

Digitales Journal für Philologie

Sonderausgabe # 6:

Digitale Verfahren in der Literaturwissenschaft

Hg. v. Jan Horstmann und Frank Fischer

AUTORIN

Gunhild Berg (Halle / Saale)

TITEL

#Literaturvermittlung in und mit Social Media. Digitale Verfahren der Literatur-
Wissenschaftskommunikation in Angewandter Literaturwissenschaft und Literaturdidaktik.

ERSCHIENEN IN

Jan Horstmann u. Frank Fischer (Hg.): *Digitale Verfahren der Literaturwissenschaft*.
Sonderausgabe # 6 von *Textpraxis. Digitales Journal für Philologie* (1.2022)/www.textpraxis.net

URL: <https://www.textpraxis.net/gunhild-berg-literaturvermittlung-und-socialmedia>

URN: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:6-64059429384>

DOI: <https://doi.org/10.17879/64059429098>

URN und DOI dienen der langfristigen Auffindbarkeit des Dokuments.

EMPFOHLENE ZITIERWEISE

Gunhild Berg: »#Literaturvermittlung in und mit Social Media. Digitale Verfahren der
Literatur- Wissenschaftskommunikation in Angewandter Literaturwissenschaft und Li-
teraturdidaktik«. In: Jan Horstmann u. Frank Fischer. (Hg.): *Digitale Verfahren der Lite-
raturwissenschaft*. Sonderausgabe # 6 von *Textpraxis. Digitales Journal für Philologie*
(1.2022). URL: [http://www.textpraxis.net/gunhild-berg-literaturvermittlung-und-social-
media](http://www.textpraxis.net/gunhild-berg-literaturvermittlung-und-social-media),

DOI: <https://doi.org/10.17879/64059429098>.

IMPRESSUM

Textpraxis. Digitales Journal für Philologie
ISSN 2191-8236

Westfälische Wilhelms-Universität Münster
Graduate School Practices of Literature
Germanistisches Institut
Schlossplatz 34
48143 Münster

Redaktion dieser Ausgabe:

Sona Arasteh-Roodsary, Timothy Brown,
Gulsin Ciftci, Lea Espinoza Garrido,
Dominik Hübschmann, Eva Tanita Kraaz,
Michael A. Mason, Sarah Alice Nienhaus,
Laura Reiling, Roman A. Seebeck

textpraxis@uni-muenster.de



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 Internat. Lizenz.

Digital Journal for Philology

Special Issue # 6:

Digital Methods in Literary

Ed. by Jan Horstmann and Frank Fischer

AUTHOR

Gunhild Berg (Halle / Saale)

TITLE

#Literaturvermittlung in und mit Social Media. Digitale Verfahr-
Wissenschaftskommunikation in Angewandter Literaturwissenschaft und Literaturdidaktik

PUBLISHED IN

Jan Horstmann a. Frank Fischer (eds.): *Digital Methods in Literary Studies*. Special Issue # 6
of *Textpraxis. Digital Journal for Philology* (1.2022)/www.textpraxis.net/en

URL: <https://www.textpraxis.net/en/gunhild-berg-literaturvermittlung-und-socialmedia>

URN: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:6-64059429384>

DOI: <https://doi.org/10.17879/64059429098>

URN und DOI serve the long-term searchability of the document.

RECOMMENDED CITATION

Gunhild Berg: »#Literaturvermittlung in und mit Social Media. Digitale Verfahren der
Literatur- Wissenschaftskommunikation in Angewandter Literaturwissenschaft und Li-
teraturdidaktik«. In: Jan Horstmann a. Frank Fischer (eds.): *Digitale Verfahren der Lite-
raturwissenschaft*. Special Issue #6 of *Textpraxis. Digital Journal for Philology* (1.2022).
URL: <http://www.textpraxis.net/gunhild-berg-literaturvermittlung-und-socialmedia>, DOI:
<https://doi.org/10.17879/64059429098>

IMPRINT

Textpraxis. Digital Journal for Philology
ISSN 2191-8236

Westfälische Wilhelms-Universität Münster
Graduate School Practices of Literature
Germanistisches Institut
Schlossplatz 34
48143 Münster
Germany

Editorial Board of this Issue:

Sona Arasteh-Roodsary, Timothy Brown,
Gulsin Ciftci, Lea Espinoza Garrido,
Dominik Hübschmann, Eva Tanita Kraaz,
Michael A. Mason, Sarah Alice Nienhaus,
Laura Reiling, Roman A. Seebeck

textpraxis@uni-muenster.de



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

#Literaturvermittlung in und mit Social Media. Digitale Verfahren der Literatur- Wissenschaftskommunikation in Angewandter Literaturwissenschaft und Literaturdidaktik

1. Literaturvermittlung und Literaturverarbeitung

1.1 Soziale Netzwerke und soziales System Literatur

Literaturvermittlung in den *Social Media* nivelliert diejenige Funktionsstelle, die Siegfried J. Schmidt im Zuge seines Fokus auf eine dezidiert auf Empirische Literaturwissenschaft ausgerichtete Germanistik eigens für die von ihm so genannten »Literaturvermittler« und »Literaturverarbeiter«¹ im Sozialsystem Literatur vorgesehen hatte: Schmidt ergänzte im Sozialsystem Literatur die literatursoziologische Funktion des »Literaturvermittlers«, dessen Rolle sich von der des »Literaturproduzenten« und »-rezipienten« dadurch unterscheidet, dass diejenigen in der Rolle der »Literaturvermittler« Literatur weder selbst herstellen noch lediglich konsumieren, sondern als Mittler zwischen den beiden anderen Funktionsrollen agieren, indem sie literarische Werke herausgeben, zum Kauf anbieten und vertreiben, also eine systemrelevante Schlüsselstellung zwischen Autor*innen und Leser*innen einnehmen, ohne die alle Arten von Literatur ihr Publikum nur höchst eingeschränkt erreichen konnte. Gerade diese »Literaturvermittler« spielten Schmidt zufolge in der Ausbildung eines autonomen Sozialsystems Literatur im 18. Jahrhundert und noch bis ins späte 20. Jahrhundert daher eine entscheidende Rolle zwischen literarischen Schreibstuben einerseits, Leihbibliotheken und Lesesesseln andererseits.²

1 | Siegfried J. Schmidt gebrauchte keine gendergerechte Ausdrucksweise. Die von ihm geprägte Terminologie wird hier im Folgenden lediglich zum Zwecke wissenschaftlichen Zitierens der Literaturtheorie übernommen, ohne die genderdiskriminierenden Implikationen zu vertreten. In diesen und anderen Fällen theoriegeschichtlicher Bezugnahmen, in denen die zitathafte Verwendung des generischen Maskulinums hier nicht zu vermeiden ist, ist die weibliche Form deshalb stets mitgemeint.

2 | Vgl. Siegfried J. Schmidt: *Die Selbstorganisation des Sozialsystems Literatur im 18. Jahrhundert*. Frankfurt / M. 1989.

Während die Funktion der »Literaturvermittler« die gesellschaftliche Wahrnehmung literarischer Texte überhaupt erst ermöglicht, suchen »Literaturverarbeiter«, diese zu initiieren und zu lenken. Ihre Funktion etwa als Literaturkritiker*innen, -journalist*innen und -rezensent*innen besteht darin, das Rezeptionsverhalten der Literaturkonsument*innen dadurch aktiv zu beeinflussen, dass sie der Literatur die Aufmerksamkeit des Lese- und Theaterpublikums im Feuilleton oder im Kulturmanagement verschaffen. Schmidts Modell kommt damit das Verdienst zu, dass es Verleger*innen, Buchhändler*innen und andere Distributor*innen (»Vermittler«) sowie professionellen »L-Interpreten, L-Kritikern, Verlagslektoren, Literaturlehrer[n], Literaturwissenschaftler[n] usw.« (»Verarbeiter«) »tatsächlich eine bedeutsame Rolle in Literarischer Kommunikation« zuerkennt.³

In den sozialen (Literatur-)Netzwerken der digitalen Kultur löst sich diese systemische Position und Relation von Literaturvermittlung auf. Dieser Wandel gründet indes nicht allein auf Algorithmizität, Referentialität und Gemeinschaftlichkeit, die nach Felix Stalder die »Kultur der Digitalität« formieren.⁴ Er wurde auch gestützt durch verschiedene methodisch neue Bestrebungen seit den 1960er-Jahren etwa in der Lese- und Trivialliteraturforschung, durch den »Klassiker-Sturz« auf dem *Second Wisconsin Workshop*,⁵ Wolfgang Iser's Rezeptionsästhetik⁶ und S. J. Schmidts Inauguration einer dezidiert Empirischen Literaturwissenschaft, in deren Folge die Literaturwissenschaft ihren literaturtheoretischen Reflexionsraum für Fragen nach der Verbreitung, Vermittlung und damit auch nach der Didaktik der Literatur öffnete.

1.2 (Angewandte) Literaturwissenschaft und Literaturdidaktik

Zum sozialen Feld literarisch kommunikativer Handlungen bildete sich ein eigenes wissenschaftliches Forschungsfeld zur Literaturvermittlung in Vergangenheit und Gegenwart, das die Rollen der Schmidt'schen Literaturvermittlung und -verarbeitung untersucht.⁷ Hier beschäftigen sich also nicht systemisch abgekoppelte Akteur*innen des Sozialsystems Literatur selbstreferenziell, sondern Literaturwissenschaft beobachtet und beforscht literarische Kommunikation und ist auf diese Weise, *nolens volens*, daran beteiligt, das Literatursystem selbst aktiv mitzuregulieren.⁸

3 | Vgl. Siegfried J. Schmidt: *Grundriss der Empirischen Literaturwissenschaft*. Frankfurt / M. 1991, S. 356f. Relativ späte Wirksamkeit durch Anschlussuntersuchungen in der Germanistik fand Pierre Bourdieus Feldtheorie, die ähnliche Zugriffe auf Funktionsrollen im auch ökonomisch betrachteten gesellschaftlichen Feld der Literatur erlaubt; vgl. Josef Jurt: *Das literarische Feld. Das Konzept Pierre Bourdieus in Theorie und Praxis*. Darmstadt 1995.

4 | Vgl. Felix Stalder: *Kultur der Digitalität*. Frankfurt / M. 2016.

5 | Vgl. Reinhold Grimm u.a. (Hg.): *Die Klassik-Legende. Second Wisconsin Workshop*. Frankfurt / M. 1971.

6 | Vgl. Wolfgang Iser: *Der Akt des Lesens. Theorie ästhetischer Wirkung*. München 1976.

7 | Die Breite dieses Forschungsfeldes versammelt der Band von Stefan Neuhaus u. Oliver Ruf (Hg.): *Perspektiven der Literaturvermittlung*. Innsbruck 2011.

8 | Vgl. Lydia Brenz u. Torsten Pflugmacher (Hg.): *Normativität und literarisches Verstehen. Interdisziplinäre Perspektiven auf Literaturvermittlung*. Berlin 2021.

Ein Flaggschiff auf diesem Feld ist die 1999 gegründete Online-Zeitschrift *literaturkritik.de*, die über das Programm der traditionsreichen Rezensions- und Referateorgane hinaus auch Essays und Reportagen zum Literaturbetrieb und -markt veröffentlicht.⁹ Forschungseinrichtungen wie das Literaturarchiv Marbach oder das Innsbrucker Zeitungsarchiv zur deutsch- und fremdsprachigen Literatur (IZA), Zeitschriften und wissenschaftliche Buchreihen prägen dieses Forschungsfeld zur eigenständigen literaturwissenschaftlichen Teildisziplin aus. Mit der Denomination einer »Angewandten Literaturwissenschaft« wurde dieser Teil der Literaturwissenschaft institutionalisiert (u.a. mit Lehrstühlen und Studiengängen an der FU Berlin, der TU Dortmund, den Universitäten Innsbruck und Klagenfurt).

Einen »eigenen wissenschaftlich-disziplinären ›Ort« hat das lehrende Vermitteln von Literatur« in den Fachdidaktiken.¹⁰ Die Reformpädagogik entdeckte zuerst als Zielstellung der Schreibdidaktik, seit den 1950er-Jahren auch der Literaturdidaktik das literarische Produzieren für die Schule neu, weiter forciert durch die in den 1970er-Jahren geführte Kreativitätsdiskussion. Den Ansatz der handlungs- und produktionsorientierten Literaturdidaktik in seiner heutigen Form begründeten Günter Waldmann und Gerhard Haas 1984 rezeptionsästhetisch.¹¹ In der Folge entstand ein reiches Inventar verschiedener handlungs- und produktionsorientierter Verfahren für den Literaturunterricht, die auf dem Antizipieren, Restituieren und Transformieren des Originalwerks beruhen.¹²

Die Aufgabe, Textvorlagen zu verändern, dient dabei dem vertieften Verständnis, Analysieren und Interpretieren des bearbeiteten Werks. Sich das Werk produktiv anzueignen, setzt Analyse und kritische Distanznahme voraus. Zu den empfohlenen textproduktiven Verfahren zählten schon in den 1970er-Jahren spielerische Verfahren ebenso wie schriftlich geführte »literarische Rollenspiele«, bei denen Briefe, Berichte oder Tagebücher in fiktiven Rollen verfasst werden. Neben den textproduktiven Verfahren werden visuelle, auditive, audiovisuelle und szenische Verfahren mittlerweile zum Teil digital und multimedial umgesetzt.¹³ In der digitalen Kultur populär ist die Fanfiction, die fiktionale Stoffe adaptiert, transformiert, um- und fortschreibt. Fanfiction wird auf Online-Plattformen und in den sozialen Netzwerken veröffentlicht und lebhaft kommentiert. Sie ist somit sowohl das Ergebnis von schulischen sowie von freiwilligen Freizeitaktivitäten Jugendlicher als auch ein Phänomen der (digitalen) Fankultur, die weit über die Jugendkultur hinausreicht.¹⁴

9 | Literaturkritik.de wird unter Leitung von Thomas Anz herausgegeben vom Institut für Neuere Deutsche Literatur und Medien der Universität Marburg. Des Weiteren hat sich am Institut für Germanistik der Universität Innsbruck die Online-Zeitschrift *literaturkritik.at* etabliert: <https://www.uibk.ac.at/literaturkritik/>.

10 | Vgl. Stefan Neuhaus u. Oliver Ruf: »Was ist Literaturvermittlung?« In: Dies. (Hg.): *Perspektiven der Literaturvermittlung*. Innsbruck 2011, S. 9–23, hier S. 10.

11 | Kaspar H. Spinner: »Methoden des Literaturunterrichts«. In: Ders. u. a. (Hg.): *Lese- und Literaturunterricht Teil 2*. Hohengehren 2010, S. 191–242, hier S. 223.

12 | Vgl. wegweisend Gerhard Haas, Wolfgang Menzel u. Kaspar H. Spinner: »Handlungs- und produktionsorientierter Literaturunterricht«. In: *Praxis Deutsch* 123 (1994), S. 17–25.

13 | Mit explizitem Bezug auf Heft 123 von *Praxis Deutsch* (1994) sowie auf digitale und Online-Medien hin modernisiert sind diese Verfahren weiterhin aktuell; vgl. programmatisch etwa Tilman von Brand: »Handlungs- und Produktionsorientierung im Literaturunterricht«. In: *Praxis Deutsch* 276 (2019), S. 4–11, hier S. 5–7.

14 | Zu Fankultur und Fanfiction vgl. Henry Jenkins: *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*. New York u. a. 1994.

Aus literaturwissenschaftlicher und literaturdidaktischer Sicht schwächten also Reformpädagogik und handlungs- und produktionsorientierte Deutschdidaktik, der ›Klassiker-Sturz‹ und Iser's ›Leerstellen‹-Theorie die konventionelle Hermeneutik der auktorialen Werkintention und betonten die notwendig aktive Bedeutungskonstitution des Werks durch die Lesenden. Die historische Ermächtigung der Lesenden zum (inter)subjektiven Bedeutungsschaffen griff im singulären »Akt des Lesens« (Iser) den heute gemeinschaftlichen Bedeutungsaushandlungen und -stabilisierungen in einer Kultur der Digitalität voraus, wie sie Stalder charakterisiert.¹⁵ Rezeption und Interpretation bedeuten fortan auch Produktion im Sinne einer nicht nur reproduzierenden, sondern auch konstruktiven, kreativen und kollaborativen Auseinandersetzung mit dem literarischen Werk.

1.3 Literaturvermittlungswissenschaften

Diese Vorgeschichte verdeutlicht, wie methodische Perspektivenwechsel und Erweiterungen von Literaturwissenschaft und Literaturdidaktik im 20. Jahrhundert sowohl neue Forschungsrichtungen innerhalb der Fächer, neue Ansätze in der Lehre als auch Neuausrichtungen bis hin zur subdisziplinären Ausdifferenzierung des Faches Germanistik und seines wissenschaftlichen Selbstverständnisses bewirkten. Die Vorgeschichte verdeutlicht zudem, wie diese Neuausrichtungen analoger Methoden der Literaturwissenschaft und Literaturdidaktik mit digitalen Praktiken zusammenhängen, die Literatur in der Kultur der Digitalität produktiv kommunizieren.

Grundlage dieses Selbstverständnisses sind Anwendungs- und Praxisorientierung der Fächer. Denn obgleich die Literaturwissenschaft ihren Einfluss auf die Gesellschaft oft zu unterschätzen geneigt ist, da sie sich außerhalb und unabhängig vom ökonomisch interdependenten Literatursystem glaubt, bestimmt sie (beispielsweise mit Poetik-Vorlesungen, Lese-Reihen, literarischen Schreibkursen usw.) die Gestaltung des literarischen Feldes selbst aktiv mit.¹⁶ Diese Interaktion berücksichtigend postuliert die subdisziplinäre Bezeichnung »Angewandte« Literaturwissenschaft (als Pendant zu den Kulturwissenschaften und der Angewandten Kulturwissenschaft) daher den Praxisbezug des Faches, das heißt im Falle der Literaturwissenschaft die zu erforschende Vermittlungsfunktion zwischen universitärer Literaturtheoriebildung, Literaturkritik und dem Sozialsystem Literatur.

Zwar ist das Verhältnis der Fachdidaktik zur germanistischen Fachwissenschaft nach wie vor umstritten. So sieht Kepser die disziplinäre Eigenständigkeit der Deutschdidaktik als Disziplin bedroht, wenn sie als »angewandte Literaturwissenschaft« gelte, und propagiert sie stattdessen als »eingreifende Kulturwissenschaft«, weil die Didaktik der deutschen Sprache und Literatur als Disziplin ihrem empirisch forschenden Selbstverständnis nach sowohl Vermittlungs- als auch Handlungswissenschaft zu sein übersteige.¹⁷ Deutlich wird

15 | Vgl. Stalder: *Kultur der Digitalität* (Anm. 4).

16 | Am Beispiel des renommierten Ingeborg-Bachmann-Literaturpreises weist Moser die engen Verknüpfungen von universitärem Literaturstudium und akademischen Schreibinstituten mit dem literarökonomischen Wettbewerb, Buchmarkt, Literaturkritik und Verlagen im Sozialsystem Literatur nach; vgl. Doris Moser: *Der Ingeborg-Bachmann-Preis. Börse, Show, Event*. Wien u. a. 2004.

17 | Vgl. Matthis Kepser: »Deutschdidaktik als eingreifende Kulturwissenschaft. Ein Positionierungsversuch im wissenschaftlichen Feld«. In: *Didaktik Deutsch* 18.34 (2013), S. 52–68. Als Replik darauf verbindet beide disziplinäre Verortungen miteinander Gerhard Rupp: »Deutschdidaktik – eine eingreifende Kultur- und kompetenzorientierte Vermittlungswissenschaft«. In: Christoph Bräuer (Hg.): *Denkrahmen der Deutschdidaktik. Die Identität der Disziplin in der Diskussion*. Berlin u. a. 2016, S. 187–212.

in diesen Diskussionen indes der Anspruch von (Angewandter) Literaturwissenschaft und Literaturdidaktik, sich in ihrer disziplinären Eigenständigkeit voneinander zu unterscheiden – angesichts einer ihnen gemeinsam obliegenden gesellschaftlich wirksamen Vermittlungsfunktion, die sie über den (hoch-)schulischen Rahmen hinaus als lebenslang relevante, gesellschaftsöffentliche Literaturpädagogik und Literaturvermittlung verstehen.

Und so wird hier und im Folgenden ›Literaturvermittlung‹ nicht auf eine im engeren Sinne literarisches Wissen ›transferierende‹ Funktion reduziert, sondern es wird selbstverständlich davon ausgegangen, dass hochschulische Literaturvermittlung auf die wissenschaftlich gegründete Vermittlung von Wissensbeständen über den Gegenstand und von fachwissenschaftlichen und fachdidaktischen Methoden zur Bildung literarästhetischer Urteilskompetenzen zielt¹⁸ und zu den Aufgaben der hochschulischen Literaturwissenschaft und Literaturdidaktik zur (pädagogischen) Professionalisierung der Studierenden zählt.

2. Literatur(wissenschafts)vermittlung in den Mitmachnetzen, Blogging- und Meinungsmaschinen der Social Media

2.1 Social Media als Mitmachnetze

Mit dem Ende des Monopols der Printkultur ändern sich die Möglichkeiten der Produktion im und Partizipation am ›Sozialsystem Literatur‹. Denn *Social Media* bieten auf neuartige Weise ein frei zugängliches Medium sowohl für die Entstehung von Literatur als auch für ihre Edition, Lektürepraktiken und Annotation, Analyse und Interpretation, Rezension und Literaturkritik, (interpretatorischer wie wertender) Kommentierung und Vermittlung – mithin für alle »Literarischen Kommunikativen Handlungen« (*sensu* S. J. Schmidt).

Die Akteure der Vermittlung auch digitaler Literatur sind Simone Winko zufolge indes die konventionellen Institutionen des Sozialsystems Literatur: 1) Online-Literaturzeitschriften, die Primärtexte und Kritik herausgeben, 2) Verlage, die digitale Literatur edieren und 3) Literaturpreise, die oft gefördert von Technikunternehmen der freien Wirtschaft vergeben werden.¹⁹ In den *Social Media* vertreten sind beispielsweise die Accounts von Literaturhäusern, -museen-, -archiven, -verlagen, -agenturen, Textsammlungen wie @gutenberg_org oder auch von Literaturpreisen wie der *Twitter*-Account @tdlitalias »Bachmannwettbewerb«, der vor allem ereignisbezogen aktiviert wird und die neue Kommentarkultur der *Social Media* für den etablierten Literaturwettbewerb im Rahmen der *Tage der deutschsprachigen Literatur* nutzt. Allerdings kommunizieren die Institutionen der Literaturvermittlung online (ebenso wie offline in physisch ›realen‹ Veranstaltungsräumen) primär mono- bzw. unidirektional, sie sind also nur in eine Richtung orientiert und nicht interagierend, indem sie im digitalen Raum vor allem ihre Aktivitäten im realen Raum bewerben.

18 | Zu literarästhetischen Urteilskompetenzen vgl. genauer Volker Frederking u. a.: »Ein Modell literarästhetischer Urteilskompetenz«. In: *Didaktik Deutsch* 25 (2008), S. 11–31. Pointiert unter dem Titel von Herbert Kraft: *Literaturdidaktik. Mündigkeit als Lehr- und Lernziel*. Münster 2004.

19 | Vgl. Simone Winko: »Am Rande des Literaturbetriebs. Digitale Literatur im Internet«. In: Heinz-Ludwig Arnold u. a. (Hg.): *Literaturbetrieb in Deutschland*. München 2009, S. 292–303, hier S. 299–301.

Doch beschränkt sich die Funktionalität sozialer Netzwerke eben gerade nicht auf die digitalen Dubletten literaturvermittelnder Institutionen im ›realen‹ Raum. Vielmehr präfiguriert die Digitalität literarischer Medien die Bedingungen für ihre Erstellung, Rezeption und Verbreitung, sodass digitale Methoden und Medien auch die Vermittlung von Wissen über und aus Literatur in Literaturwissenschaft und Literaturdidaktik herausfordern.

Zum einen betrifft dies primäre digitale Literatur-Daten: *Social Media* sind Ressourcen für ›digitalisierte‹ und ›digitale‹ Literatur mit einer Vielfalt digitaler ›Netzliteratur‹-Gattungen wie Twitteratur, *Instagram*- und *TikTok*-Storys, Microstorys, Memes, Playstorys, Flarf-Poetry u.v.a.²⁰

Zum anderen betrifft dies sekundäre digitale Literatur-Daten: *Social Media* bieten Plattformen zum gemeinsamen Erarbeiten, Diskutieren und zur Publikation literaturwissenschaftlicher und -didaktischer Analysen, Arbeitsergebnisse zu Forschungs-, Vermittlungs- wie Lehrzwecken. Im Unterschied zu konventionellen (›analogen‹) Publikationsformaten aber vernetzen, referenzieren und (re-)mischen *Social Media* literarisches ebenso wie literaturwissenschaftliches Produzieren, Rezipieren und Bedeutungsaushandeln.

Die Video-Plattform *YouTube* demonstriert als *Social Media*-Portal digitale Verfahren der (mit Stalder) algorithmischen, gemeinschaftlichen, hochreferentiellen literaturwissenschaftlichen Forschungs- und Lehrkommunikation: mit Videos zu Tagungen (Livestreams, Vortrags-Mitschnitten), mit Lehrvideos und Vorlesungsaufzeichnungen für die universitäre Fernlehre, aber auch mit Hunderten Erklärvideos von Non-Professionals und Professionals zu literarischen, literaturgeschichtlichen sowie literaturwissenschaftlichen Themen, die als Tagungs-Livestreams mit Chats und Videoaufzeichnungen mit Kommentaren und Likes bewertet, diskutiert und geteilt werden können.

Soziale Netzwerke sind Orte der Literaturvermittlung, das heißt der Vermittlung des Wissens von, in und über Literatur. Sie entwickeln neue, genuin digitale Phänomene der Partizipationskultur, die die außerakademische wie die innerakademische Wissenschaftskommunikation über literarische Gegenstände nutzt. Wie *Social Media* (als Lehr-Lernorte) zur Literaturvermittlung in literaturwissenschaftlichen sowie literaturdidaktischen Lehrveranstaltungen methodisch eingesetzt werden, zeigen verschiedene Seminarmodelle mit *Twitter* als sozialer Netzwerkplattform, die im 3. Kapitel systematisiert und veranschaulicht werden.

2.2 *Social Media* als Meinungsmaschine

Social Media können für die literaturwissenschaftliche und literaturdidaktische Vermittlung methodisch systematisch eingesetzt werden, etwa in den weiter unten thematisierten *Twitter*-Seminaren. Zum Vorteil gereicht dabei, dass die spezifisch digitale Qualität der *Social Media*-Kultur *per se* auf Referentialität und damit auf Anschlusskommunikation hin ausgerichtet ist. Sozialen Netzwerken ist der kommunikative Vermittlungsaspekt inhärent, der das Lernziel und der Lerngegenstand von Wissen(schaft) und Literaturvermittelnden Lehrformaten ist. Kommunikation in den *Social Media* als

20 | Zur ›digitalen Literatur‹ und zur ›Netzliteratur‹ vgl. Heinz Ludwig Arnold (Hg.): *Digitale Literatur*. München 2001 sowie Winko: »Am Rande des Literaturbetriebs« (Anm. 19), S. 293f. Einen frühen Überblick bietet Peer Trilcke: »Ideen zu einer Literatursoziologie des Internets. Mit einer Blogotop-Analyse«. In: *Textpraxis* 7.2 (2013). Online: <https://www.textpraxis.net/peer-trilcke-literatursoziologie-des-internets> (zuletzt eingesehen am 26.02.2022).

Anschauungsmaterial und -praxis in die Lehrkommunikation einzubeziehen, ist daher didaktisch konsequent. Denn nicht nur bietet das Microblogging eine niedrighschwellige Publikationsmöglichkeit für studentische Erkenntnisse in den *Social Media*. Vielmehr heischt es gerade in den sozialen Netzwerken kommunikative Interaktion: *Social Media*-Posts sind überwiegend unspezifisch adressiert und evozieren kommunikative Anschluss-handlungen.

Als Nachteil kann dagegen der Vorwurf erachtet werden, dass das Dynamische und Ephemere der *Social Media*-Kommunikation unwissenschaftliche oder gar unsachliche Inhalte und Ausdrucksweisen anheize. Digitale Verfahren der Literaturvermittlung könnten sich damit dem Verdacht aussetzen, der Meinungsmaschinerie der *Social Media* zu unterliegen. Grundsätzlich gilt, dass auch akademisch initiierte Literaturvermittlung in den *Social Media* wie jede Form der wissenschaftlichen Kommunikation vor partiell subjektiven Wertungen nicht gefeit ist. Der *Social Media*-Algorithmus konstituiert Formationsregeln des digitalen Diskurses mit systemischen, technisch wie menschlich begründeten Fehleinschätzungen (*biases*). Genauso wie konventionelle Methoden einer print-gestützten Literaturwissenschaft unterliegen digitale Verfahren der Literaturwissenschaftsvermittlung daher den Herausforderungen an wissenschaftliche Objektivität und Neutralität in der Auswahl und Analyse von (literarischen) Korpora, der Formulierung von Forschungsfragen oder der Bearbeitung ihrer Forschungsfelder. Untersuchungen literarischer Gegenstände im ›Netz‹ und in den *Social Media* sind gleichermaßen bei der Auswahl und Bearbeitung ihrer Gegenstände von den auch maschinell nicht tilgbaren Biases der algorithmischen Operationen mitbestimmt, die soziale Netzwerke treiben.²¹

Für die digitalen Literaturvermittler*innen gilt gleichermaßen wie für die Netz-kommunikation generell, dass das kommunikative Handeln der User*innen durch Anwahl und Auswahl, Verweildauer, Kommentierung und Re-Blogging mit dem jeweiligen Netzwerk-Algorithmus interagiert und die in der Folge dieser kommunikativen Interaktion algorithmisch präselektierten Posts des persönlichen Nachrichten-Feeds auf der Startseite mit präfiguriert. Die Statistik der Interaktionen anderer User*innen mit den eigenen Posts kann man je nach *Social Media*-Plattform auf verschiedene Weisen sogar direkt nachvollziehen. Bei *Twitter* etwa ist die Anzahl der Aufrufe, Interaktionen und Klicks pro Tweet für diejenigen einsehbar, die den Tweet gesendet haben. Aber auch eine vermeintlich passive Leserin, die in den *Social Media* nur rezipiert und nicht selbst aktiv postet, interagiert nicht anonym mit analogen medialen Dispositiven der Print-Kultur, die wie etwa die *mise en page* der Zeitungsseite/n auf die Masse der ›idealen‹ Lesenden hin zugerichtet sind, sondern mit dem algorithmisch hochpräzisen Messinstrument des digitalen Aufmerksamkeitsverhaltens aller einzelnen ›realen‹ Leser*innen, das strukturell die Summe des individuellen Leseverhaltens aller als *Big Data* erfasst, auswertet, mit Relevanzen wie ›Interesse‹, ›Gefallen‹ und Präferenz unterlegt und auf dieser Datenbasis ausgewählte weitere Inhalte den Lesenden personalisiert vorauswählt und anbietet, so dass – aus Sicht des Algorithmus, der das Korpus der Lektüre-Posts im Feed zusammenstellt – jede Leserin und jeder Leser zu einer/einem je eigenen ›idealen‹ Leser*in wird.

Aus wissenschaftlicher Sicht problematisch ist, dass die Distribution der Posts im jeweiligen Netzwerk vom *Social Media*-Algorithmus abhängt, der unsichtbar und nicht

21 | Im Unterschied dazu ist die computationelle Literaturwissenschaft auf der Basis quantitativer Verfahren in digitalen Korpora bestrebt, eine mit qualitativen Untersuchungsmöglichkeiten bislang nicht erreichbare Neutralität der Datenlage und Objektivität ihrer Analysen zu erzielen. Vorläufer für die quantitative Herangehensweise an literaturgeschichtliche Korpora waren die Arbeiten von Franco Moretti: *Distant Reading*. Übers. v. Christine Pries. Konstanz 2016.

nachvollziehbar agiert und präselektiert.²² Denn unmittelbar nach Installation und Registrierung bei der *Social Media*-App auf dem eigenen Smartphone beginnt ein permanenter kommunikativer Interaktionsprozess zwischen User*in und *Social Media*-Algorithmus, der – äquivalent zur Watzlawick'schen Nicht-Nichtkommunikation – auch keine Nicht-Interaktion kennt, da sowohl jede Interaktion als auch jede vermeintliche ›Pause‹ der Interaktion dem *Social Media*-Algorithmus Feedback über das Nutzungsverhalten des Individuums auf der Plattform gibt. Infolge dieser permanenten Datenverarbeitung des persönlichen Interaktionsprofils, welche die Beachtung ebenso wie die Missachtung bestimmter Posts, Personen bzw. Accounts oder gewisser thematischer Felder in Form von bestimmten Wortfeldern oder Zeichenfolgen auswertet, stellt weniger die Person als vielmehr der Algorithmus ein (scheinbar) personalisiertes Korpus an *Social Media*-Posts zusammen. Aufgrund der intransparenten Kombination aus algorithmischer und menschlicher Navigation ist die Wahrnehmung und Vermischung auch professioneller Gehalte aus dem fachwissenschaftlichen oder hochschulischen Bereich mit subjektiven, persönlichen und privaten Meinungen und Wertungen unfreiwillig amalgamiert. Die eigene Aufmerksamkeitsfokussierung bzw. ihr Gegenwert in der ›Währung‹ der individuellen physischen Lebenszeit wird unvermeidlich und im Wechselspiel auf der einen Seite von persönlichen Meinungen, Emotionen und Einstellungen beeinflusst, auf der anderen Seite algorithmisch gesteuert.²³ Dass der eigene Account die persönlichen Ansichten und Werthaltungen wiedergebe, annotieren überdies explizit diejenigen User*innen in ihrer ›Bio‹ (in dem statischen Kurztextfeld zur Selbstbeschreibung des Accounts über der jeweils überwiegend dynamischen Reihe eigener Posts und Re-Posts), die dezidiert darauf hinweisen, dass sie nicht allein professionelle Themen verfolgen, sondern etwa auch private Erlebnisse teilen oder kommunale, gesellschafts-, wissenschafts- und bildungspolitische Initiativen wie #IchBinHanna thematisieren und unterstützen.

2.3 Microblogging

In literaturwissenschaftlichen und literaturdidaktischen Lehrveranstaltungen und Lehrprojekten wurden mittlerweile verschiedene didaktische Modelle erprobt, wie *Social Media* zur inner- und außerakademischen Wissenschaftskommunikation eingesetzt werden können. Häufiger als andere *Social Media*-Plattformen wird dafür bislang das soziale Netzwerk *Twitter* genutzt.²⁴ Dass *Twitter* für die akademische Literaturvermittlung mit den *Social Media* favorisiert wird, mag an der hohen Akzeptanz des 2006 gestarteten Microblogging-Dienstes unter den Protagonist*innen digitaler Verfahren der Literaturwissenschaft

22 | Die Untersuchungen etwa von *AlgorithmWatch* über den *Facebook*-Algorithmus wird vom Betreiber des Sozialen Netzwerks behindert; vgl. Ruth Fulterer: »Facebook-Konzern wehrt sich gegen Untersuchungen seines Algorithmus«. In: *Neue Zürcher Zeitung* vom 17. August 2021. Online unter: <https://www.nzz.ch/technologie/facebook-konzern-behindert-untersuchungen-seines-algorithmus-ld.1640627> (zuletzt eingesehen am 07.03.2022).

23 | Zur Wirkungsweise hochdynamischer und adaptiver Algorithmen, die sich auf Feedback, d.i. die User*innen-Interaktion mit dem ›Entgelt‹ physischer Lebenszeit als Ressource, hin selbst verändern, vgl. Stalder: *Kultur der Digitalität* (Anm. 4), S. 117–128 und S. 164–202.

24 | Die hybride Funktionalität von *Twitter* sowohl als Kurznachrichtendienst oder Microblogging-Plattform einerseits als auch Kommunikationsnetzwerk andererseits zeigt die von Pfaffenberger zusammengefasste Diskussion; vgl. Fabian Pfaffenberger: *Twitter als Basis wissenschaftlicher Studien. Eine Bewertung gängiger Erhebungs- und Analysemethoden der Twitter-Forschung*. Wiesbaden 2016, S. 27f.

und -vermittlung liegen, die sich mit persönlichen Accounts auf *Twitter* engagieren und mithilfe ihrer Interaktionsroutinen in den medienspezifischen kulturellen Kommunikationspraktiken, diskursiven Formationsregeln und Argumentationsstrategien eine akademisch initiierte Literaturvermittlung erfolgreich in die Vernetzung mit literaturaffinen und wissenschaftsinteressierten Communities einbinden und auch außerhalb ihrer Followerschaft Aufmerksamkeit wecken können.

Seminare, die nicht nur über, sondern auch mit und in den sozialen Netzwerken arbeiten wollen, greifen a) auf die bestehenden Accounts der Dozierenden oder b) auf private Accounts der teilnehmenden Studierenden zurück – unter der Bedingung von deren freiwilligem Einverständnis. Um die zwar monetär kostenfreie, aber datenpflichtige Registrierung für die Teilnehmenden einer Lehrveranstaltung zu vermeiden, legen c) Dozierende ›feste‹ Seminar-Accounts an, deren Zugangsdaten die Studierenden mehrerer Seminare über mehrere Semester hinweg wiederverwenden und weiterverwenden. Wiederholt genutzte Seminar-Accounts ersparen nicht nur weitere Registrierungen, sondern erhöhen auch Bekanntheitsgrad, Follower- und Interaktionsrate solcher Seminar-Accounts in der Netzwerkkommunikation und damit die Reichweite ihrer Vermittlungsbemühungen.²⁵

Die Textsortenspezifika des Microbloggings via *Twitter* besteht in der limitierten Zeichenzahl, die ursprünglich, angelehnt an die Länge einer SMS (160 Zeichen), aus 140 Zeichen bestand, seit 2016 nun 280 Zeichen pro Post beträgt. Die »Tweets« genannten Kurznachrichten können multimedial erweitert werden um Hyperlinks, Bilder, Audios, Videos, Emojis und selbst erstellte oder aus einer Datenbank auswählbare animierte Bildfrequenzen (*animated GIFs*). Registrierten Nutzenden stehen grundsätzlich zwei unterschiedliche Seiten zur Verfügung: Unter www.twitter.com/eigenerName erscheinen achronologisch alle eigenen Tweets; die jüngsten zuoberst. Unter www.twitter.com/home werden eigene und fremde Tweets angezeigt, vornehmlich, aber nicht ausschließlich von Followern, mithin Accounts, die man aktiv abonniert hat bzw. denen man ›folgt‹. Zu unterscheiden ist damit eine persönliche Profilseite mit den eigenen Posts von der sog. Timeline (»Startseite«) mit dem algorithmisch nach Neuigkeits- und Beliebtheitswert, ›gefolgten‹ bzw. abonnierten Profilen oder angenommenen ›Vorlieben‹ ausgewählten Newsfeed, in dem (je nach Nutzungseinstellungen) Tweets, überwiegend achronologisch gereiht, angezeigt werden.²⁶ Daraus leiten sich grundlegend zwei Einsatzvarianten ab, die in *Twitter*-Seminaren methodisch operationalisiert werden.

25 | Der unten vorgestellte, für Studierendenprojekte genutzte Account des *Twitter*-Seminars »Heute vor 150 Jahren« alias @Krieg7071 verzeichnete im August 2020 schon ca. 1.900 Follower, im November 2021 bereits ca. 3700 Follower; vgl. <https://twitter.com/Krieg7071> (zuletzt eingesehen am 30.11.2021).

26 | Zu den medientechnisch möglichen Nutzungsweisen und Konventionen der Kommunikation auf *Twitter* vgl. Pfaffenberger: *Twitter* (Anm. 24), S. 30–35.

3. Twitter-Seminare – Formate hochschulischer Literaturvermittlung in den Social Media

Winko beschreibt das, »was Literatur heute ist: ein extrem vielfältiges, dynamisches Ensemble unterschiedlicher medialer Formate und Kommunikationsformen, eine lebendige Praktik [...]«. ²⁷ Kommunikative Praktiken der *Social Media*-Kultur bieten im Folgenden die Grundlage für eine Typologie digitaler Verfahren der hochschulischen Literaturvermittlung in den *Social Media*. ²⁸ Aufgrund dieses Fokus auf ausschließlich digitale Verfahren der Literaturvermittlungswissenschaften bleiben hochschulische Lehrveranstaltungen zur Literaturvermittlung unberücksichtigt, die in Kooperation mit Akteur*innen und Institutionen des Literaturbetriebs verschiedenen studentisch unterstützten Projektformaten wie realräumlichen Literatúrausstellungen oder Literaturveranstaltungen in physischer Präsenz dienen. Die Übersicht kann überdies keine Vollständigkeit behaupten, führt vergangene Lehrveranstaltungen lediglich exemplarisch an und kann einzelne Lehrbeispiele, die mehrere Typen miteinander kombinieren, hier nicht eigens differenzieren. Aufgrund der dynamischen Entwicklung sozialer Netzwerke muss diese Typologie ohnehin vorläufig bleiben.

3.1 MENTION – (Netz-)Literatur und Autor*innen

Digitale Verfahren der literaturwissenschaftlichen und literaturdidaktischen Vermittlung nutzen Praktiken der sozialen Netzwerkkultur, um netzliterarische Werke aufzufinden, scrollend zu lesen, zu markieren und zu sammeln. ²⁹ Denn als Primärliteratur sind netzliterarische Kunstwerke an ihre Veröffentlichung in den *Social Media* gebunden und ausschließlich in diesen Kontexten originär. Es bedarf der Registrierung beim *Social Media*-Anbieter, um Originale in den *Social Media* selbst recherchieren, ihre digital-ästhetischen, algorithmisch teilweise fluiden Kon- und Kotexte zu rezipieren und untersuchen zu können. Werden netzliterarische Werke von Literaturvermittler*innen herausgelöst und beispielsweise in Printausgaben digitaler Literatur zusammengestellt, werden zwar Text- und ggf. Bildbestand editorisch konserviert, doch büßt diese digital ephemere Kunstform durch den Druck die für sie charakteristische Multimedialität, Hypertextualität, Referentialität, Interaktivität und doppelte Codierung ein, die die spezifisch digitalliterarische Ästhetik bedingen. ³⁰ Eingeschränkt recherchierbar sind netzli-

27 | Simone Winko: »Literatur und Literaturwissenschaft im digitalen Zeitalter. Ein Überblick«. In: *Der Deutschunterricht* 69.5 (2016), S. 2–13, hier S. 2.

28 | Zu anderen, linguistisch entwickelten Kategorisierungen typischer kommunikativer *Twitter*-Aktivitäten vgl. Caja Thimm u. a.: »Diskurssystem Twitter. Semiotische und handlungstheoretische Perspektiven«. In: Mario Anastasiadis u. a. (Hg.): *Social Media – Theorie und Praxis digitaler Sozialität*. Frankfurt / M. 2011, S. 265–286; und Jannis Androutsopoulos u. a.: »Zuschauer-Engagement auf Twitter: Handlungskategorien der rezeptionsbegleitenden Kommunikation am Beispiel von #tatort«. In: *Zeitschrift für angewandte Linguistik* 62.1 (2015), S. 23–59.

29 | Ein breites Spektrum an digitaler und Netzliteratur als Gegenstände von Forschung und Lehre benennt Jörg Schuster: »Vom Experiment zur Massenkommunikation. Perspektiven der Netzliteratur in Forschung und Studium«. In: Jutta Bendt (Hg.): *Netzliteratur im Archiv. Erfahrungen und Perspektiven*. Göttingen 2017, S. 93–106, hier S. 96–103.

30 | Diese und weitere Merkmale »digitaler Literatur« diskutiert u. a. Philippe Wampfler: »Deutschdidaktik und digitale Literatur«. In: *Textpraxis*. Sonderausgabe 2 (2017): *Digitale Kontexte. Literatur und Computerspiel in der Gesellschaft der Gegenwart*. Hg. v. Maren Conrad, u. a. <https://www.textpraxis.net/philippe-wampfler-deutschdidaktik-und-digitale-literatur> (zuletzt eingesehen am 30.11.2021).

terarische Werke online über gängige Suchmaschinen oder Archive, darin aber ebenfalls größtenteils dekontextualisiert. Nicht-registrierte Benutzer*innen können soziale Netzwerke zwar mit Suchmaschinen wie etwa *Google* auf konkrete Stichworte hin durchsuchen, aber lediglich kontextuell etwa um die Antworten und Kommentare beschnittene Treffer auffinden. Nicht nur ermangelt das so aufgefundene Werk seiner ursprünglichen, hypertextlichen Werkkonstitution, auch rezeptionsästhetisch ist es um die Wirkung des medientechnischen Interagierens mit den Texten, um die prozessualen Praktiken der Kommunikation in den *Social Media* reduziert.

Mit registrierten Accounts erlauben *Social Media* direkten und raschen Kontakt mit Autor*innen. Beispielsweise reagiert/e Saša Stanišić alias @sasa_s von seinem *Twitter*-Account auf entsprechende Anfragen von Schüler*innen, als sein Roman *Herkunft* Gegenstand bundesdeutscher Abiturprüfungen wurde. Das Vorgehen überführt das Format der Anfragen und Interviews aus den konventionell analogen Autor*innenlesungen und -interviews, auch im (Lehr-)Veranstaltungskontext, in die öffentliche Kommunikation der *Social Media*. Es erlaubt außerdem exklusive Zugänge zu den ausschließlich digital einsehbaren Autor*innenwerkstätten und Erstveröffentlichungen der Netzliteratur, deren Produktion und Rezeption an die digitale Medialität der *Social Media* gebunden ist.

3.2 HASHTAG – aktuelle Debatten in der Timeline

Die Diskussions- und Debattenkultur der *Social Media* unter dem Primat der Aktualität, die der Newsfeed auf den »Startseiten« für die *Twitter*-Nutzer*innen generiert, funktionalisieren argumentationsorientierte *Twitter*-Seminare. Sie nutzen die zentrale Funktion von *Twitter* als Kommunikationsnetzwerk, indem ihre Teilnehmenden Argumente zu (nicht nur) literarisch relevanten Themen formulieren und sich mit Microblogs und Re-Blogs, Kommentaren und Likes in (literarischen) Diskussionen, hochschulischen wie literaturwissenschaftlichen Debatten engagieren. Die Posts von verschiedenen Accounts werden algorithmisch in den Newsfeeds der Nutzer*innen der *Social Media*-Plattform (selektiv) kombiniert. Die *Social Media*-Praktiken in den Seminaren methodisch einzusetzen, profitiert von den Möglichkeiten der ortsunabhängigen, mit Hashtags thematisch referenzierten Kommunikation der sozialen Netzwerke. Hashtagging konstituiert themenbezogene *ad-hoc*-Öffentlichkeiten.³¹ Der Austausch, der etwa auf *Twitter* geführt wird, verbindet die Beteiligten verschiedener Universitätsstandorte synchron untereinander und gleichermaßen mit einer hochschul-, fach- und wissenschaftsexternen Öffentlichkeit, die den Kommunikationsmechanismen sozialer Netzwerke gemäß sich an den Debatten zu beteiligen grundsätzlich eingeladen ist.

31 | Vgl. dazu Pfaffenberger: *Twitter* (Anm. 24), S. 33f.

Wegweisend für hochschulübergreifende *Twitter*-Seminare der Germanistik waren »Relevante Literaturwissenschaft«³² und »L2D2«.³³ Die Beteiligten setzten *Twitter* zur seminarbegleitenden Kommunikation von gemeinsamen Fragen und Erkenntnissen ein, die im sozialen Netzwerk öffentlich sichtbar wurden, mitzuerfolgen, zu ergänzen, zu kritisieren und zu kommentieren waren. Die Lehrprojekte lebten davon, dass die Absender*innen von mehreren universitären Standorten aus über ihre persönlichen *Twitter*-Accounts zahlreiche, thematisch fokussierte Tweets online stellten, die aufeinander reagierten, antworteten oder verwiesen und mit einem durchweg in allen zugehörigen Tweets erwähnten Hashtag miteinander verbunden waren. Unter den Hashtags #RelevanteLiteraturwissenschaft bzw. #L2D2 kann der Austausch nach wie vor nachvollzogen, daran angeknüpft und jederzeit wieder aufgenommen und fortgesetzt werden. Ziele sind, den literatur-, kultur- und medienwissenschaftlichen Diskurs transparent zu führen, indem wissenschaftliche Argumentations- und Perspektivenvielfalt öffentlich wiedergegeben werden, um die Bekanntheit über die Auseinandersetzung mit auch kontrovers debattierten literarischen, thematischen und methodischen Fragen der (Literatur-)Wissenschaft außerhalb des ›Elfenbeinturms‹ akademischer Forschung und Lehre zu erhöhen und die (netzwerkweite) Öffentlichkeit einzubeziehen.

3.3 MICROBLOGGING – Reentweetments mit Account-Profilen

Das Modell der *Twitter*-Seminare, das die *Twitter*-Timeline operationalisiert, wurde zuerst für geschichtswissenschaftliche Seminare methodisch erprobt. Studierende werden im Rahmen solcher Seminare veranlasst, ihre Forschungserkenntnisse und Lernergebnisse zu publizieren bzw. öffentlich zu kommunizieren. Dazu legen Dozierende für ihr Themenseminar einen je eigenen *Twitter*-Account an, dessen Zugangsdaten die Studierenden für das Microblogging von Tweets über diesen Account gemeinsam nutzen. Damit kommt diese Praktik, die *Twitter* als Microblogging-Plattform nutzt und weniger bidirektional interagiert als selbst unidirektional Nachrichten absetzt, den auch außerhalb von sozialen Netzwerken betriebenen Blogs und Vlogs nahe, die in oft regelmäßiger Folge eigene Text- oder Video-Beiträge online stellen.

Bei diesem Modell der *Twitter*-Seminare kommt es weniger auf Beiträge zu tagesaktuellen Diskussionen der Gegenwart, die der algorithmisch ausgewählte Newsfeed widerspiegelt, an, als vielmehr auf die zum jeweiligen Account durch Microblogging selbsttätig zusammengesetzte *Twitter*-Profilseite. Auf der Profilseite eines *Twitter*-Accounts werden die abgesendeten Tweets mit einem Zeitstempel versehen in der Achronologie ihrer

32 | Das gemeinsame Thema ›relevante Literaturwissenschaft‹ verband mehrere, zeitlich versetzt in Präsenz durchgeführte Lehrveranstaltungen von Claudia Dürr, Kristin Eichhorn, Johannes Franzen, Andrea Geier, Berit Glanz und Silke Horstkotte an den Universitäten Bonn, Greifswald, Leipzig, Paderborn, Trier und Wien im Sommersemester 2018 miteinander; vgl. dazu <https://relevantelitwiss.wordpress.com/> (zuletzt eingesehen am 30. November 2021). Vgl. auch Andrea Geier u. a.: »Wissenschaftskommunikation auf Twitter? Eine Chance für die Geisteswissenschaften!« In: *Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes* 66.3 (2019), S. 282–291.

33 | Das Lehrprojekt »Lehren und Lernen unter den Bedingungen von Digitalisierung und Digitalität«, dokumentiert unter <https://l2d2.de/>, fand im Wintersemester 2019/2020 in jeweiligen Präsenz-Lehrveranstaltungen an den Universitäten Erlangen-Nürnberg, Göttingen, Halle-Wittenberg und dem KIT Karlsruhe zu einer wöchentlich vereinbarten gemeinsamen Seminarzeit statt. Vgl. dazu David Lohner u. a.: *Kollaborativ lehren und lernen: digital, vernetzt, interuniversitär. Das Lehrexperiment L2D2*. (15. Juli 2020) <https://hochschulforumdigitalisierung.de/de/blog/kollaborativ-lehren-und-lernen-l2d2> (zuletzt eingesehen am 30. November 2021).

Veröffentlichung angezeigt. Das geplante, terminierte Microblogging eines (Seminar-) Accounts führt so zu einer datierten Reihenfolge von Kurznachrichten, die zeitlich rückläufig angezeigt werden und Microblog für Microblog eine beispielsweise historische oder fiktive Eigenzeit auf der Profilseite (re-)konstruieren.

Studierende, die die Zugangsdaten des Accounts verwenden, posten ihre Forschungsergebnisse als Kurznachrichten – wie in geschichtswissenschaftlichen *Twitter*-Seminaren über das Tagesgeschehen historischer Ereignisse von »Heute vor 150 Jahren«, »Heute vor 125 Jahren« oder vor hundert Jahren, beispielsweise zum Deutsch-Französischen Krieg 1870/71, zur Novemberrevolution von 1918/19 oder der Tourismusgeschichte der ersten deutschen Mittelmeerkreuzfahrt mit der *Augusta Victoria* 1891.³⁴ Mit *TwHistory* bzw. *Reentweetments* wird das Prinzip der Chronologie von *Social Media*-Posts methodisch dazu eingesetzt, Geschichte anhand von historischen Dokumenten *re-live* zu rekonstruieren und in die heute aktuelle mediale Form der Nachrichtendistribution in *Social Media* zu transponieren.

So bietet sich *Twitter* als Vermittlungsplattform für die Analyse und Rekonstruktion potentiell aller chronologisch darstellenden bzw. erzählenden Texte an, gerade auch in der literaturwissenschaftlichen und literaturdidaktischen Lehre. Insbesondere die literarische Form des Briefromans mit datierten Textteilen eignet sich dazu, die im Rahmen der erzählten Zeit gemachten Tages- und Monatsangaben für *Reentweetments* zu nutzen. Erzählte Zeit und Erzählzeit werden gewissermaßen synchronisiert, indem der (fiktionale) Textausschnitt zum realen Zeitpunkt seiner fiktiven Datierung – nach einer entsprechenden Anzahl von Jahren anscheinend erneut – abgesendet bzw. veröffentlicht wird. Da ein solches Vorgehen es nahelegt, nicht nur die im literarischen Werk gesetzten Zeitangaben, erzählte Zeit und erzählte Zeitdauer zu identifizieren, sondern auch die narrative Funktion solcher Datierungen vor dem Hintergrund realhistorischer Daten und Ereignisse zu analysieren, ist es für die Literatur(wissenschafts)vermittlung besonders interessant. Die Synchronisierung von erzählten und realen Erzählzeitpunkten befördert Literatur- und Realgeschichte in die Gegenwart des aktuellen Tages.

Exemplarischer Beliebtheit erfreut sich dabei Goethes Briefroman *Die Leiden des jungen Werthers*, dessen fiktive Datierungen etwa schon Gerhard Rolletschek und Thilo von Pape animierte, ein nach den fiktiven Zeitangaben real datiertes E-Mail-Abonnement der Briefe Werthers anzubieten.³⁵ Aus der Weltliteratur und aus dem gesamten Korpus der auf *projekt-gutenberg.de* gesammelten deutschsprachigen Literatur postet der professionell kuratierte *Twitter*-Account @TiwoliChirp täglich Ausschnitte aus

34 | »Heute vor 125 Jahren«, <https://twitter.com/Orientfahrt1891>, *Twitter*-Account eines Projektseminars von Christian Bunnenberg an der Universität Bochum zur Mittelmeerkreuzfahrt mit der *Augusta Victoria* 1891; »Heute vor 150 Jahren«, <https://twitter.com/Krieg7071>, studentisches Lehrprojekt unter der Leitung von Christian Bunnenberg und Tobias Arand an der Universität Bochum und der PH Ludwigsburg; »Halle1918/19«, <https://twitter.com/Halle191819>, *Twitter*-Seminar von Patrick Wagner an der Universität Halle-Wittenberg; vgl. dazu den Blog »1918/19 in Halle. Wir twittern die Revolution«, <https://revolution1918.geschichte.uni-halle.de/> (alle URL zuletzt eingesehen am 30. November 2021). Von Historiker*innen erstellt wurde bspw. »Heute vor 70 Jahren«, <https://twitter.com/digitalpast> (zuletzt eingesehen am 30. November 2020), vgl. dazu Moritz Hoffmann: *Als der Krieg nach Hause kam. Heute vor 70 Jahren: Chronik des Kriegsendes in Deutschland*. Berlin 2015.

35 | Vgl. <http://www.die-leiden-des-jungen-werther.de/index2.html> (zuletzt eingesehen am 30. November 2021). Vgl. darüber hinaus die Vorschläge mit @Werther2020_Projekt und @Lotte2020_Projekt in den Social Media bzw. mithilfe datenschutzkonformer alternativer Software im Deutschunterricht von Philippe Wampfler: *Digitales Schreiben. Blogs & Co. im Unterricht*. Stuttgart 2020, S. 95f.

literarischen Texten, die das Datum des laufenden Tages nennen.³⁶ Die im Werk auf diesen Tag fiktiv datierte Szene wird – im Sinne der Chronologie der literarischen Plots – mithin ›tag-genau‹ gepostet bzw. (wieder) veröffentlicht. Der Account rezitiert und reinszeniert folglich fiktionale Ereignisse der intradiegetischen Ebene als täglich zu vergegenwärtigende Literaturszenen, indem er *Social Media*-Posts mit ihren Tagessignaturen als eine neue extradiegetische Ebene setzt und für eine gewissermaßen nachrichtliche Reaktualisierung des Werks durch einen extradiegetisch-heterodiegetischen Erzähler gebraucht, der die intradiegetische Handlung in deren zeitlichem Takt im jeweiligen ›Heute‹ wieder-erzählt.

Das *Reentweetment*-Modell lässt sich in *Twitter*-Seminaren auf viele weitere literarische und pragmatische Texte anwenden und selbstverständlich ebenso mit anderen *Social Media*-Diensten umsetzen, die prinzipiell chronologisch funktionieren. Überdies kann ein Seminar-Account zur schreibdidaktischen Ausarbeitung pseudo-(auto)biographischer Kurznachrichten genutzt werden, die eine literarische Figur (»Fräulein Else twittert«)³⁷ oder eine historische Person etwa einer literarischen Epoche profilieren. Wenn mehr als ein solcher figur- oder personenbezogener Account eingerichtet wird, können die fiktiven Personen- oder Figuren-Accounts gegenseitig auf Tweets reagieren und untereinander interagieren.³⁸ Dabei sind die Reflexion der medialen Formatierung ebenso wie die Reflexion des Spannungsverhältnisses von privater und öffentlicher Kommunikation in Briefen und in sozialen Netzwerken als Lernziel gleichermaßen von Bedeutung. Der jeweiligen Ausgestaltung der Profil-Accounts gehen methodisch begründete Textanalysen und literaturwissenschaftliche Recherchen voraus, die sowohl literaturwissenschaftliches Vorgehen bei der Erarbeitung (literar-)historischer Gegenstände als auch ihre medienspezifische Transformation in digitale Verfahren ihrer Vermittlung in den *Social Media* fördern.

3.4 LIKES & REPLIES – Twitteratur ausstellen

Winko benennt als weitere drei »Phänomene der Partizipationskultur im Netz«: »Schreibforen, Mitschreibprojekte und literarische Blogs«,³⁹ die sich in den *Social Media* wiederfinden, indem zeichnlimitierte literarische Miniaturen gepostet werden, die in sich abgeschlossene oder mehrere Tweets (sog. Threads) umfassende, aufeinander referenzierende oder einander fortsetzende Werke von einem oder von verschiedenen Accounts sein können. Dazu zählen Gattungen der Twitteratur wie TinyTales, aber auch Fortsetzungsgeschichten.⁴⁰

36 | Vgl. »Tiwoli«, <https://twitter.com/TiwoliChirp>, *Twitter*-Account des Projekts »Today in World Literature (tiwoli)« <https://tiwoli.spinfo.uni-koeln.de/>, betreut von Frank Fischer und Jannik Strötgen. Vgl. dazu Frank Fischer, Jannik Strötgen: Wann findet die deutsche Literatur statt? Zur Untersuchung von Zeitausdrücken in großen Korpora. DHD2015: »Von Daten zu Erkenntnissen«. Graz, 27. Februar 2015. DOI: 10.5281/zenodo.4623384.

37 | Zitiert ist das mittlerweile geradezu kanonische Lehrkonzept von Wampfler, der als Beispiel für eine erdachte Figurenrede die Figur Else aus Schnitzlers *Fräulein Else* wählt; vgl. Philippe Wampfler: *Digitale Deutschunterricht. Neue Medien produktiv einsetzen*. Göttingen 2017, S. 98f.

38 | Zur konkreten Planung solcher Lehrprojekte vgl. Wampfler: *Digitales Schreiben*, S. 92–97.

39 | Vgl. Winko: »Literatur und Literaturwissenschaft im digitalen Zeitalter« (Anm. 27), S. 6.

40 | Vgl. Anne-Rose Meyer (Hg.): *Internet – Literatur – Twitteratur. Erzählen und Lesen im Medienzeitalter. Perspektiven für Forschung und Unterricht*. Berlin u. a. 2019.

Die Profilseite von *Twitter*-Accounts eignet sich für kreative Studierendenprodukte als Ausstellungsraum, die das klassisch von Kunstmarketing und -vermittlung gepflegte Format der Galerie in den virtuellen Raum transferiert, um für studentische Produkte Rückmeldungen zu generieren. *Social Media*, in ihrer Doppelfunktion als Nachrichten- bzw. Informationsplattform und sozialem Interaktionsnetzwerk,⁴¹ sind dafür ein Resonanzraum. Sie bieten Studierenden nicht nur leichten Zugang zur Veröffentlichung ihrer Forschungsergebnisse oder zur Diskussion ihrer Themenschwerpunkte, sondern auch die Chance auf zeitnahes Feedback auf ihre Schreibebeiten, die sie etwa dem didaktischen Konzept handlungs- und produktionsorientierter Literaturdidaktik nach erstellen.

Literaturdidaktische Seminare, in denen die Beteiligten Buch-Memes, TinyTales, Fanfiction oder Tweets wie #EinKlassikerEinTweet kreieren, posten die studentischen (literarischen) Produkte zum Zwecke eines *ishing for feedback*.⁴² Das Twittern initiiert seminarexterne Wahrnehmung, Rückmeldung und Wertschätzung von Schreibübungen und literarischen Produkten.

Da ein Merkmal der Netzkultur ist, dass sie die Nutzenden bei ihrer Registrierung in *Social Media*-Diensten zuerst einmal egalisiert, bedeutet das für die Netzliteratur, dass etwa auch der Professionalitätsgrad der Autor*innen nicht auf den ersten Blick erkennbar ist. Das medientechnische Dispositiv der Accountprofile in sozialen Netzwerken nivelliert das literarische Renommee der Printkultur, die Literatur an die gedruckte Veröffentlichung und damit an die Verwertungskette aus Verlagswesen, Buchhandel usw. und an die von Literaturvermittler*innen verliehenen symbolische Kapitalien bindet, die buchhändlerische oder museale Ausstellungsflächen, Buchcover mit den Namen erfolgreicher Literaturverlage oder Tags mit Literaturpreisen implizieren. Zwar schafft der (literarische) Markt äquivalente, symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien auch in den sozialen Netzwerken, etwa mithilfe der ausgewiesenen Anzahl an Followern, die die Reputation von Accounts bis hin zum Status von den mit einem blauen Häkchen vom Sozialen-Netzwerk-Betreiber ›offiziell‹ zu ›verifiziert‹ erhobenen Content-Producern erhöhen. Obgleich hier Mechanismen wie die der Bestsellerlisten der Printliteratur greifen, so basiert dessen ungeachtet das mediale Dispositiv der Netzkultur auf den algorithmisch zuerst einmal technisch neutral verwerteten »User-generierte[n] Inhalte[n] und Beiträge[n] nicht-professioneller Autoren [...]«⁴³ und Autorinnen. Ist Netzliteratur *per definitionem* also einerseits auf die (Erst-)Veröffentlichung im Raum sozialer Netzwerke begrenzt, so bieten soziale Netzwerke andererseits den algorithmisch idealerweise nivellierten, kommunikativ offenen Resonanzraum für gepostete (literarische) Werke und Beiträge.

41 | Vgl. Pfaffenberger: *Twitter* (Anm. 24), S. 27f.

42 | Z. B. jüngst das *Twitter*-Seminar von Anne Trapp über *Twitter*atur an der Universität Bielefeld im Wintersemester 2021/2022 mit dem *Twitter*-Account @bieleratur alias »Bieleratur« oder der *Twitter*-Account @twilleratur alias »Twilleratur« eines meiner *Twitter*-Seminare über *Social Media*-Literatur an der Universität Halle-Wittenberg in den Sommersemestern 2020 und 2021; vgl. Gunhild Berg: »Neuere und neueste digitale Literatur in Forschung und Lehre. Der ›digital turn‹ als Chance für die Germanistik«. Konferenzveröffentlichung (15.12.2020). In: *Digitale Konferenz »Während und nach Corona: Digitale Lehre in der Germanistik«*; 26.08.2020. Hg. v. Kai Bremer u. a. Frankfurt / M. 2021. DOI: 10.21248/gups.57441, S. 4–6.

43 | Winko: »Literatur und Literaturwissenschaft im digitalen Zeitalter« (Anm. 27), S. 6.

3.5 CHALLENGES – Lektüren und Literaturkritik

Neben der professionellen Literaturkritik von Literaturblogs oder Feuilletons, die auch in sozialen Netzwerken aktiv vertreten sind, werden sowohl von Influencern im Rahmen ihres Produktmarketings als auch von sehr vielen Lesenden ohne kommerzielle Interessen persönliche Vorlieben ihrer Freizeitlektüren online (mit)geteilt.⁴⁴ Als sehr populäre Gattung der Literaturkritik in sozialen Netzwerken und Plattformen wie *Instagram*, *TikTok* und *YouTube* haben sich Bookstagram, BookTok und BookTube herausgebildet, die meist kurze, multimediale Rezensionen gedruckter literarischer Werke enthalten. Auf *Twitter* hat sich diesbezüglich #BookTwitter als Hashtag etabliert, mit dem allerdings sowohl Buchbesprechungen als auch weitere sehr unterschiedliche Themen rund um Lesehinweise, -haltungen und -konsum referenziert werden. Den meisten der Tweets mit #BookTwitter ist der Fokus auf nur ein Einzelwerk gedruckter oder digitaler Literatur gemein, egal ob es sich um Tweets von non-, semi-, professionell oder kommerziell agierenden User*innen handelt. Diese literaturkritischen *Social Media*-Gattungen übernehmen Unterrichtsmodelle, die Lernenden die Aufgabe stellen, anstelle der traditionellen Buchbesprechungen *Social Media*-Rezensionen zu analysieren und selbst zu produzieren.⁴⁵

Soziale Netzwerke, Video- und Literaturportale prägen mittlerweile die literarische Sozialisation. Die mehr oder weniger kritischen, oft identifikatorischen Literaturbesprechungen der User*innen schließen kunstvolle Inszenierungen der eigenen Lektüren ein, die auf Selbstdarstellung und Profilierung des persönlichen Habitus als Leser*in hinauslaufen.⁴⁶ Subjektive, emotional begründete, geharnischte Verrisse literarischer Werke (BookRants) sind bei nicht-professionellen Literaturkritiker*innen eher selten zu finden. Denn schon die namentliche Erwähnung oder visuell fotografische Platzierung eines Werks gilt dabei gemeinhin als Empfehlung, weil die positive Bewertung des Buchs und die positive Personality der User*innen, die ihr Account repräsentieren soll, einander spiegeln. Diesen Habitus auszubilden befördern Community-bezogene Challenges, die als Direktiva konkrete Aufforderungen zum kommunikativen Handeln sind. Challenges beziehen sich auf viele verschiedene Bereiche freizeitlicher Aktivitäten und setzen keine Spezialisierung voraus, um möglichst viele Netzwerkakteur*innen zur Beteiligung zu animieren. Literarische Schreib- oder Lese-Challenges beziehen sich demzufolge auf den Bereich von Freizeitlektüre und Genusslesen. Lese- und literaturbezogene Challenges fordern beispielsweise die quantitativ maximierte Lektüre über einen bestimmten Zeitraum heraus (z. B. »Welche Bücher habt ihr in diesem Sommer, im vergangenen Monat oder am Wochenende gelesen?«), für die persönliche Leselisten in der medialen Form von Fotos mit Bücherstapeln oder Bücherregalen mit oder ohne den*die Account-Inhaber*in dokumentiert und gepostet werden.⁴⁷

44 | Zur (Laien-)Literaturkritik auf Facebook vgl. Stephan Porombka: »Weg von der Substanz. Hin zu den Substanzen. Literaturkritik 2.off«. In: Matthias Beilein u. a. (Hg.): *Kanon, Wertung und Vermittlung. Literatur in der Wissensgesellschaft*. Berlin u. a. 2012, S. 293–303.

45 | Ein konkretes Lehrmodell mit BookTube im Deutschunterricht schlägt vor Elke Höfler: »Literaturvermittlung 2.0. Blogs, Vlogs & Co.«. In: Andreas Grünwald u. a. (Hg.): *Kontrovers. Literaturdidaktik meets Literaturwissenschaft*. Trier 2020, S. 269–285, hier S. 277–279.

46 | Vgl. Karina Elm: »Katzenpfote und Kaffeetasse – Fotos in Online-Rezensionen«. Pecha Kucha auf der Tagung »REZENSIV – wie online bewertet wird. Tagung zum Abschluss des Forschungsprojekts Rez@Kultur«, Universität Hildesheim, 10./11. September 2020. <https://youtu.be/S3On3roZLfo> (zuletzt eingesehen am 30. November 2021).

47 | Vgl. Miriam Zeh: »Gamifying Literaturkritik«. Pecha Kucha auf der Tagung »REZENSIV – wie online bewertet wird. Tagung zum Abschluss des Forschungsprojekts Rez@Kultur«, Universität Hildesheim, 10./11. September 2020. https://youtu.be/5KvIq_aXOhQ (zuletzt eingesehen am 30. November 2021).

Solche Aufforderungen zu kommunikativen literaturverarbeitenden Handlungen in sozialen Netzwerken greifen *Twitter*-Seminare auf, die zeitgemäße Formate der Literatursozialisation, Literaturvermittlung oder Literaturkritik nicht nur theoretisch, sondern auch praktisch behandeln. Studierende analysieren, erforschen und/oder üben in solchen Seminaren die Strategien der Kommunikation über Literatur in den *Social Media*, die an Tweets oder Challenges mit eigenen Antwort-Tweets anschließen. Ein Lehrkonzept, das die online omnipräsenten Praktiken der Kritik und Bewertungen von Literatur, Büchern ebenso von Autor*innen sowie künstlerischer Performances hinterfragt, kann digitale Voting-Tools bzw. Audience-Response-Systeme hochschuldidaktisch zur Literatur-, Wissenschaftsvermittlung und Medienbildung einsetzen. Digitale Voting-Systeme werden systematisch dazu genutzt, literatur- wie mediendidaktisch Urteilsbildungsprozesse anzuregen sowie Urteilkriterien zu analysieren und zu reflektieren, u.a. für literarische Werke und Kanones, Autor*innen-Lesungen, Rezitationen und Poetry Slams sowie für schulische Schreibprodukte.⁴⁸

3.6 TWEET & RETWEET – #WissKomm auf Twitter

Das eigene Mitteilen und das Beantworten (replizieren) und das Teilen (distribuiert) von Mitteilungen anderer multipliziert die Kommunikation in den sozialen Netzwerken – auch über literarische wie über (literatur-)wissenschaftliche Gegenstände. So versammeln Hashtags wie #1Aufsatz1Tweet oder die Challenge »Write your Dissertation as clickbait« (literatur-)wissenschaftliche Forschungs- und Qualifizierungsarbeiten als Microblogs auf *Twitter*.⁴⁹

Twitter-Seminare nach dem Modell der kommunikativen Praktiken von Tweets, Retweets und Replies beteiligen sich an der Literaturvermittlung ebenso wie an der Wissenschaftskommunikation in den *Social Media*. Sie begleiten sowohl aktuelle Debatten über Literatur und Literaturwissenschaft als auch die aktive Diskussion und Kommentierung von laufenden Veranstaltungen der Literaturvermittlung (wie Autor*innenlesungen, Buchmessen, Literaturpreise und -wettbewerbe), die in den *Social Media* angekündigt, vorbereitet und synchron diskutiert werden.⁵⁰ Studierende können digitale Effekte der Veranstaltungsorganisation, der Kommunikationsmechanismen oder der Reichweitenphänomene beobachten, auswerten und aktiv verstärken. Sie werden darüber hinaus in die Kommunikation von Forschungsprojekten und -ergebnissen eingebunden und lernen, an der Dokumentation und Kommunikation wissenschaftlicher Fachtagungen in den *Social Media* mitzuwirken.

48 | Das Lehrkonzept wurde im Sommersemester 2019 an der Universität Halle-Wittenberg erprobt und im Sommersemester 2021 wiederholt; vgl. ausführlicher Gunhild Berg: »Vote now! Zur Didaktik digitaler Votings am Beispiel von (hoch)schulischer Literaturvermittlung und Medienbildung«. In: Stefan Krammer u. a. (Hg.): *Deutschunterricht im Zeichen der Digitalisierung*. Innsbruck 2021, S. 130–143.

49 | Zum Hashtag #1Aufsatz1Tweet forderte Amrei Bahr alias @AmreiBahr am 09. September 2020 auf; vgl. <https://twitter.com/AmreiBahr/status/1303666706364104704?s=20>. Die andere Challenge, die auch Teile der deutschsprachigen Community absolvierten, initiierte John Gallagher alias @MereSophistry am 29. Dezember 2020. <https://twitter.com/MereSophistry/status/1344011861084270592?s=20> (zuletzt eingesehen am 30. November 2021).

50 | Die Kritik der Jury mit der Kritik der *Twitter*-User*innen zum Ingeborg-Bachmann-Wettbewerb vergleichen Lore De Greve u. Gunther Martens: »#Bookstagram and beyond. The Presence and Depiction of the Bachmann Literary Prize on Social Media (2007–2017)«. In: *Digital Humanities Benelux Journal* 3 (2021), S. 81–102.

Mit dem Hashtag #dmdu versehen wurde auf *Twitter* die aus einer Lehrveranstaltung hervorgegangene, studentisch organisierte Tagung *Digitale Medien im (Deutsch-)Unterricht* mit Fachwissenschaftler*innen und Fachdidaktiker*innen kommentiert.⁵¹ Die Tagung wurde auf *Twitter* begleitet und dokumentiert, unter anderem unterstützt durch Arbeitsaufträge an Studierende meines *Twitter*-Seminars im Sommersemester 2021, die für Publizität sorgen sollten. Ergebnis war der hochschulübergreifende Austausch nicht nur über Dozierenden- oder Seminar-Accounts auf Lehrenden-Ebene, sondern direkt auf Studierenden-Ebene. Die Arbeitsaufträge im *Twitter*-Seminar beförderten Vernetzung und Kooperation der Studierenden im Rahmen ihrer Beiträge im sozialen Netzwerk *Twitter* ebenso wie in den Online-Vorträgen und Online-Workshops der Tagung, die über den Rahmen des sozialen Netzwerks hinaus zu gemeinsamen studentischen Publikationsprojekten führten. Die Ergebnisse finden damit auch außerhalb des digitalen Vermittlungsraums Eingang in das literaturdidaktisch und -wissenschaftlich konventionelle Printmedium.⁵² Kommunikative Praktiken in sozialen Netzwerken wurden also auch hier nicht theoretisch verhandelt oder fingiert, sondern waren als reale Praktiken mit konkreten Aufgabenstellungen gefordert. Auf diese kommunikativ authentische Weise überführten digitale Verfahren hochschulischer Literaturvermittlung in den *Social Media* curricular geforderte Studienleistungen in *real-life tasks* der Literatur- und Wissenschaftsdiskussion.

4 Vom Sozialsystem Literatur zum sozialen Netz Literatur: Partizipative Praktiken und Potenziale

4.1 *Social Media* als soziale (Lern-)Netzwerke

Wissenschaftskommunikation findet auf bzw. in den sozialen Netzwerk-Plattformen statt. Als Form des informellen Lernens sind studentische *WhatsApp*-Gruppen bereits gängige Praxis. Digitale kollaborative Praktiken der *Social Media*-Kommunikation können für die Literatur(wissenschafts)vermittlung in, mit und über *Social Media* auch hochschuldidaktisch genutzt werden.⁵³

Dozierende und Studierende, die in sozialen Netzwerken interagieren, öffnen den hochschulischen Kommunikationsraum für die externe Wissenschaftskommunikation. Das gemeinsame, reflektierte Interagieren im virtuellen Raum eines sozialen Netzwerks bestärkt die Studierenden darin, das Seminar als lernendes soziales Netzwerk im universitär realen Raum zu begreifen und stärkt das Selbstverständnis der hochschulischen Lerngruppe als kooperierendes soziales Lernnetzwerk. Die interessegeleitete, personen- bzw. accountbezogene Vernetzung in den *Social Media* fördert Kompetenzen lebenslangen Lernens in persönlichen Lernnetzwerken.⁵⁴

51 | Die Online-Tagung richteten Anna-Carina Dellwing und Maja Römer, PH Ludwigsburg und Universität Stuttgart, vom 10. bis 19. Juni 2021 aus; Tagungshomepage: <https://www.asta-phlb.de/news/tagung-dmdu> (zuletzt eingesehen am 30. November 2021).

52 | Der Sammelband ist in Vorbereitung; Anna-Carina Dellwing u. Maja Römer (Hg.): *Digitale Medien im (Deutsch-)Unterricht*. Darmstadt (vorauss.) 2022.

53 | Vgl. Berg: » Neuere und neueste digitale Literatur in Forschung und Lehre« (Anm. 42).

54 | Zu persönlichen Lernnetzwerken vgl. programmatisch Lisa Rosa: »Partizipatives und schülerorientiertes Lernen mit Web 2.0. Web 2.0-Medienformen zum Aufbau von Lernnetzwerken nutzen«. In: *Lernende Schule* 64 (2013), S. 29–33.

Social Media-Praktiken der hochschulischen Literaturvermittlung zielen auf einen Transfer in beide Richtungen: Digitale Verfahren der *Social Media* stellen einen lebensweltlichen Bezug her, indem sie kommunikative Praktiken sozialer Netzwerke, in denen Studierende lebensweltlich routiniert sind, als (hochschul-)didaktische Methoden adaptieren. Zugleich leitet die hochschulisch geleitete *Social Media*-Kommunikation die künftigen Literaturvermittler*innen und -verarbeiter*innen dazu an, ihre Interaktionsroutinen in sozialen Netzwerken für digitale Verfahren literaturwissenschaftlicher und -didaktischer Vermittlung professionell einzusetzen.

4.2 Literarische Produzenten, Prosumer und Produser

Die kommunikativen Praktiken in den *Social Media* bieten methodische Zugriffe und digitale Verfahren für die Erarbeitung und Vermittlung von Literatur, Literaturkritik, Lehrlern- und Forschungsergebnissen sowie ihre Diskussion. Die Beispiele der *Twitter*-Seminare zeigen die Potenziale auf, Literatur und Literaturwissenschaft in den *Social Media* zu publizieren, zu produzieren, zu rezipieren, zu analysieren, zu interpretieren, zu reproduzieren, zu kommentieren, zu rezensieren, zu diskutieren usw.

Doch »[d]igitale Literatur im Netz hat die Tendenz, traditionelle Grenzen zu überschreiten.«⁵⁵ Neue Praktiken der Literaturproduktion-, vermittlungs- und -verarbeitungshandlungen in den *Social Media* werfen auch neue Klärungsbedarfe literaturtheoretischer Fragen auf, die den literarischen Gegenstand, Literarizität und Fiktionalität, die Differenzierung von Text und Paratext, von Primär- und Sekundärliteratur, von Backend und Frontend betreffen.⁵⁶ Aufgebrochen etwa werden die konventionellen Fiktionalitätsmarkierungen, wenn Paratexte wie Untertitel mit literarischen Gattungsbezeichnungen, Cover, Klappentexte, Vor- und Abspann fehlen und neue Formen von Paratexten etwa durch Hashtags entstehen. Weitere offene literaturwissenschaftliche Fragen betreffen neben neuen Bestimmungen von Literarizität und Fiktionalität auch produktions- und rezeptionsästhetische Aspekte sowie Probleme durch die Mechanismen der weniger menschlich gesteuerten als vielmehr algorithmisch getriebenen Distribution von Netzliteratur in den *Social Media*.

Mit dem hier verfolgten Blick auf die an der Literaturvermittlung im *Social Web* beteiligten Akteur*innen sind die von der Literaturwissenschaft systematisierten Demarkationslinien von Autor*innen- und Leserschaft herausgefordert, welche von der (Netz-)Literatur in den *Social Media* unterwandert werden. Kónya-Jobs und Werner identifizieren fünf »Typen virtueller Autorschaft« in den *Social Media*: 1. der »Externe und authentische Autor« (wie Julia Engelmann), 2. der »ästhetische Betrachter« (wie Patrick Salmen), 3. der »Durchschnitts-User« mit fiktionalen und faktualen Beitragsarten ohne Autorschaftsinszenierung (wie Lars Ruppel), 4. der »Neutrale Autor«, der in den *Social Media* hauptsächlich seine eigentlichen Internetauftritte verlinkt (wie Alban Nikolai Herbst), und 5. der »Fehlende Autor«, der real ist, aber Auftritte mit *Social Media*-Profil verweigert.⁵⁷

55 | Winko: »Am Rande des Literaturbetriebs« (Anm. 19), S. 301.

56 | Zu »Pseudo-Dokumentationen« vgl. Margrit Schreier: »Pseudo-Dokumentationen. Zum Verschwinden der Grenze zwischen Realität und Fiktion in den Medien«. <http://computerphilologie.digital-humanities.de/jgo3/schreier.html#fnB1>; zit. n. Winko: »Am Rande des Literaturbetriebs« (Anm. 19), S. 301.

57 | Vgl. Nathalie Kónya-Jobs u. Markus Werner: »Ansätze zu einer multimodal orientierten Literaturdidaktik. Vorgestellt am Beispiel von Social-Web-Literatur und der Jugend-Webserie DRUCK«. In: *MiDU. Medien im Deutschunterricht* 2.1 (2020), S. 1–23, hier S. 6–8. <https://journals.ub.uni-koeln.de/index.php/midu/article/view/314> (zuletzt eingesehen am 30. November 2021).

Zu Recht gleichen Ranges neben den (im konventionellen Sinne des Sozialsystems Literatur) als ›professionell‹ geltenden Autor*innen steht in dieser Typologie von Kónya-Jobs und Werner der »Durchschnitts-User«, ein Typus, dessen Profil die in den *Social Media* beförderte Übergängigkeit zwischen den Teilsystemgrenzen ›personifiziert‹. Zu ihm gehören auch diejenigen User*innen, die die in der *Social Media*-Kultur der Digitalität gängigen kulturellen Praktiken von *Re-Mixes*, *Mash-Ups* oder die o.g. Beispiele von Literaturkritik, kreativer *Twitter*-Literatur und Fanfiction posten, liken, verteilen, verändern, kritisieren oder kommentieren. Sie sind diejenigen, die literarische Primärtexte (re-)produzieren und vielfach vernetzen. Diese ›durchschnittlichen‹ *Social Media*-Literat*innen stehen für die Auflösung traditioneller Rollen von Produzierenden- und Rezipierendenschaft.

Insofern kommunikative Praktiken der *Social Media* zur eigenen (literarischen) Äußerung einladen, »nehmen Teilnehmer eine hybride Nutzer/Produzenten-Rolle an, in der beide Formen der Beteiligung untrennbar miteinander verwoben sind. Sie werden dadurch zu Produzern (engl. producers)«. ⁵⁸ Bruns beschreibt anhand ökonomischer Wertschöpfungsprozesse die »Produktion« als gemeinschaftliche Online-Arbeit: kollaborativ, heterarchisch, iterativ, fortlaufend, palimpsestisch. ⁵⁹ Die »durch ein Produktions-Modell vermittelten Informationen, Wissen und kreativen Werke[]« stehen dabei in enger Wechselwirkung mit gesellschaftlichem Wandel in einer demokratieförderlichen »Kultur der Digitalität«. ⁶⁰

Die Vermischung und Hybridisierung literaturwissenschaftlich etablierter Kategorien, konzeptioneller Zugriffe und konventionell getrennter Rollen im *Social Web* stellt sowohl neue Fragen an die Literaturtheorie als auch neue Anforderungen an Literaturvermittlung und Literaturverarbeitung. In und mit *Social Media* kann (und sollte) hochschulische Literaturvermittlung auf den wissenschaftlich kompetenten Umgang mit (digitaler) Literatur und hochgradig partizipativer Netzliteratur vorbereiten.

4.3 Partizipative Literatur- und Wissenschaftskommunikation

Social Media öffnen den Raum der Literaturvermittlung und entgrenzen das Sozialsystem Literatur in einer vernetzten Kultur der Digitalität. Das *Social Web* ist eine neue, digitale Institution der Literaturvermittlung, die nicht professionelle Akteur*innen dominieren, sondern an der prinzipiell alle teilhaben und mitgestalten können. Somit ändern sich auch die Rollen, Aufgaben und Verfahren der Literaturvermittler*innen und Literaturverarbeiter*innen in der Partizipationskultur des *Social Web*, wie Jenkins sie beschreibt:

A participatory culture is a culture with relatively low barriers to artistic expression and civic engagement, strong support for creating and sharing creations, and some type of informal mentorship whereby experienced participants pass along knowledge to novices. ⁶¹

58 | Vgl. Axel Bruns: »Vom Prosumenten zum Produzter«. 2008, unpag., S. 8f. [https://snurb.info/files/Vom%20Prosumenten%20zum%20Produzter%20\(final\).pdf](https://snurb.info/files/Vom%20Prosumenten%20zum%20Produzter%20(final).pdf) (zuletzt eingesehen am 30.11.2021).

59 | Vgl. ebd., unpag., S. 11f.

60 | Ebd., unpag., S. 13. Ähnlich votiert auch Stalder: *Kultur der Digitalität* (Anm. 4), S. 252–266.

61 | Henry Jenkins u. a.: *Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century*. Cambridge 2009, S. IX.

Dieser Part des »informal mentorship« ist womöglich eine künftige Rolle im sozialen Netzwerk ›Literatur‹, in dem akademische Literaturwissenschaftler*innen und Literaturdidaktiker*innen professionell zu (inter-)agieren in der hochschulischen Literatur(wissenschafts)vermittlung angeleitet werden sollten. Denn kommunikative Praktiken der *Social Media* erhöhen die Publizität, Reichweite, gesellschaftsweite Aufmerksamkeitsgewinne für literarische Gegenstände und Themen. Literaturvermittlung und (Literatur-)Wissenschaftskommunikation in den *Social Media* bieten somit die Chance auf größere Wahrnehmung, Akzeptanz und Reflexion literarischer, literaturwissenschaftlicher und -didaktischer Arbeit.

Mit digitalen Verfahren der hochschulischen Literaturvermittlung in den *Social Media* gewinnen Studierende Wissen über den Umgang mit (Netz-)Literatur und Literatur im Netz, sie lernen jedoch nicht nur die (didaktisch reduzierte) Weitergabe von fachwissenschaftlichem Spezialwissen, sondern zudem die für das Selbstverständnis auch der Literaturwissenschaft und ihrer Didaktik als Disziplinen epistemisch relevante Form der bidirektionalen Wissenschaftskommunikation kennen, die eine fachfremde Öffentlichkeit nicht nur anspricht, sondern deren Feedback ernst nimmt, integriert und reflektiert.⁶²

62 | Zu dieser Forderung einer selbstreflexiven Wissenschaftskommunikation vgl. Andreas Hütig: »Raus aus dem Elfenbeinturm – aber wie und warum? Paradigmen und Effekte der Wissenschaftskommunikation«. In: Martin Göllnitz u. a. (Hg.): *Hochschulen im öffentlichen Raum Historiographische und systematische Perspektiven auf ein Beziehungsgeflecht*. Göttingen 2020, S. 29–44, hier S. 43f.

Literaturverzeichnis

- ANDROUSOPOULOS, Jannis u. Jessica Weidenhöffer: »Zuschauer-Engagement auf Twitter: Handlungskategorien der rezeptionsbegleitenden Kommunikation am Beispiel von #tatort«. In: *Zeitschrift für angewandte Linguistik* 62.1 (2015), S. 23–59.
- ARNOLD, Heinz Ludwig (Hg.): *Digitale Literatur*. München 2001.
- BERG, Gunhild: »Neuere und neueste digitale Literatur in Forschung und Lehre. Der ›digital turn‹ als Chance für die Germanistik«. Konferenzveröffentlichung (15. Dezember 2020). In: *Digitale Konferenz »Während und nach Corona: Digitale Lehre in der Germanistik«*; 26. August 2020. Hg. v. Kai Bremer u.a. Frankfurt / M. 2021. DOI: 10.21248/gups.57441.
- BERG, Gunhild: »Vote now! Zur Didaktik digitaler Votings am Beispiel von (hoch)schulischer Literaturvermittlung und Medienbildung«. In: Stefan Krammer, Matthias Leichtfried u. Markus Pissarek (Hg.): *Deutschunterricht im Zeichen der Digitalisierung*. Innsbruck 2021, S. 130–143.
- BRAND, Tilman von: »Handlungs- und Produktionsorientierung im Literaturunterricht«. In: *Praxis Deutsch* 276 (2019), S. 4–11.
- BRENZ, Lydia u. Torsten Pflugmacher (Hg.): *Normativität und literarisches Verstehen. Interdisziplinäre Perspektiven auf Literaturvermittlung*. Berlin 2021.
- BRUNS, Axel: »Vom Prosumenten zum Produzent« (2008). [https://snurb.info/files/Vom%20Prosumenten%20zum%20Produzent%20\(final\).pdf](https://snurb.info/files/Vom%20Prosumenten%20zum%20Produzent%20(final).pdf) (zuletzt eingesehen am 30. November 2021).
- DE GREVE, Lore u. Gunther Martens: »#Bookstagram and beyond. The Presence and Depiction of the Bachmann Literary Prize on Social Media (2007–2017)«. In: *Digital Humanities Benelux Journal* 3 (2021), S. 81–102.
- ELM, Karina: »Katzenpote und Kaffeetasche – Fotos in Online-Rezensionen«. Pecha Kucha auf der Tagung »REZENSIV – wie online bewertet wird. Tagung zum Abschluss des Forschungsprojekts Rez@Kultur«, Universität Hildesheim, 10./11. September 2020. <https://youtu.be/S3On3roZLfo> (zuletzt eingesehen am 30. November 2021).
- FREDERKING, Volker u. Christel Meier, Petra Stanat, Oliver Dickhäuser: »Ein Modell literarästhetischer Urteilskompetenz«. In: *Didaktik Deutsch* 25 (2008), S. 11–31.
- FULTERER, Ruth: »Facebook-Konzern wehrt sich gegen Untersuchungen seines Algorithmus«. In: *Neue Zürcher Zeitung* vom 17. August 2021. Online unter: <https://www.nzz.ch/technologie/facebook-konzern-behindert-untersuchungen-seines-algorithmus-ld.1640627> (zuletzt eingesehen am 07. März 2022).
- GEIER, Andrea u. Markus Gottschling: »Wissenschaftskommunikation auf Twitter? Eine Chance für die Geisteswissenschaften!«. In: *Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes* 66.3 (2019), S. 282–291. DOI: 10.14220/mdge.2019.66.3.282.
- GRIMM, Reinhold u. Jost Hermand (Hg.): *Die Klassik-Legende. Second Wisconsin Workshop*. Frankfurt / M. 1971.
- HAAS, Gerhard u. Wolfgang Menzel, Kaspar H. Spinner: »Handlungs- und produktionsorientierter Literaturunterricht«. In: *Praxis Deutsch* 123 (1994), S. 17–25.
- HOFFMANN, Moritz: *Als der Krieg nach Hause kam. Heute vor 70 Jahren: Chronik des Kriegsendes in Deutschland*. Berlin 2015.
- HÖFLER, Elke: »Literaturvermittlung 2.0. Blogs, Vlogs & Co.«. In: Andreas Grünewald, Meike Hethy u. Karen Struve (Hg.): *Kontrovers. Literaturdidaktik meets Literaturwissenschaft*. Trier 2020, S. 269–285.
- HÜTIG, Andreas: »Raus aus dem Elfenbeinturm – aber wie und warum? Paradigmen und Effekte der Wissenschaftskommunikation«. In: Martin Göllnitz u. Kim Krämer (Hg.): *Hochschulen im öffentlichen Raum Historiographische und systematische Perspektiven auf ein Beziehungsgeflecht*. Göttingen 2020, S. 29–44.
- ISER, Wolfgang: *Der Akt des Lesens. Theorie ästhetischer Wirkung*. München 1976.
- JENKINS, Henry: *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*. New York, London 1994.
- JENKINS, Henry u.a.: *Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century*. Cambridge 2009.
- JURT, Josef: *Das literarische Feld. Das Konzept Pierre Bourdieus in Theorie und Praxis*. Darmstadt 1995.
- KEPSEK, Matthias: »Deutschdidaktik als eingreifende Kulturwissenschaft. Ein Positionierungsversuch im wissenschaftlichen Feld«. In: *Didaktik Deutsch* 18.34 (2013), S. 52–68. DOI: 10.25656/01:21182.

- KÓNYA-JOBS, Nathalie u. Markus Werner: »Ansätze zu einer multimodal orientierten Literaturdidaktik. Vorgestellt am Beispiel von Social-Web-Literatur und der Jugend-Webserie DRUCK«. In: *MiDU. Medien im Deutschunterricht* 2.1 (2020), S. 1–23. DOI: 10.18716/ojs/midu/2020.1.6.
- KRAFT, Herbert: *Literaturdidaktik. Mündigkeit als Lehr- und Lernziel*. Münster 2004.
- LOHNER, David u.a.: *Kollaborativ lehren und lernen: digital, vernetzt, interuniversitär. Das Lehrexperiment L2D2*. (15. Juli 2020). <https://hochschulforumdigitalisierung.de/de/blog/kollaborativ-lehren-und-lernen-l2d2> (zuletzt eingesehen am 30. November 2021).
- MEYER, Anne-Rose (Hg.): *Internet – Literatur – Twitteratur. Erzählen und Lesen im Medienzeitalter. Perspektiven für Forschung und Unterricht*. Berlin u.a. 2019.
- MORETTI, Franco: *Distant Reading*. Übers. v. Christine Pries. Konstanz 2016.
- MOSER, Doris: *Der Ingeborg-Bachmann-Preis. Börse, Show, Event*. Wien, Köln, Weimar 2004.
- NEUHAUS, Stefan u. Oliver Ruf: »Was ist Literaturvermittlung?«. In: Dies. (Hg.): *Perspektiven der Literaturvermittlung*. Innsbruck 2011, S. 9–23.
- NEUHAUS, Stefan u. Oliver Ruf (Hg.): *Perspektiven der Literaturvermittlung*. Innsbruck 2011.
- PFÄFFENBERGER, Fabian: *Twitter als Basis wissenschaftlicher Studien. Eine Bewertung gängiger Erhebungs- und Analysemethoden der Twitter-Forschung*. Wiesbaden 2016.
- POROMBKA, Stephan: »Weg von der Substanz. Hin zu den Substanzen. Literaturkritik 2.off«. In: Matthias Beilein, Claudia Stockinger u. Simone Winko (Hg.): *Kanon, Wertung und Vermittlung. Literatur in der Wissensgesellschaft*. Berlin, Boston 2012, S. 293–303.
- ROSA, Lisa: »Partizipatives und schülerorientiertes Lernen mit Web 2.0. Web 2.0-Medienformen zum Aufbau von Lernnetzwerken nutzen«. In: *Lernende Schule* 64 (2013), S. 29–33.
- RUPP, Gerhard: »Deutschdidaktik – eine eingreifende Kultur- und kompetenzorientierte Vermittlungswissenschaft«. In: Christoph Bräuer (Hg.): *Denkraumen der Deutschdidaktik. Die Identität der Disziplin in der Diskussion*. Berlin u.a. 2016, S. 187–212.
- SCHMIDT, Siegfried J.: *Die Selbstorganisation des Sozialsystems Literatur im 18. Jahrhundert*. Frankfurt / M. 1989.
- SCHMIDT, Siegfried J.: *Grundriss der Empirischen Literaturwissenschaft*. Frankfurt / M. 1991.
- SCHUSTER, Jörg: »Vom Experiment zur Massenkommunikation. Perspektiven der Netzliteratur in Forschung und Studium«. In: Jutta Bendt (Hg.): *Netzliteratur im Archiv. Erfahrungen und Perspektiven*. Göttingen 2017, S. 93–106.
- SPINNER, Kaspar H.: »Methoden des Literaturunterrichts«. In: Ders. u. Michael Kämper-van den Boogaart (Hg.): *Lese- und Literaturunterricht Teil 2*. Hohengehren 2010, S. 191–242.
- STALDER, Felix: *Kultur der Digitalität*. Frankfurt / M. 2016.
- THIMM, Caja, Mark Dang-Anh und Jessica Einspänner: »Diskurssystem Twitter. Semiotische und handlungstheoretische Perspektiven«. In: Mario Anastasiadis u. Caja Thimm (Hg.): *Social Media – Theorie und Praxis digitaler Sozialität*. Frankfurt / M. 2011, S. 265–286.
- TRILCKE, Peer: »Ideen zu einer Literatursoziologie des Internets. Mit einer Blogtop-Analyse«. In: *Textpraxis* 7.2 (2013). <https://www.textpraxis.net/peer-trilcke-literatursoziologie-des-internets> (zuletzt eingesehen am 30. November 2021).
- WAMPFLER, Philippe: »Deutschdidaktik und digitale Literatur«. In: *Textpraxis. Sonderausgabe 2* (2017): Digitale Kontexte. Literatur und Computerspiel in der Gesellschaft der Gegenwart. Hg. v. Maren Conrad, Theresa Schmidtke u. Martin Stobbe. <https://www.textpraxis.net/philippe-wampfler-deutschdidaktik-und-digitale-literatur> (zuletzt eingesehen am 30. November 2021).
- WAMPFLER, Philippe: *Digitaler Deutschunterricht. Neue Medien produktiv einsetzen*. Göttingen 2017.
- WAMPFLER, Philippe: *Digitales Schreiben. Blogs & Co. im Unterricht*. Stuttgart 2020.
- WINKO, Simone: »Am Rande des Literaturbetriebs. Digitale Literatur im Internet«. In: Heinz-Ludwig Arnold u. Matthias Beilein (Hg.): *Literaturbetrieb in Deutschland*. München 2009, S. 292–303.

WINKO, Simone: »Literatur und Literaturwissenschaft im digitalen Zeitalter. Ein Überblick«. In: *Der Deutschunterricht* 69.5 (2016), S. 2–13.

ZEH, Miriam: »Gamifying Literaturkritik«. Pecha Kucha auf der Tagung »REZENSIV – wie online bewertet wird. Tagung zum Abschluss des Forschungsprojekts Rez@Kultur«, Universität Hildesheim, 10./11. September 2020. https://youtu.be/5KvIq_aXOhQ (zuletzt eingesehen am 30. November 2021).