere der symbolische Gebrauch von Sprache bzw. bestimmten sprachlichen Erscheinungen – sei es der Einsatz einer bestimmten Sprache in bestimmten Kontexten, sei es der Gebrauch bestimmter sprachlicher Mittel einer Sprache – ist für die Demonstration der eigenen Gruppenzugehörigkeit und den Ausschluss anderer aus einer Gruppe (...) wesentlich, kann also eine emblematische Funktion haben und Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe oder einer sozialen Identität ausdrücken“ (ebd.: 147).

Damit ist in diesem Kontext nicht nur die Verwendung von Varietät, hier diatopischer, sondern auch ein Wechsel in andere Sprachen, wie z.B. ins Englische und Französische, relevant. Daher wird dieser Aspekt im folgenden Abschnitt näher beleuchtet.

7.1.6 Emblematischer Gebrauch fremdsprachlicher Elemente

Der Gebrauch fremdsprachlicher Elemente hat in den Korpora III und IV unterschiedliche Funktionen. Abgesehen von Fachsprache, die häufig Englisch ist, lässt sich eine Tendenz zur Verwendung von englischen Phrasen beobachten, die ganz einfach dazu dient, den jeweiligen Beitrag etwas interessanter und „cooler“ zu machen, in erster Linie im Kontext von Werbung für etwas. Dies wird im ersten Beispiel deutlich. Durch die Wahl des Lexems „POWDER“ und die Hervorhebung durch Majuskeln, erhält der Beitrag die erste expressive Komponente. Der Vergleich des erstrebenswerten Skiwochenendes mit Neuschnee und der Aussage, dass es nur noch 3 bis 4 freie Zimmer gibt, wirkt durch den Diminutiv ebenfalls expressiv. Vollendet wird der Beitrag durch die Aufforderung auf Englisch „*first come, first serve*“, die dem Rezipienten suggeriert, dass eine möglichst schnelle Buchung nötig ist. In diesem Beitrag dient der Wechsel ins Englisch also eindeutig der Expressivität im Hinblick auf Werbezwecke für das Buchungsportal.

Beispiel 92: Expressivität I (Korpus IV)

Frischer POWDER zum Wochenende... und wir haben nur noch 3-4 Zimmerchen frei... first come, first serve!
Beeilt euch...

<http://www.goskiing.de/startseite/reise/Trip/show/silvretta-montafon-uebernachtung-und-fruehstueck-special/>

[Silvretta Montafon - Übernachtung und Frühstück Special](#)

www.goskiing.de

[Übernachtung mit Frühstück und Skiguiding bei Eigenanreise!](#)

P61 · [9. Januar um 15:52](#) [Chris Eichel](#)

Im folgenden Beispiel kann als Hauptfunktion der Verwendung des englischen Werbeslogans für die Fastfood-Kette Mc Donald's⁸⁹ ebenfalls Expressivität identifiziert werden. Der Beitrag ist einer Post-Kommentar-Episode entnommen, in der es darum geht, dass jemand in die Gruppe fragt, ob jemand Interesse hat am nächsten Tag (30.3.12) am Arlberg Ski zu fahren. Daraus entsteht eine Diskussion über die aktuellen Schneebedingungen dort. Die jeweiligen Positionen werden hauptsächlich von Max Winkel, der der Meinung ist, dass es aufgrund von sulzigem Schnee momentan keinen Spaß mehr macht in Gebieten unter 2500m Seehöhe Ski zu fahren, und Thorsten Allenstein, der anhand eigener Erfahrungen argumentiert, dass die Bedingungen am Arlberg sehr gut sind, vertreten. Fritz Beller mischt sich ein und hebt in seinem Beitrag die Vorteile von Freeride-Skiern hervor, die selbst bei frühlinghaften Bedingungen Skispaß ermöglichen. Somit wird hier das Englische und der Verweis auf den Werbeslogan genutzt um den eigenen Beitrag und die Argumentation innerhalb der Diskussion hervorzuheben. Die expressive Wirkung des Beitrags wird des Weiteren durch die Iteration von Ausrufungszeichen verstärkt. Anhand eines weiteren Kommentars des Akteurs Fritz Beller lässt sich zudem vermuten, dass sein Beitrag aus dem Skigebiet gepostet wurde, sodass er sich also aktuell im Skiurlaub befindet und durch diese Involviertheit die Neigung zur affektiven Teilnahme an der Diskussion noch gesteigert wird.

Beispiel 93: Expressivität II (Korpus III)

mit nem gscheiden Material unter de Füß macht sogar Sulz Spass!!!!I'm lovin it!!!!

K1335 29.3.12 18:40 von Fritz Beller

Die emblematische Verwendung fremdsprachlicher Elemente geht aber über die bloße Hervorhebung von Beiträgen hinaus. Eine weitere Funktion ist die Abtönung von Aussagen. Im nächsten Beispiel geht es um eine bestimmte und von einigen der Akteure als sehr

⁸⁹ <http://www.spiegel.de/wirtschaft/weltweite-kampagne-mcdonald-s-versucht-es-mit-liebe-a-252627.html>

anspruchsvoll eingestufte Piste im Skigebiet Obertauern. Die Sequenz ist einer Post-Kommentar-Episode entnommen, in der es ursprünglich um die aktuellen Pistenbedingungen im Allgäu geht. Die Bedingungen werden in dem Video von Tanja Ski, auf das im Initialpost verlinkt wurde, als perfekt zum Frühjahrsskifahren beschrieben, und dies wird im Verlauf der Diskussion von einigen Gruppenmitgliedern, z.B. durch Verweise auf aktuelle Webcambilder, widerlegt. Schließlich mündet es zum wiederholten Male in einer Diskussion über das Lieblingskigebiet Sonja Englmairs (§ 7.1.20), Obertauern, das recht hoch gelegen ist und somit auch im Frühjahr i.d.R. noch gute Skibedingungen bietet. In der ausgesuchten Sequenz geht es, wie bereits erwähnt, um den G2, den höchsten Punkt im Skigebiet Obertauern, von dem die besagte Piste hinabführt. David Feger vermutet in einem vorangegangenen Beitrag spaßig, dass es sich bei der Piste wohl um einen neuralgischen Punkt in der Destination Obertauern handelt, indem er ihn mit dem menschlichen G-Punkt⁹⁰ vergleicht. Sonja Englmair betont daraufhin nochmals ernsthaft, dass sie die Abfahrt vom G2 als sehr anspruchsvoll bewertet. David Feger kann ihr nicht zustimmen und offenbart damit, dass er die besagte Piste gar nicht kennt und seine Vermutung nur auf Hörensagen innerhalb der Gruppe „Skifahren“ beruht. Sonja Englmair wechselt dann ins Englische „take a look“ um den Verweis auf die Homepage der Bergbahn zum G2 einzuleiten. Somit dient das Code-Switching in diesem Fall der Eröffnung einer Nebensequenz, die aus dem intertextuellen Verweis auf die Homepage und damit der Möglichkeit für David Feger, sich nachträglich zu informieren, besteht. Durch seinen folgenden Kommentar macht dieser schließlich deutlich, dass er dem Link gefolgt ist. Neben der diskursstrukturierenden Funktion lässt sich an dieser Stelle auch feststellen, dass, wie oben bereits für die Verwendung dialektaler Elemente beschrieben (§ 7.1.5), auch fremdsprachliche Einschübe abtönende Funktion haben können. Durch die Verwendung des Englischen an dieser Stelle, in Verbindung mit dem verstärkten Emoticon, wird die belehrende Haltung, die Sonja Englmair einnimmt, abgeschwächt und ist so weniger gesichtsbedrohend für David Feger.

Beispiel 94: Abtönung (Korpus III)

bestimmt sollten Einige, die da oben runter fahren einen Skilehrer mitnehmen, ich habe Repekt vor dieser Abfahrt auch wenn sie für andere ein Kinderspiel ist.

K1454 8.4.12 20:36 von Sonja Englmair

keine Ahnung, mir ist der Name nur bewußt, weil er so oft hier erwähnt wurde

K1455 8.4.12 20:38 via Handy von David Feger

⁹⁰ Erogene Zone der Frau

take a look <http://www.gamsleiten2.at/> :)))))))))))))

Gamsleiten2,Obertauern

www.gamsleiten2.at

K1456 8.4.12 20:41 von Sonja Englmaier

könnte mir gefallen ...

K1457 8.4.12 20:42 via Handy von David Feger

Eine Abtönung, einhergehend mit einer Kontrastierung von Inhalten, wird im folgenden Beispiel aufgezeigt. Der Verfasser des relevanten Kommentars (K 44) äußert sich dort zu dem provozierenden Initialpost, in dem behauptet wird, dass Skifahren wesentlich „*besser*“ ist als Snowboarden. In den vorangegangenen Kommentaren geht es vor allem um die Gefahren, die von den jeweiligen Sportarten ausgehen. Gerd Stiefel verweist mit seinem Kommentar schließlich darauf, dass beides schön ist, seiner Meinung nach macht Skifahren jedoch mehr Spaß. Genau der Aspekt des Spaßes wird hier durch den Wechsel ins Englische hervorgehoben. Der Verfasser macht hiermit deutlich, dass seine Begründung für die Bewertung des Skifahrens als „*besser*“ emotional geprägt ist. Verstärkt wird dies zusätzlich durch die Verwendung mehrerer Ausrufezeichen. Anschließend erfolgt ein weiterer Wechsel zurück ins Deutsche, in dem er erklärt, dass die Notwendigkeit auf der Piste Rücksicht zu nehmen seit jeher besteht und dass dies auch unabhängig vom Sportgerät gilt, was wiederum eine rationale Einschätzung der Debatte um die Gefahren ist, die von Ski- und Snowboardfahrern ausgehen. Der Wechsel zwischen Deutsch und Englisch wird hier also genutzt, um den Kontrast zwischen Emotionalität und Rationalität aufzuzeigen. Gleichzeitig wird die Aussage im Kontext der bestehenden hitzigen Diskussion aber auch abgetönt und der Fokus wird auf den spaßigen Aspekt von Skifahren gelegt und impliziert schließlich, dass man die Entscheidung zwischen Ski und Snowboard nicht allzu ernst nehmen sollte.

Beispiel 95: Kontrastierung (Korpus III)

scheiß auf snowboarden, skifahren is 1000 mal besser :DDD

P15 25.10.11 17:35 via Handy von Lars Abramovic

GAR NICHT ^^

K38 25.10.11 20:31 von Lara Böckelmann

ja schon iwie snowboarden kann man in die tonne treten :P

K39 25.10.11 20:58 via Handy von Lars Abramovic

Ich sag nur mein Dad wurde von nem Snowboarder über den Haufen gefahren, Schien- und Wadenbein-Bruch!!!

K40 28.10.11 21:21 von Ja Nine

Ich bin beides gefahren und ich muss sagen, dass ski und snowboardfahrer beide gleich schlimm sind. ich bin auch schon von zwei skifahrern umgefahren worden :D

K41 29.10.11 09:41 von Lara Böckelmann

Jedem das „Seine“ - ob jetzt die Snowboarder oder Skifahrer schlimmer fahren, denke ich, kann man nicht sagen. Es gibt sicher auf beiden Seiten schwarze Schafe. Auf der Piste ist es auf alle Fälle hektischer und gefährlicher als früher - darum - Helm auf und ab geht's. ;-))

K42 29.10.11 10:40 von Melanie Brandenburg

Gut gesagt :D

K43 29.10.11 11:48 von Lara Böckelmann

es ist beides schön. aber skiing ist more fun!!

K44 29.10.11 15:17 von Gerd Stiefel

ich fahre schon seit 29jahren ski. man muss immer auf fehler anderer achten.

K45 29.10.11 15:20 von Gerd Stiefel

Zudem lässt sich aber auch feststellen, dass ähnlich wie oben bereits für die Verwendung diatopischer Varietät beschrieben, fremdsprachliche Elemente verwendet werden, um Lokalkolorit und damit eine gewisse Verbundenheit zum jeweiligen Skigebiet zu offenbaren. Im Beispiel unten geht es um ein Skigebiet in Frankreich, Valmorel, in das der Verfasser des Kommentars sehr häufig reist und dem er sich daher sehr verbunden fühlt. Dies wird in diesem Beitrag durch die Verwendung des französischen „*magnifique*“ unterstrichen.

Beispiel 96: Lokalkolorit (Korpus III)

ja Valmorel ein Wintermärchen ☺ ☺ magnifique ☺

K533 5.2.12 17:52 von Emil Kleber

Eine darüber hinausgehende Verbundenheit mit dem Skigebiet, die als lokalpatriotistisch bezeichnet werden kann, wird innerhalb der Gruppe „Skifahren“ ebenfalls durch die Verwendung fremdsprachlicher Elemente offenbart. Wie in dem Post in Beispiel 97 beobachtet werden kann, dient die expressive Formulierung „*Hochkönig forever my love*“ als

Einleitung in eine Lobes- und Liebesbekundung für das Skigebiet am Hochkönig in Österreich.

Beispiel 97: Lokalpatriotismus (Korpus III)

Hochkönig forever my Love - was für Traumbedingungen wir haben und was für ein geiles Familienskigebiet (sogar mit Pisten für Könnner) das ist. Ich liebe es immer wieder...



P151 21.2.12 17:42 in der Nähe von Sankt Veit im Pongau, Salzburg von Eberhart Neuer

Im nächsten Beispiel haben wir es wiederum mit einem Ausdruck von Verehrung und Dankbarkeit zu tun, in diesem Fall aber nicht für das präferierte Skigebiet. Die Möglichkeit bei guten Bedingungen Ski zu fahren wird hier als etwas von Gott Gegebenes angesehen und dementsprechend wird ihm in diesem Post demütig gedankt. Verstärkt wird die Aussage durch den Wechsel ins Englische, sowie durch das zugehörige Bild, auf dem ein Flurkreuz, das üppig mit Schnee belegt ist, dargestellt ist.

Beispiel 98: Verehrung (Korpus III)



[Pinnwand-Fotos](#)

thank god for this epic season in europe until now!

Von: [Fritz Breitenbach Photography](#)

P105 21.1.12 18:02 in der Nähe von Innsbruck von Fritz Breitenbach

Ähnliches kann im letzten Beispiel beobachtet werden. Schnee wird hier als göttliches Gut angesehen, ohne das Skifahren eben nicht möglich ist. Auch wenn Kunstschnee produziert werden kann, ersetzt er für eingefleischte Skifahrer nicht den natürlichen Schnee, und insbesondere die Möglichkeit abseits der Piste zu fahren, liegt damit nicht in menschlicher Hand. Der hohe Stellenwert des Schnees wird damit auch in diesem Beispiel durch den Wechsel ins Englische und den Slogan „*pray for snow*“ dargestellt (vgl. detaillierte Ausführungen zu dieser Sequenz in § 7.1.8). Dieser Slogan verweist auf eine ursprünglich amerikanische Tradition. Vor Beginn der Wintersaison wird in diesem Sinne für eine schneereiche Saison gebetet. Mittlerweile wird dies vor allem durch Partys zum Saisonstart ausgestaltet⁹¹ (vgl. § 6.1.8).

Beispiel 99: Tradition (Korpus III)

Wo bleibt der Schnee??? :(-.-

P18 20.11.11 18:54 von Selma Lebensbaum

etwas Geduld, der kommt schon noch!

K52 20.11.11 19:02 von Sonja Englmaier

hoffentlich ;)

K53 20.11.11 19:02 von Selma Lebensbaum

bestimmt,-) mag auch nicht auf 100% Kunstschnee fahren x-(

K54 20.11.11 19:03 von Sonja Englmaier

Ich warte auch schon darauf...:)

K55 20.11.11 19:12 von Sigmund Schröder

pray for snow :)

K56 20.11.11 19:25 von Sonja Englmaier

7.1.7 Typen/Themen

Unter dem Oberbegriff Typen bzw. Themen als Verfahren zur Herstellung sozialen Stils innerhalb der Gruppe „Skifahren“ werden hier die auf textstruktureller Ebene verschiedenen Typen von Posts und Post/Kommentar-Episoden, sowie immer wiederkehrende Themen behandelt.

⁹¹ Merchandising der Tradition umfasst nicht nur Partys zum Saisonstart, auch in Europa, sondern auch unzählige Artikel mit einem Pray for Snow-Aufdruck, z.B. T-shirts, Bettwäsche etc.

Typen:

Typische Schemata innerhalb von Post/Kommentar-Episoden sind zunächst ganz simpel Fragen und darauf folgende Antworten. Im Beispiel wird nach Empfehlungen für eine Skischuheheizung gefragt, und die Verfasserin des initialen Posts erhält daraufhin zwei themenzentrierte Kommentare mit Vorschlägen.

Beispiel 100: Frage – Antwort (Korpus III)

Würd mir gern ne Heizung für meine Skischuhe kaufen.
Kann mir jemand ne gute empfehlen?

P135 8.2.12 18:49 via Handy von Miriam Milsmann

Ich habe die von Tchibo und bin zufrieden damit....

K572 9.2.12 08:42 von Melanie Closter

Sehr zu empfehlen – auch bei extremen Temperaturen: <http://www.hotronic.de/products/fw/index.html> .
Auch die „Thermic“ sind gut, zB <http://www.skischuh-heizung.de/shop/index.php/de/Thermic-Skischuh-Heizung-Max-Set/c-KAT01/a-11-010150002>

K573 9.2.12 10:20 von Angela Prester

Häufig bleibt es jedoch nicht dabei, dass die Gruppenmitglieder einfach nur die Frage des Posts beantworten, und es kommt im weiteren Verlauf der Post-Kommentar-Episode zu thematischen Diskussionen und Plauderei zur Ausgangsfrage. Im ausgesuchten Beispiel geht es im Initialpost um Tipps für günstige Unterkünfte im Skigebiet Flims/Laax in der Schweiz. Die Verfasserin erhält daraufhin einige konkrete Vorschläge, bevor David Feger eine Nebensequenz zur Finanzsituation in der Schweiz eröffnet. Damit entwickeln sich ausgehend von thematisch gebundenen Beiträgen auch thematisch zwar noch verwandte, jedoch darüber hinausgehende Sequenzen.

Beispiel 101: Frage – Antworten – Plauderei zum Thema (Korpus III)

Wer hat Tips für einigermaßen günstige Unterkünfte (Pensionen, B&b) in Flims/Laax??

P86 9.1.12 12:42 in der Nähe von Köln von Cor Nelia F

Hey, wer auf Mehrbettzimmer mit eher minimalistischem Ambiente, dafür direkt am Lift steht, kann gern ins Rider´s Palace gehen. War dort selbst schon einmal und fand es ausreichend gut. Sonst ist es für die Schnäppchenjagd schon etwas spät.

K248 10.1.12 13:58 von Heinz Walter

Ich kann das Haus von Team3Reisen in Flims empfehlen.

<http://www.team3reisen.de/start/form.reisedisplay.php?REICODE=WFLI&W&lanid=40>

K249 10.1.12 16:53 von Sabrina Techtmeier

Danke! Hatte ich auch schon gefunden und habe heute Mittag das Haus Surpunt in Flims über Team3 gebucht! Top Last Minute Angebot: 3 T. für 157€incl HP. :-)

K250 10.1.12 19:28 via Handy von Cor Nelia F

und das in der Schweiz, wo die Vorspeise beim Abendessen schon 50€kostet?

K251 10.1.12 20:03 von David Feger

ich war genau in dem Hotel diesen Winter - super lohnenswert!

grüß mal den stefan ganz lieb von mir, das ist der skilehrer dort :)

K252 10.1.12 20:11 von Caty Braun

@david: ja, ich konnte es auch kaum glauben... Fahren schon next WE. Ist offenbar kaum was los dort.

K253 10.1.12 20:34 via Handy von Cor Nelia F

ja, traut sich doch keiner in die Schweiz, war früher schon teuer, und jetzt erst recht

K254 10.1.12 20:36 von David Feger

Sehr typisch für die Gruppe „Skifahren“ ist jedoch ein Verlauf, der vollkommen vom Ursprungsthema wegführt, d.h. dass die initiale Frage beantwortet wird und dass es im Folgenden Diskussionen zum Thema gibt, bevor diese sich dann zu thematisch völlig unabhängiger Plauderei entwickeln. Ein Ausschnitt einer solchen Post-Kommentar-Episode ist im nächsten Beispiel dargestellt. Laura In fragt im Initialpost nach Möglichkeiten Ski in den Urlaub zu versenden. Nachdem sie einige Antworten mit Vorschlägen erhält, entwickeln sich auch Diskussionen über mögliche Transportalternativen, d.h. die Beiträge sind noch themenverwandt. Des Weiteren entstehen aber auch Diskussionen über vollkommen andere Themen, wie z.B. die Flirtbereitschaft von Skilehren. Insgesamt folgen auf den Initialpost 174 Beiträge. Um den Rahmen innerhalb dieser Arbeit nicht zu sprengen, werden nur die ersten 50 berücksichtigt, aber auch hier lässt sich bereits der Verlauf von Frage, Antwort, Plauderei zum Thema und Plauderei vollkommen ab vom Thema erkennen. Eine detaillierte Analyse der Kommentare im Hinblick auf Thema und Intention des jeweiligen Segments findet sich in Abbildung 16. Die Themenabschweifung wird innerhalb dieser Post-Kommentar-Episode auch von den Gruppenmitgliedern selbst metakommunikativ bearbeitet und als Merkmal der Gruppe identifiziert: „Was wird denn hier mit dem Thema gemacht... Leute... wenn man auf Euch mal nicht aufpasst... Man man man“ K974; „das Thema ist längst abgehandelt und dann wurde eben Spaß daraus...kommst zu spät Jens :P“ K975 (s.a. § 7.1.14).

Beispiel 102: Frage – Antworten – Plauderei zum Thema – Plauderei vollkommen ab vom Thema (Korpus III)

hey, kennt jemanden einen versand, mit dem man seine ski in den urlaub vorraussenden kann? strecke vom ruhrgebiet-südtirol.

P194 7.3.12 16:37 von Laura In

hab davon gehört, gibt es ...einfach mal auf google suchen....

K857 7.3.12 17:22 von Sonja Englmaier

meine Nachbarn verschicken immer Hermes

K858 7.3.12 17:29 via Handy von Ronja Schüssler

danke erstmal, ja ich habe mir auch schon mehrere versand-service im internet angesehen, aber die preise haben teilweise einen unterschied von 40€ da dachte ich ich frage mal hier nach, vielleicht kennt jemand einen günstigen oder hat schon gute bzw. schlechte erfahrung gemacht =)

K859 7.3.12 17:31 von Laura In

mir wäre das zu teuer, dann lieber was drauflegen und skier im skigebiet leihen....warum wollt ihr das machen?

K860 7.3.12 17:33 von Sonja Englmaier

ch fahre zwei wochen in den skiurlaub nach südtirol, wenn ich mir ski ausleihe, dann komme ich auf über 200€ wenn ich zwei paar verschicke ist das teuerste angebot das ich gefunden habe ca. 170€ das gilt zwar nur für einen weg, allerdings passen die ski auf dem rückweg in das auto, sodass es sich wirklich lohnen würde und ich auch meine eigenen ski dabei habe, dazu noch zwei unterschiedliche =)

K861 7.3.12 17:36 von Laura In

leih Dir ne Dachbox ...

K862 7.3.12 18:20 von David Feger

na ich werd mitgenommen und das ist nicht mein eigenes auto, sonst würd ich das wohl auch machen ;)

K863 7.3.12 18:21 von Laura In

@Ronja Schüssler : hermes kann man auch verschicken ? ich dachte,das wäre das unternehmen und die versenden dann gemäß auftrag die waren :-P

K864 7.3.12 18:22 von Thorsten Allenstein

Leihe Dir vor Ort welche, ist nicht so teuer.....ich mache es nur so...

K865 7.3.12 18:36 von Sigmund Schröder

ist nicht so teuer? Bei 2 Wochen? Ich weiß ja nicht was Du leihst ...

K866 7.3.12 18:38 von David Feger

ch habe auch schon eine Dachbox auf dem Auto gehabt für die Skier von anderen, hat mich nicht gestört, die haben die Box beim ADAC geliehen, ganz easy, war nicht teuer...

K867 7.3.12 18:39 von Sonja Englmaier

Stimmt, Hermes zu verschicken ist ja auch gar nicht einfach, denn, wo passt Hermes schon rein?

K868 7.3.12 18:40 von David Feger

Sonja, manche finden Dachbox allerdings sauuncool

K869 7.3.12 18:40 von David Feger

na dann müssen sie eben den Transport bezahlen per Post, Hermes oder sonst was....find deine Idee gut:)

K870 7.3.12 18:44 von Sonja Englmaier

Haben ca. 10mal mit Hermes Ruhrgebiet nach Saas-Fee versendet, 9mal alles gut und Zeugs da, einmal Koffer zu spät. Sonst sehr zufrieden! Gruß an alle

K871 7.3.12 23:36 via Handy von Rainer Ohlfert

Kauf gebrauchte Test oder Leihski, die kannst ja dann mit Heim nehmen und auf nem Skibasar verscherbeln oder ebay !!!;)

K872 8.3.12 14:28 via Handy von Fritz Beller

es gibt schon probleme:-)

K873 8.3.12 14:43 von Paolo Gödecker

in Ischgl sagt man den Russen nach, sie kaufen alles neu ... und nehmen es nach der Skiwoche gar nicht mit nach Hause ... da spart man sich auch ne Menge Transportkosten!

K874 8.3.12 17:32 von David Feger

Ich würde leihen. Bei 2 Wochen gibts sicher nen Sonderpreis.

K875 8.3.12 18:00 via Handy von Olaf Vogel

ich schicke die vorraus, habe jetzt auch was gutes gefunden und hoffe mal, dass es klappt, danke für eure Beiträge ;)

K876 10.3.12 15:30 von Laura In

Was haste denn gefunden, Laura?

K877 10.3.12 16:33 via Handy von Rainer Ohlfert

www.cargointernational.de da kann ich 2 paar für 105€ versenden =)

Internationale Spedition, Paketdienst, XXL Transporte - Cargo International

www.cargointernational.de

Cargo International - Speditionsversand & Paketdienst mit Abholung vor Ort. Güns...Mehr anzeigen

K878 10.3.12 17:12 von Laura In

Das ist preiswert! Dafür kann man nicht 14 Tage leihen. Also alles richtig gemacht. :-)

K879 10.3.12 17:17 via Handy von Olaf Vogel

ehe ich auch so, vorallem 2 paar und dann noch die EIGENEN =))))))

K880 10.3.12 17:19 von Laura In

viel Spaß.....wo genau gehts hin?

K881 10.3.12 18:26 von Sonja Englmaier

Sulden =)

K882 10.3.12 18:42 von Laura In

und danke ^^

K883 10.3.12 18:42 von Laura In

oh, das is ja in Italien ... am Fuße des Ortlers!!

K884 10.3.12 18:53 von David Feger

da kennt sich einer aus =) !!!

K885 10.3.12 18:54 von Laura In

ja, voll gefährlich dort ...

K886 10.3.12 18:54 von David Feger

wieso, warst du schonmal da oder ist was passiert?

K887 10.3.12 18:56 von Laura In

na für mich nicht ... aber für Mädels in Deinem Alter ... da sind lauter Italiener!!!

K888 10.3.12 18:57 von David Feger

und wenn ich mir das Foto so anschau, kann ichs den Jungs dort gar nicht verdenken (-:

K889 10.3.12 18:59 von David Feger

SÜDTIROLER !;) , ja die habe ich auch schon kennengelernt, aber bin ja zum Ski fahren dort ... :)

K890 10.3.12 19:00 von Laura In

hehe danke ;)

K891 10.3.12 19:00 von Laura In

:~))

Vielleicht fahren sie deshalb dort hin!?

K892 10.3.12 19:00 via Handy von Olaf Vogel

quatsch :D

K893 10.3.12 19:00 von Laura In

und wenn, würden sie es ja auch nicht zugeben (-:

K894 10.3.12 19:02 von David Feger

Ja nee is klar :-)

K895 10.3.12 19:02 via Handy von Olaf Vogel

na, wenn wir so jung wären, würden wir uns ja auch über so nette Damen im Skigebiet freuen (-:

K896 10.3.12 19:04 von David Feger

Das kann man so stehenlassen :-)

K897 10.3.12 19:05 via Handy von Olaf Vogel

was hier für eine Diskussion entfacht unglaublich :D

K898 10.3.12 19:05 von Laura In

das ist keine Diskussion, nur eine Feststellung ...

K899 10.3.12 19:08 von David Feger

na ich bin selbst skilehrerin und bin daher bestens abgestumpft bei jeglichen anmachversuchen ;D

K900 10.3.12 19:09 von Laura In

na, auch kein Anmach-Versuch ... nene ... außerdem, Skilehrer werden doch nicht angemacht ... die machen doch an ... (-:

K901 10.3.12 19:12 von David Feger

hehe ich meinte auch die anmach-versuche von den skilehrern vor ort ;) ,aber in der skischule gibt es ja immer genügend skilehrer die eine skilehrerin anmachen können ;P

K902 10.3.12 19:14 von Laura In

Skilehrerin? Dachte die machen die Skihaserl an ... die wird man schneller wieder los ... und kann die nächste "beglücken" (-:

K903 10.3.12 19:16 von David Feger

oh man, das wird mir hier zu intim ;D !!!

K904 10.3.12 19:16 von Laura In

ich sprach immer noch von Skilehrern ... wenn Dir das zu intim wird, das läßt tief blicken (-:

K905 10.3.12 19:18 von David Feger

ja wir verzetteln uns so ein bisschen, ich weiß nicht mehr wo vorne und hinten bzw. oben und unten bei deinen sätzen ist :D

K906 10.3.12 19:19 von Laura In

Segment	Verfasser	Thema	Intention
P 194	Laura In	Versandmöglichkeiten für Ski	Frage
K 857	Sonja Englmaier	Versandmöglichkeiten für Ski	Antwort auf Initialpost
K 858	Ronja Schüssler	Versandmöglichkeiten für Ski	Antwort auf Initialpost

K 859	Laura In	Versandmöglichkeiten für Ski	Dank für Antworten
K 860	Sonja Englmaier	Aufzeigen von Alternative -> Leihen; Grund für die Frage nach Versandmöglichkeiten für Ski	Nachfrage
K 861	Laura In	Grund für die Frage nach Versandmöglichkeiten für Ski	Antwort auf Nachfrage
K 862	David Feger	Transportalternative: Dachbox	Vorschlag
K 863	Laura In	Transportalternative: Dachbox	Ablehnung des Vorschlags
K 864	Thorsten Allenstein	Thematisierung der Formulierung von K 858: Hermes	Spaßiger Kommentar
K 865	Sigi Schrödel	Alternative: Leihen	Vorschlag
K 866	David Feger	Alternative: Leihen	Kommentar zum vorhergehenden Vorschlag
K 867	Sonja Englmaier	Transportalternative: Dachbox	Kommentar
K 868	David Feger	Hermes	Beipflichtung zu K 864
K 869	David Feger	Transportalternative: Dachbox	Kommentar
K 870	Sonja Englmaier	Versandmöglichkeiten für Ski	Evaluierung; Positivbewertung von P 194
K 871	Rainer Ohlfert	Versandmöglichkeiten für Ski	Erfahrungsbericht
K 872	Fritz Beller	Alternative: Ski gebraucht kaufen und später weiterverkaufen	Vorschlag
K 873	Paolo Gödecker	Irrelevanz des Ausgangsthemas	Kommentar
K 874	David Feger	Transportkosten sparen: Kaufen und nicht mit nach Hause nehmen	Ironischer Vorschlag
K 875	Olaf Vogel	Alternative Leihen	Vorschlag
K 876	Laura In	Versandmöglichkeiten für Ski	Information über Lösung des Problems
K 877	Rainer Ohlfert	Versandmöglichkeiten für Ski	Nachfrage zu K 876
K 878	Laura In	Versandmöglichkeiten für Ski	Antwort auf Nachfrage
K 879	Olaf Vogel	Versandmöglichkeiten für Ski	Zustimmung
K 880	Laura In	Versandmöglichkeiten für Ski	Ergänzung
K 881	Sonja Englmaier	Reiseziel	Frage
K 882	Laura In	Reiseziel	Antwort
K 883	Laura In	Reiseziel	Dank
K 884	David Feger	Reiseziel	Spezifizierung
K 885	Laura In	Reiseziel	Kommentar
K 886	David Feger	Italien als Reiseziel zum Flirten	Behauptung
K 887	Laura In	Italien als Reiseziel zum Flirten	Nachfrage
K 888	David Feger	Italien als Reiseziel zum Flirten	Antwort
K 889	David Feger	Italien als Reiseziel zum Flirten	Kompliment
K 890	Laura In	Italien als Reiseziel zum Flirten	Zustimmung
K 891	Laura In	Italien als Reiseziel zum Flirten	Dank
K 892	Olaf Vogel	Italien als Reiseziel zum Flirten	Frage
K 893	Laura In	Italien als Reiseziel zum Flirten	Antwort
K 894	David Feger	Italien als Reiseziel zum Flirten	Kommentar
K 895	Olaf Vogel	Italien als Reiseziel zum Flirten	Zustimmung
K 896	David Feger	Italien als Reiseziel zum Flirten	Kommentar
K 897	Olaf Vogel	Italien als Reiseziel zum Flirten	Zustimmung

K 898	Lina Im	Metakommunikation: Entwicklung der Diskussion	Kommentar
K 899	David Feger	Metakommunikation: Entwicklung der Diskussion	Widerspruch
K 900	Laura In	Flirtbereitschaft bei Skilehrern	Kommentar
K 901	David Feger	Flirtbereitschaft bei Skilehrern	Spezifizierung
K 902	Laura In	Flirtbereitschaft bei Skilehrern	Zustimmung
K 903	David Feger	Flirtbereitschaft bei Skilehrern	Späßiger Kommentar
K 904	Laura In	Metakommunikation: Entwicklung der Diskussion	Versuch der Beendigung der Sequenz
K 905	David Feger	Metakommunikation: Entwicklung der Diskussion	Rechtfertigung
K 906	Laura In	Metakommunikation: Entwicklung der Diskussion	Spezifizierung, erneuter Versuch der Beendigung der Sequenz

Abb. 16: Analyse der ersten 50 (von 174) Kommentare zum Initialpost P 194

Des Weiteren gibt es Posts, die von der Gruppe aus verschiedenen Gründen ignoriert werden, auf die also keine Reaktion in Form eines Kommentars⁹² erfolgt. Derlei Posts sind entweder zu konkret und speziell oder, wie im Beispiel unten, zu unhöflich formuliert oder werden von den Gruppenmitgliedern offenbar ganz einfach als irrelevant und nicht kommentarwürdig empfunden.

Beispiel 103: Post ohne Kommentare -> zu unhöflich (Korpus III)

Bräuchte über Silvester a selbstversorgungs Hütte !! In Österreich !!! Hat wer Vorschläge ???? Bitte danke. !!!

P7 14.11.11 14:23 via Handy von Christian Schneidbrett

Werbeposts werden von der Gruppe entweder ignoriert oder abfällig kommentiert. Eine Ausnahme stellt hier Tanja Ski dar, deren Posts häufig Anlass zu sehr kontroversen Diskussionen sind (vgl. § 7.1.8, 7.1.18).

Beispiel 104: Post: Werbung (Korpus III)

http://www.ski.de/news/detailansicht/article/itb-berlin-2012.html?no_cache=1&cHash=9443000f6e1a8cbd42bd1b30a4df056c

P187 8.3.12 12:29 von Anna Adamsky

boah, muss das sein jeden Tag so einen Scheiss Werbepost von ski.de hier zu haben???

⁹² „Gefällt mir“-Angaben werden hier nicht berücksichtigt.

Der letzte Typ von Post/Kommentar-Episoden, der wiederum sehr häufig und sehr typisch für die Gruppe ist, ähnelt Statusupdates, die sonst auf der persönlichen Profilseite von Facebooknutzern veröffentlicht werden. Ich nenne diesen Typ „Fishing for comments“, denn es geht dabei darum, die anderen Mitglieder neidisch zu machen oder zumindest zu einer Reaktion zu bewegen und damit Kommentare zu provozieren. Meist handelt sich um eine Aussage eines Gruppenmitglieds, das gerade schon im Skiurlaub ist oder auf dem Weg dorthin ist. Hierbei werden mit Text und Bild das Erlebte via Facebook bzw. die Gruppe „Skifahren“ geteilt und Emotionen wie Neid oder zumindest Sehnsucht erzeugt, womit letztendlich Kommentare provoziert werden, die natürlich den Neid nicht immer direkt und offensichtlich ausdrücken, sondern häufig sehr gönnerhaft formuliert sind. In jedem Fall wird aber das Ziel, Reaktionen auf den eigenen Post zu bekommen, erreicht. Im folgenden Beispiel sind die Reaktionen positiv. Die Verfasser der Kommentare wünschen dem Verfasser des Initialposts einen schönen Urlaub und berufen sich dabei auf eigene Erfahrungen, die sie im Skigebiet gemacht haben. Nur Fritz Beller thematisiert auf spaßige Weise kritische Aspekte, nämlich dass es in dem Skigebiet Val Thorens/Frankreich aufgrund der Höhe sehr kalt werden kann und dass das Gebiet recht teuer ist.

Beispiel 105: Post: „Fishing for comments“ I (Korpus III)

Val Thorens ab 6ten Januar, kannst kaum erwarten!

P22 22.11.11 14:18 von Timo Parker

War ich auch mal, echt ein tolles Skigebiet !

K60 22.11.11 14:42 von Melanie Closter

Fahren wie Gott in Frankreich...das war der erste Werbeslogan der und ganz zutrifft. Hammer Skigebiet!
Viel Spass :-

K61 22.11.11 15:52 von Kiki Paul

lange Unterhose und nen Sack voll Geld mitnehmen!!!)

K62 22.11.11 17:37 von Fritz Beller

Da ist's super!
Viel Spaß ;)

K63 22.11.11 18:55 von Johanna Stein

Die Reaktionen auf diesen Typ von Posts kann jedoch auch anders ausfallen, wie anhand des nächsten Beispiels zu sehen ist. David Feger postet hier ein Foto, das an einem automatischen Fotospot im Skigebiet Obergurgl/Österreich aufgenommen wurde. Aus parallel verlaufenden Post-Kommentar-Episoden lässt sich erschließen, dass er sich zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Initialposts dort im Skiurlaub befindet. Die darauf folgenden Reaktionen sind allesamt ironisch-spaßig und thematisieren zunächst das Erscheinungsbild David Fegers und das der Puppe neben ihm. Der Verfasser des Initialposts erhält also zwar Reaktionen auf seinen Beitrag, allerdings sind sie offenbar nicht so, wie er es sich im Sinne des „fishing for comments“ gewünscht hat. Aus der Frotzelei entwickelt sich zudem eine Nebensequenz über Urlaubstage, die ich aus Platzgründen im Beispiel ausgelassen habe. Interessant ist jedoch dann die Reaktion David Fegers, der mit seinem Beitrag *„Ey, Ihr seid gemein, hättet wenigstens so tun können als seid Ihr neidisch“* seine ursprüngliche und damit die von mir identifizierte Intention des „fishing for comments“ offenbart und explizit thematisiert.

Beispiel 106: „Fishing for comments“ II (Korpus III)

automatischer Fotospot in Obergurgl (-:



P216 26.3.12 21:42 von David Feger

naja, ein grauer mantel ist aber auch nicht die mode beim ski fahrn, dirk :-)

K1247 27.3.12 08:22 von Paolo Gödecker

also ich find den links weitaus attraktiver :-P rot-schwarz is auch a bisserl fad eigentlich ;-))

K1248 27.3.12 08:24 von Thorsten Allenstein

ich weiß auch nicht, warum man/frau miten in die berge so ein rotes objekt mit helm stellt :-))))

K1249 27.3.12 08:33 von Paolo Gödecker

da erschreckt sich doch die gams ;-))

K1250 27.3.12 08:34 von Thorsten Allenstein

ich habe mir das Bild jetzt 2 Minuten angeschaut...wer von den Beiden ist jetzt "echt"?

K1251 27.3.12 08:51 von Olaf Vogel

(...)

Ey, Ihr seid gemein, hättet wenigstens so tun können als seid Ihr neidisch

K1268 27.3.12 11:44 via Handy von David Feger

dirk, nach 9 tagen lech ???? neidisch auf niemanden :-P

K1269 27.3.12 11:56 von Thorsten Allenstein

(...)

Themen:

Dass sich die Kommunikationsaktivitäten aufgrund der Themenzentrierung der untersuchten Gruppe im Allgemeinen um das Skifahren drehen, verwundert natürlich nicht. Nichtsdestotrotz gibt es einige speziellere Themen, die immer wiederkehren und die somit als relevante stil-konstituierende Merkmale innerhalb der Gruppe angesehen werden können. Dazu gehören die Wetter- bzw. Schneesituation in bestimmten Skigebieten, Skigebiete allgemein, Ausrüstung, Unterkünfte, Veranstaltungen, gemeinsame Skiausflüge sowie Meinungs(um)fragen. Im folgenden Beispiel ist eine Post-Kommentar-Episode dargestellt, in der es um die Wettersituation geht. Die Verfasserin des Initialposts fragt nach gutem Wetter zum Skifahren am nächsten Tag und erhält daraufhin einige konkrete Tipps für Skigebiete, aber auch den Hinweis, dass der Wetterbericht allgemein nicht besonders gut ist und dass es evtl. sinnvoller wäre, auf einen anderen Zeitpunkt auszuweichen.

Beispiel 107: Wetter/Schnee (Korpus III)

Hi, bräuchte dringend eueren Rat!!!

Gibt es morgen am 22.01.2012, max. 1,5 Fahrzeit entfernt von München irgendwo in DE/Österreich einigermaßen gutes WETter zum Skifahren?

DANKE!!!

P109 21.1.12 17:31 von Maja Heindle

Seefeld aber da wirds auch bisschen schneien !!!

K490 21.1.12 17:32 von Thorsten Wesselmann

aber nicht regnen! Super, DANKE!!!

K491 21.1.12 17:47 von Marianna Heinitz

Zillertal???

K492 21.1.12 18:17 via Handy von Sonja Lammerschmidt

Kirchberg

K493 21.1.12 19:05 von Eike Puttkammer

Sonne und Schnee wechseln sich morgen in den Alpen ab, eigentlich egal wo Du hinfährst...schau doch auf bergfex.at nach☺

K494 21.1.12 19:08 von Sonja Englmaier

Obertauern ..eh kola

K495 21.1.12 19:09 von Hannes Pohl

OT ist von MÜ etwas weiter weg, aber es würde sich lohnen,-)

K496 21.1.12 19:23 von Sonja Englmaier

schau mal's Bergwetter an!!!!Bleib daheim!!!!!;))

K497 21.1.12 19:24 von Fritz Beller

Frank, mich zieht es gerade auch nicht in die Berge...habe gerade mal geschaut vormittags noch stürmisch, dann lässt der Schnee nach, sicher laufen einige Lifte gar nicht.....Marianne Zugspitzarena...evtl zu viel los am WE:(

K498 21.1.12 19:32 von Sonja Englmaier

na Sonja ... nicht daß Du da noch weggeblasen wirst (-:

K499 21.1.12 19:46 von David Feger

Vielen Dank für euere Hilfe!!! Aber wg. Wind und Regen werd ich wahrscheinlich morgen keinen Spass haben!muss nächstes WE abwarten ☹

K500 21.1.12 20:27 von Marianna Heinitz

Was ihr alle nur mit Obertauern habt. Ist doch Mickey Maus :D ... aber scho nett, geb ich ja zu...

K501 21.1.12 20:29 via Handy von Eberhart Neuer

Kitzbüheler Alpen, Skiwelt Wilder Kaiser.....

K502 21.1.12 23:06 von Senta Willenbacher

aber ist ne sehr gute Idee erst nächstes We ski zu fahren ;)

K503 21.1.12 23:08 von Senta Willenbacher

@Eberhart.....es passt einfach alles dort oben☺

K504 22.1.12 10:39 von Sonja Englmaier

scho ;-)))

K505 22.1.12 10:49 von Eberhart Neuer

Häufig stehen auch die Skigebiete und deren Charakteristika im Mittelpunkt der Diskussion. Eine Post-Kommentar-Episode, in der nach dem Skigebiet Fellhorn/Deutschland gefragt wird, wurde daher hier exemplarisch ausgewählt.

Beispiel 108: Skigebiete (Korpus III)

Wer war schon am fellhorn und kann mir sagen wies da so ist zum fahren?

P113 22.1.12 20:56 von Sandra Wiesmann

ist für ein Skigebiet am Rande der Alpen schon sehr ordentlich ... war einmal dort, und es hat mir gut gefallen ...

K506 22.1.12 21:55 von David Feger

ist ganz okay! Super abfahrt richtung obersdorf, oben überschaulich, für 1-2 tage okay ☺

K507 23.1.12 09:13 von Paolo Gödecker

Geh auf keinen Fall am Woende!!!!

K508 23.1.12 12:57 via Handy von Fritz Beller

was noch ein geheimtipp für 1-2 tage da unten ist, auch ganz in der nähe, Oberjoch ☺

K509 23.1.12 15:00 von Paolo Gödecker

Bolsterlang und Ofterschwang evtl. noch Balderschwang?

K510 23.1.12 15:33 von Fritz Beller

also wir gehen da mit der schule für ein tag hin. Ja in Oberjoch war ich au schon ☺ OK dann freu ich mich mal drauf xD

K511 32.1.12 15:58 von Sandra Wiesmann

Ein weiteres wichtiges und daher immer wiederkehrendes Thema innerhalb der Gruppe „Skifahren“ ist die Ausrüstung. Im nächsten Beispiel ist eine Sequenz abgebildet, in der es um eine neuartige Skiform, die sog. Rocker, geht. Sonja Englmaier offenbart dabei, dass sie von diesem Ski begeistert ist. David Feger kennt diese Skiform nicht und fragt daher nach⁹³.

Beispiel 109: Ausrüstung (Korpus III)

@Fritz ich beneide Menschen, die gekonnt mit einem Snowboard umgehen können, sieht richtig gut aus! warum soll ich nicht einen Ski fahren, der wenig Kraftaufwand verlangt und mit dem ich jede Piste problemlos hinunterkomme...hatte vor 3 Wochen einen nagelneuen Ski getestet, Rocker ähnlich...der war perfekt:)

⁹³ „Rocker“ ist ein fachsprachliches Lexem und dient an anderer Stelle als Beispiel für die Verwendung von Fachsprache (vgl. § 7.1.2).

K1352 31.3.12 12:49 von Sonja Englmaier

War auch eher ironisch gemeint, bezüglich auf nen Post weiter oben;)

K1353 31.3.12 12:56 via Handy von Fritz Beller

kein Problem:)

K1354 31.3.12 12:57 von Sonja Englmaier

Die Roker will ich auch noch testen!!!

K1355 31.3.12 13:09 von Fritz Beller

du wirst begeistert sein, nimm einen K2:)

K1356 31.3.12 13:12 von Sonja Englmaier

Erzählt mal nem SL Fahrer was Rockers sind ...

K1357 31.3.12 13:14 von David Feger

wer fährt SL? was hat das mit Rockers zu tun?

K1358 31.3.12 15:35 von Sonja Englmaier

Ich, deshalb wollte ich ja wissen was Rockers sind

K1359 31.3.12 15:43 via Handy von David Feger

Die Unterkunft ist für Mitglieder der Gruppe „Skifahren“ ein relevantes Thema, sodass hier auch Rat von den anderen eingeholt wird, wie in diesem Beispiel von Pia Leutner, die zwei Hotels zur Auswahl hat und in die Gruppe fragt, ob es jemanden gibt, der mit den Hotels bereits Erfahrungen gesammelt hat.

Beispiel 110: Unterkünfte (Korpus III)

Hällöchen, Gruetzi - oder wie das heisst ☺☺☺

Thanks again to Tom & Angniezka for your help :)

Habe kurzfristig was für 1 Woche anfang/ mitte März was gefunden und nun die Wahl zwischen

1..Obertauern *Hotel liegt direkt am Gamsleitenlift oder

2..St.Anton *Hotel liegt in Flirsch

wuerde sehr gerne die Meinung/Erfahrungen von euch Spezies dazu hören!

Petra — [Am Ende der Welt](#).

P170 27.2.12 16:41 von Pia Leutner

Verschiedene Veranstaltungen rund um das Thema Skifahren sind ebenfalls immer wieder Fokus von Posts bzw. Post-Kommentar-Episoden. Im Beispiel unten geht es um ein Ski-Opening-Event in Ischgl/Österreich.

Beispiel 111: Veranstaltungen (Korpus III)

opening es eh nur party, da kannst doch in der regel sowieso ned skifahren. das schenk ich mir immer komplett. diese gekünstelten events mit irgendwelchen (pseudo)stars brauch ich nicht....mir is ne normale stimmung und party im gebiet weitaus lieber als dieses eventpuplikum#

K1094 15.3.12 10:02 von Thorsten Allenstein

Innerhalb der Gruppe wird auch die Möglichkeit genutzt, gemeinsame Skiausflüge anzuregen und zu planen. Im ausgesuchten Beispiel handelt es sich um eine spontane Anfrage von Juli IIV, die für den nächsten Tag eine Begleitung zum Skifahren am Flumserberg in der Schweiz sucht. Igor Zimmat bekundet ernsthaftes Interesse, sodass die beiden sich tatsächlich verabreden. Die Details werden mittels privater Nachrichten, also nicht öffentlich, ausgehandelt. Sonja Englmaier fragt dann zwei Tage später nach, wie es denn gewesen ist, und erhält die Antwort, dass es ein gelungener Ausflug war, sodass man davon ausgehen kann, dass die Verabredung zum gemeinsamen Skiausflug via Gruppe „Skifahren“ erfolgreich war.

Beispiel 112: Gemeinsame Skiausflüge (Korpus III)

Hat jemand Lust morgen mit zum Skifahren zu kommen? (Flumserberg)

P53 10.12.11 13:10 via Handy von Juli IIV

Ich kenne dich zwar nicht, aber Lust hätte ich schon.

K103 10.12.11 14:12 von Igor Zimmat

mist,hab keine Fränkli gewechselt !!!!!:(

K104 10.12.11 14:35 von Fritz Beller

@Frank: Dort kann man auch in Euro zahlen.

K105 10.12.11 14:37 von Igor Zimmat

wäre eine gute Gelegenheit sich kennenzulernen oder?

K106 10.12.11 15:37 von Juli IIV

alleine macht es nicht so viel spass...

K107 10.12.11 15:38 von Juli IIV

ich fahre aus liestal BL los, wo und wann wollen wir uns treffen?

K108 10.12.11 16:54 von Juli IIV

Ich wohne in Waldshut-Tiengen. Gib mir eine Uhrzeit.

K109 10.12.11 17:37 von Igor Zimmat

Um 9 Uhr komme ich in Unterterzen am SBB an.

K110 10.12.11 18:19 von Juli IIV

komm doch mit Sonja Englmaier

K111 10.12.11 18:20 von Juli IIV

ups jetzt ist der Beitrag weg....das kann ich leider nicht! wo ist das denn genau?

K112 10.12.11 18:20 von Sonja Englmaier

bei mir wirts auch nix!!:(

K113 10.12.11 18:21 von Fritz Beller

09:00 Uhr Unterterzen. Damit du mich findest, komme mit nem silbernen 3er BMW an.

K114 10.12.11 18:23 von Igor Zimmat

Ok super, freue mich

K115 10.12.11 18:28 von Juli IIV

in Unterterzen, schau ma am besten bei goole maps nach. Sonja Englmaier

K116 10.12.11 18:32 von Juli IIV

Komm mal bitte in den Chat.

K117 10.12.11 18:34 von Igor Zimmat

bin 379 km davon weg....zu weit für 1 Tag :(

K118 10.12.11 19:15 von Sonja Englmaier

ja ist etwas weit weg

K119 10.12.11 19:29 von Juli IIV

Ich bin jetzt im Spanien, schade Flumserberg gefällt mir sehr..

Nächstes mal vielleicht.

K120 11.12.11 03:19 via Handy von Eva Bertolli

und wie war es?

K121 13.12.11 19:24 von Sonja Englmaier

War sehr schönes wolkenfreies sonniges Wetter. Skipiste war bis 13 Uhr super! Ab 13 Uhr wurde es zu warm und die Piste war dann nicht mehr ganz so gut zum fahren.

Aber im ganzen ein toller Tag gewesen! :)

K122 13.12.11 21:57 via Handy von Juli IIV

noch 9 Tage dann bin auch am Berg juheee!!

K123 15.12.11 20:13 von Sonja Englmaier

7.1.8 Konventionalisierte Konnotationen

Wie bereits in Kapitel 7.1.2 angedeutet, spielen bei der Verwendung von Fachsprache und Jargon die mitschwingenden Konnotationen eine große Rolle für die Herstellung sozialen Stils. „Konnotation bezeichnet in der Linguistik (...) die semantischen Komponenten, die ein Wort zusätzlich zu seiner referentiellen Bedeutung ausdrückt. Häufig findet man hierfür die Umschreibungen Nebenbedeutung oder Assoziation“ (Birk 2012:22). Die Möglichkeit den Untersuchungsgegenstand der Konnotation präzise zu definieren besteht u.a. laut Birk (ebd.) darin, Denotation und Konnotation voneinander anzugrenzen:

„Konnotation ist eine nicht-referentielle Bedeutungskomponente. Im Gegensatz zur Denotation gibt Konnotation also keine neue Information über den außersprachlichen Gegenstand. Der Informationsgehalt von Konnotation bezieht sich auf das Verhältnis zwischen außersprachlichem Gegenstand und Sprecher, genauer auf die Haltung des Sprechers hinsichtlich des außersprachlichen Gegenstandes“ (Birk 2012:91).

Kessel und Reimann (2012) unterscheiden deutlicher zwischen Konnotation und Assoziation: Unter Konnotationen verstehen sie „Mitbedeutungen“ (ebd.:164) positiver, negativer oder neutraler Art, die auf Assoziationen, d.h. einer „Verknüpfung des Worts mit anderen Konzepten“ (ebd.:165) beruhen (ebd.:164f). Im Folgenden verwende ich den Terminus Konnotation im Sinne von Birk (2012) und fasse darunter sowohl Konnotation als auch Assoziationen im engeren Sinne nach Kessel und Reimann (2012).

Konnotationen emotionalisieren und kontextualisieren also. Man kann innerhalb der Gruppe „Skifahren“ in Anlehnung an kulturell begründete Assoziationen⁹⁴ bei Kessel und Reimann (ebd.:165) von konventionalisierten Konnotationen sprechen. Dies soll im Folgenden an einem Beispiel verdeutlicht werden (das Beispiel wurde oben im Zusammenhang mit Code-Switching bereits aus anderer Perspektive betrachtet, vgl. § 7.1.6).

Beispiel 113: „Kunstschnee“ (Korpus III)

Wo bleibt der Schnee??? :(-.-

P18 20.11.11 18:54 von Selma Lebensbaum

etwas Geduld, der kommt schon noch!

K52 20.11.11 19:02 von Sonja Englmaier

hoffentlich ;)

K53 20.11.11 19:02 von Selma Lebensbaum

⁹⁴ cf. die oben erläuterte abweichende Definition von Konnotation von Birk (2012) und Kessel & Reimann (2012)

bestimmt,-) mag auch nicht auf 100% Kunstschnee fahren x-(

K54 20.11.11 19:03 von Sonja Englmaier

Ich warte auch schon darauf...:)

K55 20.11.11 19:12 von Sigmund Schröder

pray for snow :)

K56 20.11.11 19:25 von Sonja Englmaier

Der größere Kontext dieses Beispiels ist die vermutlich nicht ganz ernst gemeinte Frage der Verfasserin des Posts danach, wann es denn endlich mal schneit. Diese Frage kann natürlich niemand beantworten. Dennoch wird hiermit ein relevantes Thema angesprochen, denn ausreichend Schnee ist nun einmal die Grundlage zur Ausübung des Sports Skifahren, um das sich ja die gesamte Gruppe dreht. Offensichtlich herrscht unter den Gruppenmitgliedern zu diesem Zeitpunkt, Mitte/Ende November, schon etwas Unruhe wegen der Schneesituation in den Skigebieten der Alpen, denn bis dato hatte es noch keine größeren Neuschneemengen gegeben. In der Sequenz oben antwortet nun Sonja Englmaier sehr zuversichtlich, dass es noch keinen Grund zur Unruhe gibt, sie rechnet fest mit einem nahenden Wintereinbruch. Die Verfasserin des Initialposts, reagiert darauf sehr schnell mit „hoffentlich“, woraufhin Sonja Englmaier ihre vorhergehende Aussage noch einmal bekräftigt und betont, dass auch sie hofft, dass es bald schneit, weil sie ebenfalls nicht gern auf Kunstschnee fährt. Interessant ist nun die Verwendung des Wortes *Kunstschnee*, und vor allem die mitschwingenden Konnotationen. Zunächst einmal ist die Möglichkeit, eine fehlende natürliche Schneegrundlage durch Kunstschnee zu ersetzen, natürlich für Skifahrer eine positive Sache, da somit die Ausübung des Sports auch bei unzureichenden Schneebedingungen ermöglicht werden kann. Trotzdem ist Kunstschnee bei den meisten Skifahrern nicht sehr beliebt. Das liegt daran, dass er sich in der Konsistenz stark von natürlichem Schnee unterscheidet, d.h. dass er härter und eisiger, und dadurch schwieriger zu befahren ist. Hinzu kommt noch, dass beschneite Pisten im Skigebiet wie weiße Bänder wirken und somit der optisch ansprechende Aspekt einer verschneiten Winterlandschaft ebenfalls wegfällt. Sowohl Selma Lebensbaum als auch Sonja Englmaier machen hier also durch ihr Hoffen auf baldigen Schneefall deutlich, dass sie die Konnotationen des Lexems *Kunstschnee* teilen.

Auch wenn die beiden Akteure in diesem Fall die Konnotationen des Lexems *Kunstschnee* teilen, so ist zu vermuten, dass es sich dabei nicht um ein ausschließliches Phänomen der Gruppe „Skifahren“ handelt. Vielmehr wird hier auf Wissen der Gruppe der

Skifahrer allgemein zurückgegriffen. Im Hinblick auf konventionalisierte Konnotationen im Kontext der Facebookgruppe ist daher von einem Kontinuum auszugehen, an dessen einem Ende Konnotationen stehen, die allgemein unter Skifahrern bekannt sind und geteilt werden und dementsprechend auch innerhalb der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook zum stil-konstituierenden Repertoire gehören. Am anderen Ende des Kontinuums finden sich jedoch auch spezifische, tatsächlich nur innerhalb der Gruppe konventionalisierte Konnotationen. Hier geht der Gegenstandsbereich der Konnotation jedoch über fachsprachliche Elemente und Jargon hinaus und umfasst tatsächlich Konnotationen, die aus den Interaktionen innerhalb der Gruppe entstehen. Dies wird unten an weiteren Beispielen belegt. Insgesamt betrachtet deutet vor dem Hintergrund dieses Kontinuums einiges darauf hin, dass der soziale Stil der Gruppe „Skifahren“ Komponenten enthält, die neben medial und kommunikations(platt)formbedingten sowie kommunikativen und sozialen Komponenten auch objektbedingte Komponenten sind, was wiederum darauf zurückzuführen sind, dass die Gruppe „Skifahren“ auf Facebook eine Untergruppe der viel größeren Gruppe der Skifahrer allgemein darstellt.

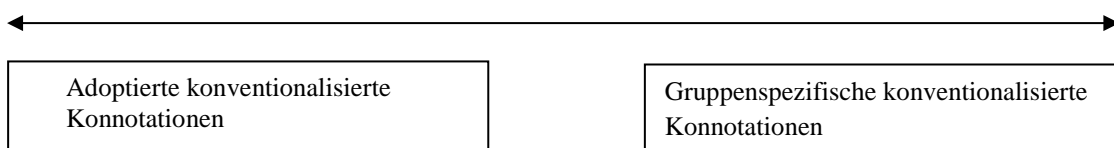


Abb. 17: Kontinuum von konventionalisierten Konnotationen innerhalb der Gruppe „Skifahren“

Es wurde bereits mehrfach erwähnt, dass die Akteurin Tanja Ski eine zentrale Figur in der Gruppe darstellt. Sie postet regelmäßig Werbebeiträge, in denen sie auf Skigebiet-Tests verlinkt, die von ihr durchgeführt wurden. Dabei konzentriert sie sich meist auf wenig bekannte und prestigeträchtige Destinationen, wie z.B. die Türkei, Bosnien, und dergleichen. Besonders auffällig und von den anderen Gruppenmitgliedern wenig geschätzt ist ihr Erscheinungsbild in den Videos. *„na, die meisten finden die Kombination aus Information und mehr gewollt als gekonntem Verkauf über leichtbekleidete Fotos eher aufdringlich ...“* (K1344, Korpus III). Sie zeigt sich leicht, und im Kontext des Skifahrens auch unpassend, bekleidet. Häufig sieht man sie beispielsweise in High Heels. *„oh Gott ist das wieder billig...“* (K1540). Daher sind die Beiträge von Tanja Ski sehr häufig Anlass für ausschweifende Diskussionen. Der Name Tanja Ski scheint zudem als Katalysator für anzügliche und sexuell

geprägte Kommentare seitens der Gruppenmitglieder zu fungieren. Dies ist auf die innerhalb der Gruppe „Skifahren“ konventionalisierte Konnotation von Tanja Ski zurückzuführen. Ursprünglich wurde in der Konnotationsforschung davon ausgegangen, dass Eigennamen nicht konnotativ sind, weil sie nur Individuen und nicht deren Eigenschaften bezeichnen (Birk 2012: 249ff). Es gibt jedoch mittlerweile auch gegensätzliche Positionen, die Eigennamen die Fähigkeit eine Wertung zu vermitteln zusprechen. Demnach gibt es Eigennamen, beispielsweise Orte, Personen und Ereignisse, die Konnotationen enthalten können (ebd.). Im Falle von Tanja Ski haben sich innerhalb der Gruppe „Skifahren“ negative und sexuell geprägte Konnotationen herausgebildet, die soweit konventionalisiert sind, dass Andeutungen genügen, um zu wissen, um wen es geht. Im folgenden Beispiel lässt sich eindeutig die Assoziationskette beobachten, die ein Beitrag von Tanja Ski auslöst. Sie berichtet im Initialpost dieser Episode, dass der Skilift am Poppenberg im Sauerland noch geöffnet ist. David Feger offenbart daraufhin in seinem Kommentar, dass er im Kontext eines Posts von Tanja Ski das Wort „*Poppenberg*“ direkt mit dem umgangssprachlichen Begriff für Geschlechtsverkehr assoziiert. Er richtet seine Frage an die anderen Gruppenmitglieder und verbalisiert damit die sexuell geprägte Konnotation, die innerhalb der Gruppe für Tanja Ski konventionalisiert ist.

Beispiel 114: „Tanja Ski“ I (Korpus III)

Poppenberg? Wäre das nicht was für Tanja Ski?

K1175 22.3.12 22:40 von David Feger

Im nächsten Beispiel, das einer von Anfang an spaßig geprägten Post-Kommentar-Episode entnommen ist, wird in einem Beitrag das Thema „*Liebe*“ aufgeworfen, wobei aus dem Kontext deutlich wird, dass Liebe in diesem Fall das Skifahren meint und die Anführungszeichen dazu dienen, diesen Kontrast zwischen dem Geschriebenen und dem Gemeinten aufzuzeigen. Paolo Gödecker fragt daraufhin nach, wobei nicht sicher ist, ob aus Unwissenheit oder um die spaßige Konversation weiter anzuheizen, ob Liebe hier für „*tina*“, also Tanja Ski, steht. David Feger offenbart daraufhin in seinem Kommentar, dass „*Liebe*“ in einfachen Anführungsstrichen für ihn nicht ausreichen würde um den Kontrast zwischen Liebe und Tanja Ski auszudrücken. Dafür wären stark iterierte Anführungsstriche nötig, die er in seinem Beitrag auch verwendet. Im Folgenden referiert Olaf Vogel darauf, indem er feststellt, dass die Diskussion (in der Gruppe allgemein) zum wiederholten Male eine

anzügliche Richtung annimmt, wobei dies wiederum durch die bestehenden Konnotationen, die die Gruppenmitglieder mit Tanja Ski verbinden, getriggert wird.

Beispiel 115: „Tanja Ski“ I (Korpus III)

Glück im Spiel, genug Geld für die "Liebe" ;-)

K1279 27.3.12 12:42 von David Feger

für tanja?

K1280 27.3.12 12:44 von Paolo Gödecker

hab ich """"""Liebe"""""" geschrieben?

K1281 27.3.12 12:53 von David Feger

ah, es geht wieder in die richtige Richtung! :-))

K1282 27.3.12 12:56 via Handy von Olaf Vogel

aber nicht in die wahre ...

K1283 27.3.12 12:57 von David Feger

tanjas richtung ist auch unsere richtung :-)

Im letzten Beispiel werden die Konnotationen, die Tanja Ski auslöst, genutzt, um etwas zu umschreiben. In einer vorhergehenden Sequenz wird die hier aufgegriffene Analogie zwischen den beiden Buchstaben aus dem Burger der Fastfood-Kette Mc Donald's, dem Royal TS und den Initialen von Tanja Ski etabliert. Wenn nun also Thorsten Allenstein in seinem Beitrag schreibt, dass er seinen „ts“ im Skiurlaub in Lech hatte, so ist dies so zu interpretieren, dass er damit Frauengeschichten umschreibt. Offensichtlich werden hier die Konnotationen, die bei Tanja Ski, bzw. in diesem Fall TS als Codewort, mitschwingen, genutzt, um Andeutungen auf die eigenen Vorlieben zu machen.

Beispiel 116: „Tanja Ski“ III (Korpus III)

hmmm, lass ma die ts machen was sie will.....also ich hatt mein ts in lech ;-))

K1293 27.3.12 14:54 von Thorsten Allenstein

Wir brauchen mehr Details! :-))

K1294 27.3.12 15:52 via Handy von Olaf Vogel

7.1.9 Kreativität

Unter dem Terminus Kreativität fasse ich diejenigen Vorkommnisse innerhalb der Gruppe zusammen, bei denen mit sprachstrukturellen Unregelmäßigkeiten oder Auffälligkeiten kreativ umgegangen wird, um so neue Bedeutungszusammenhänge zu erzeugen, in aller Regel mit dem Ziel, witzig zu sein. Das bedeutet, dass hier entfernt Gemeinsamkeiten mit den Sprachspielen, die bereits im Kontext des Bergscout-Projekts (§ 6.1.12) behandelt wurden, bestehen; allerdings erfüllen die Sprachspiele in der Textsorte „Bloggen als Bergscout“ eine persuasive Funktion, während hier innerhalb der Gruppe „Skifahren“ von einer kommunikativen Funktion der Kreativität ausgegangen werden kann. Zwei Beispiele sollen im Folgenden zur Illustration genauer betrachtet werden.

Beispiel 117: Reim (Korpus III)

ich hätte ja mein Hinterteil drauf verwettet, dass Sonja Englmaier ein typisch österreichischer Name ist ...

K172 7.1.12 22:39 von David Feger

sei froh, daß du deinen Hintern noch hast :) :) sleep well;-)

K173 7.1.12 22:40 von Sonja Englmaier

in my Bettgestell?

K174 7.1.12 22:44 von David Feger

In diesem Beispiel ergänzt David Feger den die Aussage „*sleep well*“ von Sonja Englmaier mit „*in my Bettgestell?*“. Dadurch greift er ihren Wechsel zum Englischen auf und geht damit kreativ um, indem er mit einer rhetorischen Frage antwortet, die sich auf die Aussage Sonja Englmairs reimt und zugleich auf ein „Denglisch“-Gedicht⁹⁵ anspielt. Die Verwendung eines Reims ist hier insofern interessant, als dass hier Mündlichkeit und Schriftlichkeit verschmelzen. Ein Reim ist in erster Linie ein phonologisches Phänomen, das natürlich auch schriftlich realisiert und fixiert werden kann. Hier bekommt man somit einen Hinweis darauf, dass den Akteuren ihre Situation des schriftlichen Gesprächs sehr bewusst ist und sie in der Lage sind, daraus resultierende Phänomene kreativ zu nutzen (vgl. auch Marx & Weidacher 2014:103ff; § 2.1.1).

⁹⁵ Die erste Strophe des Gedichts lautet: “I am sleeping very well in my quietsching Bettgestell/ but today in dieser Nacht/ is that Scheisteil zamgekracht/ so I hope that dir das not passiert and that my English better wird. (...)” (geschaut.com/?s=2541543, [letzter Zugriff: 18.09.2013]).

Beispiel 118: „Glücksrad“ (Korpus III)

Apbachtal

K411 4.1.12 19:32 von Sandra Wiesmann

ja, wo sie die Serie Wildbach gedreht haben!

K412 4.1.12 19:37 von David Feger

echt? Kenn ich gar net

K413 4.1.12 19:39 von Sandra Wiesmann

:)

K414 4.1.12 19:39 von Sandra Wiesmann

ok, ich kaufe noch 2 l's und mache Apbachtal und Wildbach draus ... so ne 90er Vorabendserie ...

K415 4.1.12 19:41 von David Feger

haha ok

K416 4.1.12 19:42 von Sandra Wiesmann

Der größere Kontext des Beispiels 118 ist ein Post mit der Frage nach den Lieblingsskigebieten der Gruppenmitglieder. Sandra Wiesmann antwortet „*Apbachtal*“, wobei sie das Alpbachtal in Tirol meint. David Feger greift die Antwort auf, indem er seine Assoziation mit der Vorabendserie Wildbach äußert. Bei seiner Antwort fehlt jedoch auch ein „l“, womit er die Verfasserin dezent aber kreativ darauf aufmerksam machen will, dass sie ihr Wort nicht korrekt geschrieben hat. Demzufolge fürchtet er in diesem Zusammenhang entweder Verständnisprobleme, denn wie oben beschrieben werden orthografische Flüchtigkeitsfehler dieser Art innerhalb der Gruppe ansonsten nicht zum Thema gemacht, oder die Möglichkeit das Ganze kreativ zu kommentieren reizt ihn einfach. Sandra Wiesmann versteht seinen Wink jedoch nicht, was er sogleich wiederum kreativ thematisiert, indem er auf die bekannte Spielshow Glücksrad⁹⁶ referiert: „*ok, ich kaufe noch 2 l's und mache Alpbachtal und Wildbach draus*“. Humoristische Äußerungen, deren Ausgangspunkt nicht in der Thematisierung sprachstruktureller Auffälligkeiten liegen, stehen im Fokus des folgenden Kapitels.

⁹⁶ In der Spielshow Glücksrad, die von 1988 bis 2002 lief, und damit die am häufigsten gesendete Spielshow Deutschlands ist, ging es darum, ähnlich wie in einem Kreuzworträtsel, Wörter in einem Gitter zu erraten. Die Floskel „Ich kaufe ein ...“ war dabei sehr grundlegend und ist daher vielen Fernsehzuschauern ein Begriff. (vgl. [de.wikipedia.org/wiki/Glücksrad_\(Spielshow\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Glücksrad_(Spielshow))) [letzter Zugriff: 16.02016].

7.1.10 Humor/Scherzkommunikation

Im Allgemeinen verstehen wir Humor als die Fähigkeit auffällige oder schwierige Situationen im Alltag zu meistern, indem die lustigen Aspekte hervorgehoben werden und somit Lachen erzeugt wird. Sprachgebrauch umfasst deutlich mehr als den bloßen Austausch von Informationen, Gedanken und Gefühlen (vgl. auch Keller 1990): „Conversations often tend more towards performance and entertainment than towards the pure exchange of information“ (Kotthoff 1994:35). Daher spielt Humor in Gesprächen eine wichtige Rolle. Wie Kotthoff (1994) anhand empirischer Untersuchungen medial mündlicher Gespräche feststellt, hat geteiltes Lachen innerhalb einer Gruppe eine verbindende Funktion (vgl. Kotthoff 1994:27). Dies lässt sich aber, wie Androutsopoulos (2007) beschreibt und wie auch in meinen Daten deutlich wird, ebenfalls auf Online-Kommunikation und damit medial schriftliche Interaktionen übertragen, sodass das Teilen humoristischer Bedeutungen zu einem Verfahren zur Herstellung des sozialen Stils in Online-Communities wird. Im Rahmen der hier untersuchten Gruppe „Skifahren“ hängt dies natürlicherweise sehr eng mit dem Common Ground/Insiderwissen sowie geteilten Werten und Vorstellungen zusammen (vgl. § 7.1.16 & § 7.1.18): „To share the humour of a social group really means to share a great deal of the social and communicative knowledge and the values of that group, as well“ (Kotthoff 1994:35). Die Autorin kann weitergehend drei Hauptfunktionen von der Verwendung von Humor in Gesprächen nachweisen, die sich in meinen Daten ebenfalls wiederfinden, nämlich 1. „Creating Informality“, 2. „Expressive Lying“ und 3. „Joking and Social Knowledge“ (Kotthoff 1994:23-34). Ein Beispiel für den ersten Punkt, also die Herstellung kommunikativer Nähe soll im Folgenden näher beleuchtet werden.

Beispiel 119: Humor zur Herstellung kommunikativer Nähe (Korpus III)

Falls es mit der Tour klappt, ziehst Du – David – dann auch einen Lackskianzug an? Bin mal echt gespannt, was Tanja ausheckt...

K1574 14.4.12 23:53 via Handy von Rainer Ohlfert

ach, das engste was ich habe sind meine Salewa Tourenskihose und meine rote Mammut Jacke ... gut dass ich auf dem Bild von vorne fotografiert wurde, da sieht man das hautenge nicht ganz so ...

K1575 14.4.12 23:56 von David Feger

obwohl, ich hab noch ne dünnere Hose ... aber da hab ich gemerkt ... das kann an bestimmten Stellen dann doch ganz schön kühl werden, bei zügiger Fahrweise ... nicht dass ich anfangs Eiswürfel zu pinkeln ...

K1576 14.4.12 23:58 von David Feger

Dieser Ausschnitt ist im Kontext einer Diskussion infolge eines Posts von Tanja Ski entstanden, in dem sie eine Umfrage dazu startet, wie viel die Gruppenmitglieder für einen Skiurlaub um Weihnachten/Silvester von 10 Tagen unter weiter ausgeführten Bedingungen bereit wären zu bezahlen. Wie in der Gruppe üblich (s.o.), führt die Diskussion über Skiurlaubspreise schnell zu allgemeinerer Plauderei bis hin zu dem ausgewählten Ausschnitt, in dem Rainer Ohlfert Tanjas allgemein bekannten und als anzüglich empfundenen (vgl. § 7.1.8.& 7.1.18) Kleidungsstil aufgreift und David Feger fragt, ob dieser denn auch einen „Lackskianzug“ anziehen würde, wenn es denn zu der Reise mit Tanja Ski käme. David Feger kontert mit einer Beschreibung der vermeintlich engsten Sachen, die er hat und geht somit humoristisch mit der eigentlich sehr unhöflichen Anspielung auf seine Figur um. Damit passiert hier genau das, was Kotthoff für die Funktion „Creating Informality“ beschreibt: „One function of humourous impoliteness is to decrease the social distance between the interactionists, to define the interpersonal relationship as person-oriented (...), and to strengthen entertainment as an interactional intention in its own right“ (Kotthoff 1994:23). Darüber hinaus wird anhand dieses Beispiels deutlich, dass die Realisierung von Humor von den Gruppenmitgliedern ausgehandelt wird, und zwar sowohl explizit als auch implizit: „Laughing together presupposes a high degree of shared definition of the situation“ (Kotthoff 1994:23). Humor ist demnach zu einem großen Teil „kulturspezifisch differenziert“ (Androutsopoulos 2007:231) und kontextualisiert. Für die beiden Akteure in diesem Beispiel ist klar, dass sie humoristisch agieren, und sie gehen auch davon aus, dass Mitleser, die zum aktiven Kern der Gruppe gehören, das ebenfalls verstehen. Daher kommt diese Sequenz sogar ohne Emoticons aus, die im Korpus wie oben beschrieben sonst häufig die para- und nonverbale Ebene kompensieren und die auch von Androutsopoulos (2007:229) im Zusammenhang mit unterhaltsamer Kommunikation im Internet als wichtige Darstellungsressource von Spaß, neben Multimodalität und Bricolage, aufgeführt werden (ebd.). Auch dort wird aber darauf hingewiesen, dass humoristische Online-Interaktionen nur mit verbalem Text auskommen können (ebd.).

Kotthoff (1998) kann in einer weiteren Studie 27 Aktivitätstypen und Funktionen des Scherzens in Gesprächen herausarbeiten (347-353), von denen so oder zumindest ähnlich viele auch in meinen Daten der Korpora III und IV zu finden sind. Eine tiefere Beschreibung und Beschäftigung mit ihren Kategorien würde an dieser Stelle den Rahmen meiner Arbeit leider sprengen. Abgesehen von den in § 7.1.9 bereits angesprochenen kreativen Sprachwitzen, oder nach Kotthoff (1998:352) Wortspielen, sind aber Anekdoten, Frotzeleien, Ironische Aktivitäten, Necken, Scherze auf eigene Kosten, Sexuelles Witzeln,

und die Verfremdung von Konventionen innerhalb der Gruppe „Skifahren“ frequente Typen des Scherzens (Kotthoff 1998:347-352). Ohnehin ist es jedoch so, und darauf weist auch die Autorin hin, dass die Scherzaktivitäten häufig miteinander verzahnt und ineinander integriert sind. Exemplarisch, und weil sie aus den Daten heraus qualitativ am wichtigsten erscheint, soll daher nur die Ironie im folgenden Abschnitt genauer als Komponente des sozialen Stils der Gruppe Skifahren beleuchtet werden.

7.1.11 Ironie

Eine besondere Form der unterhaltsamen Kommunikation ist, wie bereits erwähnt, die Ironie. Kotthoff (1998) kann anhand ihrer Daten zeigen, dass Ironie, entgegen dem bis dato vorherrschenden Verständnis vieler Linguisten, weder eine besonders aggressive, noch eine besonders höfliche Form der Kommunikation ist. Sie versteht Ironie als spaßige Bewertungskommunikation, was durch den „ironietypische[n] Gegensatz⁹⁷“ (ebd.:336) deutlich wird: „Die besondere Leistung von Ironie sehe ich darin, eine Bewertungskluft anzuzeigen. Dem Gegenüber oder einer dritten Person wird eine Haltung attribuiert, von der sich der Ironiker selbst kontrastiv distanziert“ (ebd.). Kotthoff betont dabei auch, dass Ironie in der Vergangenheit kaum in authentischen Interaktionen untersucht wurde. Ein Großteil der Theorien baut auf konstruierten Beispielen à la „schönes Wetter heute“ (ebd.:337) auf. Zudem wurde die Ironie traditionellerweise und aus rhetorischer Perspektive dem Bereich der öffentlichen Rede zugeordnet (ebd.:336). Die Autorin kann hier also eine Lücke schließen, indem sie empirische Belege für den Gebrauch und die Funktion von Ironie in privaten und authentischen Konversationen liefert und somit zeigen kann, dass „Ironie (...) ein komplexes Phänomen [ist], das ganz unterschiedliche Funktionen erfüllen kann“ (ebd.:343). Im Vordergrund steht dabei in geselligen Unterhaltungen, wie sie von der Autorin untersucht werden, die „Kombination von Bewertungskontrast und spaßiger Leichtigkeit“ (ebd.:337). Es geht in erster Linie um Unterhaltungsgewinn, und die Einstellung des ironischen Sprechers ist in aller Regel gut zu erschließen dadurch, dass sie dialogisch ausgestaltet wird. Mit Rückbezug auf das, was oben bereits zum Zusammenhang von Beziehungsgestaltung und Humor festgestellt wurde, kann also auch hier gezeigt werden, dass Ironie als exemplarische Art der provokanten Sprechaktivität dazu dient, „die Informalität der Situation, das geteilte Wissen untereinander und die Sattelfestigkeit der Beziehungen zu bestätigen“ (ebd.:346). Wie

⁹⁷ „Bei der Ironie, so wird schon bei Quintilian [d.h. in der Antike, A.K.] festgehalten, sagt die Sprecherin das Gegenteil von dem, was sie meint und liefert gleichzeitig Hinweise mit, daß (sic!) die intendierte Botschaft nicht die geäußerte ist“ (Kotthoff 1998:334).

meine Daten der Kommunikationsaktivitäten in der Facebookgruppe „Skifahren“ zeigen, lassen sich die Ergebnisse zu den Funktionen von Ironie auf schriftlich realisierte Online-Interaktionen übertragen und weisen damit auf die Verwendung von Ironie als Komponente des sozialen Stils der untersuchten Gruppe hin. Im Folgenden soll dies anhand zweier Beispielanalysen deutlich gemacht werden.

Beispiel 120: Ironie I: „St. Anton“ (Korpus III)

genau! hat sich StAnton seit den 90er verändert? ich war 1x da...aber ich kann mich nicht mehr wirklich erinnern :(

K628 25.2.12 12:27 von Sonja Englmair

neeee, st.anton hatte auch keine ski wm...da is wie 90 ;-)))

K629 25.2.12 12:29 von Thorsten Allenstein

Diese kurze Sequenz aus dem Korpus III ist einer längeren Unterhaltung entnommen, in der es ursprünglich um die Frage einer Userin geht. Nachdem ihre Skireise mit der Firma abgesagt wurde, hat sie einen Skiurlaub in Nesselwang, einem verhältnismäßig kleinen und wenig prestigeträchtigen Skigebiet, gebucht und möchte nun wissen, wo man in der näheren Umgebung in Form von Tagesausflügen noch gut Skifahren kann. Daraufhin erhält sie viele Tipps von den Gruppenmitgliedern. Die Kommentare ändern sich dabei schnell von isolierten objektiv begründeten Tipps über subjektive Meinungsäußerungen bis hin zu anekdotisch geprägten spaßigen Interaktionen und Diskussionen über die jeweils vorgeschlagenen Skigebiete. In dieser Sequenz greift nun Sonja Englmair, die als sehr aktives Mitglied der Gruppe gilt, den Vorschlag des Skigebiets St. Anton/Österreich auf und fragt, ob sich dieses seit den 90er Jahren verändert hat. Zur Erklärung fügt sie hinzu, dass sie bislang nur einmal dort war und sich nicht mehr erinnern kann. Eine Antwort bekommt sie vom ebenfalls sehr aktiven Gruppenmitglied Thorsten Allenstein, der auf ironische Weise deutlich macht, dass diese Frage für jemanden, der sich im Themengebiet Skifahren auskennt, eigentlich überflüssig ist, indem er auf die Ausrichtung der Ski-Weltmeisterschaft in St. Anton im Jahr 2001 verweist. Es ist allgemein bekannt, dass für derartige Sportgroßereignisse die Infrastruktur in den betreffenden Orten durch Modernisierungen verändert wird. Würden sich die beiden Akteure nicht offensichtlich bereits seit einiger Zeit mindestens über die untersuchte Gruppe „Skifahren“ kennen und könnte man nicht häufiger spaßig-provokative Interaktionen zwischen ihnen beobachten, wäre die Antwort von Thorsten Allenstein fast schon unhöflich und face-bedrohend für Sonja Englmair, deren Frage als überflüssig und sie

somit als unwissend bewertet wird. Hier wird die ironische Lesart demnach nicht nur durch das angefügte Emoticon kontextualisiert, sondern auch und vor allem durch ein geteiltes Verständnis über die Situation und die Beziehung der beiden Akteure.

Beispiel 121: Ironie II: „Lieblingsskigebiet“ (Korpus IV)

Sonja Englmaier: der Hochkönig is sicher nicht schlecht....Nana es ist schwierig. Jedes Gebiet hat Vor und Nachteile...ihr werdet das für Euch richtige finden..hmmm ich hab meins,-)LG

K629 19. Februar um 21:56 via Handy · Gefällt mir · 2

David Feger: echt, Du hast Deins? Seit wann denn das? Welches ist das denn? =D

K630 19. Februar um 21:57 · Gefällt mir · 1

Eberhart Neuer: Sonja, du hast ein Lieblingsskigebiet??? Ich glaube es nicht!!! Warum erfährt das die Gemeinde nicht/NIE??? ☺ =D

K631 19. Februar um 22:00 via Handy · Gefällt mir · 1

David Feger: wahrscheinlich ist das ein Geheimitipp

K632 19. Februar um 22:00 · Gefällt mir · 1

Eberhart Neuer: Gaaanz bestimmt David ;-)

K633 19. Februar um 22:13 via Handy · Gefällt mir · 1

Sonja Englmaier: Endlosschleife.....-))))))

K634 20. Februar um 06:39 via Handy · Gefällt mir

Olaf Vogel: Sonja schwört auf Sölden Nur Sölden, nichts als Sölden. ☺

K635 20. Februar um 06:40 · Gefällt mir

Eberhart Neuer: Nun ist es also raus! **Sonja Englmaier**, bist du die QUEEN MUM von Sölden? Hast du deshalb nie über die Vorlieben deines Skigebiets berichtet....??? :DDDDDD

K636 20. Februar um 08:02 via Handy · Gefällt mir · 1

David Feger: Sölden voll krrrrrrrasss? Doppelschwör!!!!???

K637 20. Februar um 08:03 · Gefällt mir · 1

Nana Dobermann: Noch jemand einen Tipp? ;-)

K638 21. Februar um 16:36 · Gefällt mir

David Feger: also ... in Colorado solls auch tolle Skigebiete geben ... und die Amerikaner sind ja sehr kinderfreundlich ... der Dollar steht eh total niedrig! Also von daher ...

K639 21. Februar um 16:40 · Gefällt mir · 1

Sonja Englmaier: ich fahr bald in die Berge, aber Sölden ist mir zu langweilig geworden, teste mal was ganz anderes...wer kennt Obertauern?

K640 21. Februar um 16:42 · Gefällt mir

Eberhart Neuer: OBERTAUERN! Sorry, nie gehört!!! - Berichte bitte mal ausführlich, wenn du da warst!? ☺ ☺ ☺ <3

K641 21. Februar um 16:44 · Gefällt mir

Sonja Englmaier: das bleibt mein Geheimnis, forever;-)

K642 21. Februar um 16:52 · Gefällt mir

David Feger: Sonjas offenstes Geheimnis!

K643 21. Februar um 16:52 · Gefällt mir

Eberhart Neuer: Spaßbremse Sonja!!! ;-)

K644 21. Februar um 16:53 · Gefällt mir

David Feger: sie will ganz allein in OT fahren ... mit ohne uns!

K645 21. Februar um 16:53 · Gefällt mir

Sonja Englmaier: www.obertauern-info.de meine gesammelten Werke ☺alles was jetzt kommt bleibt "meins" ☺

K646 21. Februar um 16:55 · Gefällt mir · 2

Eberhart Neuer: Deins!!! Meins!!! Seins??? OT IST FÜR UNS ALLE DA!!!

K647 21. Februar um 17:04 via Handy · Gefällt mir

Sonja Englmaier: das stimmt, aber was ich dort erlebe, ist "meins"

K648 21. Februar um 17:09 · Gefällt mir · 1

Diese etwas längere Sequenz aus dem Korpus IV entstammt wiederum einer längeren Diskussion in Folge einer Frage einer Akteurin nach einem besonders kinderfreundlichen Skigebiet. Am Anfang des ausgewählten Ausschnitts erscheint die Diskussion erschöpft und Sonja Englmaier fasst zusammen, dass es schwierig sei, in diesem Zusammenhang allgemeingültige Aussagen zu machen, und dass jeder für sich herausfinden müsse, welches Skigebiet einem gefalle. Dabei schickt sie einen Hinweis darauf mit, dass sie ihr Lieblingsskigebiet bereits gefunden hat. Dies ist für die etablierten Gruppenmitglieder nichts

Neues, denn Sonja Englmaier ist in der Gruppe mittlerweile durch unzählige Hinweise dafür bekannt, dass sie dem Skigebiet Obertauern (OT) sehr verbunden ist. Sie inszeniert sich innerhalb der Gruppe als Expertin und Fürsprecherin für das Gebiet Obertauern (vgl. § 7.1.20). Dieser Umstand wird von der Gruppe im Folgenden der Sequenz direkt aufgegriffen und ironisch kommentiert: Zunächst täuschen David Feger und Eberhart Neuer vor, dass sie von Sonja Englmaiers Vorliebe für ein bestimmtes Skigebiet nichts wissen und fragen, warum sie das der „Gemeinde“, also der Gruppe „Skifahren“, noch nie mitgeteilt hat. Darauf schaltet sich nach einer Nachtpause (von 22:13 Uhr bis 06:39 Uhr) Sonja Englmaier selbst mit dem Kommentar „Endlosschleife....:-))))))“ kurz ein und signalisiert damit, dass sie die ironischen Anspielungen ihrer beiden Vorredner versteht. Zu dem Zeitpunkt ist sie aber offensichtlich (noch) nicht gewillt, sich an der ironischen Diskussion zu beteiligen. Da sie zu diesem Zeitpunkt von einem mobilen Gerät schreibt, könnte man eventuell vermuten, dass es ihr aus technischen Gründen zu mühsam ist, an dieser Stelle einen längeren Kommentar zu verfassen. Olaf Vogel hingegen bringt daraufhin noch eine weitere Dimension ins Gespräch, indem er für Insider der Gruppe völlig abwegig behauptet, Sonja Englmaier sei ein Fan des Skigebiets Sölden/Österreich. Dies wird dann wiederum von Eberhart Neuer und David Feger aufgegriffen. Die Unterhaltung ruht dann und wird am Nachmittag des nächsten Tages wiederbelebt. Zu diesem Zeitpunkt schaltet sich auch Sonja Englmaier wieder ein, indem sie behauptet, dass sie demnächst in die Berge fahren würde um etwas Neues auszuprobieren, da ihr Sölden zu langweilig geworden wäre. Daher fragt sie, ob jemand in der Gruppe Erfahrungen mit Obertauern hat. Normalerweise ist dies immer genau der Zeitpunkt, an dem sie selbst sich als Expertin für eben dieses Skigebiet darstellt. Eberhart Neuer geht auf den Spaß ein, indem er sagt, dass er noch nie etwas von Obertauern gehört hätte, aber dass sie unbedingt von ihren Erfahrungen in Obertauern berichten soll. Daraufhin betont Sonja Englmaier, dass sie ihre Erlebnisse aus Obertauern nicht teilen möchte, was wiederum in Kontrast zu ihrer sonst gängigen Praxis steht. Damit ist die ironische Sequenz zu Ende und ausgelöst durch einen Kommentar der initialen Fragestellerin geht es nochmal um das ursprüngliche Thema kinderfreundliche Skigebiete.

Die Ironie dieser Sequenz funktioniert wiederum hauptsächlich dadurch, dass die beteiligten etablierten Gruppenmitglieder sich und ihre Vorlieben untereinander kennen und einschätzen können, was vor diesem Hintergrund als witzig verstanden wird und was nicht. Stärker als in dem Beispiel oben wird hier jedoch die ironische Lesart durch Emoticons und Verfahren zur Hervorhebung/Verstärkung, wie z.B. Großschreibung, Iteration von Ausrufungs- und Fragezeichen, unterstützt. In jedem Fall wird aber deutlich, dass die

Verwendung von Ironie und der darin enthaltene Bedeutungs-/Bewertungskontrast ein sehr markantes Merkmal der Gruppe und damit auch eine wichtige stil-konstituierende Komponente ist.

7.1.12 Variable Synchronität

Das Verhältnis von Posts und Kommentaren bzw. Kommentaren untereinander in der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook variiert von asynchronen Verhältnissen, wie man sie typischerweise aus Foren kennt, bis hin zu quasi-synchronen Interaktionen, ähnlich dem Chat (Dürscheid 2003, § 2.1.2). Wie beispielsweise in dem Ausschnitt oben zur Ironie (Beispiel 121) zu sehen ist, kann sich somit eine Diskussion über mehrere Tage erstrecken. In Einzelfällen lässt sich sogar eine Erstreckung der Zeitspanne von Wochen, Monaten und gar Jahren feststellen. Letzterer Fall ist eine allgemeine Diskussion über Lieblingsskigebiete, die gestartet wurde im Jahr 2009, noch bevor in der Gruppe regelmäßige Kommunikationsaktivitäten zu verzeichnen waren und auch bevor meine Daten erhoben wurden. Dass der Post dennoch in meinen Daten auftaucht, liegt daran, dass es innerhalb der Gruppen bei Facebook technisch so geregelt ist, dass Posts mit aktuellen Kommentaren nach oben auf der Seite verschoben werden. Das bedeutet, dass der angesprochene Post, ein Relikt⁹⁸ aus 2009 in der Saison 2011/2012 durch einen Kommentar wiederbelebt wurde und dadurch für alle sichtbar oben auf der Seite erschien und in der Folge auch nochmals sehr frequent kommentiert wurde.

Obwohl es also die Möglichkeit gibt, Diskussionen über einen längeren Zeitraum zu erstrecken, erwarten die aktiven und etablierten Gruppenmitglieder von sich gegenseitig zeitnahe Antworten und sie bezeichnen die Kommentarverläufe unter den Posts selbst als Chat.

Beispiel 122: „Chat“ (Korpus III)

Irgendwie endet jeder Chat mit David an der gleichen Stelle, wenngleich letztes Mal die Vorlage mit "Mitfahrer gesucht" viel Größer war als dieses Mal "kennt jemand einen Versand"... immer wieder unterhaltend... Glaube man müsste Euch mal alle auf der Piste treffen...

K912 10.3.12 21:12 von Rainer Ohlfert

Um die Erwartungshaltung an die Quasi-Synchronität der Beiträge innerhalb der Gruppe zu demonstrieren habe ich stellvertretend die zwei folgenden Ausschnitte gewählt, die beide, wie

⁹⁸ Initialpost vom 19.02.09, in der Folge Kommentare in 2009 & 2010, wiederbelebt am 23.11.11 und dann diskutiert bis 17.1.12

im übrigen auch das vorherige Beispiel 122, einer sehr langen Diskussion (174 Kommentare) entstammen, ursprünglich im Zusammenhang mit der Frage nach einer Versandmöglichkeit für Ski. Typisch für die Gruppe entwickelt sich daraus jedoch eine allgemeinere und spaßige Plauderei.

Beispiel 123: „schläfst Du schon?“ (Korpus III)

Sonst ist der Dirk immer so schnell bei der Antwort... @David: grübelst Du noch oder schläfst Du schon?

K921 11.3.12 00:59 via Handy von Rainer Ohlfert

Hier wird deutlich, dass Rainer Ohlfert verwundert darüber ist, dass David Feger nicht so zeitnah wie sonst auf Kommentare antwortet. Zugleich äußert er aber auch eine Vermutung dafür, indem er implizit auf die Uhrzeit verweist und für möglich hält, dass David Feger bereits schläft. Seine Frage, ob er noch grübelt oder schon schläft ist hier demnach rhetorisch zu verstehen, weil es angesichts der üblichen Routinen quasi nicht sein kann, dass David Feger noch über eine Antwort nachdenkt. Vor diesem Hintergrund muss die Lösung sein, dass David Feger bereits schläft bzw. zumindest nicht mehr online ist. Diese Vermutung wird auch dadurch gestützt, dass der letzte Beitrag durch Feger um 22:01 Uhr erfolgte. Die Unterhaltung wurde dann durch Laura In, um die es in der diesem Auszug vorangegangenen Sequenz auch geht, erst um 00:38 Uhr wieder aufgegriffen. David Feger meldet sich erst am nächsten Tag um 10:51 Uhr wieder zu Wort und bestätigt dann auch die Vermutung, dass er sich zu der Zeit, als ein Kommentar von ihm erwartet wurde, bereits im Bett befand.

Beispiel 124: „Auszeit“ (Korpus III)

jaaaaaaaa Sonja---- so jetzt ist's aber ruhig auf der M@nner-Front :)

K1016 11.3.12 18:39 von Pia Leutner

Pia sorry... aber von Dir war gerade nix zu lesen gewesen die restliche Zeit, ich verstehe ja das Du Skisocken stricken musst gerade..... aber das Du gleich Dir so lange eine Auszeit nimmst...hmhmhmhmhmhm

K1017 11.3.12 18:42 von Jens Schulze

Ganz ähnlich wie schon in dem Beispiel „*schläfst du schon*“ oben wird auch hier deutlich, wenn auch spaßig verpackt, kommuniziert, dass von Gruppenmitgliedern, die zum aktiven Kern gehören und damit ernst genommen werden wollen, erwartet wird, dass sie innerhalb von Diskussionen Präsenz zeigen, d.h. dass sie sich zeitnah bzw. frequent beteiligen. Diesem Ausschnitt des Korpus geht eine Sequenz voraus, in der einige Gruppenmitglieder sich

ausmalen, wie es wäre im echten Leben ein gemeinsames Skiwochenende zu unternehmen. Die Unterhaltung ist spaßig-ironisch und Pia Leutner und Sonja Englmaier verbünden sich dabei als einzige Frauen gegen die restlichen Männer. In diesem Zusammenhang stimmt Pia Leutner einem Kommentar von Sonja Englmaier zu, nachdem sie sich zuvor etwa 10 Minuten nicht zu Wort gemeldet hat. Dies reicht dann offensichtlich für Jens Schulze aus, um ihre „Inaktivität“ bzw. „Auszeit“ zu thematisieren. Hier steht also das Skisocken Stricken sinnbildlich für die temporäre Abwesenheit von Pia Leutner. Jens Schulze drückt damit aus, dass er zwar nachvollziehen kann, dass man nicht ständig in der Unterhaltung präsent sein kann und dass man zwischendurch möglicherweise auch andere Dinge erledigt. Um allerdings innerhalb einer laufenden Diskussion als Akteurin wahrgenommen zu werden, ist eine ständige Präsenz erstrebenswert und diese berechtigt dann auch zu solch provozierenden Kommentaren wie K 1016.

Insgesamt betrachtet kann an diesen Beispielen nachvollzogen werden, welche Rolle die Variabilität von Synchronität im Zusammenhang mit der Gruppe „Skifahren“ spielt. So wird die Möglichkeit der asynchronen Beteiligung zwar genutzt und auch akzeptiert, um jedoch innerhalb von aktuellen Interaktionen zum aktiven Kern zu gehören, wird Präsenz, d.h. zeitnahe und frequente Beteiligung erwartet. Dies ist natürlich beizeiten fast unmöglich durchzuhalten, da Post-Kommentar-Episoden innerhalb dieser Gruppe häufig auch tagsüber stattfinden, sodass es für Berufstätige teilweise schwierig ist, in der Gruppe präsent zu sein und der Diskussion zu folgen. Offensichtlich ist die gefühlte Verpflichtung aber so groß, dass Gruppenmitglieder auch während der Arbeitszeit in der Gruppe anwesend sind. Ein Beispiel, in dem genau dieses Phänomen explizit thematisiert wird, ist abschließend im Folgenden aufgeführt. David Feger ist gleichzeitig in einer Telefonkonferenz und verfolgt das Geschehen innerhalb der Gruppe „Skifahren“. Dabei überliert er eine Information, worauf ihn Thorsten Allenstein aufmerksam macht. Als Entschuldigung führt Feger das gleichzeitige Verrichten mehrerer Tätigkeiten an.

Beispiel 125: Multitasking (Korpus IV)

Deutschlands erste Achtersesselbahn



P107 · 5. Februar um 09:10 Tanja Ski

Thorsten Allenstein: ohne haube ? mit sitzheizung ? sowas würde sich st.moritz sicher nicht andrehen lassen =D

K393 5. Februar um 09:12 · Gefällt mir · 1

David Feger: und wo?

K394 5. Februar um 09:25 · Gefällt mir

Thorsten Allenstein: winterberg....steht doch unten im anderen post ;-)

K395 5. Februar um 09:26 · Gefällt mir

David Feger: ey, war grad in einer Telefonkonferenz ... da hab ich nicht alles gelesen ... aber in Winterberg brauchste doch gar kein Bubble ... der Lift fährt zwischen 2 Schneeflocken rauf, und ist da, bevor es einem kalt wird!

K396 5. Februar um 09:27 · Gefällt mir

7.1.13 Organisation und Adressierung innerhalb von Gesprächs-/Diskussionssträngen

Es wurde bereits mehrfach erwähnt, dass sich in der Gruppe „Skifahren“ aus Posts und dazugehörigen Kommentaren häufig thematische freiere Diskussionen und Plaudereien entwickeln. Nicht selten entstehen so auch verschiedene Gesprächs- und Diskussionsstränge innerhalb einer Post-Kommentar-Episode. Die Möglichkeit der Beteiligung an eben diesen Diskussionen auf einem Kontinuum zwischen Asynchronität und Quasi-Synchronität erfordert daher Strategien der Organisation und Adressierung innerhalb der Gesprächs- und Diskussionsstränge. Es lässt sich beobachten, dass die Gruppenmitglieder dabei sowohl traditionelle mündliche, als auch medium- bzw. plattformsspezifische Strategien verwenden.

Hartung (2008) stellt für f2f-Kommunikation fest: „Damit aus der einzelnen Rede ein Dialog werden kann, hat ein Sprecher die Aufgabe zu lösen, daß (sic!) sich das Gegenüber angesprochen und damit zu einer Reaktion verpflichtet fühlt. Diese Aufgabe wird als Adressierung bezeichnet (...)“ (ebd.:1348). Dies lässt sich jedoch auch auf Online-Kommunikation übertragen. Von den drei Adressierungsverfahren Körperorientierung, sprachliche Adressierungsformen und Äußerungsgestaltung, die er nennt, finden sich allerdings selbstverständlich nur die beiden letzteren auch in den Diskussionen der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook. Dafür kommt der Aspekt der interaktiven Adressierung hinzu (s.u.). Ganz allgemein drückt sich die soziale Beziehung von Akteuren auch immer durch die Art der Adressierung aus. Konstituierende Faktoren können hier sein: Alter, Geschlecht, sozialer Status, soziale Nähe, usw. Zusätzlichen Einfluss haben die jeweilige Situation mit ihren Kommunikationsbedingungen und die gruppenspezifischen Routinen. (Hartung 2008:1350)

Beispiel 126: Name (Korpus III)

na Sonja ... nicht daß Du da noch weggeblasen wirst (-:

K499 21.1.12 19:46 von David Feger

Das Beispiel 126 zeigt die prototypische und unmarkierte Adressierungsform in der Gruppe „Skifahren“, nämlich die einfache Verwendung des Namens in Verbindung mit Duzen, um deutlich zu machen, welche Person mit dem Kommentar angesprochen werden soll. Von dieser Möglichkeit wird innerhalb der Gruppe „Skifahren“ zwar häufig Gebrauch gemacht, allerdings müssen dafür einige Voraussetzungen erfüllt sein, damit die Adressierungsform funktioniert wie in f2f-Gesprächen. Zum einen liegen die Kommentare zeitlich betrachtet nicht zu weit auseinander, zum anderen wird davon ausgegangen, dass die an der Diskussion beteiligten Akteure auch „anwesend“ sind, und schließlich gibt es nur einen Gesprächsstrang, sodass die Verwendung des Namens tatsächlich vorrangig der Adressierung dient und nicht auch gleichzeitig der Organisation verschiedener Diskussions- und Gesprächsstränge. Dies wiederum lässt sich im nächsten Beispiel 127 beobachten:

Beispiel 127: @ (Korpus III)

@Eberhart.....es passt einfach alles dort oben☺

K504 22.1.12 10:39 von Sonja Englmaier

Hier wird vor den Namen ein @ gesetzt, was eine etablierte Adressierungsform in Chats ist, u.a. um den Überblick über verschiedene Diskussions- und Gesprächsstränge zu wahren⁹⁹. Wörtlich bedeutet das @ dann in dem Zusammenhang: Dieser Beitrag ist an ... gerichtet. Oder auch: Dieser Beitrag bezieht sich auf den von ... Die Verwendung dieser Strategie lässt sich innerhalb der Gruppe „Skifahren“ in Interaktionsvorgängen beobachten, die diskontinuierlich verlaufen und in denen die Teilnehmer ggf. auch nicht permanent „anwesend“ im Sinne von mitlesend sind. Eine Weiterentwicklung dieser Strategie ist die interaktive Adressierung via Hyperlinks, die von Facebook, und mittlerweile auch anderen Plattformen, wie beispielsweise Youtube, ermöglicht wird.

Beispiel 128: Hyperlink (Korpus IV)

Eberhart Neuer: Ob das [Sonja Englmaier](#) auch so sieht, [David Feger](#)???.... ☺

K545 17. Februar um 10:40 via Handy · Gefällt mir · 2

Diese Art der Markierung wird erst dann zur Adressierung, wenn man die Funktion bei Facebook kennt. Diese wird von Facebook mittlerweile durch technische Voreinstellungen¹⁰⁰ erleichtert. Um Personen in einem Beitrag oder einem Kommentar zu markieren, genügt es daher, den ersten Buchstaben des Namens einzugeben. Dann kann man aus den generierten Vorschlägen den gewünschten Namen auswählen. Andere Gruppenmitglieder können durch Klicken auf den so erzeugten Hyperlink auf die persönliche Profilseite des markierten Nutzers gelangen, und der auf diese Weise adressierte Nutzer erhält zusätzlich eine Benachrichtigung über seine Markierung „um in der Unterhaltung auf dem Laufenden zu bleiben“ (Facebook¹⁰¹). Diese Form der Adressierung hat also ganz offensichtliche Vorteile für die Organisation diskontinuierlicher und unübersichtlicher Interaktionsvorgänge und wird daher innerhalb der Gruppe „Skifahren“ auch in entsprechenden Situationen genutzt.

In den folgenden beiden Beispielen, die derselben Post-Kommentar-Episode entstammen, lässt sich die Verwendung verschiedener Anredeformen beobachten, deren Auswahl durch die aktuelle Situation beeinflusst wurde. Wie Hartung (2008) feststellt, können nicht nur „zwischen denselben Personen (...) unterschiedliche Anreden verwendet werden“ (ebd.:1350), zusätzlich „erlauben die sozialen Regeln in vielen Fällen individuelle

⁹⁹ <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/at-sign-@-at-Zeichen.html>

¹⁰⁰ Vgl. <https://www.facebook.com/help/218027134882349#-Wie-markiere-ich-andere-Nutzer-oder-Seiten-in-einem-Beitrag?> [letzter Zugriff: 18.11.13].

¹⁰¹ <https://www.facebook.com/help/218027134882349#-Wie-markiere-ich-andere-Nutzer-oder-Seiten-in-einem-Beitrag?> [Stand 18.11.13].

Variationen oder werden von der Gruppe spezifisch gestaltet“ (Hartung 2008:1350). Der Ausgangspunkt für das Gespräch, dem die Beispiele entnommen wurden, ist ein Post von David Feger, der im Skiurlaub an einem automatischen Fotospot ein Foto von sich und einer feststehenden Figur hat machen lassen und dieses in der Gruppe „Skifahren“ veröffentlicht (vgl. auch § 7.1.7). Daraus entwickelt sich sehr schnell eine spaßige Plauderei, zunächst unter Paolo Gödecker, Thorsten Allenstein und Olaf Vogel. Der Moment, in dem sich Jens Schulze einklinkt, ist der Startpunkt für die aus Anredeperspektive interessante folgende Sequenz:

Beispiel 129: „Herr Schulze“ (Korpus III)

ostern ot :-)))

K1253 27.3.12 09:14 von Thorsten Allenstein

@Thorsten: Angeber! ;-) Ohhhh, Herr Schulze ist auch schon wach! :-)

K1254 27.3.12 09:17 von Olaf Vogel

Ja Thorsten Du Querulant... arbeitest Du dieses Jahr überhaupt auch mal? Olli.... dazu sage ich mal garnix. Ich maloche sicher mehr als Du! ;-)

K1255 27.3.12 09:19 von Jens Schulze

nur kein neid männer ;-))) un ostern ohne urlaub....da sind einfach 4 tage frei :-PPP

K1256 27.3.12 09:24 von Thorsten Allenstein

Neidisch würde ich nicht sagen. Aber ich find´s zum heulen, dass du ständig auf den Brettern stehst und ich eben nicht! ;-)

K1257 27.3.12 09:56 von Olaf Vogel

herr vogel....das is halt so,wenn man(n) keine familie hat....aber ich stell fotos ein,dann musst ned soooo leiden :PPP

K1258 27.3.12 10:12 von Thorsten Allenstein

Obwohl alle Akteure dieser Sequenz sich zumindest durch die Gruppe „Skifahren“ seit geraumer Zeit kennen und man aufgrund der beobachtbaren Kommunikationsaktivitäten eine konzeptionelle Nähe zwischen ihnen feststellen kann, verwendet Olaf Vogel in diesem Ausschnitt die normalerweise distanzsprachlich markierte Anredeform „*Herr Schulze*“ um Jens Schulze zu adressieren. Damit begrüßt er ihn auf spaßig-ironische Weise in der Unterhaltung und nimmt ihn gleichzeitig sprichwörtlich etwas „auf die Schippe“, indem er implizit seiner Vermutung Ausdruck verleiht, dass dieser gerade erst aufgestanden ist bzw. gerade erst angefangen hat zu arbeiten, da er sich sonst als aktives Mitglied der Gruppe schon

früher an dem Gespräch beteiligt hätte. Jens Schulze kontert, indem er behauptet sicherlich mehr zu arbeiten als Olaf Vogel und redet ihn dabei mit der Koseform von Olaf, nämlich „Olli“ an. Damit unterstreicht er nicht nur die soziale Nähe zwischen den beiden, sondern spielt auch zugleich das ironische Spiel mit Macht und Solidarität mit, das Olaf Vogel durch die Wahl der Anrede „Herr Schulze“ begonnen hat. Im nächsten Kommentar spricht Thorsten Allenstein die beiden dann mit „Männer“ an, womit er sie aus seiner Sicht wiederum auf eine Stufe stellt und beiden erklärt, dass sie nicht auf seine Zeiteinteilung neidisch sein müssen, weil er nur die vorhandenen Feiertage sinnvoll nutzt. Olaf Vogel erklärt daraufhin, dass er auch gern so häufig Ski fahren würde. Zum Abschluss der Sequenz antwortet dann Thorsten Allenstein, indem er auf das ironische Macht/Solidarität-Spiel referiert und diesmal Olaf Vogel mit „Herr Vogel“ anspricht und ihm dadurch gewissermaßen von oben herab erklärt, dass das eben so ist, dass man so häufig seinem Hobby nachgehen kann, wenn man so wie er (Thorsten Allenstein) keine Familie hat.

Beispiel 130: „IHR WICHSA“ (Korpus III)

Ey, Ihr seid gemein, hättet wenigstens so tun können als seid Ihr neidisch

K1268 27.3.12 11:44 via Handy von David Feger

david, nach 9 tagen lech ??? neidisch auf niemanden :-P

K1269 27.3.12 11:56 von Thorsten Allenstein

IHR WICHSA!!!!!!!!!!!!!!! so, ich fahr gar nicht mehr! erst im sommer aufn tuxer gletscher und das sind noch jahre :-)

K1270 27.3.12 12:03 von Paolo Gödecker

herr gödecker, bitte überdenken sie ihre wortwahl :-PPP ich komm auf 23 den winter.....hahaha :-P

K1271 27.3.12 12:05 von Thorsten Allenstein

Im weiteren Verlauf des Gesprächs meldet sich dann auch derjenige zu Wort, der den initialen Post veröffentlicht hat, nämlich David Feger. Die darauf folgende Sequenz ist in Beispiel 130 dargestellt. David Feger reagiert auf die vorausgehende scherzhafte Kommunikation darüber, wer öfter in den Skiurlaub fährt, indem er die Gesprächsteilnehmer, also Thorsten Allenstein, Olaf Vogel und Jens Schulze, adressiert und damit auch implizit enthüllt, warum er das Bild aus dem Skiurlaub gepostet hat: Er wollte die anderen Gruppenmitglieder neidisch machen und auf diese Weise Reaktionen, d.h. Kommentare, provozieren. Ich habe diese Funktion in Kapitel 7.1.7 bereits als stil-konstituierendes Merkmal der Gruppe „Skifahren“ auf der Ebene

von Gesprächstypen/-themen unter dem Label „fishing for comments“ beschrieben. Thorsten Allenstein betont daraufhin erneut, dass er gerade 9 Tage lang in Lech Skifahren war und daher keine Veranlassung sieht, neidisch zu sein und Kommentare dieser Art zu verfassen. Auf diesen Kommentar von Thorsten Allenstein antwortet Paolo Gödecker und klinkt sich damit wieder in das Gespräch ein. Mit der eigentlich sehr unhöflichen und abwertend markierten Anrede „IHR WICHSA¹⁰²!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!“ adressiert er die Vorredner und erklärt dann, dass er in dieser Saison überhaupt nicht mehr zum Skifahren kommen wird und will damit deutlich machen, dass er derjenige ist, der Grund hätte sich zu beschweren. In dieser scherzhaft-ironisch geprägten Kommunikationssituation wird die expressive Anrede „IHR WICHSA!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!“ von den anderen jedoch nicht als unhöflich empfunden. Thorsten Allenstein greift in diesem Zusammenhang allerdings das zuvor etablierte Macht/Solidarität-Spiel auf, adressiert Paolo Gödecker mit „herr gördecker“ und tadelt damit scherzhaft seine „wortwahl“.

Insgesamt betrachtet sind die Formen der Adressierung innerhalb der Gruppe „Skifahren“ also sehr variationsreich. Abgesehen von den strukturierenden und organisierenden Funktionen, spiegeln sie zudem soziale Phänomene wider, wie beispielsweise die Vertrautheit der Kommunikationspartner und deren geteiltes Verständnis der Situation.

7.1.14 Metakommunikation

Grundsätzlich beruht Metakommunikation auf der Fähigkeit der Selbstreflexion bzw. Metakognition: „eine[r] genuin menschliche[n] Fähigkeit (...) zu sich selbst einen reflexiven Bezug herstellen zu können und diesen dann im Umgang mit der Welt nutzbringend einzusetzen“ (Winter 1992 in Techtmeier 2008:1449). Diese Fähigkeit ist also nicht auf Nachdenken über Sprache oder sprachliches Handeln beschränkt, dennoch spielt sie gerade dabei eine wichtige Rolle (Techtmeier 2008:1449).

„Wollen Menschen in der sprachlichen Kommunikation erfolgreich sein, setzt dies eine ständige Reflexion bzw. eine Kontrollfähigkeit darüber voraus, was interaktiv gerade geschieht, an welchem Punkt der Interaktion man angelangt ist, welche situativen Bedingungen dominieren, welche subjektiven Faktoren bei den Partnern eine Rolle spielen, welche sprachlichen Merkmale der jeweilige Kommunikationsvorgang hat etc.“ (ebd.)

Techtmeier (2008) unterscheidet zwischen einer weiten Definition von Metakommunikation als „*Kommunikation über Kommunikation*“ (Hervorhebung im Original) (ebd.:1451), die jede Thematisierung sprachlich-kommunikativer Phänomene beinhaltet, und einer engeren Definition, in der die Funktion einer metakommunikativen Äußerung im Text oder im

¹⁰² Laut Duden wird „Wichser“ derb abwertend verwendet für männliche Personen, deren Verhaltensweise oder Meinung abgelehnt wird (vgl. <http://www.duden.de/rechtschreibung/Wichser>) [letzter Zugriff: 19.11.13].

Gespräch von vordergründigem Interesse ist. „Als *Metakommunikation im engeren Sinne* wird (...) die Bezugnahme auf Aspekte des Kommunikationsvorgangs gewertet, in dessen Verlauf die jeweilige MK auftritt: Eine metakommunikative Äußerung gehört der gleichen Interaktionseinheit an wie die nichtmetakommunikative Äußerung“ (Hervorhebung im Original) (Techtmeier 2008:1451). Schwierigkeiten ergeben sich dann, insbesondere vor dem Hintergrund von Online-Kommunikation, zum einen bei der Frage, wo die Grenzen einer Interaktionseinheit¹⁰³ liegen, und zum anderen, welche Aspekte des Kommunikationsvorgangs¹⁰⁴ sich auf die Metakommunikation beziehen (ebd.). Im Prinzip können also zahlreiche Phänomene Objekt einer Metakommunikation sein. Innerhalb der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook lässt sich Kommunikation über Kommunikation als stil-konstituierendes Merkmal identifizieren. Gemeint sind dabei sowohl Metakommunikation im engeren als auch im weiteren Sinn. Damit erfolgt auch eine explizite Thematisierung von Merkmalen, die von mir innerhalb der Gruppe als stil-konstituierend bewertet wurden und die damit einhergehende Evidenz, dass eben diese Komponenten des Stils auch von Mitgliedern der Gruppe selbst wahrgenommen werden. Dies soll im Folgenden anhand von vier Beispielen illustriert werden.

Beispiel 131: Metakommunikation I: Werbung (?) (Korpus III)

Ich finds nach wie vor Scheisse, die Seite für Werbung zu mißbrauchen

K1630 11.5.12 09:35 von Max Winkel

es ist keine werbung, es ist belustigung für uns alle...ohne dass, fehlt was boah, ich kleine reimling ☺

K1631 11.5.12 09:39 von Paolo Gödecker

Die meisten Mitglieder der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook sind sich darüber einig, dass Werbung innerhalb der Gruppe nicht erwünscht ist (§ 7.1.18). Die Gruppe wird als Kommunikationsplattform betrachtet und kommerzielle Interessen sollten keine Rolle spielen. Dieser Ausschnitt ist einer Sequenz entnommen, in der es zum wiederholten Male um die Aktivitäten von Tanja Ski geht, die (häufig exotische) Skigebiete testet und dabei durch Kleidung und Auftreten ihre Weiblichkeit betont. Ihre Skigebietstests veröffentlicht sie dann

¹⁰³ „Es gibt (...) auch Interaktionseinheiten, die diskontinuierlich verlaufen (...), die trotz teilweise wechselnder Partner, trotz Polyfunktionalität oder Funktions- und/oder Themenwechsel eine Einheit bilden (...)“ (Techtmeier 2008:1452).

¹⁰⁴ „ausschließlich bereits verbalisierte und antizipierte verbale Äußerungen? Oder kann man mit MKA auch auf Para- und Non-verbales Bezug nehmen und vielleicht sogar auf Wissens Elemente, Normen, Regeln, Maximen, die das sprachliche Handeln steuern?“ (Techtmeier:2008:1452).

via Links zu Fotostrecken oder Videos auf ihrer Homepage¹⁰⁵ auch in der Gruppe „Skifahren“, was immer wieder für Gesprächsstoff und Diskussionen sorgt, die ein starkes Merkmal der Gruppe sind, und zwar nicht nur wegen des kommerziellen Interesses, sondern auch wegen der (Nicht-)Angemessenheit der Verbindung von Sex und Sport (vgl. auch § 7.1.8, 7.1.18). Genau dies wird in dem ausgewählten Ausschnitt von Max Winkel aufgegriffen, indem er betont, dass er es „Scheisse“ findet die Seite der Gruppe „Skifahren“ für Werbezwecke zu nutzen. Paolo Gödecker erwidert dann, dass die Beiträge von Tanja Ski im Grunde eine Belustigung für die Gruppenmitglieder („für uns alle“) darstellen, ohne die in der Gruppe etwas fehlen würde. Damit begibt er sich auf eine Metaebene und reflektiert die Kommunikationspraxis innerhalb der Gruppe. Betrachtet man die gesamte Post-Kommentar-Episode inklusive der Verlinkung als eine Interaktionseinheit, so handelt es sich bei diesem Beispiel um Metakommunikation im engeren Sinne

Beispiel 132: Metakommunikation II: Themenentwicklung (Korpus III)

Was wird denn hier mit dem Thema gemacht... Leute... wenn man auf Euch mal nicht aufpasst... Man man man

K974 11.3.12 17:18 von Jens Schulze

das Thema ist längst abgehandelt und dann wurde eben Spaß daraus...kommst zu spät Jens :P

K975 11.3.12 17:45 von Sonja Englmaier

Beispiel 133: Metakommunikation III: Themenentwicklung (Korpus IV)

Paolo Gödecker: grandios ist immer das resultat auf die obige fragestellung ☺

K604 18. Februar um 12:06 · Gefällt mir · 2

Olaf Vogel: Welche Frage?

K605 18. Februar um 12:29 via Handy · Gefällt mir · 1

Paolo Gödecker: sie sucht ein skigebeit und wo man dann imer landet

¹⁰⁵ Ein Auszug aus der Selbstbeschreibung des Portals [ichwillschnee.info](http://www.ichwillschnee.info), dessen Gesicht Tanja Ski ist: „Skifahren ist sexy! Wir beschäftigen uns mit Skifahren, Schnee und Skigebieten. Interneportale zu diesem Thema gibt es viel, aber nur IchWillSchnee.net ist weiblich. Wir sind anders und einzigartig. (...)Tanja ist das Gesicht von IchWillSchnee und begleitet Euch in den Schnee, stellt die schönsten Destinationen im Winterwonderland vor und gibt diesem eine ganz neue, eigene Perspektive. Tanja bringt Glanz und Sex-Appeal in den Schnee. Die Berge sind vielseitig und die besten Skiparadiese sind meistens nicht die Bekanntesten. Skifahren ist Freiheit, Skifahren ist Schönheit, Skifahren ist sexy! Wir alle bekommen leuchtende Augen, wenn wir an Schnee, Ski, Berge und mehr denken. Das alles ist IchWillSchnee.net. Das alles bringt Euch Tanja näher“. (<http://www.ichwillschnee.info/>) [letzter Zugriff: 12.11.13].

K606 18. Februar um 12:33 · Gefällt mir · 2

Olaf Vogel: Ja nee is klar, aber das Thema war doch durch. ;-)

K607 18. Februar um 14:09 via Handy · Gefällt mir

David Feger: eben, wir sind dann zu aktuellen Themen übergegangen ...

K608 18. Februar um 14:17 via Handy · Gefällt mir

Olaf Vogel: Jaaa, da sind wir flexibel ☺

K609 18. Februar um 14:30 via Handy · Gefällt mir

In den beiden vorangegangenen Beispielen wird der in Kapitel 7.1.7 bereits angesprochene Aspekt der Themenentwicklung innerhalb von Diskussionen der Gruppe „Skifahren“ metakommunikativ behandelt. In Beispiel 132 aus dem Korpus III der Saison 2011/2012, also der ersten Saison der Gruppe mit frequenter und regelmäßiger Kommunikationsaktivität, nimmt Jens Schulze eine fast schon tadelnde Rolle ein, indem er feststellt, dass sich das Thema sehr weit vom Ursprung entfernt hat. Sonja Englmaier antwortet darauf, dass das ursprüngliche Thema längst abgehandelt wurde und dass Jens „zu spät“ begonnen hat, aktiv an eben dieser Diskussion teilzunehmen, um den Verlauf mitzubekommen. Mittlerweile sei „eben Spaß daraus“ geworden. Die Verwendung des Emoticons :P, also der rausgestreckten Zunge (vgl. § 7.1.3), deutet dabei darauf hin, dass diese Sequenz durchaus nicht ganz ernst gemeint ist. Insgesamt wird das Phänomen der freien Themenentwicklung hier aber nur implizit als Merkmal der Gruppe offenbart. Anders sieht es dagegen in Beispiel 133 aus Korpus IV, fast ein Jahr später, aus. Dort wird in der dargestellten Sequenz durch Paolo Gödecker ganz explizit darauf hingewiesen, wie losgelöst von der initialen Fragestellung innerhalb einer Post-Kommentar-Episode kommuniziert wird. Durch die Verwendung vom „immer“ referiert er dabei auf die eben durch die Kommunikationsaktivität emergierte Historizität und identifiziert diese Kommunikationspraxis als Merkmal der Gruppe. Sowohl Olaf Vogel als auch David Feger machen im Verlauf der Sequenz deutlich, dass diese Feststellung für sie keinesfalls innovativ ist, und bestätigen damit auf der metakommunikativen Ebene die Rolle der freien Themenentwicklung als stil-konstituierendes Merkmal der Gruppe „Skifahren“. Während das erste der beiden aufgeführten Beispiele sich eindeutig auf eine Interaktionseinheit, nämlich die aktuelle Post-Kommentar-Episode, bezieht, wird der Bezug im zweiten Beispiel später weiter gefasst. Zunächst wird auch dort auf die aktuelle Diskussion zur „obige[n] Fragestellung“ verwiesen. Durch die Erweiterung der Referenz durch „immer“ und die Reaktionen der anderen Akteure wird jedoch deutlich, dass

hier andeutungsweise auch Metakommunikation im weiteren Sinne, nämlich über die Praxis innerhalb der Gruppe allgemein, stattfindet. Problematisch gestaltet sich dabei wie oben beschrieben die Abgrenzung einer Interaktionseinheit, denn es wäre ja auch möglich, die gesamten Kommunikationsaktivitäten innerhalb der Gruppe als Interaktionseinheit zu betrachten, sodass wir es wiederum mit Metakommunikation im engeren Sinne zu tun hätten. Noch stärker ausgeprägt ist dieses Phänomen im folgenden Beispiel. Ursprung der metakommunikativen Sequenz ist wiederum die aktuelle Post-Kommentar-Episode, letztlich wird jedoch die vermeintliche Zensur durch Facebook am Beispiel einer anderen Gruppe thematisiert, sodass die Interaktionseinheit hier in jedem Fall überschritten wird und es zu einer Thematisierung allgemeinerer sprachlich-kommunikativer Phänomene kommt.

Beispiel 134: Metakommunikation IV: Zensur (Korpus III)

Wo ist mein Beitrag?

K1178 23.3.12 07:43 von Olaf Vogel

Olli der is wech... Wie so oft hahaha

K1179 23.3.12 08:54 via Handy von Jens Schulze

was stand in dem beitrage? ☺

K1180 23.3.12 09:18 von Paolo Gödecker

Das Olli kein "Ski-Baby" will, da er ein "Sylt Baby" hat und der Eintrag ist tatsächlich wech ☺

K1181 23.3.12 09:50 via Handy von Jens Schulze

wahrscheinlich, damit die Leute nicht glauben, das 208are ne Wasserski Seite ... wobei ich auf Sylt noch keine Wasserskifahrer gesehen habe ...

K1182 23.3.12 09:51 von David Feger

Dirk, ich ja auch nicht.... aberd ennochs chon nen Ding einen beitrage wegfallen zu lassen. Ich hatte das mit Olli schon einmal im IschGEIL Forum hier bei FB..... unfassbar son Scheiss...

K1183 23.3.12 09:52 von Jürgen Schulz

Die Sequenz zeigt also eine metakommunikative, kritische Auseinandersetzung mit den Kommunikationsbedingungen bei Facebook. Es geht um einen Beitrag von Olaf Vogel, der nicht mehr sichtbar ist. Es wird nun gemutmaßt, dass dies inhaltliche Gründe hat, was quasi einer Zensur durch die Plattform Facebook gleichkommen würde. Als Evidenz dafür wird eine ähnliche Situation in einer anderen Gruppe zum Thema „Ischgl“ erwähnt. Hier werden also durch Medium bzw. Kommunikations(platt)form motivierte Charakteristika der Gruppe

„Skifahren“, nämlich die Organisation und Archivierung von Beiträgen, thematisiert. Im Normalfall beinhaltet diese die Speicherung aller verfassten Beiträge, sodass im weiteren Gesprächs- bzw. Diskussionsverlauf darauf verwiesen werden kann. In dieser Sequenz wird ein Verstoß gegen diese Praxis seitens der Plattform Facebook festgestellt, sei es aus inhaltlichen oder technischen Gründen, das kann hier nicht hinreichend geklärt werden. In jedem Fall zeigt dies aber, dass auch stark vorstrukturierte und vorgegebene Komponenten des sozialen Stils als solche von den Gruppenmitgliedern wahrgenommen werden und Unregelmäßigkeiten auf dieser Ebene schnell identifiziert werden.

7.1.15 Fiktionalisierungen

Ein weiteres Verfahren zur Herstellung des sozialen Stils innerhalb der Gruppe „Skifahren“ ist die Fiktionalisierung. Dabei lässt sich während einer Plauderei, die, wie schon mehrfach erwähnt, häufig aus Diskussionen zu einem Thema entsteht, ein Wechsel in eine spielerische Modalität beobachten, sodass kreative und spielerische Sequenzen aufkeimen, die in einen übergreifenden, thematisch orientierten Kommunikationsverlauf eingebettet sind. Dabei wird dann nicht nur mit der sprachlichen Form spielerisch und kreativ umgegangen (vgl. dazu § 7.1.9 zu Sprachkreativität und Spielen mit (Schrift-)Sprache), sondern auch mit der Vorstellung, dass es sich bei der Umgebung der Gruppe „Skifahren“ um einen Raum handelt, in dem die Akteure (physisch) „anwesend“ sind und in dem sie fiktive Handlungen durchführen. Ein ähnliches Phänomen dieser Art wurde von Storrer & Beißwenger (2012) im Kontext des Chatters als interaktionsorientiertem Schreiben¹⁰⁶ beschrieben. Dabei entstehen im Chat spielerische Sequenzen, in denen die Akteure den metaphorisch konstituierten Chatraum mit fiktiven Objekten und Handlungen ausgestalten (Storrer & Beißwenger 2012:94). Dies kann dann sogar dazu führen, dass sich „Chatter auf das Thema einer Spielszene verständigen, in dazu passende Rollen schlüpfen, die damit verbundenen Darstellungsaufgaben übernehmen und sich aus verschiedenen Perspektiven an der interaktiven Ausgestaltung der Szene beteiligen“ (ebd.:104f). Die beiden Autoren bezeichnen

¹⁰⁶ „Im Gegensatz zum *textorientierten Schreiben* steht beim interaktionsorientierten Schreiben nicht das Schreibprodukt, sondern die laufende Interaktion im Zentrum; dabei bilden sich schriftsprachliche Formulierungsmuster heraus, die spezifisch auf die Rahmenbedingungen der Nähekommunikation (nach Koch & Oesterreicher 1985, A.K.) (...) zugeschnitten sind. Diese interaktionsorientierte Schreibhaltung prägt insbesondere die sog. *synchronen* Formen der internetbasierten Kommunikation, in denen die Beteiligten zeitgleich auf einen über Computer- und Netzwerktechnologie vermittelten Kommunikationsverlauf orientiert sind und mit ihren schriftlichen Beiträgen unmittelbar und direkt aufeinander reagieren“ (Hervorhebung im Original) (Storrer & Beißwenger 2012:92f).

diese Sequenzen als „interaktive Lesespiele¹⁰⁷“ (Storrer & Beißwenger:108). Ganz so weit geht es in den Daten der Korpora III und IV zwar nicht, dennoch lassen sich zumindest Fiktionalisierungen im oben beschriebenen Sinne beobachten, die als stil-konstituierende Merkmale der Gruppe identifiziert werden können. Storrer & Beißwenger (ebd.:120) weisen ebenfalls darauf hin, dass „Fiktionalisierungen (...) kein reines Spezifikum des Chattens [sind], sondern ein generelles Phänomen phatischer Netzkommunikation, das man auch beim Instant Massaging, in Diskussionsforen, in sozialen Netzwerken (StudiVZ, Facebook) (...) beobachten kann“.

Das folgende Beispiel 135 entstammt einer Post/Kommentar-Episode, in der es ursprünglich um die Frage von Manuela Berger geht, die eine Begleitung aus dem Raum München im Alter von ca. 25 Jahren zum Skifahren sucht. Daran schließen sich dann einige Kommentare an, in denen ältere Gruppenmitglieder ihr Interesse bekunden und gleichzeitig bedauern, dass sie dann wohl als zu alt gelten. Nachdem sich also niemand aus der Zielgruppe der initialen Fragestellerin meldet, fragt diese wiederum wohin denn diejenigen, die sich zu Wort gemeldet haben, zum Skifahren fahren. Darauf folgen dann einige Antworten und David Feger schlägt schließlich vor „*vielleicht sollten wir zu dritt fahren... Mama, Papa, Tochter* (-:“. Hier beginnt die potentiell fiktionale Sequenz:

Beispiel 135: „Mama, Papa, Tochter“ (Korpus III)

vielleicht sollten wir zu dritt fahren ... Mama, Papa, Tochter (-:

K688 19.2.12 13:49 von David Feger

@David: war das nun ein Antrag an Sonja, oder nur die Planung eines Ski-WE???

K689 19.2.12 14:01 von Rainer Ohlfert

Soll ich dann die Tochter spielen oder wird die an dem WE hergestellt :P

K690 19.2.12 14:35 via Handy von Manuela Berger

jetzt werd ich gleich rot ... egal was ich jetzt antworte, es kann nur noch was falsches dabei rauskommen (-:

K691 19.2.12 14:41 von David Feger

@Manuela: Klar, Du sagst einfach immer „Papa zahlt“ ...

K692 19.2.12 14:44 von Rainer Ohlfert

¹⁰⁷ „Die phatische Kommunikation wird abgelöst durch ein neues, speziell eingeleitetes Kommunikationsereignis, das sich im Vergleich zur Vorkommunikation durch einen hohen Grad an Themenzentrierung, durch eine veränderte Kommunikantenkonstellation, durch ein hohes Maß an thematischer und sozialer Vorstrukturierung, durch neue und explizit ausgehandelte Beteiligungsrollen sowie durch seine Verlagerung an einen besonderen >Ort< auszeichnet. Kommunikationsereignisse dieser Art bezeichnen wir als *interaktive Lesespiele*“ (Hervorhebung im Original) (Storrer & Beißwenger 2012:108).

@David: richtig erkannt, also was ist die Antwort?

K693 19.2.12 14:45 von Rainer Ohlfert

Yeah ich bin dabei wenn der pappi alles bezahlt :D

K694 19.2.12 14:48 via Handy von Manuela Berger

ich auch:)

K695 19.2.12 15:10 von Sonja Englmaier

Tja David, nun ist es an Dir ;-)

K696 19.2.12 15:11 von Rainer Ohlfert

Immer das Gleiche (-:

K697 19.2.12 15:23 via Handy von David Feger

Auf David gib dir nen Ruck! ;)

K698 19.2.12 15:37 von Mario Liebeskind

nach diesen Verwirrungen? (-: Und dann noch als sugar daddy?

K699 19.2.12 23:10 von David Feger

Der Vorschlag von David Feger, dass man ja als Familie fahren könnte, also er als „Papa“, Sonja Englmaier als „Mama“ und Manuela Berger als „Tochter“, wird von Rainer Ohlfert direkt aufgegriffen, indem er fragt, ob David Feger damit implizit Sonja Englmaier einen Heiratsantrag machen wollte, oder ob es ihm nur um die Planung eines gemeinsamen Skiwochenendes geht. Manuela Berger fragt daraufhin, ob sie dann die Tochter spielen soll oder ob die an dem Wochenende „hergestellt“ wird. Hier lässt sich also beobachten, dass die beiden kommentierenden Akteure bereit sind, sich auf die Fiktionalisierung einzulassen. Ihre Nachfragen dienen der Konkretisierung der Situation und damit einer Ausgestaltung der Spielszene im Hinblick auf die Rollenverteilung. David Feger ist mit der Resonanz auf seinen ursprünglich vermutlich nur scherzhaft gemeinten Vorschlag, man könne ja zu dritt fahren, etwas überfordert und entzieht sich einer Antwort („*jetzt werd ich gleich rot... egal was ich jetzt antworte, es kann nur noch was falsches dabei rauskommen*“ (-:“). Damit lässt er sich nicht wirklich auf die spielerische Sequenz ein. Rainer Ohlfert hingegen, dem eigentlich gar keine Rolle zugetragen wurde, facht dann die Fiktionalisierung weiter an, indem er vorschlägt, dass Manuela die Vorteile eines solchen Szenarios sehen soll und sich während des Skifahrens einfach alles von David Feger als „Papa“ bezahlen lassen könnte. Daraufhin erklärt Manuela Berger, dass sie bei dem Familienausflug auf jeden Fall dabei ist, wenn der „Papa“ alles bezahlt. Sonja Englmaier, der die Rolle der „Mama“ zugetragen wurde, schließt

sich dem an. David Feger entzieht sich weiterhin einer Stellungnahme und nimmt dementsprechend seine Rolle trotz Anfeuerungen durch Rainer Ohlfert und dem weiteren Mitleser Mario Liebeskind nicht an. Die fiktionale Sequenz kommt also wieder zum Erliegen, weil eine der Hauptrollen, wenn nicht *die* Hauptrolle und gleichzeitig auch (unbewusster) Initiator der Fiktionalisierung, nämlich „Papa“ David Feger seine Rolle nicht annimmt und sich nicht mehr zeitnah zu Wort meldet. Er scheint erst am späten Abend wieder in der Gruppe anwesend zu sein. In diesem Kommunikationsverlauf veröffentlicht er, wie man im Beispiel sieht, erst um 23 Uhr 10 seinen nächsten Kommentar.

Verglichen mit den Chatbeispielen für fiktionale Sequenzen, die Storrer & Beißwenger (2012) geben, ist der Grad der Fiktionalisierung hier sehr gering. Gleichzeitig wird nicht vorrangig die Facebook-Umgebung der Gruppe „Skifahren“ als Raum ausgestaltet, sondern eher ein fiktionaler und noch zu definierender Skiort. D.h., dass hier der Ort Facebook bzw. Gruppe „Skifahren“, oder noch genauer eben diese Post/Kommentar-Episode als Raum wahrgenommen wird, in dem die Akteure im metaphorischen Sinne anwesend sind. Dies lässt sich zum Beispiel an der Thematisierung des *„jetzt werde ich gleich rot“* durch David Feger festmachen, der mit dieser Aussage die para- bzw. nonverbale Ebene kompensiert (vgl. § 7.1.4). Allerdings wird dann in der potenziellen fiktionalen Sequenz der Ort verlagert, und zwar hin zu einem noch näher zu definierenden Skiort, wozu es aus oben genannten Gründen jedoch nicht kommt. Dennoch lässt sich anhand dieser zumindest im Ansatz fiktionalen Sequenz der Wechsel in eine spielerische Modalität beschreiben, die deutlich über die in Kapitel 7.1.9 dargestellte Sprachkreativität hinausgeht und interaktiv ausgehandelt wird.

7.1.16 Insiderwissen

Eine Komponente des sozialen Stils innerhalb der Gruppe „Skifahren“ auf der Ebene sozialer Phänomene ist das Insiderwissen. Darunter wird hier Wissen verstanden, das unter Mitgliedern der Gruppe „Skifahren“, die wiederum zu der Gruppe der Skifahrer im Allgemeinen gezählt werden können, vorausgesetzt wird und daher kommunikativ in der Regel nicht ausgehandelt wird. Dieses Wissen wird zum einen durch die Verwendung von Fachsprache, Jargon und Toponymen (§ 7.1.2) sowie zum anderen anhand der in Abschnitt 7.1.8 erwähnten konventionalisierten Konnotationen markiert und wird somit zum sozialen Phänomen innerhalb der Gruppe. Ähnlich wie bereits für die konventionalisierten Konnotationen in Kapitel 7.1.8 festgestellt, haben wir es im Bereich des Insiderwissens mit einem Kontinuum zu tun, an dessen einem Ende ein Vorrat an Insiderwissen steht, das der

Gruppe der Skifahrer allgemein entstammt und auch in der Facebook-Gruppe vorausgesetzt wird. Am anderen Ende findet sich Insiderwissen, dass sich durch die Kommunikationsaktivitäten innerhalb der Gruppe aufbaut.



Abb. 18: Kontinuum: Insiderwissen innerhalb der Gruppe „Skifahren“

Im Folgenden wird das adoptierte Insiderwissen an zwei Beispielen illustriert.

Beispiel 136: Insiderwissen „Gletscher“ (Korpus III)

War schon da! Ist halt ein Gletscher. Kann kalt werden, da sehr hoch. Die Lifтанlagen sind nicht die modernsten (Stand vor 5 Jahren). Schnee grandios! Würde aber nicht zwingend nochmal hinfahren...

K527 31.1.12 18:08 von Nadine Drewer

Dieses erste Beispiel ist einer Post/Kommentar-Episode entnommen, die der Beantwortung der Frage dient, ob jemand schon einmal in Flattach am Möllntaler Gletscher (Kärnten) war, und wie das Skigebiet dort ist. Während die vorausgehende Antwort sich auf Hörensagen und den Skiatlas als Quelle bezieht, verweist Nadine Drewer mit ihrer Antwort „*War schon da! Ist halt ein Gletscher.*“ auf eigene Erfahrung und Insiderwissen, wobei man anhand ihrer Formulierung annehmen kann, dass ihre Erfahrungen anscheinend das Insiderwissen stützen. Zwar steht zwischen den beiden Sätzen keine Konjunktion, die den zweiten Satz dem ersten unterordnet, dennoch wird hier eine konsekutive Bedeutung (im Sinne von „Ich war schon da, sodass ich bestätigen kann, dass es halt ein Gletscher mit den üblichen Eigenschaften ist“) transportiert. Für Insider ist demnach klar, was man von einem Skigebiet auf einem Gletscher zu erwarten hat, nämlich dass es dort keine Bäume gibt, was bei schlechtem Wetter zu sehr schlechter Sicht führt, da es keine Kontraste gibt. Des Weiteren gibt es auf einem Gletscher meist überwiegend flache, also einfache Pisten, sodass derartige Gebiete für geübte Skifahrer recht schnell langweilig werden. Speziell für den Möllntaler Gletscher fügt sie dann noch hinzu, dass es dort aufgrund der extremen Höhe sehr kalt werden kann, dass die Lifтанlagen „*nicht die modernsten*“ sind, sowie dass der Schnee dort bei ihrem Besuch sehr gut war.

Beispiel 137: Insiderwissen „Rummel vs. Masner“ (Korpus III)

@ David noch schlimmer, wenn man dafür auch noch extra bezahlen muss:(mir hat der teure Sikpass und die Skischulpreise gereicht und der Rummel oben am Berg und mein unglückliches Kind in der großen Skigruppe und Skilehrer, der kein deutsch gesprochen hat usw usw einzig das Masmergebiet reizt mich noch....

K624 25.2.12 12:13 von Sonja Englmair

Dieser Ausschnitt ist in Folge einer Frage durch Else Schumacher entstanden, die der Community zunächst in einem Post mitteilt, dass ihre Firmenreise (die zuvor schon einmal thematisiert wurde) abgesagt wurde, und dass sie stattdessen einen Skiurlaub in Nesselwang (Allgäu) gebucht hat. Da das Skigebiet dort recht klein ist, möchte sie nun wissen, wo man in der Nähe von Nesselwang noch gut Skifahren kann, bzw. wohin es sich evtl. lohnt einen Tagesausflug zu machen. Infolge dessen werden dann in den Kommentaren einige Vorschläge genannt, unter anderem Serfaus, Fiss, Ladis (Tirol), und es entwickelte sich eine Diskussion über eben dieses Skigebiet und die kommerzielle Entwicklung, die es in den letzten Jahren durchgemacht hat. Serfaus, Fiss, Ladis hat eine Vorreiterposition bei Skigebieten mit Attraktionen, die kaum noch etwas mit Wintersport zu tun haben und eher an eine Kirmes erinnern. So gibt es eine Reihe von Animationsangeboten für Kinder und Erwachsene, u.a. den „Fisser Flieger“¹⁰⁸, ein Fluggerät an einem Seil, das einem Drachenflieger ähnelt und 4 Passagiere aufnehmen kann, und den „Skyswing“¹⁰⁹, in dem 6 Personen gleichzeitig für kurze Zeit während 12 Metern freiem Fall die Schwerelosigkeit erleben können. In Ihrem Kommentar in dem Beispiel 137 verweist nun Sonja Englmair auf dieses Insiderwissen, indem sie die Verhältnisse im Skigebiet von Serfaus, Fiss Ladis als „Rummel“ beschreibt, für den man auch noch „extra bezahlen muss“, obwohl man die Angebote weder gutheißt noch nutzen möchte. Demgegenüber stellt sie das Skigebiet Masner, das sie dort schon noch reizt. Allein durch ihre kontrastierende Erwähnung vom „Rummel“ in Fiss und dem „Masmergebiet“ (sic!) oberhalb von Serfaus lässt sich vermuten, dass sich das Gebiet Masner vom restlichen Skigebiet von Serfaus, Fiss, Ladis unterscheidet. Dahinter steckt jedoch ebenfalls Insiderwissen, das hier innerhalb der Gruppe nicht kommunikativ ausgehandelt werden muss, sondern auf das aufgebaut werden kann. Das Gebiet Masner¹¹⁰ unterhalb des Masnerkopfes ist das höchstgelegenste, daher aber auch ein eher abgeschiedenes Gebiet innerhalb des Skigebiets Serfaus, Fiss, Ladis. Das bedeutet zum einen, dass man dort keinen

¹⁰⁸ http://www.serfaus-fiss-ladis.at/de/winter/highlights/mit+dem+fisser+flieger+abheben_h53656 [letzter Zugriff: 26.11.13].

¹⁰⁹ https://www.serfaus-fiss-ladis.at/de/winter/highlights/Skyswing+-+der+Kick+im+Winter_h53658 [letzter Zugriff: 26.11.13].

¹¹⁰ <http://www.serfaus-fiss-ladis.at/de/winter/winterpanorama> [letzter Zugriff: 26.11.13].

Kunstschnee vorfindet, zum anderen gab es dort bis vor wenigen Jahren noch ältere Lifte (Schlepplifte), die von Urlaubern teilweise als mühsam und unbequem empfunden wurden. Zusammen mit der Tatsache, dass die Pisten dort anspruchsvoll sind, und wegen der längeren Anreise von den Orten aus, sind dies alles Gründe dafür, dass das Gebiet weniger frequentiert wird und daher unter Kennern des Gebiets als Insidertipp gehandelt wird.

Im folgenden Beispiel wird deutlich, wie gruppenspezifisches Insiderwissen aktiviert und kommunikativ behandelt wird. Der Initialpost besteht aus einem Foto eines Rennskifahrers in kurzer Hose. Der Text zu dem Foto ist eine offene Frage an die Gruppenmitglieder nach deren Meinung zu dem abgelichteten Motiv. Die Tatsache, dass jemand in kurzer Hose Ski fährt, ist schon allein im Hinblick auf die Verletzungsgefahr ungewöhnlich und bedenklich, von den üblicherweise niedrigen Temperaturen beim Skifahren einmal abgesehen. Es wäre also zu erwarten, dass die Kommentare in dieser Episode in diese Richtung argumentieren. Dem ist jedoch nicht so. David Feger lenkt mit seiner scherzhaften Frage danach, ob es sich bei dem Mann auf dem Foto um „Tino Schnee“ handelt, den Fokus der Diskussion auf das in der Gruppe allgegenwärtige und hier ebenfalls bereits erörterte Thema der Akteurin Tanja Ski (§ 7.1.8). Er etabliert hier also zunächst eine Analogie zwischen Tanja Ski und dem vermeintlichen Tino Ski, die für Mitglieder der Gruppe nur dadurch Sinn ergibt, dass deren Wissen über Tanja Ski und ihre Aktivitäten und Selbstdarstellungsstrategien innerhalb der Gruppe aktiviert wird. In den folgenden Kommentaren wird diese Analogie weiter humoristisch bearbeitet, bis David Feger schließlich die Unterschiede zwischen Tanja und Tino Ski zusammenfasst und kontrastierend feststellt, dass es sich bei dem geposteten Foto des Mannes nicht um „so ne aufgesetzte ,Erotik““ handelt. Damit verweist er auf das innerhalb der Gruppe geteilte Wissen darüber, was mit „aufgesetzte[r] Erotik“ gemeint ist, nämlich eben genau das Auftreten Tanja Skis, das von den Gruppenmitgliedern, wie oben bereits beschrieben, wenig geschätzt wird („na, die meisten finden die Kombination aus Information und mehr gewollt als gekonntem Verkauf über leichtbekleidete Fotos eher aufdringlich ...“ (K1344, Korpus III).

Insgesamt betrachtet deutet vor dem Hintergrund eines Kontinuums an Wissensvorräten innerhalb der Gruppe „Skifahren“, wie schon oben für die konventionalisierten Konnotationen festgestellt, einiges darauf hin, dass der soziale Stil Komponenten enthält, die neben medial und kommunikations(platt)formbedingten sowie kommunikativen und sozialen Komponenten, auch objektbedingt sind, was wiederum darauf zurückzuführen ist, dass die Gruppe „Skifahren“ auf Facebook eine Untergruppe der viel größeren Gruppe der Skifahrer allgemein darstellt (vgl. § 7.2).

Beispiel 138: „aufgesetzte Erotik“ (Korpus III)

was haltet ihr davon?



P212 19.3.12 12:20 von Christian Stopfel

ist das Tino Ski? (-:

K1202 19.3.12 16:10 von David Feger

hahahaha ☺ einfach fantastisch, dirkules ☺

K1203 19.3.12 16:17 von Paolo Gödecker

wobei Tino ne bessere Figur macht ...

K1204 19.3.12 16:21 von David Feger

er ist oben rum aufgeknöpft und hat trotzdem noch was drunter! Er fährt auch deutlich aggressiver als Tanja "maze" ☺

K1205 19.3.12 16:24 von Paolo Gödecker

ja, das ist nicht so ne aufgesetzte "Erotik" (-:

K1206 19.3.12 16:26 von David Feger

7.1.17 Höflichkeit

Zum sozialen Stil der Gruppe „Skifahren“ gehört auch das Phänomen der sprachlichen Höflichkeit. Es wurde bereits erwähnt, dass die Themenzentrierung innerhalb der Gruppe häufig in den Hintergrund gerät, sodass dafür der Aspekt der Beziehungspflege an Bedeutung gewinnt und Inhaltsebene und Beziehungsebene hier verschmelzen. Sowohl in themenzentrierten als auch in solchen durch Plauderei¹¹¹ gekennzeichneten Post-Kommentar-Episoden lassen sich verschiedene Höflichkeitsstrategien feststellen. Thaler (2012a,b) entwickelte eine bis dato fehlende Grundlage für die höflichkeitstheoretische Analyse

¹¹¹ „Gespräche, die dem privaten thematisch ungebundenen Austausch zum Zweck der Aufnahme und Fortführung sozialer Beziehungen dienen“ (Thaler 2012a:81)

kommunikativer Sprachhandlungen am Beispiel von deutscher und französischer Chat-Kommunikation. Eine vollständige Erklärung ihres Modells würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen; einige ihrer Ergebnisse sollen jedoch hier aufgegriffen werden, da sie sich in den Daten der Gruppe „Skifahren“ widerspiegeln und die verwendeten Höflichkeitsstrategien so theoretisch eingeordnet werden können. So unterscheidet Thaler (2012a,b), deren Theorie sich teilweise auf wesentliche Grundannahmen, insbesondere in Bezug auf die Terminologie des *face*¹¹², der Höflichkeitstheorie von Brown & Levinson (1978, 1987) stützt, zwischen Strategien der Nähe und Strategien der Distanz, gleichzeitig betont sie jedoch, dass jede zwischenmenschliche Beziehung und somit auch Höflichkeit ein Balance-Akt zwischen Nähe und Distanz ist, was dazu führt, dass Strategien immer in ihrem Kontext analysiert werden müssen (vgl. Thaler 2012a:204ff).

Unter Strategien der Nähe fasst die Autorin diejenigen Strategien in ihren Daten zusammen, die sprachliche Handlungen darstellen, die den *positive face*-Wunsch des Hörers erfüllen. Es handelt sich somit um Strategien zum Ausdruck zwischenmenschlicher Nähe und Vertrautheit. Dazu gehören Ausdruck von Zuneigung, Ausdruck von Gemeinsamkeit, Positive Bestätigung und Einsatz von Humor (vgl. ebd.:90-157 sowie Abb. 19). Als Strategien der Distanz werden sprachliche Äußerungen bezeichnet, die den negative face-Wunsch erfüllen sollen. Das bedeutet, dass dem Gesprächspartner signalisiert werden soll, „dass dessen Wunsch nach Ungestörtheit, Privatsphäre und Handlungsfreiheit respektiert“ (Thaler 2012b:139) wird. Somit zählen dazu Modifikationen der illokutionären Kraft des betreffenden Sprechakts, d.h. Modifikation durch Partikeln, Emoticons, Akronyme, Modifikation des propositionalen Gehalts sowie subsidäre Akte (vgl. ebd. 159-204 sowie Abb. 19). In den Chatdaten der Autorin besitzen die Strategien der Distanz eine geringere Frequenz als die Strategien der Nähe.

Strategien der Nähe	Strategien der Distanz
Ausdruck von Zuneigung Hypokoristische Anredeformen Positive Attribuierung Ausdruck von Gefühlszuständen Ausdruck körperlicher Nähe Liebesbekundungen	Modifikation durch Partikeln, Emoticons, Akronyme Abtönungspartikeln Abtönungspartikeln und Höflichkeit Abtönungspartikeln als Distanz-Strategien Emoticons und Akronyme Einleitende Diskurspartikel
Ausdruck von Gemeinsamkeit	Modifikation des propositionalen Gehalts

¹¹² *positive face*: „Wunsch nach Wertschätzung und Anerkennung“ (Thaler 2012a:204); *negative face*: „Wunsch nach Selbstbestimmung und Handlungsfreiheit“ (ebd.:205); „in den meisten zwischenmenschlichen Interaktionsprozessen sind beide *face*-Wünsche zumindest latent vorhanden“ (Hervorhebung im Original) (ebd.:204)

Geteilte Werte und Vorlieben Körpersprachlicher Ausdruck von Gemeinsamkeit Gegenseitiges Anlächeln, Blickkontakt Gegenseitiges Winken Gegenseitiges Küssen und Umarmen Gemeinsame Aktivitäten Gemeinsame virtuelle Aktivitäten Einladungen zu gemeinsamen realen Aktivitäten	Indefinitpronomen Laterale Adressierung Diminutive Bedeutungskomponente Epistemische Verben Fragemodus Modaladverbien
Positive Bestätigung Einfache positive Werturteile Lächeln Kurzer Kommentar Lachen Erröten und Verlegenheit Kuss Erweiterte positive Werturteile Lob Ausdruck des Erstaunens Dank Hörersignale	Subsidäre Akte Vorbereitende Handlungen Ankündigung der Handlung Frage nach der Erlaubnis der Ausführung Unterstützende Handlungen Begründung Ego-Abwertung Antizipierender Dank Verweis in die Zukunft
Einsatz von Humor Frotzeln Scherze auf eigene Kosten Wortspiele Späßige Fantasien Späßige Rollenspiele Ironie	

Abb. 19: Höflichkeitsstrategien der Nähe und Distanz nach Thaler (2012a)

Qualitative Analysen von Beispielsequenzen zeigen, dass sowohl Strategien der Nähe als auch der Distanz innerhalb der Gruppe „Skifahren“ verwendet werden, und zwar häufig auch kombiniert. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass es innerhalb der Gruppe eben nicht vordringlich um die Aufnahme und Pflege sozialer Beziehungen geht, sondern auch und vor allem um den Austausch von Informationen zum Thema Skifahren. Strategien der Nähe umfassen in meinen Daten hauptsächlich geteilte Werte und Vorlieben sowie den Einsatz von Humor, v.a. Ironie, häufig angezeigt durch die Verwendung von Emoticons (§ 7.1.10, 7.1.11). Wichtigste Strategie der Distanz ist die Modifikation des Geschriebenen ebenfalls durch Emoticons. Dies soll im Folgenden anhand zweier Beispiele illustriert werden.

Beispiel 139: Höflichkeit : Modifikation durch Emoticons I (Korpus III)

Kann jemand von Hintertux berichten? Wie weit geht Abfahrt?

P4 1.11.11 09:26 via Handy von Andreas Rief

bis zur vorletzten gondel... ab dann nur mit der bahn weiter über mittelstation ins tal...!!

K4 1.11.11 14:53 von Johann Heisterkamp

also ich hab in erinnerung das man, wenn genug schnee dort is, bis ins tal fahren kann

K5 1.11.11 15:32 von Laura Karl

wenn genug schnee ist, kann man meist bis ins tal fahren...!! :P vor 2 wochen als ich da war, konnte nur oben gefahren werden und man musste mit 2 gondeln wieder runterfahren... ;)

K6 1.11.11 15:36 von Johann Heisterkamp

In Beispiel 139 geht es um die Frage eines Gruppenmitglieds nach den Pisten bzw. Schneeverhältnissen in Hintertux im Zillertal/Österreich. Es ist dabei nicht ersichtlich, ob sich die Frage auf das Skigebiet generell oder auf die aktuelle Situation, also Anfang November 2011, bezieht. Diese Unsicherheit wird in der folgenden Sequenz deutlich. Johann Heisterkamp antwortet, dass man bis zur vorletzten Gondel auf Ski abfahren kann. Ab dort geht es laut seiner Aussage nur mit der Bahn weiter runter. Hier wird zunächst nicht klar, ob er sich allgemein oder zur aktuellen Situation äußert. Laura Karl antwortet dann jedoch ebenfalls und erklärt, dass man dort ihrer Erinnerung nach auf Ski bis ins Tal abfahren kann, vorausgesetzt, die Schneelage ist ausreichend. Sie bezieht sich mit ihrer Antwort also auf das Skigebiet Hintertux allgemein und hat demnach auch die Ausgangsfrage so verstanden. Abschließend meldet sich dann Johann Heisterkamp nochmal zu Wort, indem er die vorhergehende Antwort von Laura Karl aufgreift. Durch seine Aussage, dass man bei entsprechender Schneelage meistens bis ins Tal abfahren kann, entwertet er zunächst die Aussage von Laura Karl, und zwar auf eine tendenziell facebedrohende Art und Weise, da er ihr Wissen über Skifahren in Frage stellt. Er modifiziert dies jedoch durch die nachfolgende Verwendung des Emoticons :P, also der herausgestreckten Zunge, und macht somit deutlich, dass ihm bewusst ist, dass seine Aussage frech ist und das sie zudem nicht ganz ernst gemeint ist. Gleichzeitig offenbart er mit dem Nachtrag, dass er kürzlich dort im Skigebiet war und sich seine Antwort dementsprechend auf aktuelle Erfahrungswerte beruft, dass er die Frage so verstanden hat, dass es um die momentane Situation in Hintertux geht, und macht durch die Verwendung des abschließenden und versöhnlich zwinkernden Emoticons ;) deutlich, dass er auch der Meinung ist, dass dies die richtige Lesart der Ausgangsfrage ist. Damit ist dieses letztere Emoticon im Vergleich zum Zunge raustrecken eher als Strategie der Nähe einzuordnen.

Beispiel 140: Höflichkeit : Modifikation durch Emoticons II (Korpus III)

skifahren! Jemand von euch am 30.03. am Arlberg, der Lust hat mit skizufahren?

P221 29.3.12 09:21 von Andrea Meier

Willst bei der bescheiden Wettervorhersage wirklich an Arlberg?

K1326 29.3.12 12:19 via Handy von Fritz Beller

Lust auf Sulz :-D Spaß hat man aktuell höchstens aufm Gletscher

K1327 29.3.12 12:45 von Max Winkel

@ Max Winkel : stimmt nicht, war gerade bis montag 8 tage in lech und es herschen beste bedingungen, im madloch z.b. noch reiner powder sowie im albona hang unter dem gradhaus.....

K1328 29.3.12 12:56 von Thorsten Allenstein

ui, 2-3 Nordhänge, wo es über 2.500m noch Spaß macht...

K1329 29.3.12 12:59 von Max Winkel

schmarrn, es macht überall noch spass....geht richtig gut...aber da du ja auch offensichtlich vor ort warst, kannst du die bedingungen ja bestens einordnen ;-)))

K1330 29.3.12 13:02 von Thorsten Allenstein

in den letzten zwei Wochen hat sich nichts verbessert! Und auch wenn es etwas kälter geworden ist, aus Sulz wird höchstens hartgepresster gefrorener Altschnee, aber kein Pulver mehr

K1331 29.3.12 13:22 von Max Winkel

es gab am 19.3. 20cm neuschnee am arlberg....soviel zum thema es hat sich nix geändert.....hey, ich war gerade da und du kannst es mir einfach glauben ;-)))

K1332 29.3.12 13:24 von Thorsten Allenstein

Im Beispiel 140 handelt es sich um eine Gesprächssequenz über die aktuelle Wetter- bzw. Schneesituation am Arlberg/Österreich Ende März 2012. Andrea Meier initiiert die Post/Kommentar-Episode indem sie in die Gruppe fragt, ob jemand Lust hat mit ihr am nächsten Tag, also am 30.03.2012, am Arlberg Ski zu fahren. Der User Fritz Beller fragt daraufhin, ob sie angesichts der Wetteraussichten, die offenbar schlecht sind, tatsächlich am Arlberg fahren möchte. In der Folge schalten sich auch Max Winkel und Thorsten Allenstein ein, die ihre gegensätzlichen Meinungen zur aktuellen Schneelage im Skigebiet rund um den Arlberg diskutieren. Max Winkel beginnt die Diskussion, indem er provokant behauptet, dass man zu dem Zeitpunkt nur „Sulz“, also nassen, schweren Altschnee, antrifft und man somit höchstens auf einem höher gelegenen Gletscher mit Schneeverhältnissen rechnen kann, die ein Skivergnügen ermöglichen. Thorsten Allenstein bezieht sich auf diese Aussage und

widerlegt sie, dadurch dass er auf seine eigenen Erfahrungswerte verweist. Er war demnach bis vor wenigen Tagen vor Ort in Lech, das am Arlberg gelegen ist, und kann von guten Bedingungen berichten, die er auch genauer geografisch verortet und somit konkretisiert („*madloch*“ und „*albona hang unter dem gradhaus*“). Max Winkel scheint etwas mit den Namen der Pisten, die Thorsten Allenstein nennt, anfangen zu können, denn er charakterisiert sie sofort als hochgelegene „*Nordhänge*“ und kommentiert so die vorhergehende Aussage von Thorsten Allenstein auf spöttische Art und Weise: „*ui, 2-3 Nordhänge, wo es über 2.500m noch Spaß macht...*“. Hintergrund ist hier, dass Nordhänge natürlicherweise weniger Sonneneinstrahlung ausgesetzt sind und sich der Schnee dort folglich länger hält und nicht so schnell zu Sulz wird. Dagegen hält Thorsten Allenstein, dass das so nicht stimmt und dass man überall im Skigebiet gute Bedingungen vorfindet. Gleichzeitig macht er mit der Aussage „*aber da du ja auch offensichtlich vor ort warst, kannst du die bedingungen ja bestens einordnen ;-))*“ deutlich, dass seine eigenen Aussagen sozusagen empirisch belegt sind, während die von Max Winkel offenbar ungerechtfertigt und ohne jegliche Belege sind, und er sich daher mit solchen Aussagen eher zurückhalten sollte. Um die Höflichkeit zu wahren, fügt er jedoch ein zwinkerndes Emoticon an, dessen Wirkung durch mehrere Klammern noch verstärkt wird, und tönt somit seine facebedrohende Aussage ab. Max Winkel verteidigt sich daraufhin noch einmal und erwähnt, dass er noch vor zwei Wochen vor Ort war und dass sich an den Bedingungen seither nichts verbessert hat. Auch dies kann Thorsten Allenstein jedoch schließlich widerlegen, indem er auf das Datum des letzten Neuschnees verweist, das erst 10 Tage zurückliegt. Zum Abschluss verweist er wiederum auf sein unmittelbares Wissen und wertet dadurch die Aussage seines Gesprächspartners ab, modifiziert dies aber gleichzeitig wieder mit einem zwinkernden Emoticon.

Insgesamt betrachtet lässt sich also feststellen, dass auf Höflichkeit innerhalb der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook Wert gelegt wird. Dabei werden sowohl Strategien der Nähe als auch Strategien der Distanz nach Thaler (2012a, b) verwendet, wobei die oben analysierten Beispiele stellvertretend zeigen, dass vor allem Emoticons als Höflichkeitssignale eingesetzt werden, und zwar sowohl zur Wahrung des *positive face* im Kontext von Humor und Ironie, aber auch in Situationen in denen *das negative face* bedroht wird und Inhalte modifiziert bzw. abgetönt werden sollen. Die Strategien sind je nach Kontext häufig ineinander verzahnt und ergänzen sich.

7.1.18 Geteilte Einstellungen/Geschmackspräferenzen/Werte

In den Kommunikationsaktivitäten innerhalb der Gruppe „Skifahren“ wird deutlich, dass deren Mitglieder gewisse Einstellungen, Geschmackspräferenzen und Werte teilen, sodass diese nicht mehr interaktiv ausgehandelt werden müssen. Ähnlich wie schon für die stilkonstituierenden Merkmale der konventionalisierten Konnotation und das Insiderwissen beschrieben (§ 7.1.8, 7.1.16), öffnet sich auch hier ein Kontinuum des geteilten Guts. Relevante Einstellungen, Geschmackspräferenzen und Werte können zum einen dem geistigen Gut der Gruppe der Skifahrer allgemein entstammen, zum anderen können sie sich aber auch erst durch die Kommunikationsaktivitäten innerhalb der Gruppe entwickelt und herauskristallisiert haben.



Abb. 20: Kontinuum: Geteilte Einstellungen/Geschmackspräferenzen /Werte innerhalb der Gruppe „Skifahren“

Dies soll im Folgenden am Beispiel zweier Sequenzen nachvollzogen werden. In Beispiel 141 postet Selina Schild, die offensichtlich gerade vor Ort ist, ein Foto aus der Skidestination Zermatt/Schweiz und begrüßt damit die Mitglieder der Gruppe. David Feger antwortet darauf, dass seiner Meinung nach „solche Fotos“ aus Rücksicht auf die Daheimgebliebenen verboten werden sollten. Um zu verstehen, dass es sich bei seiner Äußerung um eine scherzhafte Bemerkung handelt, obwohl sie nicht durch ein Emoticon begleitet wird, muss auf die Bedeutung von „solche Fotos“ eingegangen werden. Was bedeutet das im vorliegenden Kontext und was machen „solche“ Fotos aus? Auf dem geposteten Foto ist eine tiefverschneite Winterlandschaft unter tiefblauem Himmel zu sehen. Vermutlich von einer Piste des Skigebiets aus wurde das Wahrzeichen Zermatts, und damit ein typischen Postkartenmotiv, das Matterhorn, abgelichtet. Dem Insider fallen evtl. noch weitere Details auf, wie etwa einige Nebelschwaden, die darauf hindeuten könnten, dass es noch bis in die Nacht geschneit hat und der Himmel erst am frühen Morgen aufgeklart hat. Insgesamt spiegeln sich in dem Foto alle Voraussetzungen für einen perfekten Skitag wider: reichlich (frischer) Schnee, traumhaftes Wetter und eine atemberaubende Aussicht. Natürlicherweise ist es einem Skiurlauber aufgrund des Wetters und der Schneelage nicht immer vergönnt einen

solchen Tag innerhalb des gebuchten Urlaubs zu erleben, umso mehr wird diese Vorstellung zu einem Ideal stilisiert, das dann, wenn man es denn erleben darf, innerhalb der Gruppe wie in einem solchen Post genutzt wird, um zu zeigen, dass man einen solchen idealen Tag erwischt hat. Hinzu kommt die Funktion des von mir oben bereits beschriebenen „fishing for comments“ eines solchen Posts (§ 7.1.7). Der Verfasser teilt sein Erlebnis und seine Emotionen mit den anderen und erhofft sich positive und evtl. sogar neidvolle Reaktionen. Wenn nun David Feger in seinem Kommentar vorschlägt, dass man „solche Fotos“ im Sinne der Daheimgebliebenen verbieten sollte, so wird zum einen deutlich, dass er all die Implikationen des Fotos versteht und teilt und zum anderen gleichzeitig scherzhaft ausdrücken möchte, dass es gemein ist, die Gruppenmitglieder damit neidisch zu machen. Letzteres zeigt wiederum, dass er davon ausgeht, dass auch die „Restleser“ diese Vorstellung eines Skitag-Ideals teilen und somit verstehen, was mit „solche[n] Fotos“ gemeint ist. Ebenfalls Evidenz dafür, dass es sich um eine scherzhafte Bemerkung handelt, ist die Tatsache, dass er selbst solche Posts innerhalb der Gruppe veröffentlicht (z.B. P 216, Korpus III).

Beispiel 141: „Solche Fotos“ (Korpus III)

grüße aus zermatt...:-)



P218 27.3.12 08:51 in der Nähe von Zermatt von Selina Schild

ich finde solche Fotos sollte man, im Sinne der guten Laune der Restleser, verbieten!

K1296 27.3.12 12:31 von David Feger

Im nächsten Beispiel wird von Meike Winkler ein Werbevideo für das Skigebiet Montafon/Österreich gepostet. Als Text fügt sie hinzu, dass es sich zwar um Werbung handelt, die aber klar von jener Werbung abgegrenzt werden kann, die sonst von der Nutzerin Tanja Ski veröffentlicht wird, welche sie als „Kram“ bezeichnet. Interessant sind hier zwei Dinge, nämlich zum einen die unmittelbare Verteidigung des Posts, der Werbung darstellt,

und zum anderen die explizite Distanzierung von dem „Kram“, den Tanja Ski ansonsten postet. Es wird also deutlich, dass Werbung innerhalb der Gruppe „Skifahren“ generell eher nicht erwünscht ist, denn ansonsten würde sich Meike Winkler nicht verpflichtet fühlen, ihren Post derartig markiert zu verteidigen. Allerdings wird durch den Verweis auf Tanja Ski und in den positiven folgenden Kommentaren offenbart, dass nicht Werbung generell das Problem ist, sondern vielmehr die Vorgehensweise Tanja Skis. Die Dame ist innerhalb der Gruppe bekannt für Werbeposts für (zumeist exotische) Skigebiete, die sie selbst bereist und dort Videos dreht, in denen sie dann leicht bekleidet auf der Piste oder im Skiort zu sehen ist. Diese Videos werden dann von ihr innerhalb der Gruppe gepostet und dienen unentwegt als Ausgangspunkt für Diskussionen (s.o.). Es wird darin jedoch immer wieder deutlich, dass ein Großteil der Gruppenmitglieder diese Art der Werbung im Kontext des Skifahrens als billig und unangemessen – eben als „Kram“ – empfindet. Zwar gibt die Verfasserin des Ausgangsposts einen Hinweis auf Interpretationsmöglichkeiten, indem sie „hochgeschlossene, angezogene Skisachen“ dem „Kram“ von Tanja Ski gegenüberstellt, dennoch kommen auch hier Werte und Präferenzen der Gruppe zum Tragen, die nicht explizit ausgehandelt werden; es ist klar, auf was „Kram“ in diesem Fall referiert und was darunter zu verstehen ist.

Beispiel 142: „Kram“ (Korpus III)

diesmal zwar auch Werbung, aber dafür mit hohgeschlossenen, angezogenen Skisachen. Und nicht so ein Kram wie Tanja Ski :-)



Montafon Tourismus Winterclip 2012 (lang)

www.youtube.com

www.montafon.at Im Winter verwandelt sich das Alpental Montafon in Vorarlberg in ein wahres Ski-Eldorado. 246

P203 15.3.12 19:16 von Meike Winkler

danke, danke, danke, danke, danke,..... :-) endlich mal keine selbstdarsteller und kein escort service :-)))))) GEFÄLLT MIR HOCH TAUSEND!!!!

K110816.3.12 10:27 von Paolo Gödecker

jo, ich find´s auch gut. ;-)

K1109 16.3.12 11:04 von Olaf Vogel

schön schön – ja, Montafon sollte man mal antesten

K1110 17.3.12 09:58 von Dirk AG

Derartige geteilte Einstellungen, Geschmackspräferenzen und Werte innerhalb der Gruppe „Skifahren“ stellen weitergehend die Basis für die Pflege von Vorurteilen und Stereotypen und einer damit einhergehend entstehenden Gruppenidentität dar. Dieses stil-konstituierende Merkmal ist im Fokus des anschließenden Kapitels.

7.1.19 Pflege von Vorurteilen und Stereotypen und Gruppenidentität

Wie die folgenden Beispiele zeigen, ist die kommunikative Pflege von Vorurteilen sowie die damit einhergehende Konstruktion von bzw. Referenzierung auf Stereotypen innerhalb der Facebook-Gruppe „Skifahren“ sehr kennzeichnend. Diese Stereotypisierung ist bezogen auf verschiedene Gruppen, die durch Nationalität, Geschlecht, oder auch das bevorzugte Sportgerät charakterisiert und identifiziert werden. Natürlicherweise ist dieses Verfahren zur Herstellung von sozialem Stil eng an die oben beschriebenen geteilten Einstellungen/Geschmackspräferenzen/Werte gekoppelt.

Beispiel 143: Holländer I: fehlende skifahrerische Kompetenz und Rücksichtslosigkeit auf der Skipiste (Korpus III)

kann mich noch dran erinnern, wie ich mal nach Kappl kam ... auch so um diese Zeit ... und bin mit der Diasbahn hochgefahren ... und der Schnee fing wirklich erst aufm letzten Absatz vor der Bergstation an ... oben wars aber ok ... und ein weißes Band bis ins Tal ...

K1227 23.3.12 10:45 von David Feger

hm ja, werd ich wohl, ein Freund aus der Schweiz ist auch da ... da muß ich wohl mal früh losfahren ...

K1228 23.3.12 10:46 von David Feger

ein weißes band? dann immer schuss ;-) wie die hölländer

K1229 23.3.12 10:46 von Paolo Gödecker

Beispiel 144: Holländer II: Abgrenzung (Korpus III)

wobei man natürlich auch streng genommen sagen muss, die holländer sind ja keine mitbürger, sondern holländer :-P

K590 15.2.12 19:35 von Thorsten Allenstein

Beispiel 145: Holländer III: negative Bewertung (Korpus III)

bödefeld hunau, im sauerland, mit 1,5 längste piste im sauerland inkl. auch in flutlicht :-)) und das wichtigste: keine holländer :-)) ansonsten ist oberjoch sehr geil, da war ich vor tausend jahren mal!! das ist echt gut! ansonsten weitere geheimtipps für kleines geld: kleinwalsertal, berwang, und was auch sehr schön, relativ klein, wenig andrang und unterkünfte für nicht ganz so viel geld: pitztal! gute suche

K34 14.11.11 08:16 von Paolo Gödecker

Beispiel 146: Holländer IV: Krokusferien (Korpus III)

Thorsten, du musst Anfang März dort hin, dann sind die Holländer weg, die fahren heute alle nach Hause:) bin froh, daß ich heute nicht auf der Rückreise bin:) und David hat recht...zuviel TamTam inzwischen was mit Ski fahren nix mehr zu tun hat und bezahlen müssen alle, auch die, die nur zum ski fahren kommen...ist wie allinclusive in den Clubs wo man alles bezahlt und nur 1/3 nutzen kann:(Geldverschwendung

K619 25.2.12 12:05 von Sonja Englmaier

Beispiel 147: Holländer V: fehlende Kompetenz im Umgang mit winterlichen Straßenverhältnissen (Korpus IV)

David Feger Jeder Holländer, der ins Sauerland fährt, steht nicht bei Schnee am Fernpass und legt Ketten auf!

K187 7. Dezember 2012 um 09:05 · Gefällt mir · 1

Beispiel 148: Holländer VI: fehlende Kompetenz im Umgang mit winterlichen Straßenverhältnissen cont'd + Wohnwagen (Korpus IV)

Paolo Gödecker: das nenne ich mal ne antwort auf den ersten kommentar! ich glaube, st moritz würde sich für diesen kommentar freudschämen und das skigebiet mit sofortiger wirkung schließen, um es auf einem anderen planeten wieder aufzubauen, wo die holländer aufgrund der nicht vorhandenen infrastruktur mit wohnwagen nicht hingelangen können ...

K702 5. Februar um 09:33 · Gefällt mir · 1

David Feger: könnte man für die Holländer nicht nen Wohnwagenzug einführen, wo sie ihren Wohnwagen draufstellen können ...

K703 5. Februar um 09:37 · Gefällt mir

Paolo Gödecker: einen haken gibt es dabei: sie würde alle runefallen, da sie bei dem ersten schnee aussteigen würden, um die schneeketten aufzuziehen ...

K704 5. Februar um 09:39 · Gefällt mir

David Feger: dann müssen die halt verplombt werden! Ob holländische Züge in Deutschland auch Schneeketten brauchen?

K705 5. Februar um 09:50 · Gefällt mir

Paolo Gödecker: davon gehe ich ganz stark aus!

K706 5. Februar um 09:51 · Gefällt mir

Wie in den Beispielen 143 bis 148 deutlich wird, ist ein Stereotyp, der innerhalb der Gruppe „Skifahren“ von Bedeutung ist, *der Holländer*. Eine Rivalität und daraus resultierende prototypische Merkmalszuweisungen zwischen den Nachbarländern Deutschland und den Niederlanden haben aus sportlicher Perspektive eine lange Tradition und sind vor allem im Zusammenhang von Fußball¹¹³ omnipräsent. Auch im Kontext des Skifahrens hat sich in den letzten Jahren ein negativ behafteter Stereotyp des Holländers herauskristallisiert. Es muss hierbei allerdings natürlich erwähnt werden, dass viele dieser Merkmalszuweisungen auf gängigen Vorurteilen und Erfahrungen beruhen, die durch Hörensagen entstehen und empirisch sehr schwer zu fassen sind. Dennoch kann man hier in den Korpora III und IV zumindest einige Belege für die Komponenten des Feindbildes Holländer aus Sicht der Gruppe „Skifahren“ finden. Demnach findet innerhalb der Gruppe „Skifahren“ zunächst eine deutliche Abgrenzung von Holländern statt: *„die holländer sind ja keine mitbürger, sondern holländer :-P“*. Dadurch wird eine Distanz geschaffen zwischen ordentlichen und akzeptierten Skifahrern, die auch der Gruppe „Skifahren“ angehören auf der einen Seite und Holländern auf der anderen Seite. Dies wird auch in Beispiel 143 deutlich, wo auf das Vorurteil verwiesen wird, dass Holländer nicht Ski fahren können und zudem auch noch rücksichtslos sind: *„ein weißes band? dann immer schuss :-) wie die hölländer“*. Mit „*schuss*“ ist hierbei eine Technik des Skifahrens gemeint, die der Abfahrtshocke ähnelt. Kennzeichnend ist dabei die Tatsache, dass diese Haltung technisch relativ anspruchslos ist (im Gegensatz zum Parallelschwung) und dass damit recht hohe Geschwindigkeiten erreicht werden, die von

¹¹³ vgl. z.B. die Verspottung durch deutsche Medien und Fans nach dem überraschenden Scheitern der niederländischen Nationalmannschaft bei der Qualifikation zur Fußball-WM 2002: „Ohne Holland fahr'n wir zur WM“.

mittelmäßigen Skifahrern auf steileren Pisten oft nicht kontrolliert werden können. Die negative Bewertung der Holländer als Skitouristen wird zudem im Beispiel 145 deutlich. Es ist einer Post/Kommentar-Episode entnommen, in der nach empfehlenswerten Skigebieten gefragt wird. Paolo Gödecker empfiehlt daraufhin das Gebiet Bödefeld/Hunau im Sauerland und fügt die Vorteile des Gebiets an, die darin bestehen, dass man dort die längste Piste im Sauerland findet und dass dort keine Holländer sind: „*und das wichtigste: keine holländer :-)*“. In eine ähnliche Richtung geht auch das Beispiel 146, in dem Sonja Englmaier darauf hinweist, dass man während der Krokusferien der Holländer (meist Ende Februar) eigentlich gar nicht erst Ski fahren braucht, weil es dann in den Skigebieten und an den An- und Abreisetagen auch auf den Straßen ohnehin zu voll ist. Schließlich wird noch die aus Sicht der Gruppe fehlende Kompetenz der Holländer im Umgang mit winterlichen Straßenverhältnissen sowie ihre Affinität zur Nutzung von Wohnwagen auf Reisen thematisiert (Beispiele 147 und 148).

Beispiel 149: Russen I: verschwenderischer Umgang mit Ressourcen (Korpus III)

in Ischgl sagt man den Russen nach, sie kaufen alles neu ... und nehmen es nach der Skiwoche gar nicht mit nach Hause ... da spart man sich auch ne Menge Transportkosten!

K874 8.3.12 17:32 von David Feger

Beispiel 150: Russen II: Protzen (Korpus IV)

David Feger: mich wunderts eh, daß noch keine Russen mit Privatpistenbully aufgekreuzt sind ... mit AMG V12 Motor, extrabreiten Ketten, 4 fach Auspuff und die ganze Karosserie mit Swarovski Steinen beklebt ...

K465 21. Februar um 17:03 · Gefällt mir

Im Zusammenhang mit stereotypischen Aussagen zu „*Russen*“ wird, wie die Beispiele 149 und 150 zeigen, auf die auch über den skifahrerischen Kontext hinausreichende Vorstellung verwiesen, dass Russen viel Geld haben und dementsprechend damit protzen und verschwenderisch mit Ressourcen umgehen. Der Skiort Ischgl in Österreich gilt gemeinhin als Hochburg für russische Skitouristen. Besonders in den ersten beiden Januarwochen, wenn in Russland Weihnachtsferien sind, machen viele zahlungskräftige Mittelschicht-Moskauer Skiurlaub in dem Tiroler Party-Ort. Obwohl viele deutsche Urlauber dieser Entwicklung kritisch gegenüber stehen, sind die russischen Gäste bei den Einheimischen sehr beliebt. Das liegt vor allem daran, dass die Zeit nach Weihnachten und Silvester traditionell schwach ausgelastet ist. Die Urlauber aus Russland füllen dieses Loch. Zudem bleiben Russen im

Durchschnitt länger als Deutsche, buchen teure Hotels und geben viel Geld aus¹¹⁴. Darauf bezieht sich David Feger in Beispiel 149, das infolge einer Diskussion um Versandmöglichkeiten von Skiern entstanden ist, indem er erklärt, dass man in Ischgl den Russen nachsagt, dass sie dort ihre komplette Skiausrüstung neu kaufen und überhaupt nicht wieder mit nach Hause nehmen, was ja auch eine Option wäre, um Transportkosten zu sparen. Natürlich wird hier durch den ironischen Unterton implizit Kritik an genau diesem Vorgehen deutlich und somit der negativ behaftete Stereotyp *Russe* innerhalb der Gruppe „Skifahren“ eingeführt. Ähnliches kann man auch in Beispiel 150 beobachten, in dem Reichtum und Verschwendungssucht der Russen thematisiert werden.

Beispiel 151: Frauen I: Frauen frieren schnell (Korpus III)

und wie kalt?

K530 5.2.12 14:07 via Handy von Sonja Englmaier

Ganz schön kalt. Bis zu -17 am Freitag, aber super Schneeverhältnisse und mit einer Lage Fliespulli mehr läßt es sich aushalten.

K531 5.2.12 14:22 von Sabrina Techtmeier

und für Frauen Skischuhe mit doppeltem Innenschuh (-:

K532 5.2.12 14:25 von David Feger

Beispiel 152: Frauen II: Frauen fahren vorsichtig (Korpus III)

g2?

K1378 1.4.12 12:02 von David Feger

gamsleiten 2....eigentlich nix schwierig un steill....aba die frau :-P

K1379 1.4.12 12:05 von Thorsten Allenstein

ach so ... die fahren beim dem Wetter alle rum wie ... ach ne, ich darfs ja nicht mehr sagen ...

K1380 1.4.12 12:05 von David Feger

Im Gegensatz zu den durch ihre Nationalität gekennzeichneten Holländern und Russen werden innerhalb der Gruppe „Skifahren“ auch vermeintlich stereotype Eigenschaften von „Frauen“, also geschlechterspezifische Eigenschaften, im Zusammenhang mit dem Thema Skifahren dargelegt. Dies betrifft zum einen, wie in Beispiel 151 zu sehen, das Vorurteil, dass

¹¹⁴ vgl. z.B. <http://www.stern.de/reise/apres-ski-in-ischgl-wenn-reiche-russen-wedeln-651350.html> [letzter Zugriff: 28.11.13].

Frauen schnell frieren und besonders schnell kalte Füße bekommen, und zum anderen das die Annahme, dass Frauen vorsichtiger fahren und ängstlicher sind als Männer, wenn es um steile Abfahrten und schwierige Witterungsverhältnisse geht.

Beispiel 153: Snowboarder I (Korpus III)

Ich kenne in Ischgl noch den Schlepper an der Taja. Das war immer lustig da. :-)

K1036 11.3.12 16:44 via Handy von Olaf Vogel

na der ist ja noch keine 10 Jahre weg ... konnte man den Besoffskis einfach nicht mehr zumuten ...

K1037 11.3.12 17:02 von David Feger

Ich war 99 das erste Mal in Ischgl.

Bin mir nicht sicher wann der ersetzt wurde. Es war immer krass wie die besoffenen Snowboarder gekämpft haben. :-)

K1038 11.3.12 17:17 via Handy von Olaf Vogel

Beispiel 154: Snowboarder II (Korpus III)

scheiß auf snowboarden, skifahren is 1000 mal besser :DDD

P15 25.10.11 17:35 via Handy von Lars Abramovic

GAR NICHT ^^

K38 25.10.11 20:31 von Lara Böckelmann

ja schon iwie snowboarden kann man in die tonne treten :P

K39 25.10.11 20:58 via Handy von Lars Abramovic

Ich sag nur mein Dad wurde von nem Snowboarder über den Haufen gefahren, Schien- und Wadenbein-Bruch!!!

K40 28.10.11 21:21 von Ja Nine

Schließlich lässt sich noch die Pflege des Stereotyps *Snowboarder* beobachten. In Abgrenzung zu Skifahrern wird ihnen fehlende fahrerische Kompetenz, in diesem Beispiel bei der Nutzung eines Schleppliftes (Beispiel 153), Rücksichtslosigkeit sowie der Hang zum Alkoholkonsum nachgesagt. Vermeintliche Rücksichtslosigkeit und Aggressivität gegenüber Skifahrern werden auch im letzten Beispiel 154 genannt.

Insgesamt betrachtet muss man jedoch hervorheben, dass die Pflege von Vorurteilen und Stereotypen in diesem Zusammenhang nicht vordringlich dazu dient, die erwähnten

Gruppen in einem schlechten Licht dastehen zu lassen, sondern dass sie einerseits Vorlagen bietet, um scherzhafte Kommunikation zu betreiben und diese interessant zu gestalten (vor allem im Fall der „Frauen“), und zum anderen um sich als Gruppe durch Abgrenzungsprozesse von anderen Gruppen zu definieren: „Groups sometimes develop a sense of who they are that is shared amongst them and which contributes to the feeling of community. These group identities foster ingroup norms and resistance or opposition to outgroups“ (Baym 2010:88). Das prototypische Mitglied der Gruppe „Skifahren“ fährt demnach gut Ski (nicht Snowboard!) und kann sich weder mit den Verhaltensweisen der Holländer noch mit denen der Russen identifizieren. Das bedeutet also im Ausschlussverfahren, dass man mit winterlichen Straßenverhältnissen umgehen kann, dass man mit dem Auto und nicht mit dem Wohnwagen in den Skiurlaub fährt, und dass man das Geld für einen Skiurlaub und Material nicht über hat und daher nach einem schönen Skitag oder Urlaub weiß, wofür man gearbeitet hat.

7.1.20 Selbstdarstellung

Im Rahmen der Analyse des emergierenden Stils innerhalb der Gruppe „Skifahren auf Facebook“ ergab sich eine Konzentration auf das gemeinsame sprachlich-kommunikative Handeln und daraus resultierende stil-konstituierende Merkmale. Nichtsdestotrotz haben sich die Praxis der Selbstdarstellung und die daraus resultierende Identitätsbildung in und durch die Gruppe ebenfalls als markantes stil-konstituierendes Merkmal herausgestellt. Stegbauer (2000) geht beispielsweise im Kontext der Strukturierung von internetbasierten Kommunikationsgruppen von der Herausbildung sozialer Rollen aus. „Grund hierfür ist die Wahrnehmung des Verhaltens der unterschiedlichen Personen innerhalb des Kommunikationsraumes. Die Rollenzuschreibung erfolgt durch die Kommunikationsgruppe selbst“ (ebd.:31). Typische Rollen werden im folgenden Zitat genannt:

„Identities also include a shared sense of who „we“ are that may be pre-existing or develop within a group. Many regulars take on specific roles. Some of the most common roles are ‚local experts, answer people, conversationalists, fans, discussion artists, flame warriors, and trolls‘ (Welser et al. 2007 in Baym 2010:86).

Stegbauer (2000) betont zusätzlich, dass es mehr als einen Spezialisten für ein Thema geben kann. Allerdings seien die Reaktionen eben dieser für Kenner des Sozialraums und der Rollen vorhersagbar (ebd.:31). Spezifische Typen lassen sich auch innerhalb der Gruppe „Skifahren“ identifizieren. Dies soll anhand einer Charakterisierung von vier aktiven Mitgliedern der Gruppe illustriert werden: Sonja Englmaier, David Feger, Thorsten Allenstein und Tanja Ski.

Sonja Englmaier, David Feger und Thorsten Allenstein wurden ausgewählt, weil sie in der ersten Saison die drei aktivsten Mitglieder der Gruppe darstellen. David Feger und Thorsten Allenstein sind auch in der zweiten Saison Spitzenreiter bei der Anzahl der Beiträge; Sonja Englmaier gelangt hier nur noch auf den fünften Rang. Eine genauere Betrachtung der Akteurin Tanja Ski erscheint wichtig, da sie ein immer wiederkehrendes Thema in der Gruppe ist und ihre Art der Selbstdarstellung immer wieder diskutiert wird. Aus quantitativer Perspektive spielt Tanja Ski in der ersten Saison eine geringe Rolle, dies ändert sich jedoch hin zur zweiten Saison. Die Qualität und die inhaltliche Orientierung der Posts und Kommentare sind jedoch bei der Selbstdarstellung von großer Bedeutung, daher werden im Folgenden die vier genannten Akteure und deren Beiträge genauer unter diesem Schwerpunkt betrachtet.

1) Sonja Englmaier

Sonja Englmaier beschreibt sich selbst als Frau „*im besten Alter*“ und kommt aus dem Umkreis von Karlsruhe (Beispiele 155 und 156). Sie hat einen Sohn, den sie innerhalb der Gruppe ebenfalls häufiger erwähnt. In der Saison 2011/2012 gehört sie mit 224 Beiträgen zu den aktivsten Mitgliedern der Gruppe. In der darauf folgenden Saison 2012/2013 nimmt ihre Kommunikationsaktivität ab (50 Beiträge).

Beispiel 155: Sonja Englmaier: Alter (Korpus III)

wenn er kein Baby mehr ist, ist Sonja auch keine 35 mehr....?

K956 11.3.12 13:24 von Rainer Ohlfert

mein baby wird 13....Stand mit 3 auf Ski und faehrt mir schon lange davon....er ist bei mir...)

K957 11.3.12 13:38 via Handy von Sonja Englmaier

44.....im besten Älter:)

K958 11.3.12 13:38 via Handy von Sonja Englmaier

Beispiel 156: Sonja Englmaier: Wohnort (Korpus III)

wie weit ist es bis dahin ab Karlsruhe?

K581 11.2.12 20:01 von Sonja Englmaier

ab karlsruhe ca 6 Std Basel-Bern-Lausanne-Genf und dann nochca. 1:45

K582 12.2.12 09:00 von Emil Kleber

das ist zu weit☺ aber sieht sehr romantisch aus☺ Danke für den Tip

K583 13.2.12 20:47 von Sonja Englmaier

Die Akteurin inszeniert sich selbst als gute und erfahrene Skifahrerin und insbesondere als Fan und Expertin für das Skigebiet Obertauern (cf. in diesem Kontext auch Klemm 2012:24ff zum „Doing being a fan im Web 2.0“). In ihren Beiträgen wird dies immer wieder explizit erwähnt. So zum Beispiel im folgenden Kommentar, der einer Post-Kommentar-Episode entnommen ist, in der es um verschiedene Skigebiete geht. Sonja Englmaier offenbart hier zum ersten Mal, dass sie innerhalb von 30 Jahren schon viele Skigebiete und deren Vor- und Nachteile erlebt hat, und dass sie aber in Obertauern „hängengeblieben“ ist.

Beispiel 157: Sonja Englmaier: Obertauern I (Korpus III)

immer wieder Obertauern, aber die Sella Ronda in den Dolomiten muss man erlebt haben,-) Serfaus ist nicht zu verachten, am Wilden Kaiser ist es auch nicht schlecht...jedes Gebiet hat seine Vorteile aber auch Nachteile, in der Schweiz Zermatt 30 Jahre Ski fahren, ich kenne fast alles, aber in Obertauern bin ich hängengeblieben,-)

K376 24.11.11 18:51 von Sonja Englmaier

Ihre Passion für das Skigebiet Obertauern wird von Sonja Englmaier in ihren Beiträgen innerhalb der Gruppe fortwährend thematisiert. Das Spektrum reicht dabei von lokalpatriotischen und schwärmerischen Kommentaren (Beispiel 158, vgl. auch § 7.1.6), über Hinweise darauf, dass ihre Vorliebe innerhalb der Gruppe zum geteilten Wissen gehört (Beispiel 159), bis hin zu längeren und sehr detaillierten Ausführungen, die sie als Expertin auszeichnen (Beispiel 160).

Beispiel 158: Sonja Englmaier: Obertauern II (Korpus III)

Obertauern forever:)♥♥♥

K396 3.1.12 13:00 von Sonja Englmaier

Beispiel 159: Sonja Englmaier: Obertauern III (Korpus III)

eh klar;-) wir sind von S-F-L nach OT gewechselt vor 9 Jahren und in OT hängen geblieben, weißt du doch;-) da passt halt alles für uns!!!!

K622 25.2.12 12:10 von Sonja Englmaier

Beispiel 160: Sonja Englmaier: Obertauern IV (Korpus III)

schließe mich Reiner an, nimm OT und das Petersbuehel und wenn dir das Essen nicht schmeckt, bist ganz schnell in den umliegenden Restaurants :) würde aber nicht zum G1 laufen um den Skitag zu beginnen, sondern rechts weg vom Hotel laufen paar Schritte zur Piste und direkt rüber zur Edelweißpiste fahren, da hast dann gleich 4 Lifte zur Auswahl, kannst morgens den Schaidberg fahren und kommst von dort aus in alle Richtungen:) für mich der perfekte Einstieg ins Skigebiet überhaupt in OT.....:) das Alpenland ist auch nicht schlecht, paar Schritte und du bist an der Skibrücke 5, kannst von da gleich zur Zehnerkar und auch von mir Grüße ausrichten, gelle Reiner:)=), auf dem Heimweg bleibst dann im WorldcupSchirm zum feiern oder in der QBar....och ich will auch nochmal die Saison:(und wenn du mehr zu den Hotels etc wissen möchtest schau hier rein bzgl OT www.obertauern-info.de da bekommst alles zu OT was du brauchst: CU Silvie:)

www.obertauern-info.de

obertauern-info.de

K648 27.2.12 20:48 von Sonja Englmaier

Hinweise darauf, dass Sonjas Leidenschaft innerhalb der Gruppe bekannt ist, bieten Beispiele wie das folgende, in dem deutlich wird, dass David Feger durch die Kommunikationsaktivitäten über ihre Begeisterung für das Skigebiet Obertauern informiert ist. Sonjas offensichtlicher Enthusiasmus, der durch sie und teilweise auch durch andere Mitglieder, die darüber Bescheid wissen, ist daher auch immer wieder Anlass für eine humoristische Thematisierung.

Beispiel 161: Sonja Englmaier: Obertauern V (Korpus III)

was sind 100km, wenn das Ziel Obertauern ist...:)

K668 27.2.12 21:02 von Sonja Englmaier

Sonjas Antworten sind sooo berechenbar!

K669 27.2.12 21:09 von David Feger

2) David Feger

Der Akteur David Feger ist das aktivste Mitglied innerhalb der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook. In beiden Korpora ist er derjenige, der die meisten Beiträge veröffentlicht hat. In der Saison 2011/2012 hat er 301 Beiträge verfasst; in der Saison 2012/2013 waren es 243 (vgl. § 7.1.24). Wie man seinen eigenen Angaben innerhalb der Kommunikationsaktivitäten entnehmen kann, wohnt er im Münchner Westen (vgl. Beispiel 162) und fährt von dort aus häufig für ein paar Tage in gut erreichbare Skigebiete. Dabei hat er keine festgelegten

Präferenzen, er liebt die Abwechslung und schätzt die Vorteile der unterschiedlichen Skigebiete (vgl. Beispiel 163).

Beispiel 162: David Feger: Wohnort (Korpus IV)

Paolo Gödecker: wo wohnst du eigentlich, dirk?

K346 30. Januar um 08:22 · Gefällt mir

David Feger: im Münchner Westen, Gilching, also ca. 185 km nach Sölden/Serfaus/Ischgl/St. Anton

Beispiel 163: David Feger: Skigebiete (Korpus III)

na is ja gut dass es verschiedene Gebiete gibt ... und deshalb fahr ich mal an den Arlberg, ins Paznaun, nach Serfaus, ins Oetztal ... und alles hat seinen Reiz ... und wenns nicht so weit weg und so teuer wäre, würde ich natürlich auch gerne nach Zermatt fahren ... oder nach Frankreich ...

K1383 1.4.12 12:14 von David Feger

In seinen Beiträgen erwähnt David Feger häufig, dass er schon sehr lange Skifahrer ist und daher viel Erfahrung hat, nicht nur in Bezug auf den Sport selbst, sondern auch was die Entwicklungen der Ausrüstung und des Materials sowie der Infrastruktur verschiedener Skigebiete betrifft (vgl. Beispiele 164-166). Er äußert sich daher häufig zu Initialposts, in denen dahingehend Fragen gestellt werden und inszeniert sich so als Experte für Skigebiete, Unterkünfte, Ausrüstung etc.

Beispiel 164: David Feger Hobbyskilehrer (Korpus III)

na ich als Hobbyskilehrer, Grundstufe 0- (obwohl, meine Kollegin, Skilehrerin, sagt immer, ich würde es schon richtig erklären) halte mich in diesem Profikreis lieber zurück ... obwohl, als ich in Ischgl von der Greitspitze mal wieder aus Versehen im Tiefschnee gelandet bin ... kam ein Fremder an, und meinte, erklär mir mal wie das geht mitm Tiefschnee ... ich sags ihm ... er machts und braust davon als hätte ers gelernt ...

K1422 4.4.12 17:32 von David Feger

Beispiel 165: David Feger: anno dazumal I (Korpus III)

ich hatte als erste Paar superlange Kaufhaus-Bretter, ohne Kanten, ohne Sicherheitsbindung, vorne feste Backen, hinten Seilzug ... und Skigebiete kannte ich eh nur ausm Fernsehen ... da gabs den Marktoberdorfer Skibichel ... zu Fuß natürlich ...

K961 11.3.12 13:43 von David Feger

Skischuhe wurden damals noch im Schuhhaus gekauft ... natürlich aus Leder ...

K962 11.3.12 15:00 von David Feger

Beispiel 166: David Feger: anno dazumal II (Korpus III)

ja, die Elho Neonklamotten, die haben auch im Dunkeln geleuchtet ... so kurz nach Tchernobyl: Und meine Nordica 955 habe ich auch geliebt damals!!! In Ischgl gabs fast nur Schleplifte (-:

K1035 11.3.12 16:28 von David Feger

Vor allem fällt David Feger jedoch dadurch auf, dass er sich durch seine Kommentare, die durch einen kreativen Umgang mit Schriftlichkeit geprägt sind, als interessanter Kommunikationspartner präsentiert. Dieses Phänomen wurde im Kontext des Chattens bereits von Storrer & Beißwenger (2012) beschrieben: „[Bei] genauerer Analyse kann man rekonstruieren, dass die Chatter teilweise sehr kreativ mit Schrift und Schreibtechnik umgehen, um punktuell Kommunikationsprobleme zu lösen und sich als interessante Kommunikationspartner zu präsentieren“ (Storrer & Beißwenger 2012:99). Einige Beispiele wurden in dieser Arbeit bereits unter anderer Schwerpunktsetzung betrachtet (vgl. § 7.1.9). Weiterhin lässt sich das Phänomen in Beispiel 167 feststellen, in dem David Feger zum wiederholten Male auf die Aktivitäten Tanja Skis anspielt und dies durch den kreativen Umgang mit dem Minimalpaar Nacht- und Nackt- offenbart. Die Autoren stellen in einem ähnlichen Kontext fest, „dass gerade die Beschränkung der Wahrnehmung auf schriftliche Sprachäußerungen am Bildschirm dazu einlädt, mit der Doppelbödigkeit des Szenarios – dem metaphorischen Plaudern mit schriftlichen Mitteln – zu spielen und die Kommunikation um fiktive Elemente anzureichern“ (Storrer & Beißwenger 2012:99).

Beispiel 167: David Feger: Wortspiel (Korpus III)

jetzt habe ich doch glatt bei Nachtskifahren erstmal Nacktskifahren gelesen ...

K1144 17.3.12 21:11 von David Feger

Schließlich ist David Feger auch immer wieder Initiator von Andeutungen und sexuellen Witzeleien, häufig – aber nicht nur – in Bezug auf Tanja Ski. Ein Beispiel, in dem es nicht vornehmlich um Tanja Ski geht, ist im Folgenden abgebildet. Die Sequenz ist einer Post-Kommentar-Episode entnommen, in der es ursprünglich um Versandmöglichkeiten für Ski geht (vgl. § 7.1.7). Nachdem das Thema abgehandelt wurde, entwickelte sich daraus eine spaßige Unterhaltung über Vorurteile, die Skilehrer betreffen, nämlich dass sie häufig darauf aus sind, Frauen kennenzulernen. Im Zuge dessen offenbart Laura In, dass ihr die Unterhaltung an dieser Stelle zu intim wird und dass sie David Fegers Kommentare nicht

recht einordnen kann. Sonja Englmaier versucht in dieser Situation die Sequenz zu beenden und wünscht Laura In viel Spaß in ihrem Skiurlaub. David Feger schließt sich daraufhin den Wünschen an, heizt das Thema aber durch seinen nachgeschobenen Kommentar „*auch zum Skifahren*“ weiter an, sodass sich im Folgenden eine Sequenz zwischen ihm und Olaf Vogel und Rainer Ohlfert entwickelt, in der explizit thematisiert wird, dass David Feger dazu tendiert, Diskussionen innerhalb der Gruppe in eine sexuelle Richtung zu lenken. Dies wird hier aus Sicht der Akteure jedoch als „*immer wieder unterhaltend*“ bewertet. Im Anschluss erhalten wir einen Hinweis darauf, dass David Feger sich eben durch die gerade genannten Merkmale als Kommunikationspartner innerhalb der Gruppe „Skifahren“ inszeniert, denn er grenzt sein Verhalten eindeutig von dem im realen Leben ab: „*in echt bin ich ganz brav*“. Es gibt also Evidenzen für die Interpretation, dass David Feger innerhalb der Gruppe seine Online-Identität als interessanter Gesprächspartner pflegt, indem er sich zum einen als Experte für den Sport Skifahren darstellt und zum anderen auffällig kreative und humoristisch geprägte Beiträge verfasst.

Beispiel 168: David Feger: „in echt bin ich ganz brav“ (Korpus III)

oh man, das wird mir hier zu intim ;D !!!

K904 10.3.12 19:16 von Laura In

ich sprach immer noch von Skilehrern ... wenn Dir das zu intim wird, das läßt tief blicken (-:

K905 10.3.12 19:18 von David Feger

ja wir verzetteln uns so ein bisschen, ich weiß nicht mehr wo vorne und hinten bzw. oben und unten bei deinen sätzen ist :D

K906 10.3.12 19:19 von Laura In

viel Spaß in Sulden:)

K907 10.3.12 19:25 von Sonja Englmaier

Danke =)

K908 10.3.12 19:25 von Laura In

ich bin ganz harmlos! Ja, viel Spass! Da wäre ich jetzt auch gerne ... auch zum Skifahren (-:

K909 10.3.12 19:27 von David Feger

Natürlich zum Skifahren :-)

K910 10.3.12 19:59 via Handy von Olaf Vogel

ja, was denkst Du denn? (-:

K911 10.3.12 20:11 von David Feger

Irgendwie endet jeder Chat mit David an der gleichen Stelle, wenngleich letztes Mal die Vorlage mit "Mitfahrer gesucht" viel Größer war als dieses Mal "kennt jemand einen Versand"... immer wieder unterhaltend... Glaube man müsste Euch mal alle auf der Piste treffen...

K912 10.3.12 21:12 von Rainer Ohlfert

Das sollte lustig werden! :-)

K913 10.3.12 21:23 via Handy von Olaf Vogel

gute Idee ... aber in echt bin ich ganz brav ... na ja, hier ja eigentlich auch ... oder habe ich was falsches gesagt?

K914 10.3.12 21:52 von David Feger

Das Verhalten von David Feger wird jedoch, wie im nächsten Beispiel deutlich wird, nicht immer und von allen Gruppenmitgliedern geschätzt. Thorsten Allenstein kritisiert hier eben genau die beobachtete Praxis, dass David Feger häufig Situationen und Anknüpfungspunkte nutzt, um Witze über Tanja Ski und deren Präsentation innerhalb der Gruppe zu machen. Hierbei ist jedoch zu bemerken, dass auch Thorsten Allenstein frequent an spaßigen Diskussionen über Tanja Ski teilnimmt. Relevant ist hier schließlich die abermals explizite Thematisierung der Kommunikationspraxis von David Feger.

Beispiel 169: David Feger: Seitenhiebe gegen TS (Korpus III)

hätte sein können ;-))) was sollen eigentlich die ständigen seitenhiebe gegen ts ?

K1343 29.3.12 20:03 von Thorsten Allenstein

na, die meisten finden die Kombination aus Information und mehr gewollt als gekonntem Verkauf über leichtbekleidete Fotos eher aufdringlich ...

K1344 29.3.12 20:09 von David Feger

mag ja alles sein, aber es zeugt deinerseits auch von keinerlei grösse und toleranz, wenn du das in jeden thread erwähnen musst, obwohl sie gar kein thema is und sich nicht dazu äussert. leben und leben lassen.....

K1345 29..3.12 20:27 von Thorsten Allenstein

3) Thorsten Allenstein

Thorsten Allenstein hat in der Saison 2011/2012 179 Beiträge in der Gruppe „Skifahren“ verfasst. In der Saison 2012/2013 waren es 78. Wie aus seinen Kommunikationsaktivitäten ersichtlich ist, kommt er aus der Nähe von Frankfurt (Beispiel 170). Innerhalb der Gruppe inszeniert er sich als erfahrener Vielfahrer, der es vor allem liebt, abseits der Piste zu fahren (Beispiel 171).

Beispiel 170: Thorsten Allenstein: Wohnort (Korpus III)

tjaaaa, fra is halt leider ein bisserl weiter weg :-(

K215 7.1.12 19:41 von Thorsten Allenstein

Beispiel 171: Thorsten Allenstein: Freeriden (Korpus III)

brauchst mir nix erklären.....wenn ich nur pisten fahren kann, mag ich kein skifahren.....so einfach ist das ;:)))

K1104 15.3.12 11:30 von Thorsten Allenstein

Aufgrund seiner Leidenschaft für das Skifahren abseits der Piste, zieht es Thorsten Allenstein immer wieder an den Arlberg, dessen anliegende Skiorte für gute Möglichkeiten zum Freeriden bekannt sind. Wie er im folgenden Beispiel offenbart, fiel seine Wahl bislang bei der Unterkunft immer auf St. Anton, während er zur Zeit der Datenerhebung des Korpus, (2012) erstmals in Lech gewohnt hat.

Beispiel 172: Thorsten Allenstein: Lech I (Korpus III)

war dieses jahr auch das erste mal in lech, sonst immer in anton gewohnt. is echt gut ma in lech...hat spass gemacht :-)

K193 7.1.12 19:13 von Thorsten Allenstein

Davon abgesehen kommuniziert er in seinen Beiträgen immer wieder, dass das Skigebiet Lech für ihn das Nonplusultra darstellt. Wir finden in diesem Zusammenhang sowohl Lobesbekundungen (Beispiele 173 und 174) als auch detaillierte Ausführungen, die ihn als Experten für die Skigebiete rund um den Arlberg ausweisen (Beispiel 175). Dass er auch von den anderen Mitgliedern als Experte in diesem Kontext wahrgenommen wird, zeigt das Beispiel 176, in dem scherzhaft thematisiert wird, dass Thorsten Allenstein in Fragen zum Arlberg der richtige Ansprechpartner ist. Olaf Vogel etabliert dabei die humoristische Annahme, dass der zweite Nachname Allendorfs „*Arlberg*“ sei und macht damit dessen Status innerhalb der Gruppe deutlich. Dirk AG greift dies im folgenden Kommentar auf, während er ihn sogar mit „*Mr. Arlberg*“ adressiert und somit signalisiert, dass er dessen Position nicht nur respektiert, sondern auch davon profitieren möchte, indem er nach Informationen zu den aktuellen Bedingungen im Skigebiet fragt.

Beispiel 173: Thorsten Allenstein: Lech II (Korpus III)

ich un zwar nach lech,weils ein traum is.im jänner,februar un märz sowie ostern eh.

K1562 14.4.12 20:02 via Handy von Thorsten Allenstein

Beispiel 174: Thorsten Allenstein: Lech III (Korpus IV)

Thorsten Allenstein: ganz klar lech.....immer wieder gerne und normal immer mindestens 1x im jahr.
kenne keinen schöneren skiort in österreich ☺

K250 7. Januar um 14:20 · Gefällt mir · 1

Beispiel 175: Thorsten Allenstein: Lech IV (Korpus III)

jau, kann ich nur unterschreiben.....lech & zürs is besser für off piste und tiefschnee.....st.anton hat die steileren hänge und viele buckelhänge. apres is in anton mehr, da gehts rund beim mooserwirt und dann in vielen bars & clubs im ort. lech is da eher ruhiger, aber auch gut. von den preisen nimmt sich das nichts. skipass is eh der selbe und essen & trinken is sowohl in anton als auch in lech richtig teuer.busverbindung hast von anton mim postbus nach zürs/lech für 3,90€oder via kostenlosem ortsbuss von alpe rauz. ich war grad weihnachten/silvester da und am 18.3. gehts wieder hin ;-)

K445 11.1.12 20:39 von Thorsten Allenstein

That's the point xD

K446 11.1.12 20:43 via Handy von Eberhart Neuer

hehe das klingt sehr gut! also ist st. anton das anspruchsvollere skigebiet?

K447 11.1.12 20:49 von Julia Müller

schwierig so zu beantworten. Also von den reinen pisten und routen is anton meiner meinung nach ne spur anspruchsvoller, da die hänge da steiler sind. Aber wenn du dich halt gut auskennst, dann gibt es in lech & zürs meiner meinung nach die besseren und schöneren möglichkeiten. Da gibt es halt wirklich hochalpine tourenabfahrten gaaanz weit weg von pisten und liften. Es is auch normalerweise in lech & zürs ne spur leerer als auf der anton seite. Aber eigentlich is es ja egal,du bist von anton schnell drüben in zürs.....wir haben auch viele jahre in anton gewohnt ,immer morgens 1. Gondel via valluga runter nach rauz, in lech & zürs skigefahren und dann wieder zurück nach anton zum feiern.

K448 11.1.12 20:53 von Thorsten Allenstein

Beispiel 176: Thorsten Allenstein: „Mr. Arlberg“ (Korpus III)

st. Anton ist super bin im märz da ☺

K740 23.2.12 20:10 von Marina Bach

@ marina :ich auch ☺)) oli, du weisst eh, wenn du fragen zum arlberg hast ;-)))

K741 23.2.12 20:11 von Thorsten Allenstein

Ich weiß, Dein zweiter Nachname ist Arlberg! ;-)

K742 23.2.12 20:14 via Handy von Olaf Vogel

fängt ja auch mit a an ;-))) passt scho ;-)))

K743 23.2.12 20:16 von Thorsten Allenstein

Hi Mr.Arlberg, lohnt sich der Arlberg für ein (dies) WE? Pisten voll? Unterkunft noch was möglich (gerne auch privat)? Abends was los?

K744 23.2.12 21:51 von Dirk AG

Dass Thorsten Allenstein seine detaillierten Informationen über das Gebiet rund um den Arlberg nicht nur aus eigenen Erfahrungen hat, wird in Aussagen darüber deutlich, dass er Kontakt mit Einheimischen pflegt und dort auch Freunde hat. Ein Beispiel, in dem dies beiläufig erwähnt wird, ist der folgende Kommentar. Er wurde einer Sequenz entnommen, in der es darum geht, dass es in St. Anton und anderen Gebieten in Tirol gerade ungewöhnlich große Neuschneemengen gibt, die es zum einen aufgrund der Lawinengefahr erschweren, den Skibetrieb aufrecht zu erhalten, und zum anderen für teilweise chaotische Straßenverhältnisse sorgen. Thorsten Allenstein verweist während der Diskussion, in der es darum geht, ob es wirklich so schlimm ist, auf seine Kontakte vor Ort.

Beispiel 177: Thorsten Allenstein: Einheimische Freunde (Korpus III)

ich hab einige freunde hier bei fb die in anton wohnen und arbeiten, die haben bilder gepostet, unglaublich wie es da aussieht.....hammer.

K205 7.1.12 19:27 von Thorsten Allenstein

Ich habe oben bereits erwähnt, dass Thorsten Allenstein sich als Vielfahrer inszeniert. Das bedeutet, dass er außergewöhnlich, v.a. im Vergleich mit den anderen Mitgliedern, oft zum Skifahren fährt. Dies wird auch wiederkehrend innerhalb der Gruppe kommunikativ behandelt. In der folgenden Sequenz vergleichen beispielsweise Paolo Gödecker und Thorsten Allenstein die Anzahl ihrer Skitage in der laufenden Saison, wobei deutlich wird, dass Thorsten Allenstein hier klar heraussticht. Dies untermauert zusätzlich seinen Status als Experte für das Skigebiet St. Anton/Lech am Arlberg.

Beispiel 178: Thorsten Allenstein: Skitage (Korpus III)

herr gödecker, bitte überdenken sie ihre wortwahl :-PPP ich komm auf 23 den winter.....hahaha :-P

K1271 27.3.12 12:05 von Thorsten Allenstein

mhh, ich glaube mit sommer komme ich nur auf 15 zzgl. einen tag in der "schwarze-pisten-holland-kolonie" winterberg

K1272 27.3.12 12:07 von Paolo Gödecker

also arbeiten....hmmmmmm, ich mach ma ne lange nase : 15 tage lech am arlberg un rest flachau/obertauern....

K1273 27.3.12 12:09 Thorsten Allenstein

4) Tanja Ski

Einen besonderen Fall der Selbstdarstellung innerhalb der Gruppe „Skifahren“ stellt Tanja Ski dar. Die Akteurin wurde bereits im Kontext verschiedener stil-konstituierender Merkmale erwähnt. Im Verhältnis zu den drei oben beschriebenen Mitgliedern ist die Beteiligung an den Kommunikationsaktivitäten innerhalb der Gruppe durch Tanja Ski aus quantitativer Perspektive, zumindest für die erste und somit gruppenprägende Saison verhältnismäßig gering. In der Saison 2011/2012 verfasste sie 28 Beiträge; in der folgenden Saison waren es 75. Bei den Beiträgen von Tanja Ski handelt es sich hauptsächlich um Initialposts, in denen sie Werbung für zumeist exotische Skigebiete macht. Anders als bei den Akteuren oben findet die Selbstdarstellung von Tanja Ski nicht hauptsächlich auf sprachlicher Ebene statt. Ihre Posts bestehen i.d.R. aus Hyperlinks mit einer kurzen Beschreibung des verlinkten Inhalts und einer von Facebook generierten grafischen Vorschau auf den verlinkten Inhalt. Dabei handelt es sich meist um Inhalte auf einer Homepage (respektive das Portal „IchWillSchnee“¹¹⁵) und Videos auf Youtube. Tanja Ski ist also das Gesicht dieses Portals und nutzt die Plattform Facebook und die Gruppe „Skifahren“ um Werbung für eben dieses zu machen. Dabei wird die Darstellung ihrer Online-Identität hauptsächlich durch ihr Auftreten und ihr Erscheinungsbild in den verlinkten Videos und den zugehörigen Texten generiert. Wie oben bereits beschrieben, wird dies von den Mitgliedern der Gruppe wenig geschätzt und ist immer wieder Anlass für Diskussionen und (sexuelle) Witzeleien. Beiträge wie der im folgenden Beispiel zeigen zusätzlich zu den Beispielen, die ich oben bereits thematisiert habe, die Einstellung der Gruppenmitglieder zu den Kommunikationsaktivitäten von Tanja Ski.

¹¹⁵ Die Selbstbeschreibung des Portals lautet wie folgt: „Skifahren ist sexy! Wir beschäftigen uns mit Skifahren, Schnee und Skigebieten. Interneportale zu diesem Thema gibt es viel, aber nur IchWillSchnee.net ist weiblich. Wir sind anders und einzigartig. Wir sind mit rund 1 Million Videoabrufen die Nummer 1 der multimedialen Skiportale in Deutschland! Das Gesicht von IchWillSchnee ist weiblich und begleitet Euch in den Schnee, stellt die schönsten Destinationen im Winterwonderland vor und gibt diesem eine ganz neue, eigene Perspektive. Wir bringen Glanz und Sex-Appeal in den Schnee. (...)“ (<http://ichwillschnee.net/>) [letzter Zugriff: 16.02.16].

Beispiel 179: Tanja Ski: Fremdeinschätzung (Korpus IV)

[Maximillionaire Ijsselt](#) ähm, eine Frage: ich sehe hier immer nur eine hautenge glänzende Hose und hochhackige Overknees..
Für was genau wird hier gleich nochmal geworben??!

K708 [5. Februar um 12:25](#) · [Gefällt mir](#) · 1

Nur äußerst selten äußert sich Tanja Ski in Kommentaren zu ihren Initialposts selbst zu Vorwürfen oder Witzeleien. Zwei Beiträge sind in den folgenden Beispielen dargestellt. In der Post-Kommentar-Episode, der der erste Kommentar entnommen ist, geht es um ein verlinktes Fotoalbum. Tanja Ski hat ein Skigebiet in Mazedonien getestet und Bilder davon veröffentlicht. Einige Gruppenmitglieder erklären daraufhin, dass sie diese Art der Skigebietspräsentation als unangemessen empfinden, zunächst mit ernsthaften Verweisen auf Präsentationen in der realen Arbeitswelt: *„Wenn ich eine presentation halten soll und zwischendurch ein paar portraits von mir einschiebe: will das der chef wohl sehen?“* (K1117, Korpus III), später auch durch sexuelle Anspielungen, wie z.B. *„und wir Skifahrer stehen doch mehr auf die großen Berge“* (K1121, Korpus III). Daraufhin meldet sich Tanja Ski zu Wort und betont, dass genau diese Reaktionen gewollt sind und die vom Portal angestrebte Innovation bestätigen. In dem zweiten von mir ausgewählten Beispiel, in dem sich Tanja Ski zu Wort meldet, geht es um eine durch Tanja Ski und das Portal IchWillSchnee organisierte Skireise nach Sarajevo in den Weihnachtsferien 2012/2013, für die die Akteurin mit ihrem Post Werbung macht. In der Episode beschwerten sich einige der Gruppenmitglieder, dass sie die Werbung nervt, und stellen die Destination Sarajevo im Vergleich zu Gebieten in Österreich, z.B. in Bezug auf Anzahl der Pistenkilometer und (politische) Sicherheit, in einem schlechten Licht da. An dieser Stelle schaltet sich Tanja Ski ein und verteidigt das Reiseangebot mit einem Verweis darauf, dass der *„schweigende[n] Masse“* das Angebot zu gefallen scheint. Es ist zu vermuten, dass sie sich dabei auf bereits vorhandene Buchungen für die Reise beruft. Dies lässt die beteiligten Akteure jedoch unbeeindruckt und auch der weitere Kommentar Tanja Skis, mit einem Verweis darauf, dass sie die Kritik an ihrem Konzept unberührt lässt, führt dazu, dass die Rolle der Selbstdarstellung für die Kommunikationsaktivitäten innerhalb der Gruppe reflektiert werden *„wir haben immer spaß, und wenn hier sowas gepostet wird, haben wir halt noch mehr spaß....“* (vgl. § 7.1.14).

Beispiel 180: Tanja Ski: Kommentar zum Prinzip von IchWillSchnee (Korpus III)

Wenn ich mir die Reaktionen anschau, kann ich nur sagen, das Prinzip von IchWillSchnee funktioniert und wir wollten ja nicht die 1000. Kopie eines Skiportals machen, sondern was Neues! Und 243en nuns nicht alle verstehen, ist das auch kein Beinbruch...

K1123 16.3.12 11:48 von Tanja Ski

Beispiel 181: Tanja Ski: Kommentar zum vieldiskutierten Reiseangebot (Korpus III)

Möge solche Urteile jeder selbst fallen. Wir freuen uns jedenfalls jetzt schon auf die Reise und das Angebot scheint allgemein für die schweigende Masse zu passen wie wir bemerken!

http://a7.sphotos.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-ash3/s720x720/601728_251612174938575_1095141027_n.jpg

http://a7.sphotos.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-ash3/s720x720/601728_251612174938575_1095141027_n.jpg

a7.sphotos.ak.fbcdn.net

K1660 5.6.12 12:59 von Tanja Ski

oh,oh, oh, oh, oh zitterdiebibber

K1661 5.6.12 13:08 von Paolo Gödecker

der schweigenden Masse gefällt das nicht sondern interessiert es nen feuchten!

K1662 5.6.12 13:25 von Max Winkel

Es weiss es sicher, denn er ist allwissend...aber wir lassen Euch Euren Spaß...

K1663 5.6.12 13:29 von Tanja Ski

wir haben immer spaß, und wenn hier sowas gepostet wird, haben wir halt noch mehr spaß....

K1664 5.6.12 14:13 von Paolo Gödecker

7.1.21 Kommunikative Aushandlung von Expertenstatus

Im größeren Kontext der eben beschriebenen Selbstdarstellung ist ein weiterer interessanter stil-konstitutiver Aspekt zu beobachten, nämlich die kommunikative Aushandlung von Expertenstatus. Einige der ausgewählten Akteure stellen sich als Experten für einen spezifischen Bereich dar. Sonja Englmaier beispielsweise für das Skigebiet Obertauern, dies wurde oben bereits erwähnt. Expertentum ist nicht nur durch das Vorhandensein von Wissen ausgezeichnet, sondern das Ergebnis eines ständigen Prozesses, der auch interaktiv sein kann. Rifkin & Martin (1997) heben beispielsweise hervor, dass Expertenstatus kontinuierlich in einem kommunikativen Prozess hervorgebracht wird (ebd.:33). Die Aushandlung von Expertentum ist also auch immer gesprächs- und kontextbezogen. Dazu auch Rueda (2011): „Dieser Aushandlungsprozess wird über Statussignale geführt, von denen einige verbaler¹¹⁶

¹¹⁶ Rueda (2011) unterteilt verbale Statussignale in spezifische und diffuse Signale. Zu den spezifischen Signalen zählt sie die Verwendung von Fachterminologie und die Selbstkonstituierung, d.h. die direkte Nennung der eigenen Qualifikation. Zu den diffusen Signalen gehören Sachlichkeit, rationales Verhalten, Fremdwörter, Referenzierung, und verschiedene Konversationsstile (dominant, expositorisch und transparent, explorativ) (ebd.:37-65).

und kommunikativer Natur sind. Weiterhin findet die Aushandlung von Expertenstatus immer im Kontext des Gesprächs statt“ (Rueda 2011:31). Letzteres bedeutet, dass das Verhalten einer Person im Gespräch ein weiterer Faktor für die Konstruktion von Expertenstatus ist. Hinzu kommt: „Die Tatsache, dass der Expertenstatus verhandelt wird, äußert sich darin, dass die soziale Konstruktion der Expertenrolle durch die Gesprächsteilnehmer innerhalb einer Konversation stattfindet“ (ebd.:33). Für die Konstruktion von Expertenstatus sind laut Rueda (ebd.) also zwei Faktoren von Bedeutung: Die eigene Positionierung als Experte einerseits und die Anerkennung als Experte von anderen Gesprächsteilnehmern andererseits. Dabei gilt der Einfluss der Kommunikationssituation auf die Konstruktion von Expertentum besonders für die computervermittelte Kommunikation. Die Anonymität im Internet hat eine große Wirkung auf die Darstellung als Experte, da zumeist keinerlei statusrelevante Merkmale wie Alter, Geschlecht, Kleidung, Titel oder Abstammung, vorhanden oder erkennbar sind und erst, wenn überhaupt, im Gespräch herausgearbeitet werden (ebd.:22f). Somit kann der Expertenbegriff im Rahmen der Gruppe „Skifahren“ als kommunikativer, kontextbezogener Aushandlungsprozess betrachtet werden. Dies soll im Folgenden nur exemplarisch an einem Beispiel nachvollzogen werden.

Beispiel 182: Kommunikative Aushandlung von Expertenstatus: OT (Korpus III)

Wie hoch liegt Euer "Geheimtipp" OT eigentlich?

K1442 8.4.12 19:40 via Handy von David Feger

Ich bin grad auf knapp 1600m und heute morgen lag noch ein bisschen Schnee ...

K1443 8.4.12 19:42 via Handy von David Feger

Ot liegt auf 1.400 - 1.600 Meter Ortshöhe und geht glaube ich bis auf knapp 2.100 hoch....

K1444 8.4.12 19:46 von Jens Schulze

Ja, ja und wenn irgendwo kaum Schnee mehr liegt, muss das überall so sein...Nicht ohne Grund ist die Skisaison im Allgäu meist die Längste in Deutschland und die Lifte laufen dort lange vor der Zugspitze...

K1445 8.4.12 19:48 von Christoph Floh

OT liegt auf

1.740 - 2.526m.....Jens du hast wohl Untertauern dazu genommen:)

K1446 8.4.12 19:54 von Sonja Englmaier

Lifte bis auf 2350 m, kenne ja Obertauern ganz gut um mal mit Faktenwissen zu glänzen!

K1447 8.4.12 19:57 von Christoph Floh

Aktuelle Situation auf 849 im Oberallgäu : http://a4.sphotos.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-ash3/s720x720/558294_2578826449411_1816909842_1499013_1905146570_n.jpg

http://a4.sphotos.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-ash3/s720x720/558294_2578826449411_1816909842_1499013_1905

a4.sphotos.ak.fbcdn.net

K1448 8.4.12 20:01 von Christoph Floh

Klar Tweng auch noch und den Katschberg :-) Liebe Sonja.....

K1449 8.4.12 20:03 von Jens Schulze

die beiden gehören aber gar nicht dazu:) G2 endet auf 2313m Klugscheißmodus aus:) der höchste Super7 Punkt in OT:) gefolgt von der Panoramabahn 2208 m, dann kommt die Seekarspitzbahn mit 2195m und dann erst die Zehnerkarbahn mit 2192m.....Christoph, ich kenne OT auch ganz gut,-) und Jens eigentlich auch:) vlg euch allen

K1450 8.4.12 20:20 von Sonja Englmaier

Der Ausschnitt ist einer Post-Kommentar-Episode entnommen, in der es um die aktuellen Schnee- bzw. Skisituation im Allgäu geht. Daraus ergibt sich, dass das Gespräch auf Obertauern gelenkt wird, da in diesem Kontext verschiedene Höhenlagen und daraus resultierende Bedingungen diskutiert werden. Die Frage von David Feger besteht darin, wie hoch Obertauern eigentlich liegt. Zwar wird in den Kommentaren innerhalb dieser Episode, aber auch in der Gruppe insgesamt, immer wieder darauf verwiesen, dass der Ort hoch liegt und schneesicher ist, über eine genaue Höhenangabe wurde jedoch bislang nicht gesprochen. Jens Schulze antwortet daraufhin, macht aber zugleich deutlich, dass er sich der genannten Zahlen nicht sicher ist („*glaube ich*“). Sonja Englmaier, aus vorherigen Gesprächen bereits als Fan des betreffenden Skigebiets bekannt, korrigiert ihn daraufhin und liefert genaue Höhenangaben, sowie eine Begründung dafür, dass Jens Schulze‘ Antwort nicht richtig ist. Christoph Floh, der bis dato aufgrund seines Posts zum Allgäu in der Kritik steht, antwortet ebenfalls und nennt eine Höhe, allerdings eine andere als Sonja Englmaier, und bemerkt zugleich, dass er sich in Obertauern auch „*ganz gut*“ auskenne. Jens Schulze rechtfertigt dann seine vorherige Angabe, und erklärt, dass er tatsächlich, wie schon von Sonja Englmaier vermutet, Gebiete zu Obertauern gezählt hat, deren Zugehörigkeit zumindest diskutiert werden kann, denn im Folgenden meldet sich nochmals Sonja Englmaier zu Wort und fasst genau zusammen, was dazu gehört und was nicht. Abschließend wendet sie sich zunächst an Christoph Floh, indem sie betont, dass sie Obertauern „*auch ganz gut*“ kennt, was angesichts ihrer Selbstdarstellung als Fan des Skigebiets fast schon untertrieben ist. Dies macht sie auch durch ein angefügtes blinzelndes Emoticon deutlich. Um ihre Rolle als Expertin damit zusätzlich zu untermauern, beendet sie daraufhin die Sequenz („*vlg euch allen*“) und macht

damit deutlich, dass das Thema damit für sie erledigt ist und keine weiterführende Diskussion notwendig ist, da sie die, zumindest aus ihrer Sicht, richtigen Angaben geliefert hat. Sonja Englmairs Konversationsstil kann in diesem Kontext als dominant und expositorisch beschrieben werden. Dieser zeichnet sich durch die Förderung des eigenen Status und eine Herabqualifizierung der anderen Teilnehmer und deren Wissensstatus aus und ist zudem geprägt durch eine Selbstdarstellung des Experten. Die Akteurin inszeniert sich also selbst als Kennerin der Destination Obertauern und kritisiert die Wissensvorräte der anderen. Zudem verwendet sie Fachbegriffe, wie die Namen der Berge und Bergbahnen, und referenziert dabei auf nachprüfbare Quellen.

Nicht unerheblich im Kontext der Gruppe „Skifahren“ hat sich auch die Regelmäßigkeit und Quantität der Beiträge erwiesen. So kann Expertentum nicht nur durch die verbale Positionierung als Experte, sondern auch durch die Mitgliedschaft im aktiven Kern der Gruppe durch viele und häufige Beiträge konstruiert werden. Eine Anerkennung als Experte seitens der Gruppe scheint demnach sowohl auf qualitativen als auch auf quantitativen Aspekten zu beruhen (vgl. auch § 7.1.24).

7.1.22 Intratextuelle Verweise

Mit intratextuellen Verweisen bezeichne ich hier Verweise, die auf Kommunikationsaktivitäten innerhalb von Post-Kommentar-Episoden referieren. Dabei handelt es sich erstens um Reaktionen auf vorhergehende Kommentare, die mit der Adressierung @ (vgl. 7.1.13) und dem Namen des Verfassers des betreffenden Kommentars eingeleitet werden. Damit findet, wie man im folgenden Beispiel nachvollziehen kann, nicht nur ein intratextueller Verweis statt, sondern auch eine Organisation der verschiedenen Gesprächsstränge innerhalb der Post-Kommentar-Episode. In diesem Fall geht es um Empfehlungen für Gebiete, in denen man am folgenden Wochenende vor dem Hintergrund der aktuellen Wettervorhersage gut Skifahren kann. Eine Empfehlung in diesem Zusammenhang ist das Skigebiet Obertauern, woraufhin Eberhart Neuer scherzhaft fragt, wie es denn kommt, dass das Skigebiet Obertauern innerhalb der Gruppe ein solches Prestige und einen solch hohen Stellenwert besitzt. Damit wendet er sich implizit an Sonja Englmair, deren Passion für eben diese Destination bekannt ist (§ 7.1.20). Nachdem zwei weitere Antworten auf die Frage im Initialpost durch Senta Willenbacher erfolgen, meldet sich dann auch Sonja Englmair zu Wort und macht mit ihrer Adressierung an Eberhart Neuer deutlich, dass sich ihr Kommentar auf seinen Beitrag bezieht und nicht auf den Initialpost.

Beispiel 183: Organisation von Gesprächssträngen (Korpus III)

Was ihr alle nur mit Obertauern habt. Ist doch Mickey Maus :D ... aber scho nett, geb ich ja zu...

K501 21.1.12 20:29 via Handy von Eberhart Neuer

Kitzbüheler Alpen, Skiwelt Wilder Kaiser.....

K502 21.1.12 23:06 von Senta Willenbacher

aber ist ne sehr gute Idee erst nächstes We ski zu fahren ;)

K503 21.1.12 23:08 von Senta Willenbacher

@Eberhart.....es passt einfach alles dort oben☺

K504 22.1.12 10:39 von Sonja Englmaier

scho ;-)))

K505 22.1.12 10:49 von Eberhart Neuer

Intratextuelle Verweise können in der Gruppe „Skifahren“ auch metakommunikativ sein (vgl. zur Metakommunikation als stil-konstituierendem Merkmal § 7.1.14). Im ausgewählten Beispiel referiert die Akteurin Lina Im auf die vorangegangene Entwicklung der Post-Kommentar-Episode. Sie selbst hat im Initialpost nach Versandmöglichkeiten für Ski gefragt, und im Folgenden hat sich eine ausschweifende Diskussion über verschiedene Themen entwickelt, die auch durch sexuelle Anspielungen geprägt ist (vgl. § 7.1.7).

Beispiel 184: Metakommunikativer Beitrag (Korpus III)

was hier für eine Diskussion entfacht unglaublich :D

K898 10.3.12 19:05 von Laura In

Die Bedeutung der Konvergenz verschiedener Kommunikationsmöglichkeiten im Internet und der daraus resultierenden Multimodalität wurde bereits in Kapitel 2.1.3 angesprochen. Eine für die Herausbildung des sozialen Stils innerhalb der Gruppe „Skifahren“ relevante Praxis in diesem Zusammenhang ist die Herstellung verschiedener Sprache-Bild-Bezüge. Stöckl (2004) bezeichnet mit diesem Begriff „jedwede Verknüpfung von sprachlichen und

bildlichen Zeichen im Rahmen eines Gesamttextes“ (ebd.:243)¹¹⁷. Prototypische Gegenstände seiner Analysen und Typologisierungen sind vor allem bebilderte Zeitungs- und Zeitschriftenartikel sowie Werbeanzeigen, also massenmedial geprägte Kommunikationsformen. Wie meine Daten zeigen, gibt es jedoch auch gute Gründe für die Annahme, dass Sprache-Bild-Bezüge auch im Bereich der interpersonal-öffentlichen Kommunikation¹¹⁸ relevant sind. In jedem Fall stellen sie innerhalb der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook ein stil-konstituierendes Merkmal im Bereich der intratextuellen Verweise dar. Ich möchte dies im Folgenden an einigen Beispielen illustrieren. Die ersten zwei Beispiele sind im weitesten Sinne Mischungen der Gebrauchsmuster, die Stöckl (2004:243) als Parallelisierung und Metakommunikation bezeichnet. Bei der Parallelisierung zeigt ihm zufolge „das Bild einen im sprachlichen Text benannten Gegenstand oder Sachverhalt“ (ebd.:254). Unter Metakommunikation im Kontext von Sprache-Bild-Beziehungen versteht der Autor formale Produktions- und Zeicheneigenschaften, die zusätzlich zu den inhaltlichen Bezügen zwischen Sprache und Bild fokussiert werden können (ebd.:264ff). Im ersten Beispiel postet nun Olaf Vogel ein Foto von sich und einer Begleiterin im Skiurlaub. Im begleitenden Text erhält der Rezipient die Information, dass das Foto vor 27 Jahren aufgenommen wurde. Zusammen mit der Information, dass auf dem Foto der Akteur Olaf Vogel selbst abgebildet ist, handelt es sich hierbei um metakommunikative Hinweise zur Bildentstehung. Die Sprache liefert hier „Informationen über die Herstellung, das Zustandekommen eines Bildes und klärt damit Fragen, die die bloße Bildbetrachtung nicht verlässlich beantworten kann“ (ebd.:266). Die Sprache liefert hier aber nicht nur metakommunikative Hinweise zum Verstehen des Bildes, es wird auch eine inhaltliche Verbindung hergestellt, und zwar im Sinne eines parallelisierenden Gebrauchsmusters, wobei auch auf Wissensbestände zurückgegriffen wird, die durch die metakommunikativen Hinweise zur Bildentstehung aktiviert werden. Olaf Vogel schreibt in seinem Beitrag zu dem Foto, dass er und seine Begleiterin vor 27 Jahren „so“ ausgesehen haben. Das Bild zeigt also den Sachverhalt im sprachlichen Text. Durch die Verwendung des Smileys wird weiterhin deutlich, dass es sich bei dem Post um einen humoristischen Beitrag handelt und dass das Augenmerk bei der Interpretation des Gesamttextes unter Berücksichtigung der zur Verfügung stehenden Hinweise hier auf den zur damaligen Zeit üblichen, mittlerweile aber

¹¹⁷ Stöckl (2004) begründet seine Bezeichnung von derartigen Bezügen als Sprache-Bild-Bezüge in Abgrenzung zu Bild-Text-Beziehungen damit, dass er somit die Tatsache akzentuiert, „dass der Gesamttext, in den Sprache- und Bildzeichen eingebunden sind, in Produktion und Rezeption erst zustande kommt, wenn beide Codesysteme in einer Synthese integriert werden“ (ebd.:243f).

¹¹⁸ Hybridisierung von Individualkommunikation und öffentlicher Kommunikation, z.B. auf Social Media Seiten wie Facebook oder Twitter (Marx & Weidacher 2014:78f).

aus der Mode gekommenen Skiklamotten liegt. Genau diese werden dann auch in der Episode kommunikativ bearbeitet.

Beispiel 185: Parallelisierung und Metakommunikation I (Korpus III)

Vor 27 Jahren haben wir so ausgesehen! :D
Das Material war schon ordentlich.



P196 11.3.12 16:10 via Handy von Olaf Vogel

elho freestyle hat ich auch ma.....hehe, wer issn der komische vogel da rechts auf dem bild :-PPP

K1031 11.3.12 16:13 von Thorsten Allenstein

Ich sag nichts! :D

Aber die Heckeinsteiger waren klasse!

K1032 11.3.12 16:16 via Handy von Olaf Vogel

und so apres tauglich waren sie....hatt natürlich auch heckeinsteiger

K1033 11.3.12 16:17 von Thorsten Allenstein

selbstverständlich ;-)

K1034 11.3.12 16:23 via Handy von Olaf Vogel

ja, die Elho Neonklamotten, die haben auch im Dunkeln geleuchtet ... so kurz nach Tchernobyl: Und meine Nordica 955 habe ich auch geliebt damals!!! In Ischgl gabs fast nur Schleplifte (-:

K1035 11.3.12 16:28 von David Feger

Im zweiten von mir ausgewählten Beispiel wird der Sprache-Bild-Bezug interaktiv hergestellt. Die Akteurin Joana Lauströher möchte ihre Ski verkaufen, was zuvor in einer anderen Post-Kommentar-Episode thematisiert wird: *„Hätte noch einen 175 Atomic zum Verkauf...“* (K 166, Korpus IV). Hier in diesem Initialpost besteht ihr Beitrag jedoch nur aus einem Foto, auf dem eine Skifahrerin in rasantem Tempo zu sehen ist und auf ein Tor, vermutlich in der Disziplin Riesenslalom, zufährt. Ohne begleitenden Text wird dem Rezipienten nicht zweifelsfrei klar, was das Foto in diesem Kontext bedeutet. Einerseits könnte es sich bei der Sportlerin auf dem Foto um irgendjemanden handeln, der zufällig den angebotenen Ski fährt, andererseits ist es auch möglich, dass die Verfasserin des Posts selbst dort abgebildet ist. Ohnehin muss der Transfer, dass es sich bei dem Foto um die Darstellung eines Skis, der verkauft werden soll, handelt, von den Rezipienten durch Rückgriff auf kommunikatives Gut der Gruppe selbst hergestellt werden. David Feger trägt dann durch die Eröffnung einer Sequenz zur Klärung bei, indem er fragt, ob es bei der Frau auf dem Foto um die Verfasserin des Initialposts, Joana Lauströher, handelt. Dadurch entsteht ein metakommunikativer Bezug zwischen Sprache und Bild, denn er erhält die Antwort, dass sie tatsächlich auf dem Foto abgebildet ist. Eine Parallelisierung von Sprache und Bild findet dann in der folgenden Paarsequenz statt. David Feger kommentiert das Motiv des Bildes mit *„ziemlich zackig“* und verbalisiert damit den Bildinhalt respektive die rasante Skifahrerin. Joana Lauströher antwortet darauf und offenbart den Fokus des Bildes, nämlich die Ski, die verkauft werden sollen. Die Tatsache, dass sie auf dem Foto schnell und professionell Ski fährt, ist daher irrelevant und kommt nur zum Tragen, da sie kein anderes Bild von den Skiern hatte. Hier wird also wie in dem Beispiel oben der Sprache-Bild-Bezug durch die Gebrauchsmuster der Parallelisierung und der Metakommunikation hergestellt, allerdings auf interaktive Art und Weise.

Beispiel 186: Parallelisierung und Metakommunikation II (Korpus IV)



P181 · 6. Mai um 21:14 Joana Lauströher

David Feger: bist Du das?

K742 6. Mai um 21:33 · Gefällt mir

Joana Lauströher: ja.

K743 6. Mai um 21:34 · Gefällt mir

David Feger: ziemlich zackig (-:

K744 6. Mai um 21:34 · Gefällt mir

Joana Lauströher: Also wie gesagt, es geht hier um den Ski, der zu, Verkauf steht. Hätte sonst keine anderen Bilder =D

K745 8. Mai um 12:38 via Handy · Gefällt mir · 2

Im nächsten Beispiel lässt sich ein weiteres Gebrauchsmuster von Sprache-Bild-Bezügen im Kontext intratextueller Verweise nach Stöckl (2004) identifizieren. „Viele in sprachlichen Texten thematisierte Sachverhalte schließen abstrakte Phänomene bzw. Objekte ein, die nicht direkt visualisiert werden können“ (ebd.:256). Er spricht hier von Metonymischer Konzeptassoziation. Grundsätzlich handelt es sich hierbei auch um eine Parallelisierung zwischen Sprache und Bild. Zum Verständnis sind jedoch metonymische Zwischenschritte notwendig. „Die Metonymie wird hierbei als kognitives Grundprinzip betrachtet, das gedankliche Ersetzungsoperationen verschiedenster Art (u.a. temporale, kausale und adversative Bezüge zwischen Konzepten) subsumiert, die alle auf der Assoziation von

Bedeutungen beruhen“ (ebd.:257). Im Beispiel postet Christian Stopfel ein Foto eines Skifahrers, der während eines Sprungs, typisch für die Disziplin Abfahrt, abgelichtet wurde. Auffällig ist, dass der Sportler nur eine kurze Hose trägt. Im Begleittext fragt der Verfasser des Initialposts die anderen Gruppenmitglieder, was sie „davon“ halten. Dabei ist nicht eindeutig, worauf er hinaus will. Sicherlich geht es um das Motiv des Bildes respektive den Skifahrer in kurzer Hose. Hier findet also die Parallelisierung zwischen Sprache und Bild statt. Zum tieferen Verständnis des Sprache-Bild-Bezugs sind jedoch weitere Überlegungen notwendig. Christian Stopfel hat dafür mehrere Interpretationsmöglichkeiten offen gelassen. Ein Aspekt, der hier assoziiert werden könnte, wäre der Faktor Sicherheit. Der Skifahrer ist mit hohem Tempo unterwegs und befindet sich während des Sprungs weit über der Skipiste. Angesichts der Tatsache, dass er keine Skihose trägt, ist das Verletzungsrisiko sehr hoch. Um einen solchen Sprung, wie auf dem Foto abgebildet, zu absolvieren, ist auch eine ausgeprägte skifahrerische Kompetenz Voraussetzung, so dass diese ebenfalls bei der Herstellung des Sprache-Bild Bezuges assoziiert werden könnte. Schließlich könnte auch die Kraft der Höhensonne und deren Auswirkungen auf unbedeckte Haut als Konzept hinter dem Bildinhalt stehen. Die beiden letztgenannten Assoziationsmöglichkeiten werden, wie im Beispiel nachvollzogen werden kann, im Verlauf der Post-Kommentar-Episode humoristisch thematisiert.

Beispiel 187: Metonymische Konzeptassoziation (Korpus III)

was haltet ihr davon?



P205 19.3.12 12:21 von Christian Stopfel

Hatte ich nicht gesagt: "Bitte keine Bilder von mir" ??? :-)

K1169 19.3.12 15:29 von Jens Schulze

na das gibt Sonnenbrand aufm Knie!

K1170 19.3.12 16:09 von David Feger

dafür gibt's Sonnencreme..

K1171 19.3.12 17:36 via Handy von Sonja Englmaier

ja, aber die Haut könnte runzlig werden (-:

K1172 19.3.12 17:44 von David Feger

Im letzten Beispiel kann abschließend ein weiteres Gebrauchsmuster der Sprache-Bild-Bezüge nach Stöckl (2004) beobachtet werden: Metaphorisierungen und Literalisierungen. Darunter versteht der Autor einen metaphorischen Bezug zwischen Sprache und Bild. „Dabei literalisieren die Bilder zumeist eine sprachliche Metapher, d.h. sie visualisieren die wörtliche Bedeutung einer Metapher und reaktivieren den Bildspendebereich“ (ebd.:260). Der ausgewählte Post enthält ein Foto, auf dem ein durch künstliches Licht angestrahlter Berggipfel und eine beleuchtete Berghütte bei Nacht abgebildet sind. Durch den begleitenden Text wird der metaphorische Sprache-Bild-Bezug mit Hilfe einer metakommunikativen Kommentierung hergestellt. Der Verfasser des Posts, Max Winkel, gibt die Information preis, dass das Bild am Fuße des Grödnerjochs in Italien aufgenommen wurde. Bei der Hütte auf dem Foto handelt es sich demnach um eine vom Hüttenwirt „Jimmy“ betriebene Skihütte. Die verwendete Metapher, „*dass bei Jimmy immer die Hütte brennt*“, wird hier vom Bild literalisiert. Dadurch, dass die Hütte auf dem Bild beleuchtet ist, wird eine Analogie zu einer tatsächlich brennenden Hütte hergestellt. Das Motiv auf dem Foto visualisiert also die wörtliche Bedeutung der Metapher „*die Hütte brennt*“, die dafür steht, dass in einer Skihütte des Abends gefeiert wird und dass dort eine ausgelassene Stimmung herrscht, und reaktiviert den Bildspendebereich. Infolgedessen entsteht so auch ein Spannungsverhältnis zwischen wörtlicher und metaphorischer Lesart, was laut Stöckl (2004:260) den kommunikativen Reiz derartiger Sprache-Bild-Bezüge ausmacht (ebd.).

Beispiel 188: Metaphorisierung und Literalisierung (Korpus III)

wer schonmal auf dem Grödnerjoch war, weiß, dass bei Jimmy immer die Hütte brennt :-D



P214 24.3.12 13:59 von Max Winkel

Im Rahmen dieser Analysen wurde bereits deutlich, dass die von Stöckl (ebd.) identifizierten Gebrauchstypen zwar für einen Gesamttext bestimmend sein können, in den meisten Fällen liegen die Muster jedoch in einer Kombination vor (ebd.:299). Der Autor betont ebenfalls, dass die Funktionen der Bilder für den Gesamttext in Sprache-Bild-Bezügen „jeweils vom konkreten Text und der Textsorte abhängig [sind]“ (ebd.:300). Wie oben bereits erwähnt beschäftigt er sich hauptsächlich mit Sprache-Bild-Bezügen in massenmedialen Kontexten. Anhand der Analyse meiner Daten aus der Facebook-Gruppe konnte ich jedoch zeigen, dass Sprache-Bild-Bezüge auch in interpersonal-öffentlicher Kommunikation vorkommen und in diesem Fall als stil-konstituierendes Merkmal im Kontext intratextueller Verweise identifiziert werden können. Funktional stimmen die Gebrauchsmuster mit den von Stöckl (2004) verallgemeinernd formulierten Aufgaben für den Gesamttext überein. Gesamttextinhalte können demnach durch die Kombination mit Bildern abstrahierend oder symbolisierend zusammengefasst werden (vgl. 185). Zudem können prägnante Teile der Textstruktur markiert oder hervorgehoben werden (vgl. 188). Des Weiteren ist es möglich, Textteile mit Hilfe von Bildern ganz oder teilweise zu ersetzen. Schließlich können Bilder dazu dienen, Textaussagen zu perspektivieren und konnotativ aufzuladen (vgl. Beispiel 185). (Stöckl 2004:300). Hinzu kommt m. E. im Kontext interpersonal-öffentlicher Kommunikation die interaktive Relevanz der Gebrauchstypen von Sprache-Bild-Bezügen. Bilder und entsprechende Sprache-Bild-Bezüge können hier auch dazu dienen, Interaktionen anzuregen und überhaupt erst entstehen zu lassen. Der Gesamttext wird also interaktiv durch den Input und die Assoziationen, die das Bild liefert, hergestellt (vgl. Beispiele 186 und 187).

7.1.23 Intertextuelle Verweise

Mit intertextuellen Verweisen bezeichne ich hier in Gegensatz zu den oben beschriebenen intratextuellen Verweisen, Verweise, die auf Kommunikationsaktivitäten außerhalb von Post-Kommentar-Episoden referieren. Die Kommunikationspraxis der Mitglieder der Gruppe „Skifahren“ zeichnet sich durch zahlreiche Verweise auf andere Post-Kommentar-Episoden, Medien, Kommunikationsformen und Plattformen aus. Im ersten Beispiel handelt es sich um einen Verweis auf eine andere Post-Kommentar-Episode. Thorsten Allenstein antwortet auf eine Nachfrage von David Feger, der wissen möchte, um welches Skigebiet genau im Sauerland es geht. Thorsten Allenstein antwortet darauf, indem er ihn auf eine Information verweist, die innerhalb einer anderen Post-Kommentar-Episode bereits gegeben wurde.

Beispiel 189: Verweis auf andere Post-Kommentar-Episode (Korpus IV)

Thorsten Allenstein: winterberg....steht doch unten im anderen post ;-)

K395 5. Februar um 09:26 · Gefällt mir

Facebook an sich ist bereits eine konvergente Plattform (§ 2.1.3), sodass Verweise auf andere Kommunikationsformen bzw. Bereiche außerhalb der Gruppe „Skifahren“ aber innerhalb von Facebook häufig sind. Einige Beispiele zur Pinnwand, zum Chat und zur privaten Nachricht sind im Folgenden aufgeführt. Die private Pinnwand dient bei Facebook-Nutzern im Allgemeinen der Selbstdarstellung, wobei man als Nutzer selbst entscheiden und einstellen kann, wer wieviel von den Informationen dort einsehen kann. Es ist beispielsweise möglich, Daten wie Wohnort, Alter, Arbeitgeber etc. anzugeben und ein Profilbild hochzuladen. Auf eben dieses verweist Rainer Ohlfert in seinem Kommentar, dargestellt in Beispiel 190. Der Chat auf Facebook ist eine Möglichkeit innerhalb der Plattform one-to-one und quasi-synchron zu kommunizieren. Ähnlich wie die PM (private message), die ähnlich wie Emails sind, werden diese Kommunikationsformen innerhalb der Gruppe häufig genutzt, um Dinge, die innerhalb einer Post-Kommentar-Episode aufgeworfen werden, in einem privateren Rahmen weiter zu besprechen, z.B. konkrete Treffpunkte für gemeinsame Skiausflüge oder Verkaufsabwicklungen (Beispiel 191 und 192).

Beispiel 190: Private Pinnwand auf Facebook (Korpus III)

Dass Paolo's Geschmack manchmal zweifelhaft ist wird durch sein Profilbild klar belegt....

K1160 19.3.12 10:24 via Handy von Rainer Ohlfert

Beispiel 191: Chat auf Facebook (Korpus III)

Komm mal bitte in den Chat.

K117 10.12.11 18:34 von Igor Zimmat

Beispiel 192: PM auf Facebook (Korpus III)

Hey,
ich kann bis Samstag K2 Testski günstig besorgen. Die Ski stammen aus dem K2 eigenen Testcenter und waren nur Anfang der Saison kurz unterwegs. Sie sind gewachst, geschliffen und sehen fast aus wie neu. Wer Interesse hat schreibt mir bitte ein Nachricht.

VG
Jan

P117 26.1.12 11:25 von Jens Niendiek

Verweise zu anderen Plattformen außerhalb von Facebook sind ebenfalls häufig. So findet eine Vernetzung mit Foren, privaten Homepages und dem Videoportal Youtube statt. In Beispiel 193 geht es um eine geplante Verbindung der Skigebiete Warth und Lech am Arlberg (Österreich) sowie Verbindungen, die die Gebiete Rendl und Kappl in St. Anton (Österreich) bzw. Pardatsch in Ischgl (Österreich) betreffen. Da es innerhalb der Diskussion zwischen den Gruppenmitgliedern nicht zu einem zufriedenstellenden Ergebnis kommt, weil David Fegers Aussagen, die denen von Thorsten Allenstein gegenüberstehen, auf Hörensagen beruhen, führt Thorsten Allenstein in diesem Fall das Forum alpinforum.com als Quelle an, um seinen Status als Experte in dieser Frage zu bekräftigen. Gleichzeitig verhindert er auf diese Weise, David Feger bloßzustellen, indem er preisgibt, dass auch er sich das Wissen angelesen hat, und zwar unter dem Menüpunkt „*infrastrukturelle Neuigkeiten*“ in besagtem Forum. Implizit könnte der Verweis auf das Forum auch dahingehend interpretiert werden, dass es im Hinblick auf derartige Entwicklungen in den Skigebieten für Interessierte ohnehin sinnvoll wäre, sich dort regelmäßig zu informieren.

Beispiel 193: Anderes Forum (Korpus IV)

Thorsten Allenstein: also die verbindung warth kommt zum winter 13/14.....rendl kappl is noch nicht durch, da wird noch verhandelt....

K219 21. Dezember 2012 um 08:13 · Gefällt mir

David Feger: hab mal beim Ex-Seilbahnchef von St. Anton gewohnt, die meinten, das würde innerhalb von 2 Jahren realisiert, war vor ca. 6 Jahren. ... die Pardatsch in Ischgl sollte auch diesen Sommer gebaut werden, ich seh noch nichts ...

K220 21. Dezember 2012 um 08:16 via Handy · Gefällt mir

Thorsten Allenstein: also wie gesagt, lech-warth is durch,alles andere offen.....schau ma ins alpinforum.com unter infratraktuelle neuigkeiten....

Wie im nächsten Beispiel zu sehen, findet man auch sehr häufig Verlinkungen zum Videoportal Youtube. Innerhalb der Gruppe „Skifahren“ erscheinen dann eine Vorschau des Videos sowie eine kurze Beschreibung. Wie unter den „normalen“ Posts gibt es auch die

Möglichkeit zu kommentieren. Häufig sind vor allem die Aktivitäten von Tanja Ski Anlass für ausschweifende Diskussionen im Anschluss an intertextuelle Verweise in Initialposts.

Beispiel 194: Video auf Youtube (Korpus III)

Perfekter Frühlingschnee im Oberallgäu: <http://www.youtube.com/watch?v=jDAJ9MqnItg>



Tanja@Allgäuer Hörnerbahnen Bolsterlang-Ofterschwang, 03/2012

www.youtube.com

Tanja von <http://www.IchWillSchnee.info> unterwegs an den Allgäuer Hörnerbahnen in Bolsterlang und Ofterschwang. Beide Skigebiete

P228 1.4.12 12:39 von Tanja Ski

Ein Phänomen im Kontext der angesprochenen Verweise auf andere Plattformen ist die Bezugnahme auf dort veröffentlichte Inhalte. In der Post-Kommentar-Episode in dem ausgesuchten Beispiel geht es um die aktuellen Ski- und Wetterbedingungen in Madonna di Campiglio/Italien. Die Akteurin Melanie Müller fragt nach aktuellen Informationen und erhält von Martina B. Ritzler einen Verweis auf eine andere Plattform, nämlich die Homepage www.schneehoeen.de, auf der offensichtlich aktuelle Schneebedingungen verschiedener Destinationen eingesehen werden können. Innerhalb der Post-Kommentar-Episode wird nur die Vorschau auf die Homepage angezeigt. Um also inhaltliche Informationen zu erhalten, muss man dem Link folgen. Nichtsdestotrotz wird hier durch Melanie Müller Kohärenz zwischen beiden Texten, also der Post-Kommentar-Episode und dem Schneebericht, hergestellt. Ohne Inhalte explizit kommunikativ zu bearbeiten, verweist sie in ihrem Beitrag mit „*das hört sich ja nicht so gut an*“ auf die Informationen, die sie auf der anderen Plattform erhalten hat. Hier werden also intertextuelle Verweise in den Gesamttext der Post-Kommentar-Episode integriert und in den Wissensbestand der Gruppe aufgenommen.

Beispiel 195: Kohärenz nach Verweis auf andere Plattform (Korpus III)

<http://www.schneehoeen.de/skigebiete/schneebericht/madonna-di-campiglio>

Schneebericht Madonna di Campiglio: Schneehöhen und Schneelage Trentino, Italien

www.schneehoeen.de

Schneehöhe Madonna di Campiglio, Trentino, Italien: aktueller Schneebericht, geö...Mehr anzeigen

K1219 22.3.12 22:49 von Martina B. Ritzler

och nööö.... das hört sich ja gar nicht gut an

K1220 22.3.12 22:49 von Melanie Müller

ja klingt nich so super ^^

K1221 22.3.12 22:50 von Martina B. Ritzler

Zum Bereich der intertextuellen Verweise zähle ich schließlich auch die gleichzeitige Nutzung anderer Medien, z.B. TV, wenn Inhalte daraus innerhalb einer Post-Kommentar-Episode relevant werden. Das folgende Beispiel zum Verweis auf Inhalte aus dem Fernsehen, ist einer Episode entnommen, in der es um Tipps für familienfreundliche Skigebiete geht. Die Verfasserin des Initialposts erhält zahlreiche Antworten und unter einigen Akteuren entwickelt sich eine Diskussion über Skigebiete, in denen sie selbst als Kind waren und über infrastrukturelle Veränderungen eben dieser in den vergangenen Jahren bzw. Jahrzehnten. Sonja Englmaier eröffnet dabei abrupt und aus aktuellem Anlass eine Nebensequenz, indem sie auf eine parallel im Fernsehen laufende Sendung über Lawinen verweist. Nana Dobermann bezieht sich auf Sonja Englmaiers Beitrag und offenbart, dass auch sie den Bericht im Fernsehen gesehen hat. Aufgrund der angefügten traurigen Emoticons, können wir annehmen, dass es in der TV-Reportage um die Gefahren des Skifahrens abseits der Pisten und womöglich um Lawinenopfer in diesem Zusammenhang ging. David Feger, dessen vorheriger Beitrag sequenziell noch zu der Unterhaltung über damalige Skigebiete gehört, greift den Verweis auf den Fernsehbeitrag dann auch explizit inhaltlich auf und macht deutlich, dass seiner Meinung nach solche Beiträge nötig sind, um den Leuten die Augen zu öffnen und Grenzen und Gefahren des Skifahrens abseits der Pisten aufzuzeigen.

Beispiel 196: TV (Korpus IV)

Sonja Englmaier: gerade kommt ein Bericht über Lawinen im TV...-((((((

K522 16. Februar um 20:09 · Gefällt mir

David Feger: ich war das erste mal 78 oder 79 dort ... damals war die Diasbahn noch Einersessel ...

K523 16. Februar um 20:09 · Gefällt mir

Nana Dobermann: @Sonja: Habe ich auch gerade gesehen ☺

K524 16. Februar um 20:10 · Gefällt mir

David Feger: dringend notwendig, die Leute kaufen alle Freerider und fahren ohne Sinn und Verstand neben der Piste

K525 16. Februar um 20:10 · Gefällt mir

Insgesamt betrachtet stellen die oben beschriebenen intertextuellen Verweise ein stilkonstituierendes Merkmal der Gruppe „Skifahren“ dar, wobei die Verweise unterschiedliche Funktionen für den Gesamttext der Post-Kommentar-Episode einnehmen können. So können intertextuelle Verweise der Klärung oder Spezifizierung von Inhalten dienen (vgl. Beispiel 189-193). Des Weiteren können sie als Argumentations- bzw. Diskussionsgrundlage fungieren (vgl. Beispiele 193, 194 und 196). Schließlich ist zu beobachten, dass intertextuelle Verweise innerhalb der Gruppe „Skifahren“ in den Gesamttext der Post-Kommentar-Episode integriert werden und somit Kohärenz stiften (vgl. Beispiel 195).

7.1.24 Partizipationsstruktur: Aktiver Kern und schweigende Masse

Innerhalb der Gruppe „Skifahren“ lässt sich über beide Saisons hinweg eine Aufteilung in einen aktiven Kern und eine schweigende Masse beobachten. Von den registrierten Mitgliedern haben nur 8 % (Saison 2011/2012) bzw. 4 % (Saison 2012/2013) überhaupt etwas innerhalb der Gruppe gepostet. Es kann demnach davon ausgegangen werden, dass es sich bei den restlichen Gruppenmitgliedern um passive Mitleser oder sogar nur gelegentliche Besucher der Gruppe handelt. Wie in den Kreisdiagrammen in den Abbildungen 22 und 23 unten zu sehen ist, wurden ungefähr gut die Hälfte der gesamten Beiträge von sehr kommunikationsaktiven Mitgliedern der Gruppe verfasst, während sich die restlichen Beiträge abnehmend aus gelegentlichen bis einmaligen Posts bzw. Kommentaren zusammensetzen. Damit handelt es sich um die typische Zusammensetzung einer Online-Community, die beispielsweise nach Androutsopoulos (2004) als eine „Kern-Peripherie-Struktur aufgefasst [wird], wobei ein Kern aktiver Teilnehmer die meisten Beiträge beisteuert und die Kontinuität der Gemeinschaft sichert“ (Androutsopoulos 2004:179). Auch Stegbauer (2000) spricht in diesem Zusammenhang von einer „Zentrum-Peripherie-Struktur“ (ebd.:32) und stellt fest, dass „zentrale Akteure von vitaler Bedeutung für die Kommunikation in

virtuellen Sozialräumen sind“ (ebd.). In der folgenden Tabelle sind die absoluten Beitragszahlen der jeweils 15 aktivsten Akteure in den berücksichtigten Saisons aufgeführt. Für die Berechnung wurde nicht zwischen Posts und Kommentaren unterschieden.

Beiträge Saison 2011/2012		Beiträge Saison 2012/2013	
David Feger	301	David Feger	243
Sonja Englmaier	224	Thorsten Allenstein	78
Thorsten Allenstein	179	Tanja Ski	75
Olaf Vogel	136	Paolo Gödecker	75
Paolo Gödecker	99	Sonja Englmaier	50
Rainer Ohlfert	56	MDNPAIpschreiber	43
Max Winkel	35	Olaf Vogel	39
Jens Schulze	35	Steffi Ro	17
Eberhart Neuer	30	Eberhart Neuer	17
Tanja Ski	28	Nana Dobermann	15
Fritz Beller	27	Marvin Mester	13
Laura In	26	Walter Haase	11
Ralf Egli	25	Katharina Witzig	9
Pia Leutner	25	Uwe Kanter	8
Christoph Floh	19	Alfons Dietl	8

Abb. 21: Absolute Beitragszahlen der 15 aktivsten Akteure in den Saisons 2011/2012 & 2012/2013

Wie bereits oben bemerkt, ging die Anzahl der Beiträge in der zweiten Saison allgemein zurück. Auffällig ist aber dennoch, dass der User David Feger mit 243 Beiträgen einen solchen großen Abstand zum zweitaktivsten User Thorsten Allenstein mit 78 Beiträgen hat.

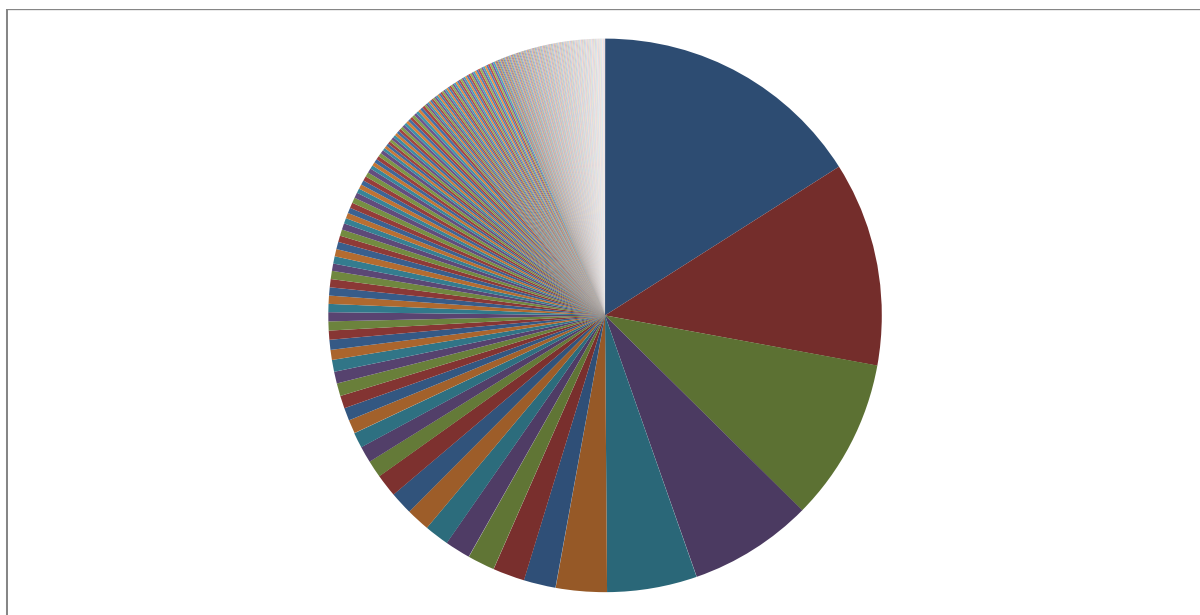


Abb. 22: Beitragsstatistik Gruppe „Skifahren“ Saison 2011/2012

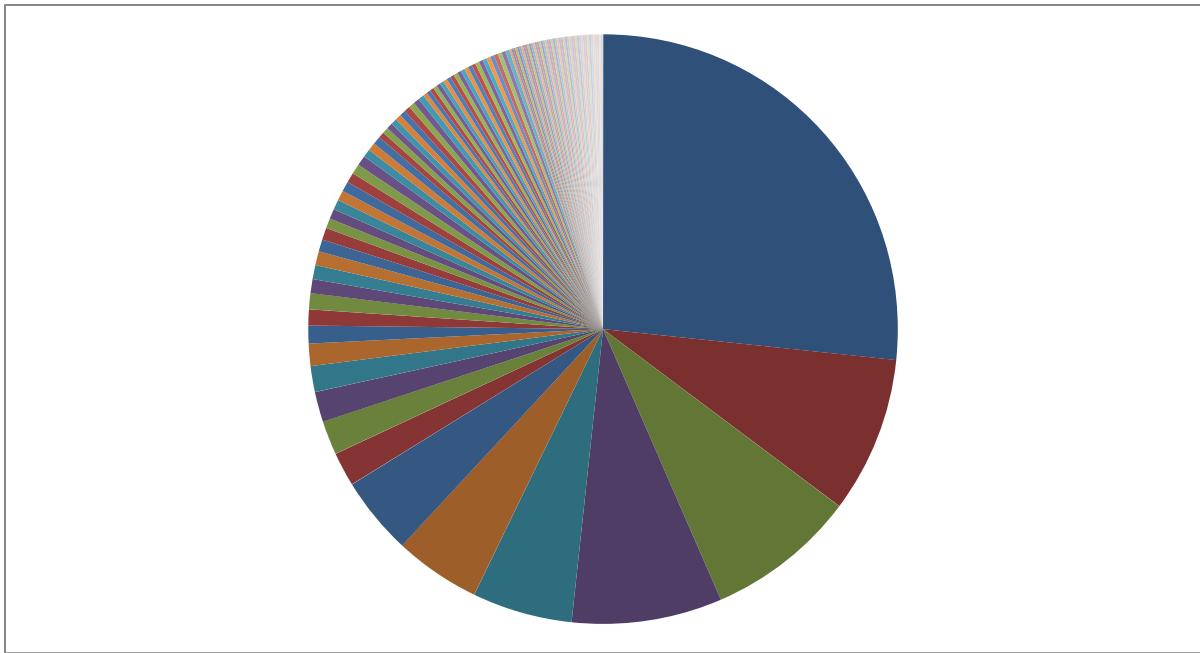


Abb. 23: Beitragsstatistik Gruppe „Skifahren“ Saison 2012/2013

Dass sich die Mitglieder der Gruppe „Skifahren“ auch selbst über die Aufteilung in Kern und Peripherie und einer damit einhergehenden „Konzentration der Beiträge auf wenige aktive Teilnehmer“ (Stegbauer 2000:32) bewusst sind, zeigt das folgende Beispiel. Entnommen wurde der Beitrag einer Post-Kommentar-Episode, die im Anschluss an einen Initialpost von Tanja Ski entstanden ist. Einige Akteure beschwerten sich zum wiederholten Male über die Werbung und insbesondere die Art und Weise der Selbstdarstellung von Tanja Ski, woraufhin sich diese zu Wort meldet und behauptet, dass ihr Konzept bei der „*schweigenden Masse*“ innerhalb der Gruppe gut ankommt. Woher sie diese Erkenntnis nimmt bleibt unklar bzw. muss vermutet werden (s.o. § 7.1.20.). Eine Akteurin, die sich selbst der schweigenden Masse zuschreibt, meldet sich daraufhin zu Wort und thematisiert, dass die Tatsache, dass sie nur wenige Beiträge in der Gruppe veröffentlicht, keineswegs gleichbedeutend damit ist, dass sie die Aktivitäten von Tanja Ski gutheißt. Im Gegenteil, sie betont, dass sie die innerhalb der Gruppe etablierten Werte und Vorstellungen teilt, obwohl sie nicht zum aktiven Kern der Mitglieder gehört.

Beispiel 197: „schweigende Masse“ (Korpus III)

ich gehoeere auch zu der schweigenden Masse und mir gefaellt diese laestige Werbung auch nicht!!!!Was sind denn bitte 50Pistenkilometer????Gaehn...nene..Obertauern wir bleiben dir true

K1665 6.6.12 11:10 via Handy von Ronja Schüssler

7.2 Synthese und Diskussion der Analyseergebnisse

Bei der vorangegangenen Identifikation der stil-konstituierenden Merkmale lässt sich eine Fokussierung auf das Miteinander-Interagieren beobachten. In der Gruppe „Skifahren“ steht grundsätzlich ein themenzentrierter Austausch zwischen den Akteuren im Vordergrund, wobei die Themenzentrierung phasenweise in den Hintergrund gerät und phatische Kommunikation an Relevanz gewinnt. Dadurch erhält der emergierende Stil eine gruppenidentifizierende Wirkung und nicht, wie oben beim Bergscout-Projekt gesehen, eine textsortencharakterisierende. Stil ist hier Resultat interaktiver Aushandlungsprozesse und nicht Folge der Bemühung, eine gestellte Aufgabe zu bearbeiten.

Wie eingangs des Kapitels bereits erwähnt (§ 7), erscheint das Konzept des kommunikativen sozialen Stils in diesem Zusammenhang als sinnvoll zur Beschreibung der grundlegenden Dimensionen, die bei der Herausbildung der stil-konstitutiven Merkmale eine Rolle spielen. Keim (2001) nennt in diesem Zusammenhang die folgenden Aspekte, die sich während des Mannheimer Projekts zu Migrantengruppen (s.o.) herauskristallisiert haben: Dazu gehört demnach zunächst die Ausprägung bestimmter pragmatischer Regeln des Sprechens, darunter für die Regulierung von sozialer Nähe und Distanz, den alltäglichen Umgang miteinander, Lob und Kritik, die Bearbeitung von Problemen und Konflikten sowie die Herstellung von Geselligkeit (ebd.:378). Aspekte dieser Dimension können auch innerhalb der Gruppe „Skifahren“ beobachtet werden, wobei es sich natürlicherweise um Regeln des Schreibens und nicht des Sprechens handelt. Konkret zählen dazu beispielsweise die Punkte Humor/Scherzkommunikation und Ironie (§ 7.1.10, 7.1.11). Weiter spricht Keim (2001:378) von der Verwendung unterschiedlicher sprachlicher Ressourcen, d.h. Sprachen und Varietäten, mit funktionellem Hintergrund, also zur Strukturierung von Äußerungen und zur Organisation von Interaktion, aber auch und vor allem zur Symbolisierung sozialer Eigenschaften der Gruppe (ebd.). In meinen Daten lassen sich hier Parallelen zum Beispiel im Bereich der emblematischen Verwendung diatopischer Varietät sowie fremdsprachlicher Elemente feststellen (§ 7.1.5, 7.1.6). Drittens erwähnt Keim (ebd.) „die Ausprägung eines Systems sozialer Kategorien, das für die Selbst- und Fremdefinition wesentlich ist“ (ebd.). Im Kontext meiner Daten lässt sich eine solche Ausbildung bei der Aushandlung von Expertenstatus (§ 7.1.21) sowie bei der Pflege von Vorurteilen und Stereotypen zur Herstellung von Gruppenidentität (§ 7.1.19) beobachten. Zudem fällt laut Keim (ebd.) sowohl eine Tendenz zu präferierten Kommunikationsformen, als auch zu Darstellungsformen und Interaktionsmodalitäten für die Darstellung und Klärung von Sachverhalten auf (ebd.). Auch

in diesem Zusammenhang konnten innerhalb der Gruppe „Skifahren“ Parallelen identifiziert werden. So lässt sich feststellen, dass ein Großteil der Kommunikation innerhalb von Post-Kommentar-Episoden stattfindet. Bevorzugte Darstellungsformen sind dabei insbesondere auch Fotos, die wiederum zum Gegenstand der Interaktion werden (§ 7.1.22). Ebenfalls in diese Dimension einordnen würde ich die Verwendung etablierter Emoticons (§ 7.1.3). Des Weiteren thematisiert Keim (2001) „die Verwendung bestimmter Formen und Phraseologismen zur Bearbeitung von kommunikativen Aufgaben“ (ebd.:378). Im Kontext meiner Daten fallen hierunter die identifizierten Typen und Themen (§ 7.1.7) innerhalb der Gruppenkommunikation sowie die Verwendung verschiedener Formen von Organisation und Adressierung in den Gesprächssträngen (§ 7.1.13). Als vorletzte Dimension erwähnt die Autorin die Verwendung einer spezifischen Sprachästhetik, worunter sie beispielsweise Lexik, Metaphern, aber auch prosodische Merkmale zusammenfasst (ebd.). Innerhalb der Gruppe „Skifahren“, deren Kommunikationsaktivitäten schriftlich erfolgen, kann man hier die Verwendung von skisportrelevanter Fachsprache, Jargon sowie Toponymen erkennen (§ 7.1.2). Des Weiteren gehören zu diesem Aspekt auch die beobachtete variationsreiche Orthografie sowie die nächstsprachliche Syntax (§ 7.1.2). Schließlich erweist sich laut Keim (ebd.) noch eine weitere Dimension als relevant, nämlich Geschmackspräferenzen bei Kleidung, Kulturkonsum, die äußere Aufmachung, und „die Ausprägung bestimmter gestischer und proxemischer Besonderheiten“ (ebd.). Zu letzteren zählt auch das Raumverhalten (ebd.). Im Kontext der Gruppe „Skifahren“ lassen sich Geschmackspräferenzen insbesondere bei den geteilten Einstellungen, Geschmackspräferenzen und Werten (§ 7.1.18) feststellen. Des Weiteren gibt es stil-konstituierende Besonderheiten im Bereich Raumverhalten, z.B. wie in den Kapiteln zur variablen Synchronität (§ 7.1.12) und zu den Fiktionalisierungen (§ 7.1.15) dargestellt. Die äußere Aufmachung spielt hier eine untergeordnete Rolle, obwohl den Gruppenmitgliedern durch das Profilbild dazu begrenzte Informationen vorliegen. Weitaus wichtiger in diesem Zusammenhang ist jedoch die Selbstdarstellung, wie in Kapitel 7.1.20 dargestellt. Hinsichtlich der Tatsache, dass es sich im Kontext der Gruppe „Skifahren“ um einen sozialen Stil handelt, der in einer virtuellen Umgebung emergiert, ist m.E. noch eine weitere Dimension hinzuzufügen, nämlich die Inszenierung der Gruppenmitgliedschaft durch Partizipation (§ 7.1.24, vgl. auch Androusoyopoulos 2004). Das bedeutet, dass zum sozialen Stil der Gruppe auch gehört, dass Mitgliedschaft einerseits qualitativ durch die Phänomene auf den erwähnten verschiedenen kommunikativen Ebenen, aber andererseits auch quantitativ durch die Anzahl der Beiträge angezeigt wird.

Hinsichtlich des virtuellen Charakters der Gruppe, lässt sich bei der Dekomponierung der stil-konstituierenden Merkmale zudem auf die kombinatorische Verwendung verschiedener Ressourcen schließen: Zunächst lassen sich in diesem Zusammenhang *medial und kommunikations(platt)formbedingte Komponenten* des Stils feststellen. Darunter sind Komponenten zu verstehen, die aus den medialen Gegebenheiten sowie der verwendeten Kommunikations(platt)form (in diesem Falle eine Gruppe auf Facebook) resultieren. Dazu gehören die verwendeten Emoticons, die Simulation der para- bzw. nonverbalen Ebene, die Multimodalität, die Ausprägungen der Synchronität, die Adressierung der Beiträge sowie deren Form und Organisation¹¹⁹. Des Weiteren gibt es *kommunikative und soziale Komponenten* des Stils, die in erster Linie aus den Kommunikationsaktivitäten und Interaktionen und daraus resultierenden gruppenspezifischen Prozessen entstanden sind. Dazu gehören Scherzkommunikation und Ironie, Höflichkeit, Kreativität, Fiktionalisierungen, Selbstdarstellung und kommunikative Aushandlung von Expertenstatus, geteilte Einstellungen/Geschmackspräferenzen/Werte, Metakommunikation, Partizipation, sowie die Pflege von Vorurteilen und Stereotypen. Wie oben beschrieben, handelt es sich beim Insiderwissen und den konventionalisierten Konnotationen um Phänomene, die sich auf einem Kontinuum anordnen, daher sind diese beiden Aspekte teilweise kommunikativ und sozial bedingt, teilweise gehören sie aber auch zu den schließlich identifizierten *objektbedingten Komponenten* des Stils. Darunter verstehe ich stil-konstituierende Merkmale, die auf die Themenzentrierung innerhalb der Gruppe zurückzuführen sind, also relevante Themen, die Verwendung von Fachsprache, Jargon und Toponymen, der emblematische Gebrauch diatopischer Varietät. Ein Überblick über die kombinatorische Verwendung der Ressourcen ist in der folgenden Abbildung zusammengefasst.

Medial und kommunikations(platt)form bedingte Komponenten	Kommunikative und soziale Komponenten	Objektbedingte Komponenten
<ul style="list-style-type: none"> - Emoticons - Simulation der para- und nonverbalen Ebene 	<ul style="list-style-type: none"> - Scherzkommunikation/ Ironie - Höflichkeit - Kreativität 	<ul style="list-style-type: none"> - Themen - Fachsprache, Jargon und Toponyme - Emblematischer

¹¹⁹ Potenziell relevant in diesem Kontext sind auch die „gefällt mir“-Angaben. Diese wurden jedoch im Rahmen dieser Arbeit aus mehreren Gründen nicht berücksichtigt: Zum einen handelt es sich dabei um einen komplexen Ausdruck, der die Möglichkeit bietet, sich zu veröffentlichten Inhalten zu positionieren. Dabei sind je nach Kontext dynamische Bedeutungskomponenten denkbar (vgl. Marx & Weidacher 2014:118ff). Zum anderen wäre die Betrachtung der Verwendungsstrukturen von „gefällt mir“ in der Größenordnung des erhobenen Korpus nur im Rahmen größer angelegter quantitativer Analysen möglich. Hier wäre also eine intensive und umfassende Kombination qualitativer und quantitativer Methoden unabdingbar, um dem komplexen Phänomen im Hinblick auf eine potenzielle stil-konstituierende Wirkung gerecht zu werden. Dies würde den Rahmen der vorliegenden Dissertation sprengen und könnte Gegenstand einer eigenen Arbeit sein.

<ul style="list-style-type: none"> - Multimodalität (intra- und intertextuelle Verweise) - Synchronität - Adressierung - Form und Organisation der Beiträge (Typen/Themen) 	<ul style="list-style-type: none"> - Emblematischer Gebrauch fremdsprachlicher Elemente - Fiktionalisierungen - Selbstdarstellung und kommunikative Aushandlung von Expertenstatus - Geteilte Einstellungen, Geschmackspräferenzen /Werte - Metakommunikation - Pflege von Vorurteilen und Stereotypen - Partizipation 	<p>Gebrauch diatopischer Varietät</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Insiderwissen - Konventionalisierte Konnotationen 	

Abb. 24: Kombinatorische Verwendung verschiedener stil-konstituierender Komponenten

Kommunikativer sozialer Stil „umfasst einerseits die alltägliche Normalität von Gruppen, ihr normales alltägliches Auftreten und Handeln, ihren normalen Umgangston, und andererseits auch hervorgehobene Formen“ (Keim 2001:377). Letzteres bedeutet, dass Stilmerkmale bewusst inszeniert oder überhöht werden, z.B. bei Abgrenzungshandlungen, bei Stildiskussionen, bei Kritik am Verhalten von Gruppenmitgliedern (Keim 2001:377). In den Daten der Facebookgruppe lässt sich ebenfalls beobachten, dass Merkmale aus dem alltäglichen Repertoire hervorgehoben werden, insbesondere wie in Kapitel 7.1.14 dargestellt, in metakommunikativen Sequenzen. Weitere Aspekte in diesem Kontext tauchen jedoch auch in bereits erwähnten Kapiteln auf und bilden dort die Basis der Stilbildung. Ich verweise hier hauptsächlich auf die Kritik der Gruppenmitglieder an dem Verhalten von Tanja Ski (§ 7.1.18), aber auch auf die scherzhafte Abgrenzung gegenüber Skifahrern aus Holland und Russland (§ 7.1.19) sowie auf Interaktionen, die auf Basis der Selbstdarstellung (§ 7.1.20) und der kommunikativen Aushandlung von Expertenstatus (§ 7.1.21) einiger Gruppenmitglieder entstehen.

8 Fazit und Ausblick

Im Rahmen dieser Dissertation wurde am Beispiel des Bergscout-Projekts der Skiregion Oberstdorf/Kleinwalsertal sowie der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook die Emergenz von Stil

in themenzentrierten Online-Communities untersucht. Dabei standen drei Leitfragen im Fokus der Analyse:

1. Die Gestalt betreffend: Was macht den Stil von Texten, die innerhalb einer Online-Community entstehen aus, d.h. aus welchen stil-konstituierenden Komponenten setzt er sich zusammen?
2. Die Funktion betreffend: Was ist es für ein Stil, der entsteht? Wie wirkt er?
3. Wie können die Verfahren zur Entstehung eines solchen Stils beschrieben werden?

Um die im Kontext dieser Dissertation gestellten Fragen zu beantworten, wurden zunächst die stil-konstituierenden Komponenten des intuitiv wahrgenommenen Stils bei der Betrachtung der jeweiligen Kommunikationsaktivitäten innerhalb der Gruppen durch qualitative (und ergänzende quantitative) Analysen identifiziert und somit die Gestalt des emergierten Stils abgebildet. Im Falle des Bergscout-Projekts konnten dadurch 17 verschiedene stil-konstitutive Merkmale bestimmt werden, in der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook waren es 24. Hierbei wurden mikro- und makrolinguistische Analysen kombiniert, sodass alle Domänen nach Herring (2013), also Struktur, Bedeutung, Interaktion, Soziale Phänomene, Multimodalität sowie Partizipation (ebd.) Berücksichtigung fanden und sich auch als relevant erwiesen.

Des Weiteren wurden Funktion und Wirkung der einzelnen stil-konstituierenden Komponenten sowie deren Funktion und Wirkung im Zusammenspiel herausgearbeitet. Bei den identifizierten Komponenten handelt es sich mehrheitlich um Phänomene, die bereits in anderen Arbeiten und anderen Kontexten beschrieben wurden: Aber ihr spezifisches Zusammenwirken, ihre speziellen Funktionen für die Kommunikationsteilnehmer und damit auch ihr Stellenwert innerhalb des holistisch erfassten Gruppenstils und seiner Wirkung stellen als solche neuartige Erkenntnisse meiner Analyse dar.

Es konnte dabei gezeigt werden, dass sich innerhalb der Gruppen und durch die geposteten Kommunikationsaktivitäten verschiedene Stile entwickelt haben, und zwar in Abhängigkeit von der jeweiligen Fokussierung auf Aspekte der Kommunikation innerhalb der Gruppe. Im Falle des Bergscout-Projekts ließ sich eine Konzentration auf das Bearbeiten der Aufgabe, im Blog über das Skigebiet zu berichten, beobachten, während es in der Facebookgruppe in erster Linie um das Miteinander-Interagieren zwischen den Gruppenmitgliedern ging. Demnach erwies sich der emergierte Stil in der Bergscout-Community als textsortencharakterisierend für die daraus entstandene Textsorte „Bloggen als Bergscout“, wohingegen der Stil innerhalb der Gruppe „Skifahren“ als gruppenidentifizierend

und somit als kommunikativer sozialer Stil bezeichnet werden kann. Hier werden also unterschiedliche Aspekte der Kommunikation hervorgehoben, nämlich auf Seiten der Bergscout-Community der Handlungstyp sowie die Rolle der Produzenten in der Gruppe „Skifahren. Es gibt also klare Evidenzen dafür, dass sich innerhalb verschiedener Communities auch verschiedene Stile entwickeln, die je nach Gruppenzusammensetzung und Kommunikationsaktivitäten unterschiedliche Aspekte der Kommunikation innerhalb der Gruppe ins Zentrum stellen. Hier zeigt sich auch, dass die grundsätzlich vorherrschende Annahme, dass in jeder Online-Gemeinschaft ein sozialer Stil im Sinne eines Stils, der „auf Kultur und soziale Identität der Sprecher [oder Schreiber, A.K.] bezogen ist“ (Keim 2001:376) entsteht, kritisch betrachtet werden muss. Nach Keim (ebd.) kann es sich bei sozialem Stil sowohl um ein Mittel der Selbstpräsentation als auch zur Durchführung kommunikativer Handlungen handeln (ebd.:376), sodass immer auch die Charakteristika der Gruppe und deren Kommunikationsverhalten berücksichtigt werden müssen. In meinen Daten hat sich somit im Bergscoutprojekt ein Stil entwickelt, der vornehmlich der Durchführung der kommunikativen Handlung „Berichte aus dem Skigebiet“ dient, während sich der Stil der Gruppe „Skifahren“ tatsächlich auf deren Identität und Präsentation als Gruppe bezieht. Auch wenn es nach Keim (ebd.) möglich wäre, beides mit dem Terminus sozialem Stil zu beschreiben, spreche ich aus Gründen der besseren Nachvollziehbarkeit und Unterscheidbarkeit im Falle der Bergscout-Community von einem Textsortenstil. In diesem Sinne könnten auch weitere, im Rahmen von Online-Communities entstehende Stile zur Hervorhebung der jeweiligen Aspekte der Kommunikation je nach bestehender Fokussierung benannt werden.

Schließlich konnte beobachtet werden, dass die Verfahren zur Herstellung des Stils unterschiedlich sind, gemein ist Ihnen jedoch, dass es sich um individuelle Entscheidungen der einzelnen Akteure handelt, die zusammengenommen zur Emergenz des Stils führen (vgl. Invisible Hand Prozesse (Keller 1990)). Im Bergscout-Projekt resultiert der emergierende Stil aus der Orientierung an bestehenden Modellen bzw. Mustern, die sich im Rahmen von ähnlichen kommunikativen Aufgaben bewährt haben. Zudem spielt die Themenzentrierung und die lokale Verankerung des Projekts eine große Rolle bei der Ausgestaltung des Stils. In der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook hat sich eine Orientierung an der stetigen Interaktion ergeben, sodass die Themenzentrierung phasenweise sogar in den Hintergrund gerät. Zudem werden einige Interaktionsmodalitäten verwendet, die sich auf der Plattform Facebook bereits bewährt haben und dort auch in anderen Kontexten verwendet werden. Schließlich setzt sich

der Stil hier also aus kommunikations(platt)formbedingten, sozialen sowie objektbedingten Komponenten zusammen.

Der Emergenz von Stil wurde in dieser Arbeit besondere Aufmerksamkeit geschenkt, da es sich bei den ausgewählten Gruppen nicht um bereits etablierte Communities handelte. Im Zentrum des Erkenntnisinteresses stand demnach die allmähliche Herausbildung von Routinen und Praktiken und einhergehend die Entwicklung der beiden Communities im Hinblick auf einen gemeinsamen Stil durch die Kommunikationsaktivitäten. Das Phänomen der Emergenz spiegelt in diesem Kontext zweierlei wider: Zum einen ergibt sich aus der Wortbedeutung „auftauchen, emporkommen, sich hervortun“¹²⁰, dass sich aus verschiedenen Elementen etwas Neues bildet, in diesem Falle der Stil, der charakterisierend für die jeweilige Gruppe ist. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich die Eigenschaften des emergenten Stils nicht offensichtlich auf die Eigenschaften der stil-konstituierenden Elemente zurückführen lassen. Die Relevanz der Merkmale ergibt sich erst aus dem Zusammenspiel im Hinblick auf die Bildung eines holistischen Stils und dessen Wirkung (s.o.). Zum anderen wird aber auch die diachrone Aspekt des Emergierens innerhalb der betrachteten Daten deutlich. Insbesondere die kommunikativen und sozialen Komponenten in der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook beruhen hochgradig auf der gemeinsamen Kommunikationsgeschichte, z.B. im Rahmen der identifizierten Stilkomponenten „Konventionalisierte Konnotationen“ (§ 7.1.8), „Geteilte Einstellungen, Geschmackspräferenzen, Werte“ (§ 7.1.18) „Selbstdarstellung“ (§ 7.1.20) sowie „Kommunikative Aushandlung von Expertenstatus“ (§ 7.1.21). Eine zentrale Rolle nimmt hier Tanja Ski ein (z.B. § 7.1.20). Die Gruppe definiert sich im Verlauf der Kommunikationsaktivitäten häufig über Abgrenzungsprozesse bzw. über implizite und explizite Verständigungen über geteilte Einstellungen und Werte, die Bezug auf Tanja Ski nehmen. Das bedeutet, dass die stil-konstituierenden Merkmale, die mit der Haltung gegenüber Tanja Ski in Verbindung stehen, durch die geposteten Beiträge und den allmählich immer prominenter werdenden Austausch über eben diese und deren Inhalte emergieren. Ein Beispiel zeigt im Folgenden die erste explizite Diskussion über das Verhalten der Person innerhalb der Community:

Beispiel 198: „escort-service im kalten schnee“ (Korpus III)

Tanja@Mavrovo/Mazedonien, 03/2012 von Die Alben von IchWillschnee on Fotoalbum

de.fotoalbum.eu

¹²⁰ <http://www.duden.de/rechtschreibung/emergieren> [letzter Zugriff 28.07.2016]

P204 15.3.12 15:34 von Tanja Ski

wenn ich mir teilweise so die bilder angucke, dann fällt mir spontan ein: escort-service im kalten schnee
.....:-)

K1113 15.3.12 15:49 von Paolo Gödecker

schwachsinn

K1114 15.3.12 23:04 von Ralf Egli

Ja Ralf, mehr fällt mir auch nicht dazu ein...

K1115 16.3.12 07:39 von Olaf Vogel

na immerhin fällt dir was dazu ein olaf, ich bin sprachlos ;-))

K1116 16.3.12 07:44 von Thorsten Allenstein

wir leben ja zum glück in einer demokratie ☺ bilder in high heels und bikini 270resent whirlpool, nicht meine auffassung von einer skigebietspräsentation. Wenn ich eine 270resentation halten soll und zwischendurch ein paar portraits von mir einschiebe: will das der chef wohl sehen? ☺ aber wie gesagt, demokratie ☺ ☺

K1117 16.3.12 09:08 von Paolo Gödecker

Die Bilder will bestimmt kein Chef sehen!?! ;-)

K1118 16.3.12 09:17 via Handy von Olaf Vogel

also, vorweg will ich das jetzt nicht direkt ausschließen :-)

K1119 16.3.12 09:36 von Paolo Gödecker

haha ☺

K1120 16.3.12 11:03 von Olaf Vogel

und wir Skifahrer stehen doch mehr auf die großen Berge

K1121 16.3.12 11:40 von David Feger

hahahaa, auf son nen kommentar habe ich gewartet ☺ ich wollte ihn nicht bringen:-)

K1122 16.3.12 11:46 von Paolo Gödecker

Tanja Ski veröffentlicht einen neuen Post über ein Skigebiet in Mazedonien, das sie getestet hat. Wie unten in der Tabelle (Abb. 25) dargestellt, ist dies einer von zahlreichen Posts seit Beginn der Saison. Paolo Gödecker eröffnet daraufhin die Diskussion zu Tanjas Post, indem er die Bilder und die Aufmachung von Tanja Ski mit einem Escort Service und damit verbundenen Assoziationen vergleicht. Dass er Tanja Kommunikationsaktivitäten allgemein meint und nicht nur diesen speziellen Post, der als Kommunikationsanlass dient, wird an der

Formulierung „*teilweise*“ deutlich. Ralf Egli pflichtet ihm im Folgenden bei und bezeichnet das Gesehene als „*Schwachsinn*“. Schließlich beteiligen sich auch Olaf Vogel, Thorsten Allenstein sowie David Feger, indem sie zum einen den vorliegenden Post als Vorlage für scherzhafte Kommunikation nutzen und zum anderen ihre Meinung darüber austauschen. Diese explizite Verständigung über die Beiträge von Tanja Ski stellt einen wichtigen Schritt für die Emergenz des Stils innerhalb der Gruppe „Skifahren“ dar und spiegelt somit die Bedeutung der gemeinsamen Kommunikationsgeschichte in diesem Zusammenhang wider. Um den diachronen Aspekt der Stil-Emergenz zu illustrieren folgt hier eine Übersicht über weitere stil-konstituierende Reaktionen auf Tanja Ski-Posts:

Datum	Post/Kommentar	Beschreibung
Korpus III:		
18.12.11	P 56	1. Post von Tanja Ski
18.12.11 bis 15.3.12		Zahlreiche weitere Werbeposts von Tanja Ski
15.3.12	P 203 K 1108 bis 1112	„Nicht so ein Kram wie Tanja Ski“ + Reaktionen in den Kommentaren -> Anspielung (vgl. § 7.1.18)
15.3.12	K 1113 bis 1122	„escort-service im kalten schnee“ -> abwertende Beschreibung der Posts von Tanja Ski (s.o.)
15.3.12	K 1123	Verteidigung der eigenen Vorgehensweise durch Tanja Ski
15.3.12 bis 19.3.12	K 1125 bis 1169	(Teilweise kontroverse) Diskussion der Werbeposts von Tanja Ski, die Mehrheit der Beteiligten wünschen sich diese Art der Werbung innerhalb der Gruppe nicht
19.3.12	P 212 K 1202	Anspielung auf Basis eines geposteten Bildes „Timo Ski“
22.3.12	K 1175 bis 1176	Anspielung „Poppenberg“ und Tanja Ski (vgl. § 7.1.8)
23.3.12	K 1190	Vergleich Niveau Tanja Ski und RTL 2
4.4.12 bis 8.4.12	K 1409 bis 1448	Ironische Diskussion des geposteten Beitrags von Tanja Ski zu guten Skibedingungen im Allgäu im Frühjahr
5.5.12	K 1540	Beschreibung Tanja Ski = billig (vgl. § 7.1.8)
14.4. bis 11.5.12	K 1546 bis 1631	Diskussion einer von Tanja Ski angebotenen Skireise („es ist keine werbung es ist belustigung für uns alle“ (vgl. § 7.1.14))
Mai/Juni 2012		Mehrere weitere Werbeposts durch Tanja Ski
7.6.12	P 251	Ein Gruppenmitglied kündigt seinen Austritt aus der Gruppe an -> Grund: Werbeposts für Skireisen á la Tanja Ski (zuvor mehrmals Beschwerden über die als „Spam“ empfundenen Beiträge)
Korpus IV:		
26.11.12	P 13 K 12 bis 15	Erster Werbepost durch Tanja Ski in der neuen Saison, scherzhafte Reaktionen (sexuelle Anspielungen) in den Kommentaren
2.12.12	P 18	Bericht über Skiopening in Ischgl durch Tanja Ski,

	K 105 bis 147	kritische Reaktionen in den Kommentaren (Bedeutung des Wortes „geil“, Inhalt der Berichte, Kleidungsstil)
Dezember 2012 Januar/Februar 2013		Zahlreiche weitere Werbeposts durch Tanja Ski (v.a. Links zu Videos etc.), nur vereinzelte Reaktionen in den Kommentaren, die zumeist die Skigebiete thematisieren und weniger die Person Tanja Ski, wenn dann einzelne Anspielungen auf Insiderwissen innerhalb der Gruppe
März/April 2013		Zahlreiche weitere Werbeposts durch Tanja Ski (v.a. Links zu Videos etc.), die größtenteils von der Gruppe ignoriert werden und somit keine Kommunikationsanlässe für die Gruppe darstellen

Abb. 25: Emergenz der stil-konstituierenden Merkmale durch Reaktionen auf Posts von Tanja Ski

Hier lässt sich beobachten, wie die Posts von Tina Schnee allmählich zum rekurrenten Kommunikationsanlass innerhalb der Gruppe werden und zur Emergenz des Gruppenstils, insbesondere im Hinblick auf die oben erwähnten stil-konstituierenden Merkmale beitragen. Ebenfalls interessant in diesem Zusammenhang ist die Korrelation zwischen der Abnahme der Reaktionen auf Posts von Tanja Ski zum Ende der zweiten Saison und der insgesamt abebbenden Kommunikationsaktivität innerhalb der Gruppe, die schließlich fast zum Erliegen kommt und wie bereits erwähnt in der folgenden Saison zu einer Aufsplitterung in spezifischere Gruppen führt (vgl. § 5.1.4). Diese Beobachtung liefert abermals Evidenzen für die Relevanz der Person Tanja Ski für die gemeinsame Kommunikationsgeschichte der Gruppe und die daraus resultierenden kommunikativen und sozialen Komponenten des emergenten Stils.

Die an die interaktionale Stilanalyse angelehnte Vorgehensweise erwies sich schließlich als hilfreich zur Analyse des emergierten Stils in den Online-Communities. Insbesondere die Dekomponierung des intuitiv wahrgenommenen Stils in die kleinsten stil-konstitutiven Merkmale ermöglichte eine detaillierte Auseinandersetzung mit den zugrundeliegenden Prinzipien, um so den subjektiven Gesamteindruck der Stilerfahrung und dessen Wirkung objektiv greifbar zu machen. Dabei zeigte sich auch das Potenzial kombinierter text- und gesprächslinguistischer Methoden. Die in diesem Zusammenhang identifizierten Funktionen und deren zusammengenommene Wirkung als Ensemble von vielfältigen stil-konstituierenden Einzelmerkmalen, textsortencharakterisierend für die Bergscout-Community bzw. gruppenidentifizierend für die Gruppe „Skifahren“ auf Facebook, trugen ebenfalls zum Erkenntnisgewinn bei. Ansatzweise konnte aus den Daten heraus auch eine Validierung der interaktiven bzw. kommunikativen Relevanz der Stilverwendung erfolgen, wobei jedoch bemerkt werden muss, dass genau dieser Aspekt am problematischsten

ist, insbesondere bei der Anwendung in Internetkontexten. Hier könnten Analysen zukünftig evtl. Befragungen der Akteure einschließen. Analytische Probleme ergeben sich jedoch auch schon aufgrund der holistischen Gestalt von Stil. Schwierigkeiten entstehen dadurch, dass Stile zwar einerseits sehr markant erscheinen und von der Außenwelt auch so wahrgenommen werden, andererseits sind sie aber auch „unscharf, variabel und wenig stabil“ (Kallmeyer & Keim 2003:50), so dass es nicht immer leicht ist überhaupt zu entscheiden, welche Ausdruckselemente zum untersuchten sozialen Stil gehören und welche eventuell nicht. Diese Problematik ist zurückzuführen auf die prototypische Stilorganisation um Kern- oder Leitphänomene herum, woraus wiederum eine unscharfe Abgrenzung resultiert, sowie auf die Tatsache, dass Stile hochgradig dynamisch sind und sich permanent durch (Aushandlungs-)prozesse¹²¹ unter den Beteiligten verändern. Dennoch sollte dies nicht dazu führen, dass derartige Analysen deshalb gar nicht erst unternommen werden. Das grundsätzliche Desiderat, herauszufinden welche stil-konstituierenden Mittel welchen Beitrag zur Stilbildung leisten, bleibt also bestehen. In der vorliegenden Arbeit wurden qualitative Analysen durch quantitative ergänzt wo es sinnvoll erschien, beispielsweise in Bezug auf die Partizipation der Gruppenmitglieder (§ 6.1.17, 7.1.24). Auf eine quantitative Analyse sämtlicher Merkmale wurde verzichtet, da die qualitativen Analysen offenbart haben, dass Frequenzen im Hinblick auf die Gewichtungen der Komponenten nicht aussagekräftig sind. So würden Werbeposts innerhalb der Gruppe „Skifahren“ quantitativ hervorstechen, bei der qualitativen Analyse sind sie jedoch irrelevant, da sie inhaltlich keinen Kommunikationswert für die Gruppe besitzen. Andererseits erscheint Kommunikation über Werbung relevant innerhalb der Gruppe, beispielsweise, wie bereits in Kapitel 7.1.8 thematisiert, zur impliziten Aushandlung von geteilten Einstellungen, Geschmackspräferenzen, Werten, oder aber, wie im folgenden Beispiel, zur expliziten Kommunikation über den Umgang mit Werbeposts.

Beispiel 199: Spamwerbung ignorieren (Korpus III)

Um wieder einmal alle Vorurteile zu bedienen :) Skifahren bei besten Bedingungen!

http://a8.sphotos.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-snc7/427681_259376054148723_108880245864972_588802_161966967_n.jpg

http://a8.sphotos.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-snc7/427681_259376054148723_108880245864972_588802_1619669

a8.sphotos.ak.fbcdn.net

¹²¹ Gemeint sind hier sowohl explizite Aushandlungen wie beispielsweise für das Internet in Diewald & Job (2013) beschrieben, als auch implizite Veränderungsprozesse im Sinne der Invisible-Hand Theorie (Keller 1990).

P225 7.4.12 19:31 in der Nähe von Nürnberg von Christoph Flur

wo findet man solche Bedienungen?

K1406 8.4.12 20:35 via Handy von David Feger

weshalb ignoriert Ihr die Spamwerbung einfach nicht? so ergeben sich keine unnötigen Diskussionen.

P226 9.4.12 16:03 von Meike Winkler

Bin ich auch 100% für!

K1407 9.4.12 16:31 von Christoph Flur

Welche Werbung? ;-)

K1408 9.4.12 18:00 via Handy von Olaf Vogel

Insgesamt betrachtet können also sowohl Salienz als auch Frequenz der Merkmale für die Stilbildung relevant sein. Unter Salienz versteht man in der Psychologie „Bedeutsamkeit, das Hervortreten, z.B. von Merkmalen bei einer Person“¹²². Fiktionalisierungen, wie im unten aufgeführten, bereits thematisierten Beispiel 135 (vgl. § 7.1.15), können zu den salienten Merkmalen gezählt werden, obwohl sie im Korpus nur sehr selten vorkommen. Sie sind aber intensive Reize für die Gruppe und daher relevant für deren Entwicklung, indem sie wiederkehrende Kommunikationsanlässe bieten. So wird im Beispiel 200 auf eben diese Fiktionalisierung, im Besonderen die Sequenz „Mama, Papa, Tochter“, Bezug genommen und als erneute Vorlage für scherzhafte Kommunikation verwendet. Vor allem die Anspielungen auf das Verhalten von David Feger offenbaren in diesem Zusammenhang die zu diesem Zeitpunkt bereits etablierte kommunikative Nähe zwischen den beteiligten Gruppenmitgliedern.

Beispiel 135: „Mama, Papa, Tochter“ (Korpus III)

vielleicht sollten wir zu dritt fahren ... Mama, Papa, Tochter (-:

K688 19.2.12 13:49 von David Feger

@David: war das nun ein Antrag an Sonja, oder nur die Planung eines Ski-WE???

K689 19.2.12 14:01 von Rainer Ohlfert

Soll ich dann die Tochter spielen oder wird die an dem WE hergestellt :P

K690 19.2.12 14:35 via Handy von Manuela Berger

¹²² <https://portal.hogrefe.com/dorsch/salienz/> [letzter Zugriff: 28.07.2016]

jetzt werd ich gleich rot ... egal was ich jetzt antworte, es kann nur noch was falsches dabei rauskommen (-:

K691 19.2.12 14:41 von David Feger

@Manuela: Klar, Du sagst einfach immer „Papa zahlt“ ...

K692 19.2.12 14:44 von Rainer Ohlfert

@David: richtig erkannt, also was ist die Antwort?

K693 19.2.12 14:45 von Rainer Ohlfert

Yeah ich bin dabei wenn der pappi alles bezahlt :D

K694 19.2.12 14:48 via Handy von Manuela Berger

ich auch:)

K695 19.2.12 15:10 von Sonja Englmaier

Tja David, nun ist es an Dir ;-)

K696 19.2.12 15:11 von Rainer Ohlfert

Immer das Gleiche (-:

K697 19.2.12 15:23 via Handy von David Feger

Auf David gib dir nen Ruck! ;)

K698 19.2.12 15:37 von Mario Liebeskind

nach diesen Verwirrungen? (-: Und dann noch als sugar daddy?

K699 19.2.12 23:10 von David Feger

Beispiel 200: Treffen auf der Piste (Korpus III)

Irgendwie endet jeder Chat mit David an der gleichen Stelle, wenngleich letztes Mal die Vorlage mit "Mitfahrer gesucht" viel Größer war als dieses Mal "kennt jemand einen Versand"... immer wieder unterhaltend... Glaube man müsste Euch mal alle auf der Piste treffen...

K912 10.3.12 21:12 von Rainer Ohlfert

Das sollte lustig werden! :-)

K913 10.3.12 21:23 via Handy von Olaf Vogel

gute Idee ... aber in echt bin ich ganz brav ... na ja, hier ja eigentlich auch ... oder habe ich was falsches gesagt?

K914 10.3.12 21:52 von David Feger

Ne, alles gut, Du darfst dann die Schneehasen "organisieren" hast einen guten Geschmack ;-) Hauptsache eine Skilehrerin ist dabei, mit Laura und Sonja gibt es ja schon zwei Möglichkeiten...

K915 10.3.12 21:57 von Rainer Ohlfert

na ja, bei Laura isses nur wieder das altbekannte "kleine Mädchen Problem" (-:

K916 10.3.12 22:00 von David Feger

Letztlich können hier nur gründliche qualitative Analysen unter Einbeziehung der jeweiligen Kontexte ein genaues Bild liefern. Das bedeutet jedoch auch, dass Aussagen über die Gewichtung der stil-konstitutiven Merkmale und damit einhergehend eine Einteilung in zentrale und periphere Komponenten an dieser Stelle bis zu einem gewissen Grad intuitiv und somit schwer objektivierbar bleiben.

Laut Selting (2001) erlaubt es der Stilbegriff schließlich, „in aktivitätstyp-übergreifender Perspektive die Variation und Variabilität von Sprache und Sprachverhalten als Ressource im Hinblick auf die Herstellung sozialer und interaktiver Bedeutung und Relevanz in Interaktionen zu analysieren“ (ebd.:17). Ein wichtiger Aspekt, der daher in solchen Analysen, wie auch in dieser Dissertation geschehen, aufgedeckt wird, ist die stilistische Kompetenz als Teil der menschlichen Kommunikations- und Interaktionskompetenz: Wir sind in der Lage, flexibel und situationsangemessen mit stilistischen Mitteln umzugehen. Dies wird angesichts zunehmend vielfältiger Kommunikationsmöglichkeiten nicht nur in der mündlichen Kommunikation, sondern auch in den Kommunikationsformen der Neuen Medien immer relevanter, sodass Analysen auf diesem Gebiet Verfahren beschreiben und aufdecken, die letztlich wiederum praktisch angewendet werden können, bspw. in Schulungen zur Kommunikationsfähigkeit im Web 2.0 (vgl. auch ebd.).

Literaturverzeichnis

- Albert, G. (2015) „Semiotik und Syntax von Emoticons“. In: *Zeitschrift für angewandte Linguistik*, 62 (1), 3-22.
- Androutsopoulos, J. (2004) „Online-Gemeinschaften und Sprachvariation. Soziolinguistische Perspektiven auf Sprache im Internet“. In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 31: 2, 173-197.
- Androutsopoulos, J. (2007) „Spaß und Stil im Netz: eine ethnografisch-textanalytische Perspektive“. In: Klemm, M. & E. Jacobs (Hrsg.) *Das Vergnügen in und an den Medien*. Frankfurt (Main): Lang, 223-248.
- Androutsopoulos, J. (2008) „Potentials and Limitations of Discourse-Centred Online Ethnography“. In: Special Issue, *Language@Internet*, 5. [<http://www.languageatinternet.de>] [letzter Zugriff: 16.02.16].
- Androutsopoulos, J. (2010) „Multimodal – intertextuell – heteroglossisch: Sprachgestalten in „Web 2.0“-Umgebungen.“ In: Deppermann, A. & A. Linke (Hrsg.) *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*. Berlin/New York: de Gruyter, 419-445.
- Androutsopoulos, J. (2014) Computer-mediated Communication and Linguistic Landscapes. In: Holmes, J & K. Hazen (eds.) *Research Methods in Sociolinguistics: A Practical Guide*. Malden: Wiley-Blackwell, 74-90.
- Androutsopoulos, J. & M. Beißwenger (Hrsg.) (2008) *Data and Methods in Computer-Mediated Discourse Analysis*. Special Issue, *Language@Internet* 5. [<http://www.languageatinternet.de>] [letzter Zugriff: 16.02.16].
- Androutsopoulos, J. & V. Hinnenkamp (2001) „Code-Switching in der bilingualen Chat-Kommunikation: ein explorativer Blick auf #hellas und #turks“. In: Beißwenger, M. (Hrsg.) *Chat-Kommunikation. Sprache, Interaktion, Sozialität & Identität in synchroner computervermittelter Kommunikation*. Stuttgart: Ibidem, 367-401.
- Auer, P. (1986) „Kontextualisierung“. In: *Studium Linguistik* 19, 22-47.
- Ayaß, R. (2004) „Konversationsanalytische Medienforschung“. In: *Medien und Kommunikationswissenschaft*, 51, 1, 5-29.
- Baym, N. (2010) *Personal connections in the digital age*. Cambridge: Polity Press.
- Bedijis, K. & K. Heyder (2012) „Sprache und Personen im Web 2.0“. In: Bedijis, K. & K. Heyder (Hrsg.) *Sprache und Personen im Web 2.0. Linguistische Perspektiven auf YouTube, SchülerVZ & Co*. Münster: LIT, 7-20.
- Beißwenger, M. (2000) *Kommunikation in virtuellen Welten: Sprache, Text und Wirklichkeit. Eine Untersuchung zur Konzeptualität von Kommunikationsvollzügen und zur textuellen*

Konstruktion von Welt in synchroner Internet-Kommunikation, exemplifiziert am Beispiel eines Webchats. Stuttgart: ibidem.

Beißwenger, M. (Hrsg.) (2001) *Chat-Kommunikation. Sprache, Interaktion, Sozialität & Identität in synchroner computervermittelter Kommunikation. Perspektiven auf ein interdisziplinäres Forschungsfeld.* Stuttgart: Ibidem.

Beißwenger, M. (2007) *Sprachhandlungskoordination in der Chat-Kommunikation.* Berlin: de Gruyter.

Birk, B. (2012) *Konnotation im Deutschen: eine Untersuchung aus morphologischer, lexikologischer und lexikographischer Perspektive.* Dissertation, LMU München: Fakultät für Sprach- und Literaturwissenschaften. [http://edoc.ub.uni-muenchen.de/16001/1/Birk_Bettina.pdf] [letzter Zugriff: 16.02.16].

Bolander, B. & M. Locher (2010) „Constructing Identity on Facebook: Report on a Pilot Study“. In: Junod, K. & D. Maillat (Hrsg.) *Constructing the Self.* Tübingen: Narr Francke, 165-185.

Bourdieu, P. (1982) *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft.* Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Burger, H. (2010) *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen.* Berlin: Erich Schmidt Verlag.

Brinker, K. (2010) *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden.* Berlin: Erich Schmidt.

Brown P. & S. Levinson (1978) „Universals in Language Usage: Politeness Phenomena“. In: Goody, E. N. (Hrsg.) *Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction.* Cambridge: CUP, 56-311.

Brown, P. & S. Levinson (1987) *Politeness: Some universals in language usage.* Cambridge: CUP.

Castells, M. (2000) *The rise of the network society.* Oxford: OUP.

Churchill, L. (1971) „Ethnomethodology and measurement“. In: *Social Forces*, 50, 183-191.

Crystal, D. (2006) *Language and the Internet.* Cambridge: CUP.

Crystal, D. (2011) *Internet Linguistics. A Student Guide.* London: Routledge.

Deterding, S. (2008) „Virtual Communities“. In: Hitzler, R., Honer, A. & M. Pfadenhauer (Hrsg.) *Posttraditionale Gemeinschaften. Theoretische und ethnografische Erkundungen.* Wiesbaden: VS, 115-131.

Deppermann, A. (2000) „Ethnographische Gesprächsanalyse: Zu Nutzen und Notwendigkeit von Ethnographie für die Konversationsanalyse“. In: *Gesprächsforschung – Online-*

- Zeitschrift zur verbalen Interaktion*, 1, 96-124. [<http://www.gespraechsforschung-ozs.de/heft2000/ga-deppermann.pdf>] [letzter Zugriff: 16.02.16].
- Diekmannshenke, H. (1999) „Elektronische Gästebücher – Wiederbelebung und Strukturwandel einer alten Textsorte“. In: *ZfAL*, 31, 49-75.
- Diewald, N. & B. Frank-Job (2013) „Kollaborative Aushandlung von Kategorien am Beispiel des GutenPlag Wikis“. In: Frank-Job, B., Mehler, A. & T. Sutter (Hrsg.) *Die Dynamik sozialer und sprachlicher Netzwerke. Konzepte, Methoden und empirische Untersuchungen am Beispiel des WWW*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 365-399.
- Döring, N. (1999) *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. Göttingen: Hogrefe.
- Döring, N. (2003) *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. Vollständig überarbeitete Auflage. Göttingen: Hogrefe.
- Dürscheid, C. (2003) „Medienkommunikation im Kontinuum von Mündlichkeit und Schriftlichkeit. Theoretische und empirische Probleme“. In: *Zeitschrift für angewandte Linguistik*, 38, 37-56.
- Dürscheid, C. (2005) „Medien, Kommunikationsformen, kommunikative Gattungen“. In: *Linguistik online* 22, 1/05, 3-16.
- Dürscheid, C. (2007) „Private, nicht-öffentliche und öffentliche Kommunikation im Internet“. In: *Neue Beiträge zur Germanistik*, Bd. 6, 4, 22-41.
- Eckert, P. (2000) *Linguistic Variation as Social Practice*. Oxford: Blackwell.
- Eroms, H.-W. (2008) *Stil und Stilistik. Eine Einführung*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Esfeld, M. (1998) „Holismus und Verbindungen zwischen der Philosophie des Geistes und der Philosophie der Physik“. In: *Conceptus* 31, 79, 153-174.
- Esfeld, M. (2002) *Holismus in der Philosophie des Geistes und in der Philosophie der Physik*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Frank-Job, B. & B. Kluge (2012) „Die kooperative Konstruktion von Identitäten im virtuellen Kommunikationsraum des Web 2.0: Blogs zum Thema Migration nach Québec“. In: Gerstenberg, A., Polzin-Haumann, C. & D. Osthus (Hrsg.) *Sprache und Öffentlichkeit in realen und Virtuellen Räumen*. (Akten der Sektion auf dem 7. Kongress des Frankoromanistenverbands, Essen, 29.9. - 2.10.2010). Bonn: Romanistischer Verlag, 47-78.
- Fix, U. (2007a) „Stil als komplexes Zeichen im Wandel“. In: Barz, I., Poethe, H. & G. Yos (Hrsg.) *Stil – ein sprachliches und soziales Phänomen*. Berlin: Frank & Timme, 61-79.

- Fix, U. (2007b) „Textstil und KonTextstile. Stil in der Kommunikation als umfassende Semiose von Sprachlichem, Parasprachlichem und Außersprachlichem.“ In: Barz, I., Poethe, H. & G. Yos (Hrsg.) *Stil – ein sprachliches und soziales Phänomen*. Berlin: Frank & Timme, 87-113.
- Fleischer, W., Michel, G. & G. Starke (1993) *Stilistik der deutschen Gegenwartssprache*. Frankfurt/Main: Peter Lang.
- Gülich, E. (1986) „Textsorten in der Kommunikationspraxis“. In: Kallmeyer, W. (Hrsg.) *Kommunikationstypologie. Handlungsmuster, Textsorten, Situationstypen*. Jahrbuch 1985 des Instituts für deutsche Sprache. Düsseldorf, Schwann, 15-46.
- Gülich, E. & L. Mondada (2008) *Konversationsanalyse: Eine Einführung am Beispiel des Französischen*. Tübingen: Niemeyer.
- Haas, A. & H.-B. Brosius (2011) „Interpersonal-öffentliche Kommunikation in Diskussionsforen: Strukturelle Äquivalenz zur Alltagskommunikation?“ In: Wolling, J., Will, A. & C. Schumann (Hrsg.) *Medieninnovationen*. Konstanz: UVK, 103-119.
- Hartung, M. (2008) „Formen der Adressiertheit der Rede“. In: Brinker, K. (Hrsg.) *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. 2. Halbband. Berlin: de Gruyter, 1348-1355.
- von Hahn, W. (1980) „Fachsprachen“. In: Althaus, H.P., Henne, H. & H.E. Wiegand. (Hrsg.) *Lexikon der Germanistischen Linguistik*. Tübingen: Niemeyer, 390-395.
- Herring, S. (2004) „Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online-Behavior“. In: Barab, S., Kling, R. & J. Gray (Hrsg.) *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*. New York: CUP, 338-376.
- Herring, S. (2010) „Computer-mediated conversation Part I: Introduction and overview“. In: *Language@Internet*, 7, 2-12. [urn:nbn:de:0009-7-28011] [letzter Zugriff: 16.02.16].
- Herring, S. (2013) „Discourse im Web 2.0: Familiar, Reconfigured, and Emergent“. In: Tannen, D. & A. Trester (Hrsg.) *Discourse 2.0. Language and New Media*. Washington, D.C.: Georgetown University Press, 1-26.
- Hoffmann, L. (1976) *Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung*. Berlin: Akademie Verlag.
- Höflich, J. (1998) „‘Electronic Communities‘ as social worlds: Toward a sociosemiotic analysis of computer mediated interpersonal communication“. In: W. Nöth (ed.) *Semiotics of the Media. State of the Art, Projects, and Perspectives*. Berlin: de Gruyter, 507-518.
- Janich, N. (2010) *Werbesprache: Ein Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr Francke.
- Kallmeyer, W. & I. Keim (2003) „Eigenschaften von sozialen Stilen der Kommunikation: Am Beispiel einer türkischen Migrantinnengruppe“. In: *OBST* 65, 35-56.

- Kallmeyer, W. & F. Schütze (1976) „Konversationsanalyse“. In: *Studium Linguistik* 1, 1-28.
- Keim, I. (2001) „Die Powergirls – Aspekte des kommunikativen Stils einer Migrantinnengruppe aus Mannheim“. In: Jacobs, E.-M. & A. Rothkegel (Hrsg.) *Perspektiven auf Stil*. Tübingen: Niemeyer, 375-400.
- Keller, R. (1990) *Sprachwandel. Von der unsichtbaren Hand in der Sprache*. Tübingen: Francke.
- Kessel, K. & S. Reimann (2012) *Basiswissen deutsche Gegenwartssprache*. Tübingen: Francke.
- Klemm, M. (2012) „Doing being a fan im Web 2.0. Selbstdarstellung, soziale Stile und Aneignungspraktiken in Fanforen.“ In: *Zeitschrift für angewandte Linguistik*, 3-32.
- Knoblauch, H. (2008) „Kommunikationsgemeinschaften. Überlegungen zur kommunikativen Konstruktion einer Sozialform“. In: Hitzler, R., Honer, A. & M. Pfadenhauer (Hrsg.) *Posttraditionale Gemeinschaften. Theoretische und ethnografische Erkundungen*. Wiesbaden: VS, 73-88.
- Koch, P. & W. Oesterreicher (1985) „Sprache der Nähe – Sprache der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte“. In: *Romanistisches Jahrbuch* 36, 15-43.
- Koch, P. & W. Oesterreicher (1994) „Schriftlichkeit und Sprache“. In: Günther, H. & O. Ludwig (Hrsg.) *Schrift und Schriftlichkeit. Writing and Its Use. Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung. An Interdisciplinary Handbook of International Research. Berlin und New York: 587–604. (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 10.1)*.
- Koch, P. & W. Oesterreicher (2007) „Schriftlichkeit und kommunikative Distanz“. In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 3/35, 346-375.
- Koch, P. & W. Oesterreicher (2008) „Mündlichkeit und Schriftlichkeit von Texten“. In: Janich, N. (Hrsg.) *Textlinguistik: 15 Einführungen*. Tübingen: Narr, 199-215.
- Koch, P. & W. Oesterreicher (2011) *Gesprochene Sprache in der Romania: Französisch, Italienisch, Spanisch*. Tübingen: Niemeyer.
- Kotthoff, H. (1994) „Humour in Context. Perspectives on Sociolinguistic Dimensions of Conversational Joking“. In: Universität Konstanz (Hrsg.) *Fachgruppe Sprachwissenschaft. Arbeitspapier Nr. 62*, 1-42.
- Kotthoff, H. (1998) *Spaß verstehen. Zur Pragmatik von konversationellem Humor*. Tübingen: Niemeyer.
- Kozinets, R. (2002) „The field behind the screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities“. In: *Journal of Marketing Research*, 39, 61-72.
- Kozinets, R. (2010) *Netnography. Doing Ethnographic Research Online*. London: Sage.

- Küster, R. (2009) „Metaphern in der Sportsprache“. In: Burkhard, A. & P. Schlobinski (Hrsg.) *Flickflack, Foul und Tsukahara. Der Sport und seine Sprache*. Mannheim: Dudenverlag, 60-79.
- Lee, K. M. (2011) „Micro-Blogging and Status Updates on Facebook: Texts and Practices.“ In: Thurlow, C. & K. Mroczek (Hrsg.) *Digital Discourse. Language in the New Media*. Oxford: OUP, 110-128.
- Lenihan, A. (2011) „‘Join our Community of Translators’: Language Ideologies and/in Facebook.“ In: Thurlow, C. & K. Mroczek (Hrsg.) *Digital Discourse. Language in the New Media*. Oxford: OUP, 48-64.
- Linke, A. (2009) „Stilwandel als Indikator und Katalysator kulturellen Wandels. Zum Musterwandel in Geburtsanzeigen der letzten 200 Jahre“. In: *Der Deutschunterricht*, 1, 44-56.
- Luckhardt, K. (2009) *Stilanalysen zur Chat-Kommunikation. Eine korpusgestützte Untersuchung am Beispiel eines medialen Chats*. Dissertation, TU Dortmund. [<http://dnb.info/997419520/34>] [letzter Zugriff: 16.02.16].
- Markham, A. & E. Buchanan (2012) *Ethical Decision-Making and Internet Research. Recommendations from the AoIR Ethics Working Committee (Version 2.0)*. [<http://aoir.org/reports/ethics2.pdf>] [letzter Zugriff: 16.02.16].
- Marx, K. & G. Weidacher (2014) *Internetlinguistik. Ein Lehr- und Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr.
- McKee, H. & J. Porter (2009) *The Ethics of Internet Research*. New York u.a.: Peter Lang.
- Meier, J. (2012) „Andersschreiben in der Werbung“. In: Schuster, B.-M. & D. Tophinke (Hrsg.) *Andersschreiben. Formen, Funktionen, Traditionen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 341-362.
- Rheingold, H. (1994) *Virtuelle Gemeinschaft. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers*. Bonn: Addison-Wesley.
- Rifkin, W. D. & B. Martin (1997) „Negotiating Expert Status: Who Gets Taken Seriously.“ In: *IEEE Technology and Society Magazine*, 30-39.
- Roelcke, T. (1999) *Fachsprachen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Rueda, V. (2011) *Verbale Konstruktion von Expertenstatus in asynchroner computervermittelter Kommunikation. Eine Untersuchung am Beispiel von Newsboards und Social-Networking Plattformen*. Magisterarbeit. Heidelberg: Universität Heidelberg. [http://www.as.uni-heidelberg.de/ejournal/si2/as-ejournal-si-2011_1.pdf].
- Peterson, E. (2011) „How Conversational are Weblogs?“ In: *Language@Internet*, 8, 1-18. [urn:nbn:de:0009-7-31201] [letzter Zugriff: 16.02.16].

- Sacks, H. (1984) „On doing ‚being ordinary““. In: Atkinson, J. & J. Heritage (Hrsg.) *Structures of social action. Studies in social interaction*. Cambridge: CUP, 413-429.
- Sandig, B. (1986) *Stilistik der deutschen Sprache*. Berlin, New York: de Gruyter.
- Sandig, B. (1995) „Tendenzen der linguistischen Stilforschung“. In: Stickel, G. (Hrsg.) *Stilfragen. Jahrbuch 1994 des Instituts für deutsche Sprache*. Berlin: de Gruyter, 27-61.
- Sandig, B. (2006) *Textstilistik des Deutschen*. 2., völlig neu bearb. u. erw. Aufl. Berlin/New York: de Gruyter.
- Sandig, B. (2007) „Stilistische Funktion von Phrasemen“. In: Burger, H., Dobrovolskij, D., Kühn, P. & N. Norrich (Hrsg.) *Phraseologie/Phraseology. Ein internationales Handbuch der zeitgenössischen Forschung*. Berlin/New York: de Gruyter, 158-175.
- Schlobinski, P. & T. Siever (Hrsg.) (2005a) *Sprachliche und textuelle Merkmale in Weblogs. Ein internationales Projekt*. [<http://www.mediensprache.net/networx/networx-46.pdf>] [letzter Zugriff: 16.02.16].
- Schlobinski, P. & T. Siever (2005b) „Editorial zum Projekt >Sprachliche und textuelle Aspekte in Weblogs<“. In: Schlobinski, P. & T. Siever (Hrsg.) *Sprachliche und textuelle Merkmale in Weblogs. Ein internationales Projekt*. [<http://www.mediensprache.net/networx/networx-46.pdf>] [letzter Zugriff: 16.02.16].
- Schlobinski, P. & T. Siever (2005c) „Sprachliche und textuelle Aspekt in deutschen Weblogs“. In: Schlobinski, P. & T. Siever (Hrsg.) *Sprachliche und textuelle Merkmale in Weblogs. Ein internationales Projekt*. [<http://www.mediensprache.net/networx/networx-46.pdf>] [letzter Zugriff: 16.02.16].
- Schmidt, W. (1969) „Charakter und gesellschaftliche Bedeutung der Fachsprachen“. In: *Sprachpflege* 18, 10-21.
- Schmidt, J. (2007) „Blogging practices: An analytical framework.“ In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1409-1427. [doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00379.x] [letzter Zugriff: 16.02.16].
- Schmidt, J., Schönberger, K. & C. Stegbauer (2005) „Erkundungen von Weblog-Nutzungen. Anmerkungen zum Stand der Forschung.“ In: *kommunikation@gesellschaft*, 6. [http://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/12792/B4_2005_Schmidt_Schoenberger_Stegbauer.pdf].
- Schönberger, K. (2005) „Persistente und rekombinante Handlungs- und Kommunikationsmuster in der Weblog-Nutzung – Mediennutzung und soziokultureller Wandel.“ In: Schütz, A. et al. (Hrsg.) *Neue Medien im Alltag. Befunden aus den Bereichen Arbeit, Lernen und Freizeit*. Lengernich: Pabst, 276-293.
- Schütte, W. (2001) „Alltagsgespräche“. In: Brinker, K. et al. (Hrsg.) *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. 2. Halbband. Berlin/New York: de Gruyter, 1485-1492.

- Selting, M. (1997) „Interaktionale Stilistik: Methodologische Aspekte der Analyse von Sprechstilen“. In: Sandig, B. & M. Selting (Hrsg.) *Sprech- und Gesprächsstile*. Berlin, New York: de Gruyter, 9-43.
- Selting, M. (2001) „Stil – in interaktionaler Perspektive“. In: Jacobs, E.-M. & A. Rothkegel (Hrsg.) *Perspektiven auf Stil*. Tübingen: Niemeyer, 3-20.
- Selting, M. & V. Hinnenkamp (1989) „Stil und Stilisierung in der interpretativen Soziolinguistik“. In: Hinnenkamp, V. & M. Selting (Hrsg.) *Stil und Stilisierung: Arbeiten zur interpretativen Soziolinguistik*. Tübingen: Niemeyer, 1-23.
- Sinner, C. (2014) *Varietätenlinguistik*. Eine Einführung. Tübingen: Narr.
- Sowinski, B. (1991) *Stilistik. Stiltheorien und Stilanalysen*. Stuttgart: Metzler.
- Stegbauer, C. (2000) „Begrenzungen und Strukturen internetbasierter Kommunikationsgruppen“. In: Thimm, C. (Hrsg.) *Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 18-38.
- Stegbauer, C. (2006) „Kommunikationsgruppen im Internet“. In: Rausch, A. & C. Stegbauer (Hrsg.) *Strukturalistische Internetforschung. Netzwerkanalysen internetbasierter Kommunikationsräume*. (Überarbeitete Version von Stegbauer, C. (2000)). Wiesbaden: VS Verlag, 41-65.
- Stöckl, H. (1997) *Werbung in Wort und Bild. Textstil und Semiotik englischsprachiger Anzeigenwerbung*. Frankfurt/Main: Peter Lang.
- Stöckl, H. (2004) *Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text: Konzepte. Theorien. Analysemethoden*. Berlin: de Gruyter.
- Storrer, A. (2013) „Sprachstil und Sprachvariation in sozialen Netzwerken“. In: Frank-Job, B., Mehler, A. & T. Sutter (Hrsg.) *Die Dynamik sozialer und sprachlicher Netzwerke. Konzepte, Methoden und empirische Untersuchungen an Beispielen des WWW*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Storrer, A. & M. Beißwenger (2012) „Interaktionsorientiertes Schreiben und interaktive Lesespiele in der Chat-Kommunikation“. In: *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 168, 92-124.
- Techtmeier, B. (2008) „Form und Funktion von Metakommunikation im Gespräch“. In: Brinker, K. (Hrsg.) *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. 2. Halbband. Berlin: de Gruyter, 1449-1463.
- Thaler, V. (2007) „Mündlichkeit, Schriftlichkeit, Synchronizität. Eine Analyse alter und neuer Konzepte zur Klassifizierung neuer Kommunikationsformen“. In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 35, 146-181.

- Thaler, V. (2012a) *Sprachliche Höflichkeit in computervermittelter Kommunikation*. Tübingen: Stauffenburg.
- Thaler, V. (2012b) „Beziehungsorientierte Online-Kommunikation aus theoretischer und empirischer Perspektive“. In: Bedijs, K. & H. Heyder (Hrsg.) *Sprache und Personen im Web 2.0. Linguistische Perspektiven auf YouTube, SchülerVZ & Co.* Münster: LIT, 131-152.
- Thieberger, N. (2002) „Extinction in Whose Terms? Which parts of a language constitute a target on language maintenance programmes?“. In: Bradley, D. & M. Bradley (Hrsg.) *Language Endangerment and Language Maintenance*. London: Routledge, 310-328.
- Thimm, C. & H. Ehmer (2000) „‘Wie im richtigen Leben...‘: Soziale Identität und sprachliche Kommunikation in einer Newsgroup“. In: Thimm, C. (Hrsg.) *Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 220-239.
- Tophinke, D. (2008) „Regional schreiben: Weblogs zwischen Orthographie und Phonographie“. In: Christen, H. & E. Ziegler (Hrsg.) *Sprechen, Schreiben, Hören. Zur Produktion und Rezeption von Dialekt und Standardsprache zu Beginn des 21. Jahrhunderts*. Wien: Praesens Verlag, 153-180.
- Tophinke, D. & E. Ziegler (2014) „Spontane Dialektthematization in der Weblogkommunikation: Interaktiv-kontextuelle Einbettung, semantische Topoi und sprachliche Konstruktionen“. In: Cuonz, C. & R. Studler (Hrsg.) *Sprechen über Sprache. Perspektiven und neue Methoden der Spracheinstellungsforschung*. Tübingen: Stauffenburg Verlag, 205-242.
- Wenger, E. (1998) *Communities of Practice. Learning, Meaning, and Identity*. Cambridge: CUP.
- Wenger, E. (2006) *Communities of Practice. A Brief Introduction*. [<http://wenger-trayner.com/wp-content/uploads/2012/01/06-Brief-introduction-to-communities-of-practice.pdf>] [letzter Zugriff: 16.02.16].
- Wenz, K. (2012) „Entstehung neuer Textsorten im Internet – Überlegungen am Beispiel von Weblogs“. In: Bedijs, K. & H. Heyder (Hrsg.) *Sprache und Personen im Web 2.0. Linguistische Perspektiven auf YouTube, SchülerVZ & Co.* Münster: LIT, 153-170.
- Zhao, J. (2008) *Interkulturalität von Textsortenkonventionen. Vergleich deutscher und chinesischer Kulturstile: Imagebroschüren*. Berlin: Frank & Timme.

Anhang

Verzeichnis der verwendeten Beispiele

Bsp. 1	Beitrag im Bergscout-Blog, Saison 2012/2013 (Korpus II).....	30
Bsp. 2	Post mit Kommentaren in der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook (Korpus III).....	31
Bsp. 3	Sequenz in der Gruppe „Skifahren“ auf Facebook (Korpus III).....	31
Bsp. 4	Informationsfunktion und evaluative Einstellung I (Korpus II).....	56
Bsp. 5	Informationsfunktion und evaluative Einstellung II (Korpus II).....	57
Bsp. 6	Kontaktfunktion: Dank (Korpus II).....	58
Bsp. 7	Appellfunktion: Imperativsatz (Korpus II).....	59
Bsp. 8	Appellfunktion: Rhetorische Fragen (Korpus II).....	60
Bsp. 9	Bericht von persönlichen Erlebnissen I (Korpus II).....	61
Bsp. 10	Bericht von persönlichen Erlebnissen II (Korpus II).....	62
Bsp. 11	Narrative Themenentfaltung (Korpus II).....	64
Bsp. 12	Explikative Themenentfaltung (Korpus II).....	65
Bsp. 13	Argumentative Themenentfaltung (Korpus II).....	66
Bsp. 14	Aufbau/Layout der Blogposts I (Korpus II).....	68
Bsp. 15	Aufbau/Layout der Blogposts II (Korpus II).....	68
Bsp. 16	Orthografie und Syntax I (Korpus II).....	70
Bsp. 17	Orthografie und Syntax II (Korpus II).....	70
Bsp. 18	Pro-Drop I (Korpus II).....	71
Bsp. 19	Pro-Drop II (Korpus II).....	72
Bsp. 20	Hervorhebungen (Korpus II).....	72
Bsp. 21	Emoticons I (Korpus II).....	75
Bsp. 22	Emoticons II (Korpus II).....	75
Bsp. 23	Emoticons III (Korpus II).....	76
Bsp. 24	„Bluebird“ (Korpus II).....	78
Bsp. 25	„firnig“ (Korpus II).....	79
Bsp. 26	„Bretter“ (Korpus II).....	80
Bsp. 27	„Powder-Latten“ (Korpus II).....	81
Bsp. 28	„Waffe“ (Korpus II).....	82
Bsp. 29	Jargonal verwendetes Toponym I (Korpus II).....	83
Bsp. 30	Jargonal verwendetes Toponym II (Korpus II).....	83
Bsp. 31	Lokalkolorit (Korpus I).....	85
Bsp. 32	Hervorhebung (Korpus I).....	86
Bsp. 33	Authentifizierung (Korpus II).....	87
Bsp. 34	Metakommunikation (Korpus II).....	87
Bsp. 35	„Highways to Heaven“ (Korpus I).....	89
Bsp. 36	“Pray for Snow” (Korpus I).....	90
Bsp. 37	“On Top of Kanzelwandbahn” (Korpus II).....	91
Bsp. 38	Implizite geografische Verortung (Korpus II).....	92
Bsp. 39	„Traumtag am Nebelhorn“ (Korpus II).....	94
Bsp. 40	„Mini-Urlaub“ (Korpus II).....	95
Bsp. 41	„Neben der Piste“ (Korpus II).....	96
Bsp. 42	„Frühjahrsspaß am Ifen (Korpus II).....	97
Bsp. 43	„Morgenstund hat Gold im Mund“ (Korpus II).....	100
Bsp. 44	„Der frühe Vogel fängt den Wurm“ (Korpus II).....	101

Bsp. 45	„Warum in die Ferne schweifen“ (Korpus II).....	102
Bsp. 46	„Wochenend und Sonnenschein“ (Korpus II).....	103
Bsp. 47	Wortspiele: Nebelhorn vs. Sonnenhorn (Korpus II).....	105
Bsp. 48	Wortspiele: „gewettert“ (Korpus II).....	106
Bsp. 49	Wortspiele: „gut, besser, Powder“ (Korpus II).....	107
Bsp. 50	Kontextspiele: Gedicht I (Korpus II).....	109
Bsp. 51	Kontextspiele: Gedicht II (Korpus II).....	110
Bsp. 52	Kontextspiele: Akrostichon (Korpus II).....	110
Bsp. 53	Referenzspiele: „Schnorcheln“ (Korpus I).....	111
Bsp. 54	Adressierung der Community I (Korpus II).....	113
Bsp. 55	Adressierung der Community II (Korpus II).....	114
Bsp. 56	Adressierung von „Das Höchste“ (Korpus II).....	115
Bsp. 57	Adressierung der Bergscouts (Korpus II).....	116
Bsp. 58	Verwandtschaft I (Korpus II).....	117
Bsp. 59	Verwandtschaft II (Korpus II).....	118
Bsp. 60	Freunde (Korpus II).....	119
Bsp. 61	Bekannte durch das Projekt (Korpus II).....	119
Bsp. 62	Parallelisierung: „Da legst di nieder“ (Korpus I).....	121
Bsp. 63	Metonymische Konzeptassoziation: „Perfekte Pisten“ (Korpus II).....	122
Bsp. 64	Metaphorisierung: „Freie Bahn“ (Korpus II).....	123
Bsp. 65	Verlinktes Video I (Korpus II).....	125
Bsp. 66	Verlinktes Video II (Korpus II).....	126
Bsp. 67	Verweis auf vorhergehenden Blogbeitrag I (Korpus II).....	126
Bsp. 68	Verweis auf vorhergehenden Blogbeitrag II (Korpus II).....	127
Bsp. 69	Korrektur (Korpus III).....	138
Bsp. 70	Nähesprachliche Syntax I (Korpus III).....	139
Bsp. 71	Nähesprachliche Syntax II (Korpus III).....	139
Bsp. 72	Fachsprache I: „Rocker“ (Korpus III).....	141
Bsp. 73	Fachsprache II: „Heckeinsteiger“ (Korpus III).....	141
Bsp. 74	Jargon I: „Bretter“ (Korpus III).....	142
Bsp. 75	Jargon II: „Pampe“ (Korpus III).....	143
Bsp. 76	Toponyme I: „Taja“ (Korpus III).....	143
Bsp. 77	Toponyme II: „Hörnergruppe“ (Korpus III).....	143
Bsp. 78	Augenzwinkern, Ironie ;-) (Korpus III).....	146
Bsp. 79	Freude, Lachen :-) (Korpus III).....	147
Bsp. 80	Grinsen =D (Korpus IV).....	148
Bsp. 81	Traurigkeit, Unzufriedenheit :-((Korpus III).....	149
Bsp. 82	Frechheit, Zunge herausstrecken :P (Korpus III).....	149
Bsp. 83	Stirnrunzeln ^^ (Korpus III).....	150
Bsp. 84	Para- und nonverbale Simulation im gemeinsamen Raum (Korpus III).....	152
Bsp. 85	Simualtion der para- und nonverbaler Ebene trotz thematisierter geografischer Distanz (Korpus III).....	153
Bsp. 86	Lokalkolorit (Korpus III).....	155
Bsp. 87	Untermauerung von Expertenstatus (Korpus IV).....	156
Bsp. 88	Abtönung I (Korpus III).....	157
Bsp. 89	Abtönung II (Korpus III).....	157
Bsp. 90	Abtönung III (Korpus III).....	158
Bsp. 91	Abtönung IV (Korpus III).....	158
Bsp. 92	Expressivität I (Korpus IV).....	159
Bsp. 93	Expressivität II (Korpus III).....	160
Bsp. 94	Abtönung (Korpus III).....	161

Bsp. 95	Kontrastierung (Korpus III).....	162
Bsp. 96	Lokalkolorit (Korpus III).....	163
Bsp. 97	Lokalpatriotismus (Korpus III).....	164
Bsp. 98	Verehrung (Korpus III).....	164
Bsp. 99	Tradition (Korpus III).....	165
Bsp. 100	Frage – Antwort (Korpus III).....	166
Bsp. 101	Frage – Antworten – Plauderei zum Thema (Korpus III).....	166
Bsp. 102	Frage – Antworten – Plauderei zum Thema – Plauderei vollkommen ab vom Thema (Korpus III).....	168
Bsp. 103	Post ohne Kommentare -> zu unhöflich (Korpus III).....	173
Bsp. 104	Post: Werbung (Korpus III).....	173
Bsp. 105	Post: „Fishing for comments“ I (Korpus III).....	174
Bsp. 106	Post: „Fishing for comments“ II (Korpus III).....	175
Bsp. 107	Wetter/Schnee (Korpus III).....	176
Bsp. 108	Skigebiete (Korpus III).....	178
Bsp. 109	Ausrüstung (Korpus III).....	178
Bsp. 110	Unterkünfte (Korpus III).....	179
Bsp. 111	Veranstaltungen (Korpus III).....	180
Bsp. 112	Gemeinsame Skiausflüge (Korpus III).....	180
Bsp. 113	„Kunstschnee“ (Korpus III).....	182
Bsp. 114	„Tanja Ski“ I (Korpus III).....	185
Bsp. 115	„Tanja Ski“ II (Korpus III).....	186
Bsp. 116	„Tanja Ski“ III (Korpus III).....	186
Bsp. 117	Reim (Korpus III).....	187
Bsp. 118	„Glücksrad“ (Korpus III).....	188
Bsp. 119	Humor zur Herstellung kommunikativer Nähe (Korpus III).....	189
Bsp. 120	Ironie I: „St. Anton“ (Korpus III).....	192
Bsp. 121	Ironie II: „Lieblingsskigebiet“ (Korpus IV).....	193
Bsp. 122	„Chat“ (Korpus III).....	196
Bsp. 123	„schläfst du schon?“ (Korpus III).....	197
Bsp. 124	„Auszeit“ (Korpus III).....	197
Bsp. 125	Multitasking (Korpus IV).....	198
Bsp. 126	Name (Korpus III).....	200
Bsp. 127	@ (Korpus III).....	200
Bsp. 128	Hyperlink (Korpus IV).....	201
Bsp. 129	„Herr Schulze“ (Korpus III).....	202
Bsp. 130	„IHR WICHSA“ (Korpus IV).....	203
Bsp. 131	Metakommunikation I: Werbung (?) (Korpus III).....	205
Bsp. 132	Metakommunikation II: Themenentwicklung (Korpus III).....	206
Bsp. 133	Metakommunikation III: Themenentwicklung (Korpus IV).....	206
Bsp. 134	Metakommunikation IV: Zensur (Korpus III).....	208
Bsp. 135	„Mama, Papa, Tochter“ (Korpus III).....	210
Bsp. 136	Insiderwissen I: „Gletscher“ (Korpus III).....	213
Bsp. 137	Insiderwissen II: „Rummel vs. Masner“ (Korpus III).....	214
Bsp. 138	„aufgesetzte Erotik“ (Korpus III).....	216
Bsp. 139	Höflichkeit: Modifikation durch Emoticons I (Korpus III).....	218
Bsp. 140	Höflichkeit: Modifikation durch Emoticons II (Korpus III).....	220
Bsp. 141	„Solche Fotos“ (Korpus III).....	223
Bsp. 142	„Kram“ (Korpus III).....	224
Bsp. 143	Holländer I: fehlende skifahrerische Kompetenz und Rücksichtslosigkeit auf der Skipiste (Korpus III).....	225

Bsp. 144	Holländer II: Abgrenzung (Korpus III).....	226
Bsp. 145	Holländer III: negative Bewertung (Korpus III).....	226
Bsp. 146	Holländer IV: Krokusferien (Korpus III).....	226
Bsp. 147	Holländer V: fehlende Kompetenz im Umgang mit winterlichen Straßenverhältnissen (Korpus IV).....	226
Bsp. 148	Holländer VI: fehlende Kompetenz im Umgang mit winterlichen Straßenverhältnissen cont'd + Wohnwagen (Korpus IV).....	226
Bsp. 149	Russen I: verschwenderischer Umgang mit Ressourcen (Korpus III).....	228
Bsp. 150	Russen II: Protzen (Korpus IV).....	228
Bsp. 151	Frauen I: Frauen frieren schnell (Korpus III).....	229
Bsp. 152	Frauen II: Frauen fahren vorsichtig (Korpus III).....	229
Bsp. 153	Snowboarder I (Korpus III).....	230
Bsp. 154	Snowboarder II (Korpus III).....	230
Bsp. 155	Sonja Englmaier: Alter (Korpus III).....	232
Bsp. 156	Sonja Englmaier: Wohnort (Korpus III).....	232
Bsp. 157	Sonja Englmaier: Obertauern I (Korpus III).....	233
Bsp. 158	Sonja Englmaier: Obertauern II (Korpus III).....	233
Bsp. 159	Sonja Englmaier: Obertauern III (Korpus III).....	233
Bsp. 160	Sonja Englmaier: Obertauern IV (Korpus III).....	234
Bsp. 161	Sonja Englmaier: Obertauern V (Korpus III).....	234
Bsp. 162	David Feger: Wohnort (Korpus IV).....	235
Bsp. 163	David Feger: Skigebiete (Korpus III).....	235
Bsp. 164	David Feger: Hobbyskilehrer (Korpus III).....	235
Bsp. 165	David Feger: anno dazumal I (Korpus III).....	235
Bsp. 166	David Feger: anno dazumal II (Korpus III).....	236
Bsp. 167	David Feger: Wortspiel (Korpus III).....	236
Bsp. 168	David Feger: „in echt bin ich ganz brav“ (Korpus III).....	237
Bsp. 169	David Feger: „seitenhiebe gegen TS“ (Korpus III).....	238
Bsp. 170	Thorsten Allenstein: Wohnort (Korpus III).....	239
Bsp. 171	Thorsten Allenstein: Freeriden (Korpus III).....	239
Bsp. 172	Thorsten Allenstein: Lech I (Korpus III).....	239
Bsp. 173	Thorsten Allenstein: Lech II (Korpus III).....	240
Bsp. 174	Thorsten Allenstein: Lech III (Korpus IV).....	240
Bsp. 175	Thorsten Allenstein: Lech IV (Korpus III).....	240
Bsp. 176	Thorsten Allenstein: „Mr. Arlberg“ (Korpus III).....	240
Bsp. 177	Thorsten Allenstein: Einheimische Freunde (Korpus III).....	241
Bsp. 178	Thorsten Allenstein: Skitage (Korpus III).....	241
Bsp. 179	Tanja Ski: Fremdeinschätzung.....	243
Bsp. 180	Tanja Ski: Kommentar zum Prinzip von IchWillSchnee (Korpus III).....	243
Bsp. 181	Tanja Ski: Kommentar zum vieldiskutierten Reiseangebot (Korpus III).....	244
Bsp. 182	Kommunikative Aushandlung von Expertenstatus: OT (Korpus III).....	245
Bsp. 183	Organisation von Gesprächssträngen (Korpus III).....	248
Bsp. 184	Metakommunikativer Beitrag (Korpus III).....	248
Bsp. 185	Parallelisierung und Metakommunikation I (Korpus III).....	250
Bsp. 186	Parallelisierung und Metakommunikation II (Korpus IV).....	252
Bsp. 187	Metonymische Konzeptassoziation (Korpus III).....	253
Bsp. 188	Metaphorisierung und Literalisierung (Korpus III).....	254
Bsp. 189	Verweis auf andere Post-Kommentar-Episode (Korpus IV).....	256
Bsp. 190	Private Pinnwand auf Facebook (Korpus III).....	256
Bsp. 191	Chat auf Facebook (Korpus III).....	256
Bsp. 192	PM auf Facebook (Korpus III).....	256

Bsp. 193	Anderes Forum (Korpus IV).....	257
Bsp. 194	Video auf Youtube (Korpus III).....	258
Bsp. 195	Kohärenz nach Verweise auf andere Plattform (Korpus III).....	259
Bsp. 196	TV (Korpus IV).....	259
Bsp. 197	„schweigende Masse“ (Korpus III).....	262
Bsp. 198	„escort-service im kalten schnee“ (Korpus III).....	269
Bsp. 199	Spamwerbung ignorieren (Korpus III).....	273
Bsp. 200	Treffen auf der Piste (Korpus III).....	275

Danksagung

Der Undank ist immer eine Art Schwäche. Ich habe nie gesehen, dass tüchtige Menschen undankbar gewesen wären.

Johann Wolfgang von Goethe

Alles andere als undankbar bin auch ich, denn diese Arbeit wäre bei allem Fleiß niemals entstanden, wenn ich nicht die Unterstützung von vielen lieben Menschen gehabt hätte.

Darum möchte ich mich als erstes bei meiner Doktormutter Barbara Job bedanken, die mir die Möglichkeit gegeben hat, an ihrem Lehrstuhl zu arbeiten, dabei verschiedenste Erfahrungen im universitären Umfeld und in der Lehre zu sammeln, und gleichzeitig ein ganz eigenes und unabhängiges Forschungsprojekt zu verfolgen. Weiterhin gilt mein Dank auch Petra Pansegrau, für ihre Bereitschaft als Zweitgutachterin der Arbeit zu fungieren und sich dabei auf online kommunizierende Skifahrer einzulassen.

In diesem Zusammenhang möchte ich mich auch beim Bergbahnverbund „Das Höchste“ in der Region Oberstdorf/Kleinwalsertal für die Erlaubnis, die Daten aus dem Bergscout-Projekt zu verwenden und insbesondere bei der Social Media-Beauftragten Jennifer Tautz für ihre Unterstützung und zahlreiche Hintergrundinfos bedanken.

Mein Interesse an der Linguistik wurde während meines Anglistikstudiums in zahlreichen „edutaining classes“, vor allem von Steve Gramley, geweckt. Seine Seminare haben meinen Weg zur Promotion entscheidend geprägt, und dafür bin ich ebenfalls sehr dankbar.

Viele anregende Gespräche und Diskussionen, sowohl fachlicher als auch privater Natur, habe ich meiner Freundin Veronika Ries zu verdanken, die hier nur stellvertretend für viele weitere Freunde und Kollegen genannt werden soll.

Auf die Unterstützung durch meine Familie konnte ich in der ganzen Zeit immer zählen. Sie alle haben mir auf vielerlei Arten den Rücken freigehalten und somit entscheidend zum Gelingen meiner Dissertation beigetragen. Besonders erwähnen möchte ich meine Tante Uschi und meinen Onkel Walter Kurpiers, die mir nicht nur im Hinblick auf die sprachliche Realisierung, sondern auch als Experten für Skifahren und das Kleinwalsertal, mit dem Lektorat der Arbeit zur Seite gestanden haben.

Andreas danke ich dafür, dass er immer für mich da ist und dafür gesorgt hat, dass es auch Feierabend und Wochenende gab. <3

Vielen Dank Euch allen!