

# **GIFs in der TWITTER-Kommunikation**

**Formen – Funktionen – Kohärenz**

Leonie Bröcher

Leonie Bröcher

GIFs in der Twitter-Kommunikation. Formen – Funktionen – Kohärenz

Zugleich Dissertation der Universität Mannheim

(Tag der Disputation: 03.11.2022)

Dekanin: Prof. Dr. Cornelia Ruhe

Erste Gutachterin: Prof. Dr. Angelika Storrer

Zweiter Gutachter: Prof. Dr. Thomas Spranz-Fogasy



## Danksagung

Für ihre Unterstützung, die Förderung und die tolle Zusammenarbeit in den letzten vier Jahren möchte ich meiner Betreuerin Prof. Dr. Angelika Storrer danken. Während meiner Promotionsphase stand sie mir immer mit Rat und Tat zur Seite und hat es mir darüber hinaus ermöglicht, mich durch meine Stelle am Lehrstuhl für Germanistische Linguistik an der Universität Mannheim in vielen Bereichen weiterzuentwickeln und mich an der Universität und mit anderen Partner:innen zu vernetzen. Darüber hinaus haben mir ihre Forschungskolloquien für meine Arbeit wertvollen Input gegeben.

Ebenso danken möchte ich meinem Zweitbetreuer Prof. Dr. Thomas Spranz-Fogasy, ohne den ich mich vermutlich nicht für eine Promotion entschieden hätte. Durch meine Masterarbeit, die er betreut hat, bin ich mir meiner Leidenschaft für das wissenschaftliche Arbeiten noch einmal bewusster geworden.

Ein großer Dank gilt auch meinen Kolleginnen und ehemaligen Kolleginnen am Lehrstuhl für Germanistische Linguistik: Laura Herzberg, Maja Linthe, Tassja Weber und Eva Gredel. Die Arbeit mit ihnen hat mir immer sehr viel Spaß gemacht und die Gespräche in Mittags- und Kaffeepausen habe ich sehr genossen. Sie haben mir großen Halt während meiner Promotionsphase gegeben!

Finja Gilles, Margarethe Koch und Linda Schlicht möchte ich für die großartige Hilfe beim Lektorat und der Datenaufbereitung meiner Arbeit sowie für den Einsatz bei allen Lehrstuhlaufgaben danken.

Für die bedingungslose Unterstützung danke ich meiner Familie und ganz besonders meinen Eltern, die immer ein offenes Ohr für mich haben und mich auch in weniger guten Phasen immer wieder ermutigt haben. Ohne sie hätte ich die Promotion nicht geschafft. Meinem Vater danke ich zudem für das kritische Lektorat! Meiner Oma bin ich ebenso dankbar und ich bin sehr glücklich darüber, dass sie meine Arbeit in den Händen halten konnte.

Zuletzt gilt mein Dank meinen wunderbaren Freund:innen, die mittlerweile überall verteilt leben und mich während meiner Promotionsphase begleitet und inspiriert haben.

Mannheim, März 2023



# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b> .....	<b>5</b>
<b>2. Kommunikation im Social Web</b> .....	<b>8</b>
2.1 Entwicklung des Social Web.....	9
2.2 Terminologische Abgrenzung und Untersuchungsgegenstand in der Linguistik	12
2.3 Der Microblogging-Dienst TWITTER .....	16
<b>3. Untersuchungsgegenstand: GIFs auf TWITTER</b> .....	<b>26</b>
3.1 Beschreibungssprache .....	27
3.1.1 Datentypen und Strukturebenen .....	27
3.1.2 GIFs als interaktive Einheiten .....	35
3.2 Graphics Interchange Format – vom Dateiformat zum Internettrend .....	37
3.3 Emoticons, Emojis, Sticker, GIFs – <i>Graphics</i> in der internetbasierten Kommunikation.....	39
3.4 Die Merkmale und die Beschaffenheit von GIFs – was ist das Besondere? .....	58
<b>4. Medien-, film- und kulturwissenschaftliche Grundbegriffe und Konzepte</b> ....	<b>65</b>
4.1 Dekontextualisierung und Rekontextualisierung .....	66
4.2 Looping – die Verbindung von Stillstand und Bewegung .....	69
4.3 Exkurs: Zwischen Cinematizität und ökonomischen Interessen .....	71
4.4 Filmische Textbildung .....	76
<b>5. Linguistische Grundbegriffe und Konzepte</b> .....	<b>79</b>
5.1 Internetbasierte Kommunikation als „Drittes“ neben Interaktion und Text.....	79
5.2 Multimodalität .....	88
5.3 Kohärenz und interaktionale Kohärenz.....	99
5.4 Intertextualität und Interpiktorialität.....	107
5.5 Intermodale, intertextuelle und interpiktoriale Bezüge.....	114

<b>6. Empirische Untersuchung</b> .....	<b>116</b>
<b>6.1 Forschungsfragen</b> .....	<b>116</b>
<b>6.2 Datengrundlage und Methode</b> .....	<b>118</b>
6.2.1 Korpuserstellung und -aufbereitung .....	119
6.2.2 Methodisches Vorgehen .....	123
<b>6.3 Datenanalyse</b> .....	<b>127</b>
6.3.1 Formen von GIFs auf TWITTER .....	128
6.3.2 Kommunikative Funktionen von GIFs auf TWITTER .....	130
6.3.2.1 Darstellung/Illustrierung/Referenz .....	133
6.3.2.2 Ausschmückung/Dekorationsfunktion .....	137
6.3.2.3 Körpersprachliche Präzisierung/nonverbale Disambiguierung .....	140
6.3.2.4 Ludische Funktion .....	144
6.3.2.5 Reaktion/Kommentierung/Evaluierung .....	146
6.3.2.6 Thematisches Entfalten: Informations-, Appell- und Unterhaltungsfunktion .....	150
6.3.2.6.1 Informationsfunktion .....	153
6.3.2.6.2 Appellfunktion .....	156
6.3.2.6.3 Unterhaltungsfunktion .....	163
6.3.3 Kohärenzbildung mit GIFs auf TWITTER .....	166
6.3.3.1 Multimodale Kohärenz .....	166
6.3.3.2 Interaktionale Kohärenz .....	168
6.3.3.3 Die Verflechtung multimodaler und interaktionaler Kohärenz .....	171
<b>6.4 Diskussion</b> .....	<b>179</b>
<b>7. Zusammenfassung und Ausblick</b> .....	<b>181</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>186</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>187</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>190</b>
<b>Bibliografie</b> .....	<b>191</b>
<b>Quellenverzeichnis</b> .....	<b>202</b>
<b>Anhang</b> .....	<b>205</b>

## 1. Einleitung

It is fascinating to see how a bitmap image format with a limited color palette, introduced more than 30 years ago, is surviving and thriving in the 21st century and how it challenges our notions of format (or container), medium (or context), and image (or content). (Strauven 2020: 61)

Das GIF (Graphics Interchange Format) ist nicht mehr „nur“ ein komprimiertes Grafikformat, es ist längst zu einem Internetphänomen geworden, das vor allem auch in kommunikativen Kontexten eine wichtige Rolle spielt. Die kurzen Bewegtbildsequenzen bieten alles, was für das Gelingen einer Kommunikationssituation in digitalen Kontexten möglicherweise relevant sein kann: Sie sind kurz, präzise, manchmal informationsdicht, lustig, originell und vor allem durch ihren Gestaltungsspielraum enorm vielfältig. Einen wesentlichen Vorteil von GIFs im Gegensatz zu statischen Bildern hebt Newman (2016)<sup>1</sup> hervor: „A GIF can quote a dance, a stunt, a gesture and glance at least 1000 times better than a still“, sie sind Beispiele für „vernacular creativity among groups of users with shared interests and reference points“. Gerade diese beiden Aspekte, ihre Beschaffenheit und ihr kommunikatives Potenzial, scheinen die kurzen Bewegtbildsequenzen so attraktiv zu machen. Hinzukommt, dass sie mittlerweile über Datenbanken zur Verfügung gestellt werden, sodass User:innen eine schier unendliche Auswahl von GIFs angeboten bekommen und mithilfe von Schlagwörtern den passenden Clip für die jeweilige Kommunikationssituation auswählen können.

Während Emoticons und inzwischen auch Emojis schon lange Verwendung in internetbasierter Kommunikation finden, waren GIFs zum Zeitpunkt der Datenerhebung im Sommer 2018 noch ein eher neuartiges Phänomen. Die animierten Clips haben im Laufe der Zeit jedoch Einzug auf verschiedenen Social-Media-Plattformen und Messenger-Diensten gehalten. Auch ihre Einbindung wurde durch die Plattform- bzw. Messenger-Anbieter deutlich vereinfacht und ist nun meist über spezifische Schaltflächen und im Rückgriff auf Datenbanken möglich.

GIFs haben sich so als ein fester Bestandteil internetbasierter Kommunikation etabliert. Befasst man sich mit der Analyse von Social-Media-Daten, wird man früher oder später zwangsläufig auch auf die kurzen Clips in Endlosschleifen treffen. Ein Reiz von GIFs besteht neben der bereits beschriebenen Vielfalt in ihren breit gefächerten Einsatzmöglichkeiten. Dazu schreibt Strauven:

---

<sup>1</sup> Die Studie wurde ohne Seitenzahlen publiziert.

[T]he GIF clearly crosses disciplinary boundaries: from information technology to art and activism, from social media and communication studies to genetics and brain science. (Strauven 2020: 61)

Eine sprachwissenschaftliche Dissertation zu einem im Internet weit verbreiteten Bewegtbildformat mag nur auf den ersten Blick ungewöhnlich erscheinen. Bereits 2011 bemerkten Klemm und Stöckl in der Einführung zu ihrem Sammelband *BILDLINGUISTIK*, dass sich die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Bildern zwar oft schwierig gestalten, „sitzen [sie] notorisch oft und unbequem zwischen den Stühlen der Disziplinen“ (Klemm/Stöckl 2011: 7). Vor allem aufgrund der Kombination von Bildern „mit anderen Zeichenmodalitäten [z. B. mit Sprache] in Gesamttexten“ (Klemm/Stöckl 2011: 9) plädieren die Autoren jedoch für eine Beschäftigung mit derartigen Phänomenen aus linguistischer Perspektive. Denn bei der Analyse multimodaler Texte erweisen sich aus der Sprachwissenschaft stammende Begrifflichkeiten, etwa aus den Bereichen der Pragmatik und Textlinguistik, als gut anwendbar.

Vor einem linguistischen Hintergrund ist bei der Betrachtung von GIFs vor allem von Interesse, welche Aufgaben bzw. Funktionen sie in kommunikativen Kontexten übernehmen können und wie sie dazu beitragen, Sinnbezüge herzustellen. Dabei ist besonders auch das Zusammenspiel von bildlichen und sprachlichen Elementen relevant, das die Kohärenzanalyse jedoch zunehmend komplex macht. Denn in den meisten Fällen werden die Clips in Verbindung mit schriftsprachlichen Elementen verwendet – sei es innerhalb des GIFs selbst oder das GIF begleitend.

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, GIFs in ihren verschiedenen Erscheinungsformen aus sprachwissenschaftlicher Perspektive zu beschreiben sowie ihre Formen und kommunikativen Potenziale herauszuarbeiten. Dabei geht es nicht nur darum, die Besonderheiten der Clips vor allem im Abgleich mit anderen Bildelementen (z. B. Emojis oder Stickern) hervorzuheben, sondern sie auch in ihrer konkreten Verwendung auf TWITTER<sup>2</sup> zu betrachten. Darauf zielen die im Rahmen der vorliegenden Arbeit formulierten Forschungsfragen ab.

In einem ersten Schritt sollen die formalen Eigenschaften von GIFs im Zentrum stehen. Mit der zweiten Forschungsfrage nach den kommunikativen Funktionen geht zwangsläufig auch die Frage nach Kohärenzbezügen einher, zumal im Fall von GIFs

---

<sup>2</sup> Es sei angemerkt, dass die Datenerhebung im Sommer 2018 stattfand und zum Einreichungszeitpunkt der Dissertation im Sommer 2022 von TWITTER einige Änderungen vorgenommen wurden. An entsprechender Stelle wird darauf hingewiesen.

unterschiedliche Bezüge zwischen verschiedenen Modi in den Fokus geraten und sich durch den Bewegtbildcharakter noch einmal komplexere Zusammenhänge ergeben.

Grob gliedert sich die vorliegende Dissertation in zwei Teile. Im ersten Teil werden die theoretischen Begrifflichkeiten und Konzepte erläutert (Kap. 2–5). Diese finden im zweiten Teil im Rahmen der empirischen Untersuchung ihre Anwendung (Kap. 6).

In Kapitel 2 wird die Kommunikation im sogenannten *Social Web* thematisiert. Neben der historischen Entwicklung soll in diesem Teil auch eine terminologische Abgrenzung vorgenommen und der Begriff aus linguistischer Perspektive betrachtet werden. Da das zugrundeliegende Datenmaterial der vorliegenden Untersuchung von der Microblogging-Plattform TWITTER stammt, folgt ein Überblick über die Besonderheiten des Dienstes, um dessen technische Funktionen und die Anordnungslogik der Postings herauszuarbeiten. Im 3. Kapitel geht es schließlich um den Untersuchungsgegenstand der Arbeit. Zur präzisen Beschreibung der Strukturen auf TWITTER wird in Kapitel 3.1 eine Beschreibungssprache eingeführt, die sich in einigen Aspekten an einem bereits bestehenden Schema für die Aufbereitung internetbasierter Kommunikation orientiert und für die vorliegende Arbeit erweitert wird. Daneben wird im darauffolgenden Unterkapitel die Geschichte von GIFs nachgezeichnet, bevor schließlich ein Überblick zu bisherigen Untersuchungen mit Blick auf Graphicons<sup>3</sup> in internetbasierter Kommunikation erfolgt. Der Frage, was GIFs auszeichnet und wie sie sich insbesondere von Emojis unterscheiden, wird schließlich in Kapitel 3.4 nachgegangen. Da sich für die Untersuchung ein interdisziplinär ausgerichteter Ansatz anbietet, werden in Kapitel 4 medien-, film- und kulturwissenschaftliche Konzepte herangezogen. In den Kapiteln 4.1 und 4.2 werden zwei Charakteristika von GIFs, die De- bzw. Rekontextualisierung und das Looping in den Blick genommen. Ein Exkurs in Kapitel 4.3 verfolgt die historische Entwicklung bewegter Bilder. Abgerundet wird das Kapitel durch die Einführung filmtheoretischer Begrifflichkeiten, die sich in Teilen auch auf textlinguistische Grundlagen beziehen und daher für die Arbeit als besonders anschlussfähig erscheinen.

Im 5. Kapitel werden die für die empirische Untersuchung relevanten linguistischen Grundbegriffe und Konzepte beleuchtet. Im Anschluss an die Verortung internetbasierter Kommunikation neben Interaktion und Text werden dabei

---

<sup>3</sup> Der Begriff wird an entsprechender Stelle ausführlich erklärt und diskutiert.

Begrifflichkeiten zu den Themen Multimodalität, Kohärenz und Intertextualität bzw. Interpiktorialität erläutert. Mit dem auf das Untersuchungsinteresse der Arbeit zugeschnittenen Begriffsinstrumentarium wird dann in Kapitel 6 die empirische Untersuchung dargestellt. Nach den Forschungsfragen wird die Datengrundlage ausführlich beschrieben, bevor auf die methodische Vorgehensweise eingegangen wird. Im Anschluss daran erfolgt die Datenanalyse, die sich einerseits mit den Formen und kommunikativen Funktionen von GIFs auf TWITTER beschäftigt und andererseits die Betrachtung multimodaler bzw. interaktionaler Kohärenzbezüge in den Fokus rückt. Abgeschlossen wird die Analyse schließlich mit einem Beispiel, das anschaulich zeigt, wie multimodale und interaktionale Kohärenzbezüge bei der Verwendung von GIFs miteinander verflochten sein können. Im Anschluss daran folgt eine Diskussion der Ergebnisse. Die Dissertation schließt mit einer Zusammenfassung und einem Ausblick, der zugleich Perspektiven für weitere Forschungsvorhaben aufzeigt.

## **2. Kommunikation im Social Web**

Das folgende Kapitel soll einen Einblick in die Kommunikation innerhalb des von den Informationswissenschaftler:innen Ebersbach et al. (2016) als *Social Web* bezeichneten Teils des sogenannten Web 2.0 geben. Dabei geht es zunächst darum aufzuzeigen, wo seine Ursprünge liegen, in welchen Etappen es sich entwickelt hat und was es überhaupt umfasst. Daran schließt sich auch die Frage an, welche Begrifflichkeiten sich im Bereich der Linguistik bereits etabliert haben, welche Termini für die vorliegende Arbeit gewählt werden und schließlich, warum einige Benennungen anderen vorzuziehen sind.

In dem daran anschließenden Unterkapitel geht es darum, auf welche Weise und mithilfe welcher Datengrundlagen linguistische Fragestellungen zur Interaktion im Social Web bearbeitet werden. Das Kapitel schließt mit einer konkreteren Beschreibung des Microblogging-Dienstes TWITTER, der den Gegenstandsbereich für meine Untersuchung, GIFs auf TWITTER, bildet und der durch seine Rahmenbedingungen und die plattformspezifischen Möglichkeiten letztlich die Ausgestaltung der Daten bedingt. Denn wie Beißwenger/Pappert (2018: 448) betonen, ist der „Einbezug materialer und prozeduraler Rahmenbedingungen, die von der zugrundeliegenden Technologie gesetzt sind, [...] unabdingbar“.

Das 3. Kapitel knüpft mit der Beschreibung des Untersuchungsgegenstandes, des Internetphänomens GIF, und des diesbezüglichen Forschungsstand zu sogenannten Graphicons an diese Rahmenbedingungen an.

## 2.1 Entwicklung des Social Web

Dass die in unserem alltäglichen Sprachgebrauch gerne als Web oder Internet bezeichnete Netzwerkstruktur die Art, miteinander zu kommunizieren, fundamental verändert hat, ist keine neue Erkenntnis. Doch wie sich das Netz und seine damit verbundenen Interaktionsmöglichkeiten entwickelt haben, ist häufig nicht bekannt und bleibt durch synonyme Verwendungen von Begriffen wie Internet, Netz, Web oder WWW oftmals unpräzise.

Zu Beginn der Entwicklung steht die Betrachtung des Computers aus einem anderen Blickwinkel. Wurden Computer in den 1950er-Jahren im militärischen und wirtschaftlichen Kontext verwendet, so dienten sie ab den 1960er-Jahren schließlich auch als Mittel zur Kommunikation (vgl. Ebersbach et al. 2016: 12 ff.). Die Ursprünge des Internets gehen auf das ARPANET<sup>4</sup> zurück, ein dezentrales Computer-Netzwerk, das in den späten 1960er-Jahren in den USA für den Austausch wissenschaftlicher Daten für das amerikanische Verteidigungsministerium entstanden ist (vgl. Ebersbach et al. 2016: 15; vgl. Bunz 2009: 70 ff.).

Als eine weitere Etappe in der Entwicklung zum frei zugänglichen Internet über Webbrowser kann das Ende der 1970er-Jahre entstandene USENET gesehen werden. Nun war es möglich, sich auch öffentlich zu äußern, ähnlich wie heute in Foren. Im Laufe der Zeit entstanden erste Communities und Kommunikation wurde beispielsweise über E-Mail, USENET Newsgroups oder Multi-User Dungeons (MUDs) ermöglicht. Damit verbunden war schließlich auch die Kommerzialisierung durch verschiedene Online-Dienstleister (vgl. Ebersbach et al. 2016: 15 ff.; Herring 2019: 30 f.; Storrer 2018: 224).

Als nächsten großen Meilenstein nennen Ebersbach et al. die Idee und Konzeption des sogenannten *World Wide Web* (WWW) durch den damals am Forschungsinstitut CERN tätigen Tim Berners-Lee sowie die damit verbundenen Entwicklungen unter dem Label *Web 1.0*, beispielsweise die erweiterte „Möglichkeit digitaler

---

<sup>4</sup> ARPA steht für ADVANCED RESEARCH PROJECTS AGENCY, die Ende der 1950er-Jahre als eine Abteilung des amerikanischen Verteidigungsministeriums gegründet wurde (vgl. Bunz 2009: 70 f.).

Publikationen“ (Ebersbach et al. 2016: 20) oder die ausgereifere visuelle Ausgestaltung der Kommunikation. Die Überlegungen von Berners-Lee zielten darauf, über das im Forschungsbereich bereits verwendete Internet Texte zu verknüpfen, die durch sogenannte Hyperlinks aufgerufen werden können. Einen entsprechenden Forschungsantrag zur Umsetzung seines Vorhabens stellte er 1989 (vgl. Lobin 2018: 73 f.). Das Internet ist somit um einiges älter als das von Berners-Lee entwickelte WWW, das auf das ARPANET aufsetzt. Auch vor dieser bahnbrechenden Entwicklung gab es, wie bereits beschrieben, Kommunikationsmöglichkeiten über das Internet, etwa in Form von Chats. Das Besondere des WWW neben der hypertextuellen Verknüpfung über Links war und ist aber der kostenfreie Zugriff über Webbrowser, der zur vermehrten Verwendung auch unter Laien geführt hat (vgl. Ebersbach et al. 2016: 20; vgl. Storrer 2018: 224 f.). Es folgt dem „Prinzip des One-to-Many“ (Bunz 2009: 16), indem User:innen auf Servern gespeicherte Seiten aufrufen und betrachten können.

Im Laufe der Zeit veränderte sich das WWW durch immer weitere, neue Nutzengruppen. Mit den häufig unter dem Begriff *Web 2.0* bezeichneten Entwicklungen entstanden nun auch andere Formate wie Blogs, Foren und Instant Messaging und ermöglichten nicht zuletzt das gemeinsame Erstellen und Generieren von Wissen über sogenannte Wikis<sup>5</sup> oder Formen von „Crowdsourcing“<sup>6</sup>. Ab den 2000er-Jahren hielten dann auch sogenannte soziale Netzwerke Einzug (vgl. Ebersbach et al. 2016: 21 ff.).

Anknüpfend an diese Entwicklungen definieren Ebersbach et al. (2016: 30) den von ihnen verwendeten Begriff *Social Web* und grenzen ihn damit gleichzeitig von der häufig benutzten, aber mitunter unscharfen Bezeichnung *Web 2.0* ab. Sie verorten ihn wie folgt:

Ein Teilbereich des Web 2.0 ist das ‚Social Web‘. Der Begriff fokussiert auf die Bereiche des Web 2.0, bei denen es nicht um neue Formate oder Programmarchitekturen, sondern um die Unterstützung sozialer Strukturen und Interaktionen über das Netz geht. [...] Es geht dabei nicht primär darum, Verbindungen zwischen Servern herzustellen oder Daten auszutauschen, sondern Menschen als Zielpublikum dabei zu helfen, bestimmte zwischenmenschliche Interaktionen auszuführen. Diese bewegen sich vor allem in den Bereichen Austausch von Informationen oder Wissen, Herstellung von Kontakten zu anderen Personen und Unterhaltung mit diesen über das Internet. (Ebersbach et al. 2016: 30)

---

<sup>5</sup> Das bekannteste Wiki-Projekt ist die freie Enzyklopädie WIKIPEDIA.

<sup>6</sup> Unter Crowdsourcing versteht man allgemein die Nutzung kollektiver Intelligenzen von Online-Communities zur Erreichung organisatorischer Ziele (vgl. Brabham 2013: 117). Ein bekanntes Crowdsourcing-Projekt stellt die WIKIPEDIA dar.

Als zentral für das Social Web bezeichnen Ebersbach et al. (2016: 11) die „medial vermittelten Kooperationsformen, die kollektive Meinungsbildung und de[n] kulturelle[n] Austausch sozialer Gruppen“. In ihrer Einführung skizzieren sie die „Geschichte des Internets als soziale[n] Treffpunkt“ (Ebersbach et al. 2016: 12).

Damit heben die Autor:innen die „Kollaboration als eine wesentliche Dimension der sozialen Interaktion im Netz“ (Ebersbach et al. 2016: 31) hervor. Unter der missverständlichen Bezeichnung *Web 2.0* soll nicht etwa eine vermeintlich „neue technische Ausführung des WWW“ gefasst werden, sie ist eher mit einer „gefühlte[n] Veränderung des WWW“ (Ebersbach et al. 2016: 24) verbunden. An diese Überlegungen anknüpfend konstituiert sich das Social Web vielmehr aus

(im Sinne des WWW) webbasierten Anwendungen, die für Menschen den Informationsaustausch, den Beziehungsaufbau und deren Pflege, die Kommunikation und die kollaborative Zusammenarbeit in einem gesellschaftlichen oder gemeinschaftlichen Kontext unterstützen, sowie den Daten, die dabei entstehen[,] und den Beziehungen zwischen Menschen, die diese Anwendungen nutzen. (Ebersbach et al. 2016: 32)

Der Fokus liegt hier also eindeutig auf „neue[n] Formen der Nutzerpartizipation“ (Storrer 2018: 225) und damit auf dem sozialen Kontakt, der durch die technischen Gegebenheiten ermöglicht wird.

Herring (2013: 8 ff.) betont in ihrem Aufsatz zudem, dass die durch das sogenannte Web 2.0 entstandenen Phänomene häufig gar nicht so neu sind, wie oft behauptet wird bzw. wie der Begriff suggerieren könnte. Vieles ist bereits in älteren Diskursformen vorhanden und hat sich durch neue Technologien und kommunikative Praktiken verändert.

Ein weiterer Begriff, der vor allem im alltäglichen Sprachgebrauch häufig verwendet wird, ist *Social Media* (dt. soziale Medien). Page et al. (2014: 5) verstehen darunter „Internet-based sites and services that promote social interaction between participants“. Der Fokus liegt hier stärker auf den Anbietern, die die Kommunikation und somit die Erstellung und den Austausch von *user-generated content* (dt. nutzergenerierter Inhalt) ermöglichen (vgl. Kaplan/Haenlein 2010: 61). Darüber hinaus ist der hier verwendete Medienbegriff irritierend, wie Siever (2015: 59) zu Recht anmerkt. So sind, wenn von sozialen Medien die Rede ist, nicht Medien im „technologischen Sinne“, sondern „Kommunikationsformen und Kommunikationsplattformen“ (Siever 2015: 59) gemeint. Daher folgt auch sie in ihrer Arbeit der Argumentation einer früheren Auflage von Ebersbach et al. (2016) und präferiert den Begriff *Social Web*.

Als dessen charakteristische Merkmale nennt Siever (2015: 61) zusammenfassend „die Interaktivität, die Partizipation und die Verknüpfungen einzelner Elemente“ beispielsweise verschiedener Modalitäten.

Die beschriebenen Aspekte sollen auch in der vorliegenden Arbeit eine tragende Rolle spielen und werden an den entsprechenden Stellen in Verbindung mit dem Untersuchungsgegenstand thematisiert.

## **2.2 Terminologische Abgrenzung und Untersuchungsgegenstand in der Linguistik**

Für den „Forschungsgegenstand, der sich mit Technologien, Prozessen und Produkten der Kommunikation unter Nutzung der technischen Infrastruktur des Internets beschäftigt“, wie Storrer (2018: 226) ihn beschreibt, haben sich unterschiedlich abgesteckte Forschungsbereiche in der Linguistik und in anknüpfenden Wissenschaftsdisziplinen sowie dementsprechende Bezeichnungen etabliert. Dieses Kapitel soll die für die vorliegende Arbeit relevante linguistische Terminologie in Bezug auf internetbasierte Kommunikation einführen. Die Verortung zwischen den linguistischen Traditionen der Textlinguistik auf der einen und der Gesprächslinguistik auf der anderen Seite sowie die charakteristischen Eigenheiten, die nicht zuletzt auf die veränderten Zeitlichkeits- und Sequenzialitätsbedingungen zurückzuführen sind, sollen im 4. Kapitel zu Grundbegriffen und Konzepten konkreter behandelt werden.

Bereits in einer frühen Arbeit zur SPRACHHANDLUNGSKOORDINATION IN DER CHAT-KOMMUNIKATION geht Beißwenger (2007: 32) auf die terminologische Unterscheidung zwischen computervermittelter und internetbasierter Kommunikation ein. An entsprechender Stelle erklärt er:

Innerhalb des Gegenstandsbereichs *Computervermittelte Kommunikation* lässt sich die *internetbasierte Kommunikation* ausgrenzen. Während zur computervermittelten Kommunikation ganz allgemein all diejenigen Kommunikationsformen zählen, deren zugrunde liegende Technologien Computermedien für den Austausch (die ‚Vermittlung‘) von Kommunikaten nutzen (also auch z.B. die Mobiltelefonie und die SMS-Kommunikation), umfasst die internetbasierte Kommunikation nur diejenigen Formen, deren zugrunde liegende Technologien hinsichtlich der genutzten Distributionsverfahren mit der Architektur und den Prozeduren des Datenaustauschs in *IP*-basierten [Hervorhebungen im Original] Computernetzen kompatibel sind. (Beißwenger 2007: 32)

Die vermehrt im englischsprachigen Raum geläufige Bezeichnung *computer-mediated communication* (dt. computervermittelte Kommunikation), die in den Arbeiten von Herring (2004, 2007) eingeführt und beschrieben wird, umfasst dementsprechend mehr als die internetbasierte Kommunikation, da in diesen Forschungsbereich auch nicht über das Internet versendete Kommunikation (wie z. B. das Versenden von SMS) fällt. Den Untersuchungsgegenständen gemein ist, dass es sich immer um Kommunikation handelt, die vermittelt ist. Diese zeichnet sich dadurch aus, dass für

die Produktion und/oder Übermittlung und/oder Rezeption von Kommunikaten notwendigerweise körperexterne Medien (zur Enkodierung, Speicherung, Darstellung) und eigens für die Zwecke des Austauschs definierte Prozeduren (der Herausgabe, Weiterverarbeitung, Übermittlung) benötigt werden. (Beißwenger 2007: 13)

Häufig wird im deutschsprachigen Raum internetbasierte Kommunikation als Übersetzung für die englische Bezeichnung *computer-mediated language* verwendet, da die Begriffsumfänge Überschneidungen aufweisen (vgl. Lünen/Kupietz 2020: 321).

Jucker/Dürscheid (2012: 40 f.) führen in ihrer Arbeit den Begriff *keyboard-to-screen communication* ein und subsumieren darunter alle Kommunikationsformen, die 1. vor allem grafisch realisiert werden, 2. entweder One-to-one, One-to-many oder Many-to-many erfolgen und 3. über Handys, Smartphones, Tablets oder Computer vermittelt werden. Den Vorteil sehen die Autor:innen darin, dass nicht ein spezielles Medium im Vordergrund steht und dass alle Geräte über eine physische oder virtuelle Tastatur verfügen.

Zwar kann internetbasierte Kommunikation nicht mehr als „homogener Beschreibungsgegenstand“ (Beißwenger/Pappert 2018: 449) aufgefasst werden, haben sich doch je nach Plattform und Umgebung sehr unterschiedlich ausgestaltete Formen herausgebildet. Doch gilt nach wie vor die bereits früh von Beißwenger eingeführte Definition, dass

[i]nternetbasierte Kommunikation die Gesamtheit aller Nutzungsweisen von Kommunikationstechnologien [ist], deren Distributionsverfahren als IP-kompatibel gelten können und die auf Basis IP-basierter Computernetze realisiert werden. (Beißwenger 2007: 33)

Die Vielfalt und Bandbreite internetbasierter Kommunikation wird auch im Rahmen der Überlegungen von Dürscheid/Frick (2016: 59 f.) deutlich, die eine Dreiteilung der im Internet erfolgenden Kommunikation vorschlagen. Dabei unterscheiden sie

zwischen „primär schriftbasierte[n] Kommunikationsformen“, „primär bildbasierte[n] Kommunikationsformen“ und solchen, die „vorwiegend auf mündlicher Interaktion basieren“ (Dürscheid/Frick 2016: 59 f.). Entscheidend ist allerdings, dass die Grenzen bei den genannten Formen häufig verschwimmen und Mischformen mittlerweile eher die Regel als eine Ausnahme sind. So wird ein Foto bei INSTAGRAM beispielsweise häufig von sprachlichen Elementen, auch in Form von Hashtags (vgl. dazu Kap. 2.3), begleitet, ein Posting gerne auch mit Graphics wie Emojis versehen. Instant-Messaging-Dienste wie WHATSAPP lassen mittlerweile neben dem Versenden von Bild- und Videoelementen auch das Aufnehmen und Übermitteln sogenannter Sprachnachrichten zu. Hier wird die Vermischung der genannten Kommunikationsformen besonders ersichtlich, sodass sich die Frage stellt, ob diese Trennung noch länger haltbar ist.

Zwei weitere wichtige Begriffe, die die Autorinnen einführen sind „Öffentlichkeit“ und „Privatheit“ (Dürscheid/Frick 2016: 61). Die Trennung verläuft hier zwischen der „Zugänglichkeit zur Kommunikation“ auf der einen und der „Themenwahl“ auf der anderen Seite. Es macht einen großen Unterschied, ob ich beispielsweise über WHATSAPP mit einer Person kommuniziere, deren Handynummer ich vorher erhalten habe oder ob ich mich bei TWITTER äußere und auf diese Weise meine Abonnent:innen und potenziell deren Abonnent:innen adressiere, also eine Öffentlichkeit und somit auch eine mir unbekanntes Leserschaft, die nicht einmal über einen TWITTER-Account verfügen muss.<sup>7</sup> Der Grad der Privatheit einer Nachricht richtet sich jedoch nicht zwingend danach, wie vertraut der/die Produzent:in mit dem Adressatenkreis der Nachricht ist. Man denke hier nur an die Verbreitung von zum Teil sehr persönlichen Inhalten (etwa Familienfotos mit kleinen Kindern oder Einblicke in die Alltags- und Freizeitgestaltung) auf INSTAGRAM, die eher dem privaten Bereich zuzuordnen wäre. Dabei ist nicht zu vergessen, dass eine Vielzahl von Plattformen<sup>8</sup> nicht zuletzt auch für Marketing- und Werbezwecke genutzt wird und hinter den Anbietern sogenannter sozialer Netzwerke schlussendlich Konzerne mit wirtschaftlichen Zielen stehen, die an der Optimierung und Weiterentwicklung ihrer Applikationen für deren Nutzer:innen interessiert sind, um möglichst hohe Gewinne zu erzielen.<sup>9</sup> Ein neuerer

---

<sup>7</sup> Der Zugang kann auch bei TWITTER durch die Einstellungen des/der User:in beschränkt werden.

<sup>8</sup> Die WIKIPEDIA und andere Wiki-Plattformen wären hier als Ausnahmen zu nennen.

<sup>9</sup> Eindrücklich belegen das die Zahlen für den FACEBOOK-Konzern, der im ersten Quartal 2020 einen Gewinn in Höhe von 4,9 Milliarden US-Dollar realisieren konnte. Vgl. dazu <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/237450/umfrage/gewinn-von-facebook-weltweit-quartalszahlen/> (21.07.2022).

Zweig ist dabei auch das sogenannte Influencer-Marketing. Über Kanäle wie INSTAGRAM, TIKTOK oder FACEBOOK, bevorzugt auch über die Videoplattform YOUTUBE präsentieren Personen über ihre reichweitenstarken Accounts Produkte oder Dienstleistungen, die zum Kauf verleiten sollen (vgl. dazu Ritter 2018).

Unter „vermittelte[r] Kommunikation [Hervorhebungen im Original]“ ist jene zu verstehen, die durch die Verwendung „körperexterne[r] Medien“ (Beißwenger 2007: 13) realisiert wird. Das Smartphone als mittlerweile alltäglicher Begleiter ermöglicht es dabei, nicht mehr nur schriftlich, sondern auch mit multimodalen Elementen (z. B. Sprachnachrichten oder Bildern) zu kommunizieren. Daher kann die Auffassung, dass internetbasierte Kommunikation ein „homogener Beschreibungsgegenstand“ (Beißwenger/Pappert 2018: 449) ist, als überholt bezeichnet werden. Pauschalaussagen über internetbasierte Kommunikation werden dem Untersuchungsgegenstand in seiner Bandbreite nicht gerecht. Nicht ohne Grund beschreibt Beißwenger (2018: 319) die „Veränderlichkeit“ als ein zentrales Charakteristikum internetbasierter Kommunikation, bilden sich doch immer wieder neue Kommunikationsformen heraus. Maßgeblich für die Beschaffenheit der Kommunikation sind die „Zwecke und Motive der sprachlich Handelnden“ (Beißwenger/Pappert 2018: 449), die die Möglichkeiten der Technologien nutzen.

Die schon angedeuteten immer neuen Potenziale und Nutzungsformen internetbasierter Kommunikation führen auch zu sich schnell wandelnden Datengrundlagen und neuen Untersuchungsinteressen. Mit dieser Herausforderung ist nicht nur die Linguistik, sondern sind alle Wissenschaften, die sich in irgendeiner Form mit derartiger Kommunikation beschäftigten, konfrontiert (vgl. Siever 2015: 102). Wissenschaftliche Untersuchungen bilden immer nur eine Momentaufnahme, einen Ausschnitt ab. Zum Zeitpunkt der Datenanalyse hat sich das betrachtete Medium vielleicht schon stark verändert oder wurde – so wie im Falle einiger Plattformen (z. B. SCHÜLERVZ) – von anderen überholt, sodass die Nutzendenzahlen sinken und im schlechtesten Fall zur Einstellung der Anwendungen führen.<sup>10</sup> Nicht zuletzt aus diesem Grund ist es unerlässlich, die plattformspezifischen Rahmenbedingungen bei der Datenerhebung sorgfältig zu dokumentieren.

---

<sup>10</sup> Auf einen Überblick über die aktuellen Angebote und Formen internetbasierter Kommunikation soll bewusst verzichtet werden, da sie, wie bereits angedeutet, einem ständigen Wandel unterliegen. Der Überblick könnte daher nur eine Momentaufnahme der aktuellen Landschaft sozialer Medien und ihrer Nutzerschaft sein. Aktuelle Zahlen zu verschiedenen Plattformen bietet STATISTA. <https://de.statista.com/themen/1842/soziale-netzwerke/> (21.07.2022).

Die Aufbereitung großer Datenmengen für die Untersuchung internetbasierter Kommunikation ist ein nicht zu unterschätzender Arbeitsaufwand, der dazu führt, dass die Verfügbarkeit derartiger Korpora stark begrenzt ist. Während das LEIBNIZ-INSTITUT FÜR DEUTSCHE SPRACHE eine beachtliche Menge an Textsammlungen<sup>11</sup>, beispielsweise in Form von Zeitungs- oder Belletristik-Korpora zu Recherche- und Forschungszwecken anbietet, ist die Anzahl frei zugänglicher Datensammlungen internetbasierter Kommunikation nach wie vor gering (vgl. Lungen/Kupietz 2020). Einen Überblick über die existierenden „Social-Media-Korpusinitiativen“, die sich u. a. mit TWITTER-Daten befassen, bietet Marx (2017 Kap. 3.1). Beißwenger (2018: 313 ff.) gibt einen ausführlichen Überblick über laufende Korpusprojekte im Bereich internetbasierter Kommunikation für unterschiedliche Sprachen und stellt in seinem Aufsatz ein Basisschema für die Repräsentation von Korpora vor, das zum „Aufbau der Sprachressourcen-Infrastruktur der Zukunft“ (Beißwenger 2018: 307) dienen soll.

### **2.3 Der Microblogging-Dienst TWITTER**

Charakteristisch für Microblogging-Dienste sind die „besonders kurze[n] Botschaften, die über eine zentrale Plattform ausgetauscht werden“ (Ebersbach et al. 2016: 35). Damit verbunden ist ein hohes Maß an Interaktivität und die Möglichkeit, dass jedes Posting potenziell Millionen von User:innen auf TWITTER erreichen kann (vgl. Zappavigna 2017: 205). Was die Interaktion unter den Nutzer:innen betrifft, führt der Soziologe Murthy drei wesentliche Merkmale für Microblogging an:

(1) users have a public profile where they broadcast short public messages/updates whether they are directed to specific user(s) or not; (2) messages become publicly aggregated together across users; and (3) users can decide whose messages they wish to receive, but not necessarily who can receive their messages. (Murthy 2018: 11)

Im Unterschied zu vielen anderen sozialen Medien, wie etwa FACEBOOK, sind die Beziehungen zwischen User:innen also oftmals nicht symmetrisch. Folgt ein/e User:in einem Account, muss der/die Accountinhaber:in ihm oder ihr nicht zwangsläufig ebenfalls folgen (vgl. Ebersbach et al. 2016: 87). Die ersten Microblogging-Plattformen waren nicht darauf ausgerichtet, den konversationellen Austausch zwischen

---

<sup>11</sup> Zu nennen ist hier vor allem DEREKO, das Deutsche Referenzkorpus, das deutschsprachige Texte aus der Gegenwart und der neueren Vergangenheit umfasst und über die Abfragesysteme COSMAS II und KORAP nutzbar ist: <https://www1.ids-mannheim.de/kl/projekte/korpora/> (21.07.2022).

Nutzer:innen zu befördern. Heute sind die Referenz auf und die Adressierung von User:innen wichtige Funktionen, die nicht mehr wegzudenken sind und die wechselseitige Interaktion anregen können. Sowohl die Bereitstellung von Informationen als auch der Austausch unterschiedlicher Meinungen bilden zentrale Merkmale von Plattformen wie TWITTER (vgl. Zappavigna 2017: 209). So zeichnet sich die

Twitter-Kommunikation [...] dementsprechend durch eine hybride Struktur aus, die monologische und dialogische Sequenzen gleichermaßen ermöglicht. [...] [D]er Selbstwahl-Mechanismus auf Twitter [stellt] sicher, dass die Kommunikation auch weiterläuft, ohne dass ein Akteur auf einen Tweet reagiert. (Bucher 2019: 312)

Der Microblogging-Dienst TWITTER ist seit 2016 online. Laut eigenen Angaben sind international 152 Millionen User:innen täglich auf der Plattform aktiv.<sup>12</sup> Für TWITTER gilt, wie für alle Social-Media-Plattformen auch, dass es einem stetigen Wandel unterliegt. Die Unternehmen sind daran interessiert, die Anwendungen kontinuierlich anzupassen bzw. zu optimieren (vgl. Stefanowitsch 2020: 188), um damit auch die Attraktivität ihrer Dienste zu erhöhen. Seit 2017 kann ein Tweet, der die „zentrale Bedeutungseinheit“ (Dang-Anh 2019: 110) auf TWITTER ist, statt 140 maximal 280 Zeichen umfassen. Private, also nicht-öffentliche Kommunikation über Nachrichten ist ebenfalls möglich. Alle mithilfe einer Mailadresse angemeldeten Nutzer:innen verfügen über ein eigenes Profil, das neben persönlichen Angaben, wie dem Geburtstag oder einem Foto, auch Platz für eine Biografie in Form einer Kurzbeschreibung bietet. Neben dem Profildfoto kann außerdem ein Hintergrundbild hochgeladen werden, das dem Profil eine persönlichere Note verleiht. Jede/r User:in erhält außerdem ein sogenanntes *Handle* (dt. Anzeigename), das durch die Zeichenfolge @NAME angegeben wird. Im Gegensatz zum Profilnamen lässt sich dieses nicht verändern und wird jedem Account einmalig zugewiesen. Das Handle erscheint auch in der URL des Accounts und wird verwendet, wenn ein/e User:in adressiert wird. Darüber hinaus gibt es bei TWITTER zahlreiche verifizierte Accounts, die durch ein blaues Häkchen

---

<sup>12</sup> Die Zahlen stammen aus dem eigens von TWITTER herausgegebenen *Letter to Shareholders*, vgl. [https://s22.q4cdn.com/826641620/files/doc\\_financials/2019/q4/Q4-2019-Shareholder-Letter.pdf](https://s22.q4cdn.com/826641620/files/doc_financials/2019/q4/Q4-2019-Shareholder-Letter.pdf) (21.07.2022) und beziehen sich auf das 4. Quartal 2019. Gezählt wurde die *Monetizable Daily Active Usage*, die sich nur auf jene Nutzer:innen bezieht, denen Anzeigen über TWITTER zugänglich gemacht werden. Darin sind nicht die User:innen eingeschlossen, die Dashboard-Anwendungen, wie beispielsweise TWEETDECK verwenden, vgl. dazu auch <https://www.futurebiz.de/artikel/twitter-statistiken-nutzerzahlen/> (21.07.2022). TWEETDECK ist eine mittlerweile von TWITTER aufgekaufte Anwendung, mit der nicht nur mehrere TWITTER-Konten parallel verwaltet, sondern auch Beiträge geplant werden können, vgl. <https://help.twitter.com/de/using-twitter/how-to-use-tweetdeck> (21.07.2022).

gekennzeichnet sind. Diese Markierung kann nur durch TWITTER selbst erfolgen und das Verifizierungszeichen ist immer hinter dem Accountnamen platziert. Wie im Hilfe-Center von TWITTER zu lesen ist, wird ein Account verifiziert, „wenn festgestellt wird, dass er von öffentlichem Interesse ist“<sup>13</sup>. Verifiziert werden beispielsweise Accounts von Persönlichkeiten wie Schauspieler:innen oder Musiker:innen, aber auch die Profile politischer Parteien oder Fernsehsender.

Über die Datenschutz- und Sicherheitseinstellungen lässt sich festlegen, für wen die geposteten Inhalte sichtbar sind, also ob das Folgen einer Person zuerst genehmigt werden muss. Der/die Nutzer:in kann auch darüber entscheiden, ob Direktnachrichten von allen oder nur von den Accounts empfangen werden können, denen gefolgt wird. Zusätzlich ist es beispielsweise möglich, Angaben zu Standortinformationen in Postings oder Lesebestätigungen bei Direktnachrichten auszuwählen.

Wie fast alle Plattformen kann auch TWITTER über einen Browser oder über eine App bei der Verwendung von Smartphones oder Tablets aufgerufen werden. Zudem gibt es eine angepasste Browser-Ansicht auf dem Smartphone bzw. Tablet, wenn die TWITTER-App nicht installiert ist. Je nach Zugriffsform (Browser oder App), Browsertypen (z. B. GOOGLE CHROME oder SAFARI) oder individuellen Einstellungen können diese jeweiligen Sichten stark variieren. Hierin zeigt sich, dass Daten digitaler Kommunikation keine Gestaltstabilität haben. Dynamik und Adaptivität als Merkmale von Hypertexten (vgl. Storrer 2008: 325 ff.) führen zwangsläufig dazu, dass durch Screenshots nur eine Momentaufnahme des Interaktionsgeschehens abgebildet wird. Diese Herausforderung, die sich bei der Arbeit mit Daten aus Social-Media-Umgebungen ergibt, wird im empirischen Teil der Arbeit (Kap. 6) in Bezug auf die Datenerhebung und -aufbereitung relevant.

Die Unterschiede zwischen App- und Browser-Ansicht werden in den Abbildungen 1 und 2 deutlich. In der App-Ansicht werden Bilder, GIFs oder Videos erst über Hyperlinks zugänglich gemacht bzw. durch das Aufrufen des Postings. Die Navigation durch die Timeline, die die Postings der abonnierten Kanäle des/der User:in anzeigt, aktiviert diese Elemente nicht automatisch, so wie es bei der Browser-Ansicht der Fall ist. Dort wird ein GIF beispielsweise direkt abgespielt, wohingegen in der App-Ansicht erst der entsprechende Hyperlink angeklickt werden muss. Dieser

---

<sup>13</sup> <https://help.twitter.com/de/managing-your-account/about-twitter-verified-accounts> (21.07.2022).

Umstand kann einen Einfluss auf das Produktions- und Rezeptionsverhalten der User:innen haben.

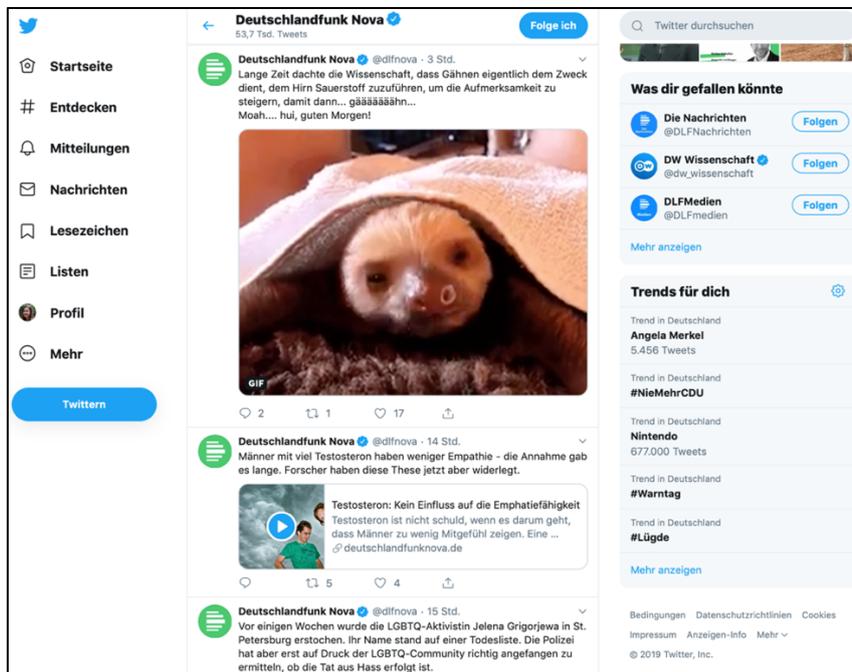


Abbildung 1: Darstellung eines TWITTER-Profiles in der Browser-Ansicht (gescrollt)



Abbildung 2: Darstellung eines TWITTER-Profiles (links) und eines einzeln aufgerufenen Postings (rechts) in der App-Ansicht (iOS)

Über die Browser-Ansicht werden den Nutzer:innen verschiedene Angebote gemacht. Auf der linken Seite befinden sich Schaltflächen zur Navigation durch die Plattform. So kommen User:innen beispielsweise zu ihren persönlichen Profilen, können private Nachrichten lesen oder Hashtags entdecken.

Bucher (2019: 293) beschreibt die besonderen Interaktionsstrukturen in der TWITTER-Kommunikation, die darauf zurückzuführen sind, dass „[z]usammenhängende Tweet-Sequenzen [...] nicht in unmittelbar räumlicher Nachbarschaft stehen“ müssen. Da die „Sprecherorganisation ausschließlich durch Selbstwahl erfolgt“ und nicht durch den Eingriff einer ordnenden Moderation, ist die Beteiligung an einer Kommunikation ständig möglich und die „Aneinanderreihung von Beiträgen“ erfolgt „zeitlich“ (Bucher 2019: 293). Da es sich bei TWITTER allerdings um „eine algorithmisch generierte Kommunikation“ handelt, gibt es, im Unterschied zu Gesprächen, keine „natürliche Abfolge von Kommunikationsbeiträgen“ (Bucher 2019: 293). Auf der Grundlage dieser Überlegungen erläutert Bucher die drei grundlegenden Organisationstypen bei TWITTER, „die Abfolge der einzelnen Tweets zu organisieren“ (Bucher 2019: 293). Auf der „eigenen *Twitter-Profilseite* [Hervorhebungen im Original]“ (Bucher 2019: 293) in der zentralen, mittleren Spalte (Abb. 3) befinden sich ähnlich wie bei einem Blog chronologisch aufgelistet die Postings (Tweets und Retweets) des jeweiligen Accounts. Der/die User:in kann außerdem Postings anheften. Mithilfe dieser Funktion können Beiträge weiterhin ganz oben gelistet werden – unabhängig von ihrem Veröffentlichungszeitpunkt.

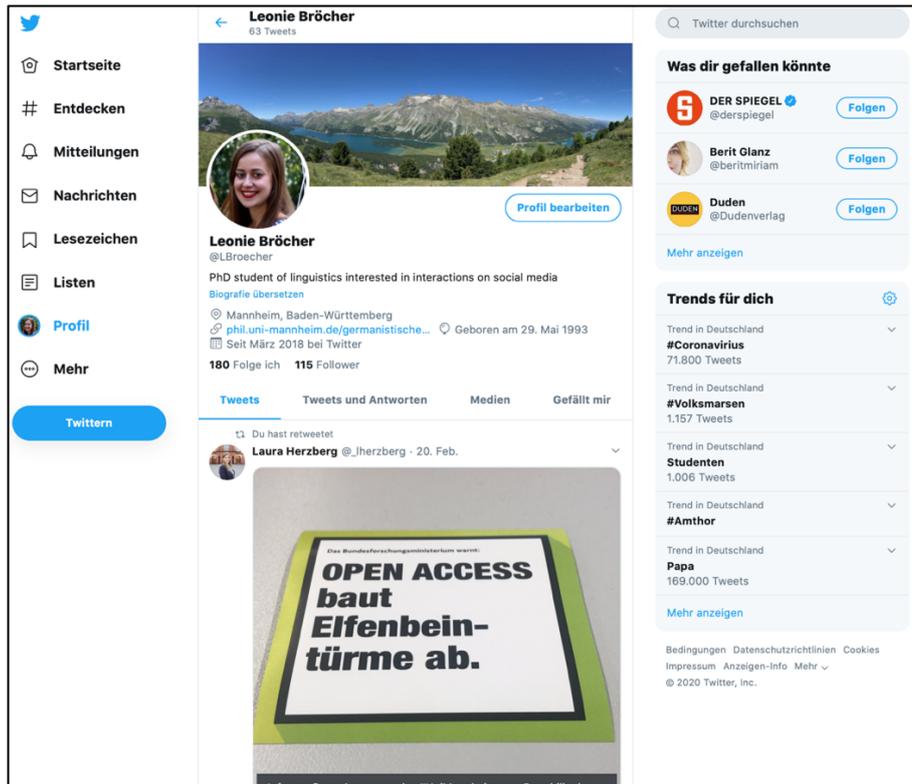


Abbildung 3: Darstellung der TWITTER-Profilseite in der Browser-Ansicht

In der sogenannten persönlichen *Timeline* hingegen, die auf der Startseite von TWITTER erscheint, werden jene Beiträge der Accounts angezeigt, die ein/e User:in abonniert hat. Hinzu kommen außerdem Postings, die von abonnierten Accounts gelikt oder retweetet wurden. Das führt dazu, dass in der persönlichen Timeline auch Accounts erscheinen, denen man selbst nicht folgt. Bucher bezeichnet diese Auflistung als „personalisierten Kommunikationsausschnitt aus der Twitter-Sphäre“ (Bucher 2019: 293).

Die dritte Organisationsform bezieht sich auf Hashtags. Über diese können Beiträge zu einem Thema gefunden werden, die ebenfalls nach Aktualität („Neueste“) (vgl. Bucher 2019: 293), aber auch nach anderen Kriterien, wie „Top“, „Fotos“, Personen“ oder „Videos“ in algorithmisierter Form geordnet werden können (vgl. dazu Abb. 4). Auf das Hashtag als spezielle Form eines Hyperlinks wird später noch ausführlicher eingegangen.



Abbildung 4: Suchmaske mit Filteroptionen

Neben den beschriebenen Organisationstypen gibt es zudem rein durch Algorithmen generierte Vorschläge, die für User:innen interessant sein könnten. Rechts auf der Profilseite unter der Überschrift „Was dir gefallen könnte“<sup>14</sup> werden Accounts aufgelistet, die auf Grundlage der bereits abonnierten Kanäle von TWITTER vorgeschlagen werden. Im Bereich „Trends für dich“ finden sich Themen und Hashtags, die durch den persönlichen Standort und die abonnierten Accounts für die Nutzer:innen relevant sein könnten (vgl. dazu Abb. 3).

Die zentrale Informationsübermittlung bei TWITTER erfolgt, wie bereits angedeutet, über den Tweet, der in Form eines Postings versendet wird (vgl. dazu Kap. 3.1 zur Beschreibungssprache). Die User:innen werden auf der Startseite dazu aufgefordert, auf die Frage „Was gibt’s Neues?“ zu reagieren. Neben schriftsprachlichem Material können auch multimodale Elemente, wie Bilder, Emojis oder GIFs und mittlerweile sogar auch Umfragen eingebettet werden. Bei der Integration von GIFs werden im Rückgriff auf eine Datenbank thematisch sortierte Vorschläge zur Auswahl unterbreitet.

Des Weiteren gibt es die Möglichkeit, auf unterschiedliche Weise auf ein bestehendes Posting zu reagieren. Dazu können die unter einem Posting befindlichen Schaltflächen verwendet werden (siehe Abb. 5).



Abbildung 5: Schaltflächen unter einem Posting bei TWITTER

Über die Sprechblase kann auf direktem Weg auf ein Posting geantwortet werden. Zusätzlich „gibt es eine Konvention, die dem Weiterleiten von E-Mails entspricht. Die sogenannten Retweets sind Nachrichten, die ein Twitterer interessant findet und sie daher an seine Follower weitergeben will“ (Ebersbach et al. 2016: 88). Stellt ein Plattformbetreiber bestimmte Funktionen zur Verfügung, verändern diese auch die Kommunikation der Nutzer:innen. So halten Marx/Weidacher (2014: 58) fest: „Die Benützer eines Mediums wählen im Allgemeinen auch aus den jeweiligen Affordances aus, wenn sie kommunizieren, und entwickeln so quasi die Formen mit.“ Diese sogenannten Affordances entwickeln sich im Laufe der Zeit weiter und werden auch an die Bedürfnisse und Forderungen der Social-Media-Nutzer:innen angepasst. Anfänglich

<sup>14</sup> Zum Abgabezeitpunkt der Arbeit im Sommer 2022 hieß die entsprechende Rubrik „Wem folgen?“.

musste ein Posting mit den Buchstaben RT manuell markiert werden, um als Retweet gekennzeichnet zu werden (vgl. Zappavigna 2017: 211 f.). Heute genügt ein Klick auf den von TWITTER angebotenen RT-Button (vgl. Abb. 5), um ein Posting an die eigenen Follower:innen weiterzuleiten. Durch das Klicken auf das Symbol mit den zwei Pfeilen in Abbildung 5 eröffnen sich den User:innen zwei Optionen: Das Posting kann entweder mit oder ohne Kommentar geteilt bzw. retweetet werden. Das bedeutet, dass ein/e User:in den Inhalt nicht nur verbreiten, sondern zugleich auch kommentieren und einordnen kann. Durch die Retweet-Funktion kann ein Posting auf einfachem und schnellem Weg eine größere Reichweite erzielen.

Mit einem Klick auf das Herzsymbol signalisiert der/die User:in, dass ihm/ihr ein Beitrag gefällt. Über die Schaltfläche ganz rechts in Abbildung 5 kann ein Posting per Direktnachricht versendet, zu den Lesezeichen hinzugefügt, der Link zum Posting oder das Posting selbst über andere Anwendungen (z. B. via Mail) geteilt werden.

Das @-Zeichen fungiert bei TWITTER als Operator und macht einen Account auffindbar. Antwortet ein/e User:in auf ein Posting, indem er/sie auf die Sprechblase klickt, wird der entsprechende Account automatisch mithilfe des @-Operators adressiert, inklusive aller im Posting adressierten Accounts. Bei der Verwendung des @-Zeichens, ob automatisch oder manuell eingefügt, erfolgt eine direkte Verknüpfung durch einen Hyperlink. Dem/der User:in werden je nach Eingabe des Anfangsbuchstabens Vorschläge für Accounts gemacht. Zappavigna (2017: 209 f.) beschreibt verschiedene Funktionen, die Adressierungen mithilfe des @-Operators übernehmen können. Richten User:innen ein Posting unmittelbar an eine Person, wird die Adressierung als deiktische Markierung verwendet. In dieser Funktion stehen Markierungen mit @-Zeichen meist zu Beginn eines Beitrags, sie können aber ebenso in die Mitte oder ans Ende gesetzt werden. An diesen Stellen werden sie jedoch meist als Referenz auf Nutzer:innen verstanden (vgl. Zappavigna 2017: 209). Das Erwähnen von User:innen mit @User:in kann, wie Zappavigna (2017: 210) erläutert, auch als Mittel zur Selbstdarstellung dienen, da die Follower:innen der markierten Person das Posting ebenfalls in ihrer Timeline sehen können. Derartige Nennungen können darüber hinaus über die Suchfunktion gefunden werden. Der/die User:in wird per Mitteilung zusätzlich über die Erwähnung benachrichtigt.

Ein für TWITTER charakteristisches Element ist das bereits erwähnte Hashtag, bestehend aus dem englischen Kompositum „hash“ für Raute und „tag“ für Markierung. Hashtags bieten User:innen die Möglichkeit, ihre Postings mit Schlagwörtern zu

versehen (vgl. Zappavigna 2017: 213). Bei der Verwendung von Hashtags erfolgt automatisch eine Verknüpfung mithilfe eines Hyperlinks. Die Verlinkung wird auch durch die blaue Einfärbung sichtbar. Durch das Anklicken dieses Links lassen sich weitere Beiträge mit demselben Hashtag finden (vgl. Stefanowitsch 2020: 188). Man kann Hashtags daher auch als eine spezielle Form von Hyperlinks beschreiben. Diese können sich auf das Thema des Postings beziehen und von anderen User:innen eingesetzt werden, um ebenfalls etwas zum Diskurs beizutragen. Das folgende Beispiel zeigt den Anlass eines Postings, hier ein Spendenaufruf („#einentgegennazis“).



Abbildung 6: Posting mit Hashtags<sup>15</sup>

Zappavigna (2018: 41) erläutert in ihrer Studie SEARCHABLE TALK, welche Funktionen Hashtags übernehmen können und verweist schon durch den Titel auf ein charakteristisches Merkmal des Hashtags, nämlich dass er über die TWITTER-Suche auffindbar ist. Wenn Zappavigna (2018: 41) von der „discourse organizing function“ spricht, sieht sie im Hashtag in erster Linie ein Mittel, um Diskurse zu bestimmten Personen, Themen oder Veranstaltungen zu markieren oder sie im Gegenzug zu

<sup>15</sup> Wenn nicht speziell darauf hingewiesen wird, handelt es sich bei den Beispielen um Daten aus dem für die vorliegende Arbeit erhobenen Set.

finden (vgl. Zappavigna 2018: 26 ff.). Besonders im Zusammenhang mit aktuellen politischen oder gesellschaftlichen Ereignissen, wie beispielsweise bei Wahlen oder großen Kulturveranstaltungen, werden Hashtags eingesetzt. In letzter Zeit wurden sie häufig auch von politischen oder gesellschaftlichen Bewegungen verwendet – man denke etwa an #metoo<sup>16</sup> oder #wirsindmehr<sup>17</sup>. Diese gleichermaßen verbindende wie mobilisierende Dimension hebt auch Murthy (2018: 36) hervor: „Microblogging, more than many web spaces, is event-driven. Indeed, part of Twitter’s ‚seductive‘ power is the perceived ability of users to be important contributors to an event.“ Zappavigna (2012: 90 f.) betont in diesem Zusammenhang die Zeitsensitivität von Hashtags. So sind zu Zeiten von Großveranstaltungen, etwa bei Weltmeisterschaften oder während der Olympischen Spiele, die darauf verweisenden Hashtags oftmals sehr dominant. Mit Blick auf die zeitlichen Aspekte der TWITTER-Kommunikation erklärt sie:

Twitter language is highly temporally bound, since the medium affords real-time updating – meaning that people will often post about events as they happen and about topics that are on their mind at a particular time, often in reaction to shared situations. (Zappavigna 2012: 177)

Hashtags und die damit verbundenen Kampagnen und Trends können aus diesem Grund schnell an Relevanz einbüßen.

Neben dem rein informativen Wert von Hashtags nimmt Zappavigna (2018: 41) weitere mögliche kommunikative Aufgaben der TWITTER-Verschlagwortung in den Blick. Dabei überträgt sie die Überlegungen von Halliday (1978) zu den Metafunktionen<sup>18</sup> von Sprache auf die Funktionen von Hashtags. Hier nennt die Autorin zunächst die „experiential function“ (Zappavigna 2018: 42). Damit gemeint ist die „Repräsentation von Erfahrungen“ bzw. die „Abbildung der Welt ‚um uns‘ und ‚in uns‘ mit Hilfe sprachlicher Ressourcen“ (Huemer 2014: 89). Übertragen auf Hashtags werden auf diese Weise Prozesse und Zusammenhänge sichtbar. Für Außenstehende können solche Hashtags häufig unverständlich sein, da sie gerne in Form von Akronymen oder Abkürzungen vorkommen (vgl. Zappavigna 2018: 46). In einem zweiten

---

<sup>16</sup> #metoo sorgte im Oktober 2017 für Aufmerksamkeit, als zahlreiche weibliche Persönlichkeiten den Filmproduzenten Harvey Weinstein des sexuellen Missbrauchs beschuldigten. Über die sozialen Netzwerke machten Frauen unter #metoo ihre persönlichen Erfahrungen mit sexuellen Übergriffen publik. Es wurden millionenfach Beiträge gepostet (vgl. dazu Hillstrom 2019).

<sup>17</sup> Nach dem Mord an Daniel H. in Chemnitz organisierten verschiedene Bands und Künstler, wie KRAFTCLUB, K.I.Z oder MARTERIA, ein kostenloses Konzert unter dem Motto „Wir sind mehr“ und setzten damit ein Signal gegen Rechtsextremismus (vgl. SZ-Artikel von Nimz/Rietzschel 2018).

<sup>18</sup> Zu den Metafunktionen vgl. auch Halliday/Matthiessen (2004: 29 ff.).

Schritt beschreibt sie die „interpersonal function“ (Zappavigna 2018: 43). In diesem Fall wird ein Hashtag verwendet, um Beziehungen aufzubauen, indem beispielsweise ein bewertender Kommentar am Ende des Postings abgegeben wird. Zappavigna (2018: 43) führt hier beispielhaft ein Posting an, das am Ende mit dem #HORRRIFIC!! markiert ist und auf diese Weise einordnend wirkt. Schließlich versteht die Autorin unter „textual function“ (Zappavigna 2018: 43), dass das Hashtag als eine Art Sonderzeichen verwendet wird, das anzeigt, dass Metainformationen gegeben werden. Dabei sind nicht Metadaten im engeren Sinn gemeint, die von der Plattform automatisch generiert werden, wie etwa Zeitstempel, sondern von der Community selbst entwickelte Schlagwörter zu Diskursen.

Abgesehen von Hashtags als spezielle Art von Hyperlinks können auch andere Links in ein Posting eingebunden werden. Auf diese Weise ist es einem/r User:in möglich, direkt auf eine externe Seite zu gelangen. In der App-Ansicht werden darüber hinaus multimodale Elemente, wie Bilder, GIFs oder Videos per Hyperlink angezeigt. Wie der Vergleich der beiden Darstellungsweisen bereits gezeigt hat, muss dieser Link anders als bei der Browser-Ansicht also erst aktiviert werden, bevor multimodales Material sichtbar wird.

### **3. Untersuchungsgegenstand: GIFs auf TWITTER**

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit dem zentralen Untersuchungsgegenstand der Arbeit, den sogenannten GIFs, ihren Besonderheiten sowie ihrer Verwendung auf TWITTER. Zunächst soll eine Beschreibungssprache eingeführt werden, um die betrachteten Elemente voneinander abzugrenzen und präzise zu erfassen sowie ihre Einbettung auf TWITTER zu veranschaulichen. Dabei wird in Teilen auf das bereits bestehende Schema der „Special Interest Group: Computer-Mediated Communication“ der TEXT ENCODING INITIATIVE (TEI) zurückgegriffen (vgl. Beißwenger et al. 2012). Da die einzelnen Segmente innerhalb eines Postings bei der empirischen Analyse (Kap. 6) detailliert beschrieben und deren Bezüge zueinander erläutert werden sollen, wird dazu eine eigene Terminologie eingeführt.

Im darauffolgenden Unterkapitel wird anhand eines historischen Abrisses die Entstehungsgeschichte von GIFs skizziert und die Bedeutungserweiterung der Bezeichnung für ein Dateiformat hin zu einem Internetphänomen nachverfolgt.

Ein Überblick über den aktuellen Forschungsstand vor allem zu Funktionen verschiedener Graphicons in der internetbasierten Kommunikation schließt an dieses Unterkapitel an, um davon ausgehend die Besonderheiten von GIFs, ihre Materialität und ihre Qualität genauer in den Blick zu nehmen.

### **3.1 Beschreibungssprache**

Im Folgenden soll eine Terminologie eingeführt werden, die den TWITTER-spezifischen Merkmalen gerecht wird und einzelne Segmente von Postings sowie die Anordnung mehrerer Postings beschreibbar macht. Die hier eingeführte Terminologie wird später im empirischen Teil der Arbeit (Kap. 6) angewendet.

An einigen Stellen stützt sich die Beschreibungssprache auf das Basisschema für die Repräsentation von Korpora internetbasierter Kommunikation auf der Grundlage der GUIDELINES FOR ELECTRONIC TEXT ENCODING AND INTERCHANGE der TEI (vgl. dazu Beißwenger 2018; Beißwenger et al. 2012).

Ziel ist es, Strukturen und Bezüge abzubilden und sie beschreibbar zu machen. Es geht darum, klassifizierte Einheiten und ihre Beziehungen untereinander offenzulegen. So sind Social-Media-Daten im Gegensatz zu Texten nicht linear aufgebaut und folgen aufgrund ihrer hypertextuellen Struktur ganz anderen Regeln, die vor allem für die Erzeugung und Rekonstruktion von Sinnzusammenhängen eine Rolle spielen (vgl. dazu Kap. 6.3.2.3). Die Beschreibung der Mikro- und Makrostruktur dient später auch dazu, Besonderheiten herauszuarbeiten, die internetbasierte Kommunikation von Gesprächen und Texten etwa in Bezug auf Zeitlichkeitsbedingungen und Sequenzialität unterscheiden.

#### **3.1.1 Datentypen und Strukturebenen**

In der Korpuslinguistik wird zunächst zwischen verschiedenen Datentypen unterschieden: den Primärdaten, den Metadaten und den Annotationen<sup>19</sup>. Für die vorliegende Arbeit sind neben den Primär- und Metadaten auch Strukturebenen (Beißwenger 2018: 330 f.) relevant, die später konkreter beschrieben werden. Bei den Primärdaten, den

---

<sup>19</sup> Annotationen sind „Daten, mit denen Primärdatensegmenten linguistische oder Strukturinformationen zugeordnet werden“ (Beißwenger 2018: 331). Da sie für die vorliegende Arbeit nicht relevant sind, werden sie an dieser Stelle nicht weiter beschrieben.

„eigentlichen Nutzdaten“, geht es mit Blick auf internetbasierte Kommunikation um „Dokumente [...], die eine Abfolge von Postings in einer bestimmten Art der Strukturierung enthalten, die von zwei oder mehreren Autoren produziert wurden“ (Beißwenger 2018: 330 f.). Metadaten werden wie folgt definiert:

Daten, die die Primärdaten beschreiben und die benötigt werden, um die im Korpus dokumentierte Primärdatenstichprobe als solche und auch die darin dokumentierte Form der Sprachverwendung (die im Falle von IBK-Daten interaktiv organisiert ist) zu kontextualisieren. (Beißwenger 2018: 331)

Bei Textkorpora werden etwa Angaben zu den Autor:innen und dem Entstehungszeitpunkt gemacht (vgl. Lemnitzer/Zinsmeister 2015: 13). Bei Chat-Korpora werden beispielsweise häufig Auskünfte zu Alter und Geschlecht der Interaktionsteilnehmer:innen gegeben. Metadaten können aber auch „Daten zur Plattform, zum Plattformbetreiber, zum Datum des Downloads bis hin zu einer Beschreibung der Kommunikationssituation aus Nutzersicht“ (Lüngen/Kupietz 2020: 328) sein. Gerade Zeitstempel und Adressierungen können bei der Analyse interaktionaler Kohärenz entscheidende Informationen liefern (vgl. dazu Kap. 6.3.3.2).

Beißwenger et al. (2012) liefern in ihrem Aufsatz ein XML-Schema<sup>20</sup> für internetbasierte Kommunikation (IBK), das an das Dokumentenformat TEI (Text Encoding Initiative) angelehnt ist. Von den Autor:innen wird zunächst der *Post* bzw. das *Posting* als typische Grundeinheit internetbasierter Kommunikation benannt. Beißwenger et al. (2012: 12) bezeichnen es als „the basic structural element of a CMC document“, merken aber auch an, dass ein Posting „the pivot between the higher level macrostructural components thread and logfile“ ist. Das Posting umfasst die größte Struktureinheit, die einer/einem konkreten Benutzer:in zu einer bestimmten Zeit zugeordnet werden kann. Funktional dient es als Beitrag in einer Interaktion, das von den jeweiligen Nutzer:innen zu einem konkreten Zeitpunkt versendet wird. Das Posting wird als eine zusammenhängende Einheit dargestellt. Betrachtet man die Mikrostrukturebene, also die Elemente innerhalb eines Postings und „damit all diejenigen Formen der Strukturierung sprachlicher Äußerungen“ (Beißwenger 2018: 331), aber auch multimodaler Segmente, finden sich hier plattformübergreifend Regelmäßigkeiten. Im

---

<sup>20</sup> XML steht für Extensible Markup Language und ist ein einfaches und flexibles Textformat. Wurde es anfänglich dazu entwickelt, um den Herausforderungen des elektronischen Veröffentlichens gerecht zu werden, spielt XML auch beim Austausch großer Datenmengen im Web und anderswo eine immer tragendere Rolle. Vgl. <https://www.w3.org/XML/> (21.07.2022).

Folgenden sollen nun die Bestandteile eines Postings spezifisch für TWITTER beschrieben werden.

Ein Posting, das bei TWITTER *Tweet* heißt, besteht aus unterschiedlichen Bestandteilen. Zunächst enthält jedes Posting den *Anzeigenamen* des Accounts, von dem es versendet wurde. Dieser ist noch einmal von einem sogenannten *Nutzernamen* zu unterscheiden. Da die deutsche Übersetzung leicht mit dem *Anzeigenamen* zu verwechseln ist, wird im Folgenden die englische Bezeichnung *Handle* verwendet. Es macht den Account über die Suchfunktion auffindbar und erscheint in der URL des jeweiligen Profils. Das Handle besteht aus dem @-Operator und einem zwischen vier und fünfzehn Zeichen langen Namen. Jedes Posting ist darüber hinaus mit einem Zeitstempel<sup>21</sup> versehen, der über den Informationen zu Retweets und „Gefällt mir“-Angaben platziert ist und automatisch vom Server generiert und in das Posting integriert wird. Somit wird allen Postings die Uhrzeit sowie das Datum des Versendens zugeordnet. Jedes Posting kann maximal 280 Zeichen beinhalten. Neben Schrift-(Zeichen) können auch *multimodale Segmente* in ein Posting eingefügt werden. Um diese Elemente voneinander zu trennen, soll im Folgenden von *Textverlauf* die Rede sein, wenn schriftsprachliche Segmente gemeint sind. Multimodale Segmente können darüber hinaus in den Textverlauf eingebettet sein, etwa im Fall von Emojis. Sie können aber auch eine stabile Position innerhalb eines Postings einnehmen und somit nicht in den Textverlauf integrierbar sein. Diese Beobachtung gilt etwa für GIFs, die immer an der gleichen Stelle innerhalb eines Postings platziert sind.

Bei TWITTER ist es möglich, mithilfe des @-Operators einen Account über das Handle zu finden und somit automatisch ein Profil innerhalb des Textverlaufs zu verlinken. Auch Hashtags sind Teil des Textverlaufs. Die beschriebenen Segmente und ihre internen Bezüge bilden die Mikrostruktur.

Postings auf Social-Media-Plattformen stehen in Bezügen zueinander, die jeweils auf unterschiedliche Weise sichtbar werden und verschiedenen Anordnungslogiken entsprechen. Die Makrostruktur beschreibt, welche Bezüge grundlegend für die Anordnung und Sortierung der Postings in der Browser- bzw. App-Ansicht sind. Diese ist nicht strikt chronologisch, sondern bei TWITTER auch maßgeblich durch

---

<sup>21</sup> Der Zeitstempel in Abb. 7 wurde nachträglich in die Abbildung montiert, da die Zeitangaben bei der Erhebung der amerikanischen Uhrzeit entsprachen. Sie wurden entsprechend umgerechnet und eingefügt (vgl. dazu auch Kap. 6.2.1).

Algorithmen geprägt. Im Folgenden wird die Browser-Ansicht erläutert, da auch die Daten im Rahmen der vorliegenden Arbeit über diese Ansicht erhoben wurden.



Abbildung 7: Mikrostruktur auf TWITTER

Nach dem TEI-Schema wird grundsätzlich zwischen den zwei Strukturtypen *Logfiles* und *Threads* unterschieden, die jeweils die strukturelle Anordnung mehrerer Postings wiedergeben. Der Anordnungslogik eines Logfiles entspricht bei TWITTER die Sortierung der Postings auf der persönlichen Profilsseite eines Accounts. Die abgesendeten Postings und Retweets werden absteigend nach ihrem Verschickungszeitpunkt dargestellt. Allerdings lässt sich nicht rekonstruieren, wann genau ein Retweet abgesetzt wurde.

Die Startseite folgt einer anderen Anordnung. Zwar werden hier Postings, wenn User:innen die Einstellung „neueste Tweets“ auswählen, auf den ersten Blick chronologisch geordnet (Vorher-Nachher), sodass das aktuellste Posting eines abonnierten Kanals an oberster Stelle auf dem Anzeigegerät erscheint. Allerdings werden auch ältere Postings durch Retweets von Accounts, denen die jeweiligen User:innen folgen, in die Startseite aufgenommen. Zudem finden sich Werbeanzeigen zwischen den Postings, die optisch nicht zu unterscheiden und lediglich durch den Link „Gesponsert“ zu erkennen sind. Die Anordnung der Timeline-Startseite folgt somit einer vermeintlich

zeitlichen Logik, die aber offensichtlich algorithmisiert ist. Wird ausgewählt, dass die „besten Tweets“ zuerst angezeigt werden sollen, erfolgt eine rein algorithmisierte Anordnung der Postings.

Bei einem *Thread* erfolgt die Sortierung der Postings nicht nur zeitlich. Die zuletzt gesendeten Inhalte erscheinen zunächst an unterster Stelle (Beißwenger et al. 2012: 14 f.). Beiträge sind darüber hinaus aber auch einander zugeordnet. Neben der zeitlichen Ordnung gibt es zusätzlich also auch eine Reply-to-Relation (Posting X gehört zu bzw. bezieht sich auf Posting Y). Diese Beziehung zeigt an, dass ein Beitrag einem anderen Posting zugeordnet ist. Charakteristisch für makrostrukturelle Anordnungen allgemein ist, dass sie nicht aktiv von den beteiligten User:innen hergestellt und bestimmt werden, sondern „aus dem Zusammenspiel von Verschickungshandlungen zweier oder mehrerer Autoren *plus* den Aufbereitungs- und Vermittlungsroutinen der zugrunde liegenden Kommunikationstechnologie [Hervorhebungen im Original]“ (Beißwenger 2018: 331) resultieren. Die Anordnung erfolgt also durch die verwendete Plattform.

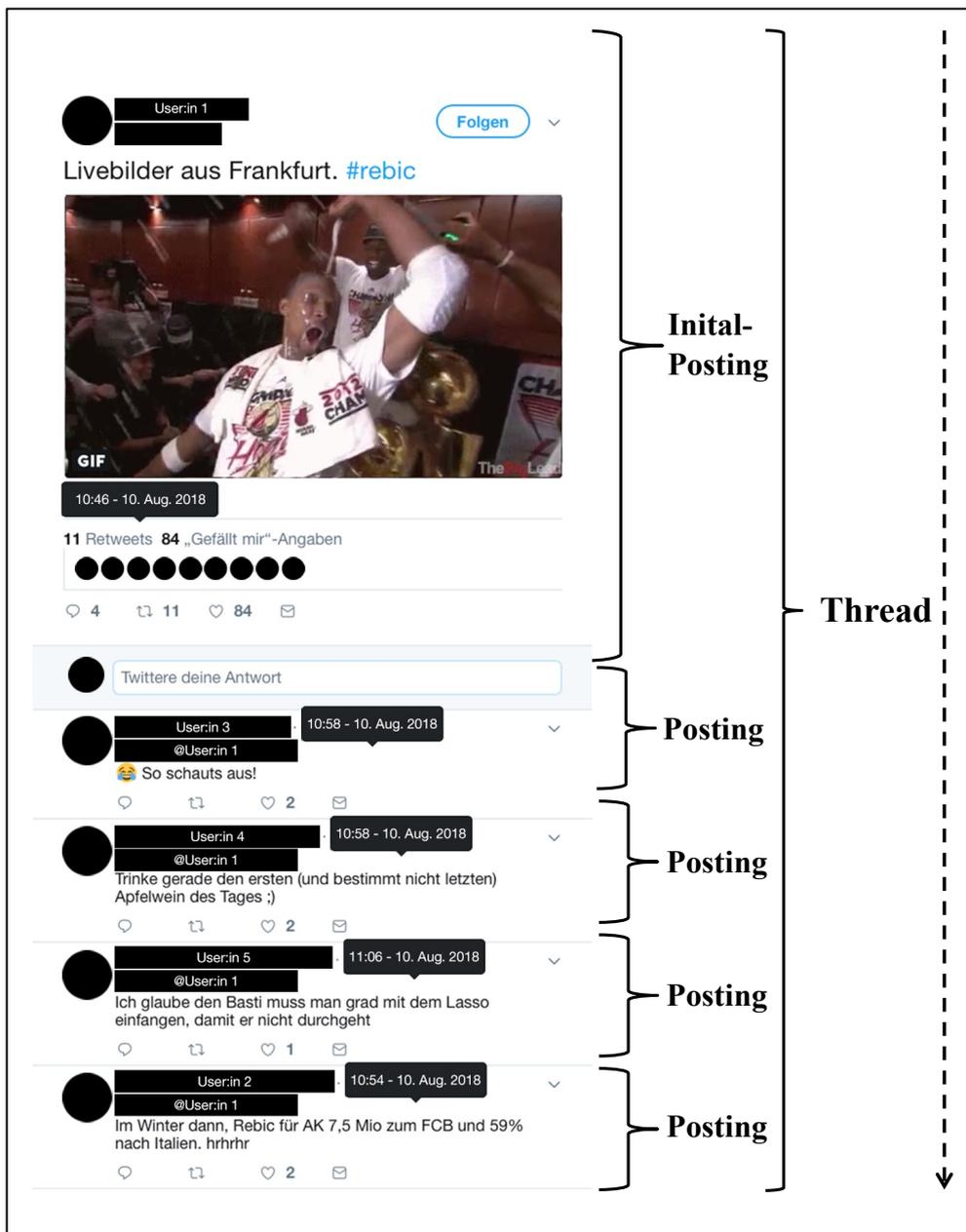


Abbildung 8: Makrostrukturtyp auf TWITTER, Anordnung nach Reply-to-Relation und Vorher-Nachher-Relation

Eine Threadstruktur lässt sich bei Sequenzen von Postings finden. Sendet ein/e User:in einen Beitrag ab und andere User:innen bzw. er/sie selbst reagieren auf das Posting, so werden die Antworten unterhalb des Initialpostings platziert (siehe Abb. 8). Der neueste Beitrag befindet sich zunächst am weitesten unten. Reagiert ein/e User:in auf ein Posting, das nicht das initiale war, wird das Posting räumlich unter dem adressierten Beitrag angeordnet. Die Postings werden auf diese Weise einem Beitrag als zugehörig angezeigt. In Abbildung 8 sind die Postings jeweils an das Initialposting adressiert. Zu beachten ist jedoch, dass diese Sortierung bei TWITTER nicht von Dauer ist. Nach einer gewissen Zeit werden die Reaktionen auf ein Posting danach geordnet,

wie viele Reaktionen (in Form von Likes, Retweets und Kommentierungen) ein Posting bekommen hat. So sieht man in Abbildung 9, dass ein Beitrag vom 11. August 2018 vor zwei Beiträgen vom 10. August 2018 steht, da dieses Posting mehr Reaktionen (hier ein Like) erhalten hat als die beiden anderen. Diese Beobachtung lässt die Adaptivität und Dynamik hypertextueller Umgebungen sichtbar werden, die zudem maßgeblich durch die Algorithmen von TWITTER geprägt sind. Hier wird also ein weiterer Strukturtyp generiert, der mithilfe des TEI-Schemas jedoch nicht beschreibbar ist. Sehr deutlich wird außerdem, dass die Anordnung der Postings durch die Plattform und nicht durch die Nutzer:innen erfolgt und somit nicht stabil ist.

Eine Anordnungsform, die vor allem bei TWITTER zu finden ist, ist die thematische Verknüpfung durch die Markierung mit Hashtags. Über die Suchleiste können Postings mit einem konkreten Hashtag gefunden werden. Die Postings mit Hashtags werden in chronologischer Reihenfolge angeordnet, folgen also der Logik einer Timeline, wenn der Filter „Neueste“ ausgewählt wird. Die Sortierung unter dem Filter „Top“ erfolgt durch einen Algorithmus. Hashtags erzeugen somit eine Makrostruktur, die einer chronologischen bzw. algorithmischen Logik folgt.

Denkbar ist also auch die Datenerhebung über ein ausgewähltes Hashtag, wenn ein Diskurs zu einem konkreten Thema in den Blick genommen werden soll (vgl. dazu Bucher 2019).



Abbildung 9: Screenshot vom 13.03.2020 mit nicht chronologisch sortierter Threadstruktur

Abgesehen von der Mikro- und Makrostruktur lässt sich noch eine weitere Ebene analysieren, die zwischen diesen beiden liegt. Auf dieser Meso- oder Verweisebene lassen sich Relationen zwischen Postings beschreiben. Bei Lungen und Herzberg (2019: 311 ff.) werden diese „reply relations“ für verschiedene Formen internetbasierter Kommunikation herausgearbeitet. Sie erläutern dabei drei verschiedene Typen von Antwortrelationen: „technical replies“, „indentations“ und „interpretative reply relations“. Für TWITTER sind besonders die technischen Antwortrelationen relevant, da die

Plattform es erlaubt, durch die Wahl des Antwortbutton auf ein Posting zu reagieren<sup>22</sup>. Aus diesen Antwortketten ergibt sich auch die für TWITTER typische Threadstruktur, da auf ein und dasselbe Posting mehrfach geantwortet werden kann, wie es etwa in Abbildung 8 zu sehen ist (vgl. Längen/Herzberg 2019: 312).

Hashtags und Adressierungen sind Segmente eines Postings, die auch in einer Timeline oder einem Thread in Beziehung zu anderen, nicht unmittelbar sichtbaren Postings stehen können (vgl. dazu auch „interpretative reply relations“ bei Längen/Herzberg 2019: 315). Die Verbindungen zwischen den Postings können auch interaktionsbezogen sein, wenn sich ein Posting technisch nicht direkt auf ein anderes, vorangegangenes Posting bezieht.

Die Trennung von Meso- und Makrostrukturen kann in digitalen Umgebungen mitunter schwierig sein, da Relationen zwischen Postings (etwa bei der Adressierung durch den @-Operator) möglicherweise die Grundlage für makrostrukturelle Anordnungen bilden. Bei der Arbeit mit Daten aus sozialen Medien kann und muss diese strukturelle Komplexität für die Analyse eingegrenzt werden. Die Datenerhebungsmethode muss sich dabei an der Forschungsfrage orientieren (z. B. bei Bucher (2019) Generierung der Daten über sendungsbegleitendes Hashtag).

### 3.1.2 GIFs als interaktive Einheiten

Das Grammatische Informationssystem GRAMMIS des LEIBNIZ-INSTITUTS FÜR DEUTSCHE SPRACHE stellt u. a. Erläuterungen zu Wortarten zur Verfügung. Neben den traditionellen Wortarten wie Nomen oder Adjektiven gibt es auch eine Kategorie „Funktionale Mischklassen“. Hier finden sich auch die sogenannten „Interaktiven Einheiten“, die dort wie folgt definiert werden:

Interaktive Einheiten fungieren im Unterschied zu den traditionellen Wortarten als selbständige Einheiten der Interaktion, tragen aber nicht zum kompositionellen Aufbau von Sätzen bei. Sie wirken gesprächssteuernd, indem sie Reaktionen auf Äußerungen zum Ausdruck bringen oder über Emotionen des Sprechers informieren.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Auf den Diskussionsseiten der WIKIPEDIA gibt es eine solche technisierte Antwortfunktion beispielsweise nicht. User:innen rücken ihre Beiträge in der Interaktion ein, um zu kennzeichnen, dass ein neuer Beitrag folgt (zu diesen sogenannten „indentations“ vgl. Längen/Herzberg 2019: 314 f.).

<sup>23</sup> GRAMMIS: Artikel zu Interaktiven Einheiten: <https://grammis.ids-mannheim.de/systematische-grammatik/904> (21.07.2022).

Dem traditionellen Verständnis von interaktiven Einheiten entsprechen Interjektionen, wie „ach“ oder „äh“ und Responsive, wie „ja“ und „nein“, die „als selbstständige kommunikative Minimaleinheiten fungieren“<sup>24</sup> können. Von dieser Auffassung interaktiver Einheiten ausgehend führen Beißwenger et al. (2012: 17) auch eine Bezeichnung für Elemente ein, die im Allgemeinen als internettypisch bezeichnet werden. So erweitern sie die zuvor beschriebenen „interaktiven Einheiten“ auch auf internettypische Phänomene und beschreiben mit „interaction signs“ neben Interjektionen und Responsiven folgende weitere Subklassen: „emoticons“, „interaction words“, „interaction templates“ und „addressing terms“ (Beißwenger et al. 2012: 18 Abb. 8). In ihrem Entwurf ordnen Beißwenger et al. auch GIFs in die Subklasse der „interaction templates“ ein und erläutern: „in the case of animated GIFs, they [interaction templates] can even portray entire scenes as moving pictures“ (Beißwenger et al. 2012: 24).

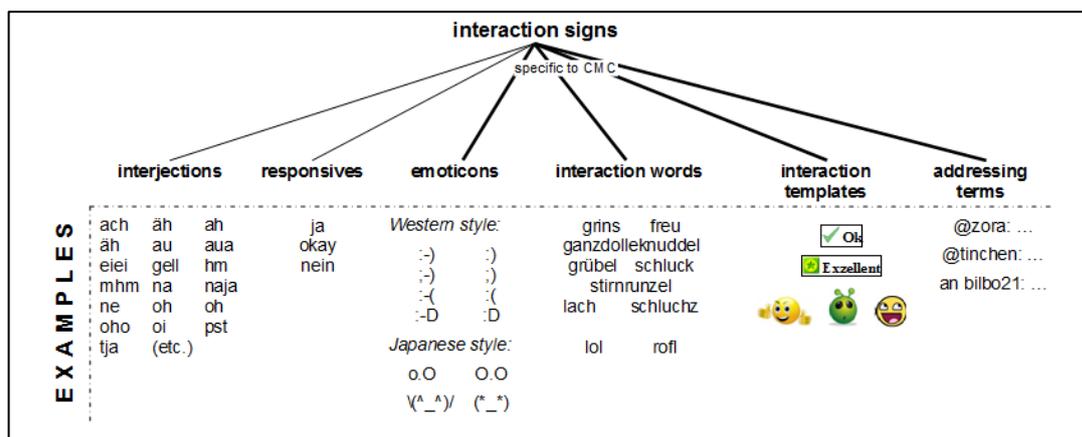


Abbildung 10: Typologie von Interaction Signs mit Beispielen (Beißwenger 2012: 18)

Die in Abbildung 10 aufgeführten Beispiele deuten bereits an, dass man gewissermaßen zwischen zwei Generationen von GIFs unterscheiden kann: GIFs 1.0 und GIFs 2.0 (vgl. dazu Kap. 3.2). Hier sind die GIFs erster Generation abgebildet.

Im empirischen Teil der Arbeit wird diese Erkenntnis angesichts der bildlichen Komplexität der analysierten GIFs offensichtlich. So ist es in einigen Fällen problematisch, noch von interaktiven Einheiten zu sprechen, können GIFs doch je nach Ausgestaltung deutlich mehr leisten, als es die oben zitierte Definition anbietet (vgl. dazu vor allem die kommunikativen Funktionen des *thematischen Entfaltens* in Kap. 6.3.1.6). Bei der Aufbereitung von Korpora sollte daher darüber nachgedacht werden,

<sup>24</sup> GRAMMIS: Artikel zu Interaktiven Einheiten: <https://grammis.ids-mannheim.de/systematische-grammatik/904> (21.07.2022).

GIFs zu kategorisieren, soweit dies mit Blick auf die inhaltliche Tiefe der Bewegtbildsequenzen überhaupt möglich ist, und nur bestimmte Arten von GIFs (etwa als emotionale Reaktionen auf Postings) als interaktive Einheiten zu kennzeichnen. Die im folgenden Kapitel nachgezeichnete Geschichte der GIFs verdeutlicht diesen Aspekt.

### 3.2 Graphics Interchange Format – vom Dateiformat zum Internettrend

Um besser zu verstehen, was GIFs ausmacht und in welchem Kontext sie entstanden sind, lohnt sich eine eingehendere Betrachtung ihrer Entwicklungsgeschichte. Denn die Bezeichnung GIF an sich ist nicht neu. Zunächst steht das Akronym für *graphics interchange format*, das im Online-Wörterbuch MERRIAM-WEBSTER<sup>25</sup> als „computer file format for the compression and storage of visual digital information“ beschrieben wird. Das von COMPUSERVE 1987 entwickelte Bildformat hat zwei Besonderheiten: Zum einen beschränken sich entsprechende Dateien auf 256 Farben, was vor allem dazu beiträgt, die Datenmenge stark zu reduzieren. Zum anderen wird der sogenannte LZW-Algorithmus zur Datenreduktion eingesetzt. Daher eignet sich das Format vor allem für Grafiken oder Logos, die oftmals deutlich weniger Farben umfassen (vgl. Fischer 2002: 124 f.). In den 1990er-Jahren fand man GIFs häufig auf selbstgebauten Homepages oder in Foren, beispielsweise in Form von kleinen sich bewegenden Smileys und pixeligen Bannern. Um die Jahrtausendwende ebte die Faszination für diese frühen GIFs ab (vgl. Baumgärtel 2020: 8). Vor allem die Microblogging-Plattform TUMBLR spielte beim Wiederaufleben von GIFs eine wichtige Rolle, da das Teilen dort dazu führte, dass GIFs weiterverbreitet wurden (vgl. Strauven 2020: 55). Im Jahr 2012 wurde das Verb „to gif“ vom OXFORD DICTIONARY<sup>26</sup> zum *US Word of the year* gekürt. Aus dem Dateiformat war 25 Jahre nach seiner Entstehung ein Internettrend geworden. Während im Englischen das Nomen GIF zum Verb „to gif“ konvertierte, ist der verbale Ausdruck im Deutschen nicht gebräuchlich. Das englische Verb beschreibt den Erstellvorgang eines GIFs, denn mittlerweile können User:innen selbstkreierte GIFs auch in den sozialen Medien nutzen. Inhaltlich sowie gestalterisch ist den GIFs somit keinerlei Grenze mehr gesetzt. Jede animierte Bildsequenz lässt sich ohne großen Aufwand in ein GIF-Format umwandeln und auf diese Weise schnell

---

<sup>25</sup> Merriam-Webster: Artikel zu GIF: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/GIF> (21.07.2022).

<sup>26</sup> <https://languages.oup.com/word-of-the-year/> (21.07.2022).

verbreiten. Eppink (2014: 298), der in seinem Aufsatz die Geschichte der GIFs kurz skizziert, fasst treffend zusammen: „They are not simply viewed: they are created, used, posted, collected, copied, modified, performed.“ Beim Ausdruck *GIF* liegt somit eine Polysemierung vor. Neben dem Dateiformat wird als GIF heute vor allem ein kurzer Clip bezeichnet.

In Rückgriff auf die russische Künstlerin Olia Lialina,<sup>27</sup> die sich in ihren Arbeiten u. a. mit GIFs beschäftigt, erläutert Strauven (2020: 57) zudem die Weiterentwicklung von GIFs. In diesem Zusammenhang differenziert sie zwischen GIFs 1.0 und GIFs 2.0 und erklärt: „[T]he GIF is making an evolution from container to context to content“. Diese Erläuterung spielt darauf an, dass GIFs früher vor allem in Homepages eingebettet wurden, da ihr Hintergrund transparent war (z. B. im Falle der „Under Construction GIFs“). Diese Besonderheit hat GIFs von vielen anderen Bildformaten unterschieden. Bei GIFs 2.0 ist diese Loslösung vom Hintergrund zwar nach wie vor möglich,<sup>28</sup> bei der Verwendung in internetbasierter Kommunikation jedoch weniger relevant. Wentz (2020: 49) beschreibt es treffend: „[D]as GIF 2.0, vor allem in Form der geloopten Clips, [ist] eher ‚Inhalt‘ von Seiten und weniger Teil von ihnen“. Das Verständnis von GIFs im alltäglichen Sprachgebrauch lässt sich wie folgt beschreiben:

Wenn wir heute über das GIF sprechen, wenn wir GIFs posten und mit und durch sie kommunizieren, dann meinen wir in den allermeisten Fällen eben nicht mehr das animierte Zappelgif, sondern extrem kurze, meist geloopte Clips, bestehend aus Momenten aus Filmen, Fernsehserien und -sendungen oder anderem popkulturellem oder auch privaten Bewegtbildmaterial, in letzterem Fall vor allem Kinder- und Katzen-Content. (Wentz 2020: 43)

Dementsprechend sind, wenn von GIFs die Rede ist, heute in aller Regel und auch im Rahmen der vorliegenden Arbeit GIFs 2.0 gemeint, die „seit Ende der Nullerjahre in den Sozialen Medien als Kommentar oder Replik“ (Baumgärtel 2020: 26) verbreitet werden. Hierbei handelt es sich um kurze, animierte Sequenzen, die sich fortlaufend wiederholen und keine Tonspur enthalten. Gerade in dieser Begrenzung liegt auch die Stärke von GIFs. So erfordert die Betrachtung eines längeren Videos eine weitaus größere Aufmerksamkeitsspanne. Darüber hinaus ist die Audiospur für Videomaterial

---

<sup>27</sup> Eines ihrer bekanntesten Werke ist *MY BOYFRIEND CAME BACK FROM WAR* aus dem Jahr 1996, bei dem die Künstlerin ebenfalls GIFs verwendete. Das Besondere und Innovative der Installation ist die Entfaltung des Narrativs mithilfe von Hyperlinks. Vgl. <http://www.teleportacia.org/war/> (21.07.2022).

<sup>28</sup> Strauven (2020: 57) verweist hier auf das sogenannte „Confused Travolta GIF“, das den Schauspieler in einer Szene aus dem Kultfilm *PULP FICTION* zeigt. Das GIF wurde in sehr unterschiedlichen Kontexten verwendet und Travolta vor neue Hintergründe (z. B. in andere Filmszenen) montiert.

meist ebenfalls unerlässlich. Ein GIF dagegen kann problemlos auch in öffentlichen Verkehrsmitteln oder bei Veranstaltungen unauffällig rezipiert werden, was mitunter ein Vorteil im Vergleich zu herkömmlichen Videos ist (vgl. Eppink 2014: 298 ff.).

Dass die kurzen Bewegtbildsequenzen in Endlosschleife im Trend liegen, wird schnell ersichtlich, wenn man sich im Internet umschaute. Immer mehr Plattformanbieter erweitern ihre Dienste so, dass Nutzer:innen GIFs in ihre Kommunikation integrieren können. Nicht nur WHATSAPP<sup>29</sup> und INSTAGRAM<sup>30</sup> bieten die Möglichkeit, GIFs in Postings zu platzieren, auch auf TWITTER können sie eingebunden werden. Seit 2016 hat der Microblogging-Dienst einen eigenen GIF-Button in seinem System implementiert, der es ermöglicht, mithilfe von Suchwörtern passende GIFs in der GIF-Bibliothek zu finden und auszuwählen<sup>31</sup>. Zuvor konnte lediglich durch die Kopie eines Hyperlinks ein GIF bei TWITTER eingefügt werden, was die Verwendung deutlich erschwerte. Rein formal betrachtet sind GIFs, die bei TWITTER gepostet werden, MP4-Dateien, die in Schleifen abgespielt werden, und keine GIF-Dateien (vgl. Baumgärtel 2020: 61). Dies macht auch ein Blick in den Quelltext deutlich.

Zwangsläufig verbunden mit der Verwendung von GIFs sind auch datenschutzrechtliche Fragen, denn längst werden in GIFs auch kurze Szenen und Ausschnitte aus Serien und Blockbustern oder Übertragungen von Großveranstaltungen wie den Fußballweltmeisterschaften oder den Olympischen Spielen verwendet. Gerne werden in die Sequenzen auch schriftsprachliche Elemente montiert, denn da es sich bei GIFs, wie bereits erwähnt, um ein Bildformat handelt, lässt sich bis dato kein Ton in die Datei integrieren. Man verwendet daher gerade bei Ausschnitten aus Filmen oder Serien gerne Untertitel, um einem Informationsverlust entgegenzuwirken.

### **3.3 Emoticons, Emojis, Sticker, GIFs – *Graphics* in der internetbasierten Kommunikation**

Mittlerweile ist die Verwendung von Emoticons, Emojis, Stickers, Bildern, Videos und GIFs aus der internetbasierten Kommunikation nicht mehr wegzudenken. Inzwischen haben sich sogar personalisierte Formen herausgebildet. Es lassen sich auch

---

<sup>29</sup> <https://it-blogger.net/whatsapp-messenger-fuer-iphone-version-2-16-15-ist-da/> (21.07.2022).

<sup>30</sup> Bei INSTAGRAM kann man seit September 2018 auch in Direktnachrichten GIFs verwenden. Vgl. <https://www.theverge.com/2018/9/20/17882910/instagram-direct-gif-support-private-messaging-giphy> (21.07.2022).

<sup>31</sup> Vgl. dazu den Artikel auf SPIEGEL ONLINE von Reißmann (2016).

individuell gestaltete Avatare in Form von Memojis<sup>32</sup> als Sticker versenden (vgl. Tanchis/Walder 2021: 72), die die Stimmungslage, das persönliche Erscheinungsbild oder eine Aktivität von Nutzer:innen pointiert wiedergeben und die Kommunikation persönlicher wirken lassen (vgl. Tang/Hew 2019: 2459). Bildhafte Elemente spielen in der internetbasierten Kommunikation offensichtlich eine immer größere Rolle und sind so zu einem konstitutiven Teil von Interaktionen geworden.

Herring/Dainas (2017)<sup>33</sup> führen in ihrer Untersuchung zu pragmatischen Funktionen von Bildelementen in FACEBOOK-Kommentaren den Sammelbegriff *Graphicons* ein. Die Autorinnen subsumieren darunter Emoticons, Emojis, Sticker, Bilder, Videos und GIFs (vgl. dazu Abb. 11). Zwar umfasst der Begriff sehr unterschiedliche Phänomene, etwa wenn man sich den sehr heterogenen Informationsumfang (z. B. von Emoticons und Videos) vor Augen führt. Dennoch macht er es erst möglich, über den Untersuchungsgegenstand selbst und die damit verbundenen Forschungserkenntnisse zu sprechen. Zudem hat der Begriff *Graphicons* gegenüber der Bezeichnung *grafische Elemente* den Vorteil, dass damit keine Schriftzeichen gemeint sind. *Graphicons* soll daher in der folgenden Arbeit als Oberbegriff verwendet werden. Auf die unter diesem Terminus zusammengefassten Phänomene wird im Folgenden kurz eingegangen, bevor Untersuchungen zu *Graphicons* erläutert werden, die für die vorliegende Arbeit relevant sind.

Zunächst fallen unter *Graphicons* die sogenannten Emoticons. Der Begriff *Emoticon* ist ein Portemanteau-Wort aus den Bestandteilen „emotion“ und „icon“. Emoticons werden aus ASCII-Zeichen gebildet<sup>34</sup> und wurden bereits früh in internetbasierter Kommunikation verwendet (vgl. Dresner/Herring 2010: 249 f.). Viele Emoticons imitieren Gesichtsausdrücke wie beispielsweise der lächelnde Smiley (:)).

Der Ausdruck *Emoji*, der aus dem Japanischen stammt, bedeutet ‚Bildschriftzeichen‘. Vor allem seit ihrer Unicode-Codierung wurden Emojis zunehmend in internetbasierter Kommunikation verwendet (vgl. Konrad et al. 2020: 221). Es werden auch

---

<sup>32</sup> Memojis können auch in animierter Form verwendet werden und fallen dann in die Gruppe der sogenannten Animojis. Bei einem Animoji handelt es sich um ein „grossformatiges, animiertes 3D-Emoji, welches die Mimik der aufgenommenen Person auf das Emoji überträgt und die parallel dazu aufgenommenen Sprachbotschaften wiedergibt“ (Tanchis/Walder 2021: 71).

<sup>33</sup> Die Studie wurde ohne Seitenzahlen publiziert.

<sup>34</sup> Bei der Verwendung mancher Programme wird die ASCII-Zeichenfolge automatisch in das entsprechende Bildzeichen verwandelt, wie z. B. bei Word (☺).

immer wieder neue Emojis in die Unicode-Zeichensatzbelegung aufgenommen,<sup>35</sup> so etwa im Herbst 2018 im Rahmen des neuen Betriebssystems iOS 12.1 für das iPhone.<sup>36</sup> Die visuelle Repräsentation des Codes ist von Plattform zu Plattform unterschiedlich, sodass ein und dasselbe Emoji bei FACEBOOK anders aussehen kann als bei TWITTER (vgl. Tang/Hew 2019: 2459). Im Gegensatz zu Emoticons, die „in der Regel aus zwei oder drei ASCII-Zeichen [bestehen], die miteinander kombiniert werden“ (Dürscheid/Siever 2017: 259), werden Emojis als „visually richer, more expressive, and more complex“ (Konrad et al. 2020: 221) beschrieben. Auch die bereits erwähnten Memojis bzw. personalisierte Bitmojis<sup>37</sup> können als eine Art von Emojis verstanden werden, die allerdings nicht im Unicode-Zeichensatz integriert sind.

Neben den bereits erwähnten Graphics werden auch die sogenannten Sticker vermehrt in internetbasierte Kommunikation eingebunden. Sie können wie folgt definiert werden:

[S]tickers are illustrations or animations of characters to which words or phrases are sometimes attached. The elaborate and character-driven nature of stickers portrays body language and facial expressions more explicitly than emoji – they are demonstrative, rather than symbolic – and the rapid rate at which stickers are being generated offers users a great variety of ways to express their emotions, moods, and actions. (Konrad et al. 2020: 222)

Je nach Plattform können Sticker, ähnlich wie Memojis, auch als Bilder versendet werden.

GIFs – gemeint sind in der vorliegenden Arbeit GIFs 2.0 (vgl. Kap. 3.2) – bilden eine weitere Gruppe von Graphics. Häufig handelt es sich dabei um „kurze Schnipsel aus Filmen, Fernsehshows, Serien oder Amateurvideos“ (Baumgärtel 2020: 26). Diese „endlos geloopten“ (Baumgärtel 2020: 9) Clips sind nicht in den Unicode-Standard oder generell in einen Zeichensatz integrierbar und werden auf Plattformen wie TWITTER in Rückgriff auf Datenbanken eingesetzt. User:innen können sie auch selbst erstellen.

---

<sup>35</sup> Um in den Unicode-Zeichensatz aufgenommen zu werden, muss ein Bildzeichen einige Bedingungen erfüllen, etwa dass es „potenziell auf der ganzen Welt genutzt wird“ (Dürscheid/Siever 2017: 260) bzw. von gesellschaftlicher Bedeutung ist.

<sup>36</sup> <https://www.apple.com/de/newsroom/2018/10/apple-brings-more-than-70-new-emoji-to-iphone-with-ios-12-1/> (21.07.2022).

<sup>37</sup> Mithilfe der App BITMOJI lassen sich personalisierte Comic-Avatare erstellen, die beispielsweise bei WHATSAPP als Bilder versendet werden können. Bei der App SNAPCHAT können sie als Profilbild fungieren.

Herring/Dainas (2017) subsumieren unter Graphicons zudem Videos und Bilder, die mittlerweile problemlos in internetbasierter Kommunikation verwendet werden können.

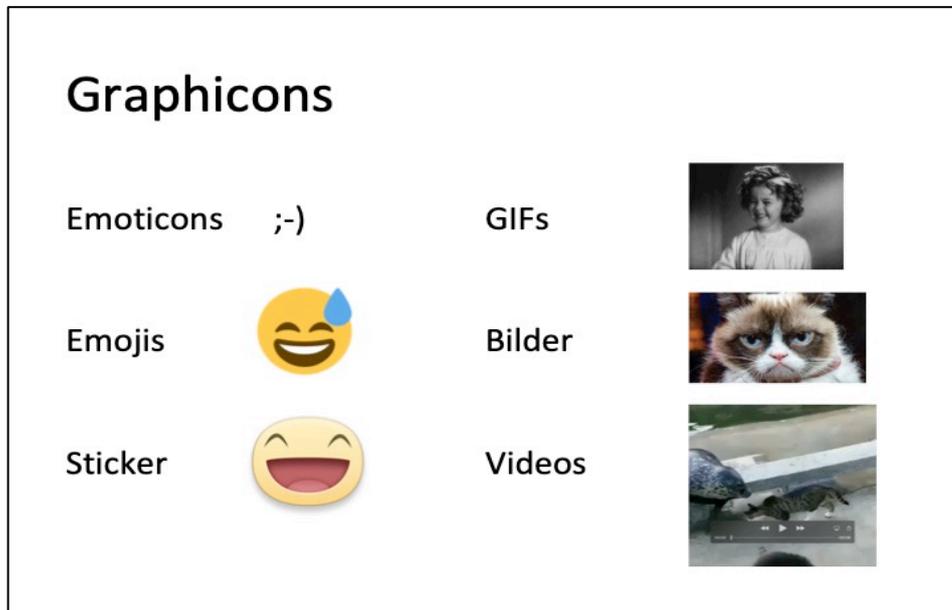


Abbildung 11: Klassifikation von Graphicons nach Herring/Dainas (2017)

Untersuchungen zu GIFs liegen bisher nur vereinzelt vor. Studien, die ihre kommunikativen Funktionen und ihr kommunikatives Potenzial auf TWITTER betrachten, gibt es bislang nicht. Dies ist nicht zuletzt dem Umstand geschuldet, dass ihre Verwendung auf gängigen Social-Media-Plattformen erst in den letzten Jahren ermöglicht wurde. Durch plattformeigene Anwendungen zur Implementierung ist ihre Einbindung stark erleichtert worden. Mit dieser einfacheren Handhabung geht auch eine verstärkte Nutzung einher. Ein weiterer wesentlicher Grund für die unzureichende Forschungslage sind die fehlenden Korpora als Datengrundlage wissenschaftlicher Untersuchungen.

Im Folgenden soll der Forschungsstand zu Graphicons in der internetbasierten Kommunikation umrissen werden. Zunächst werden die wenigen Untersuchungen betrachtet, die sich gezielt mit GIFs beschäftigen. Daran anschließend werden relevante Studien in den Blick genommen, die sich Graphicons (vor allem Emojis und Emoticons) und deren Funktionen widmen, um davon ausgehend die Besonderheiten von GIFs und ihre Beschaffenheit herauszuarbeiten.

Vor allem zwei Studien, die den Ausgangspunkt des empirischen Analyseteils bilden, stehen hier im Fokus: die Untersuchung von Herring/Dainas (2017) zu Graphicons in FACEBOOK-Kommentaren sowie die Studie von Pappert (2017) zu der

kommunikativen Verwendung von Emojis auf WHATSAPP. Die u. a. auf dieser Untersuchung aufbauende Monografie von Beißwenger/Pappert (2019b) zum HANDELN MIT EMOJIS wird abschließend aufgegriffen, da sie einen größeren Untersuchungsrahmen aufspannt und den Bezug von Funktionen zu Praktiken verdeutlicht. Das Internetphänomen *Memes* wird ebenfalls angeschnitten, da wie bei GIFs auch Bild- und Textbezüge eine Rolle spielen, ihre Verwendungskontexte sich jedoch stark von GIFs unterscheiden können. Am Ende des Kapitels wird noch eine aktuellere Untersuchung zu Stickers einbezogen, die ebenfalls anschlussfähig für diese Arbeit ist. Die hier beschriebenen Untersuchungen werden im empirischen Teil an den entsprechenden Stellen wieder aufgegriffen.

Zunächst seien an dieser Stelle noch zwei Studien erwähnt, die sich mit GIFs aus unterschiedlichen Blickwinkeln befassen.

Bakhshi et al. (2016) untersuchen in ihrer Studie die Verwendung animierter GIFs auf der Blogging-Plattform TUMBLR. Sie zeigen, dass GIFs zu vermehrter Interaktion führen und im Vergleich zu anderen medialen Inhalten auf TUMBLR stärker „viral gehen“. Als charakteristisch für GIFs beschreiben die Autoren den fehlenden Ton, die Unmittelbarkeit der Kommunikation und die Möglichkeit, bewegte Inhalte kostengünstig und mit eingeschränktem Datenverbrauch zu versenden. Mit GIFs können darüber hinaus kurze Geschichten oder Sequenzen vermittelt werden (vgl. Bakhshi et al. 2016: 576), eine Möglichkeit, die bei der Verwendung eines einzigen Emojis bzw. Emoticons nicht gegeben ist.

Eine weitere Untersuchung von Tolins/Samermit (2016) betrachtet den Gebrauch von GIFs in der SMS-Kommunikation vor einem konversationsanalytischen Hintergrund. Ihre Untersuchung nimmt also eher die Verwendung von GIFs in Kommunikationssituationen in den Blick. Sie zeigen in ihrem Aufsatz vor allem, dass GIFs als eine neue Form der bildlichen Darstellung dienen können, die in der Face-to-Face-Kommunikation nicht erforderlich ist (vgl. Tolins/Samermit 2016: 77). User:innen nutzen die Möglichkeiten, die GIFs liefern, also dafür, Mimik und Gestik durch Bildsequenzen nachzuahmen. Sie verwenden dazu Aufzeichnungen von Bewegungen, die zuvor von anderen hergestellt und in Umlauf gebracht wurden. Hierin unterscheiden sich GIFs stark von Emoticons, die nicht wie Zitate wirken, sondern eher symbolischen und abstrakten Charakter haben (vgl. Tolins/Samermit 2016: 77). Die Autoren schreiben GIFs hauptsächlich zwei Funktionen zu: einerseits können sie als affektive bzw. körpersprachliche Antwort auf eine vorherige Nachricht benutzt werden,

andererseits können sie als „co-speech gestures“ zum Einsatz kommen. Damit meinen Tolins/Samermit (2016: 78) Visualisierungen, die zuvor im Text bereits beschrieben wurden. Diese Kategorie lässt sich wiederum in zwei Unterkategorien aufteilen. GIFs können entweder emotionale Inhalte vermitteln oder eine Darstellung von Ereignissen sein. Am häufigsten fanden Tolins/Samermit (2016: 78) in ihrem Korpus aber GIFs ohne „quotative devices or other markers“, also ohne direkten Bezug auf sprachliche Elemente.

Im Gegensatz zu GIFs liegen zu Emojis bereits einige wissenschaftliche und auch linguistisch ausgerichtete Untersuchungen vor. Nur einige wenige beschäftigen sich jedoch mit ihren kommunikativen Funktionen, der kontextuellen Einbettung in Postings, Nachrichten und Kommentare oder übergreifend mit ihrer Einbindung in Interaktionssequenzen. Dazu erklärt Pappert:

Die Arbeiten, die sich mit dem Emoji-Gebrauch beschäftigen, thematisieren ihn in der Regel als ein Merkmal digitalen Schreibens, wobei die Funktionen meist im Zusammenhang mit den multimodalen Potenzialen von WhatsApp oder anderen Diensten lediglich kurz angerissen werden. (Pappert 2017: 186)

Ein weiterer Grund für das Fehlen von Studien liegt im Aufbau von Korpora internetbasierter Kommunikation, der aufwendig, kostspielig und zeitintensiv ist. Auch die Einbindung von Graphics ist problematisch, was mitunter der Grund dafür ist, dass es gerade in diesem Bereich noch zahlreiche Forschungslücken gibt. Da sich internetbasierte Kommunikation, wie Reißwenger et al. (2012: 30) zu Recht erklären, als „a fluid mode of communication“ beschreiben lässt, können IBK-Korpora nie den aktuellsten Sprachgebrauch sozialer Medien abbilden. Neuere technische Möglichkeiten wie das Senden von Sprachnachrichten bei WHATSAPP oder das Einbinden von Stickern in die Kommunikation bei FACEBOOK führen, wie bereits angedeutet, auch zu immer neuen kommunikativen Mechanismen und Mustern, die es dann wissenschaftlich zu untersuchen gilt.

Im folgenden Teil sollen einige für die vorliegende Arbeit relevante Erkenntnisse referiert werden. Es geht in erster Linie darum, zusammenzustellen, was über die Funktionen von Graphics in der internetbasierten Kommunikation bereits bekannt ist. Dabei werden die Unterschiede, die den verschiedenen Plattformen geschuldet sind, an den entsprechenden Stellen thematisiert.

Bereits in ihrer Studie von 2003 beschäftigen sich Schlobinski/Watanabe (2003) u. a. mit der Verwendung von Emojis. Der kontrastive Ansatz der Untersuchung, die sich mit SMS-Kommunikation im Deutschen und Japanischen befasst, erklärt, warum Emojis bereits zu dieser Zeit linguistisch betrachtet wurden. Emojis stammen ursprünglich aus Japan und werden im Deutschen mit dem Begriff ‚Bildschriftzeichen‘ übersetzt. In ihrer Studie finden die Autoren vor allem im japanischsprachigen Korpus vermehrt Belege für die Verwendung von Smileys und Emojis. Diese Erkenntnis führen sie neben den technischen Rahmenbedingungen auch auf kulturspezifische Gegebenheiten zurück, etwa die in Japan beliebten Mangas (vgl. Schlobinski/Watanabe 2003: 28). In 21,5 % der japanischen Beiträge in ihrem Korpus fanden die Autoren Bildschriftzeichen, was auf eine „kommunikativ und funktional“ relevante Verwendung schließen lässt (Schlobinski/Watanabe 2003: 30).

Im Rahmen des vom SCHWEIZERISCHEN NATIONALFONDS (SNF) finanzierten Projekts *What’s up, Switzerland?*<sup>38</sup> entstanden u. a. auch Studien zu Emojis. Das mithilfe von Datenspenden erstellte Korpus besteht aus authentischen WHATSAPP-Nachrichten, die von der Schweizer Bevölkerung zu Forschungszwecken zur Verfügung gestellt wurden. Seit Mitte 2020 ist das Korpus auch für nicht am Projekt beteiligte Wissenschaftler:innen zugänglich.

Dürscheid/Siever (2017: 264) betrachten Emojis aus einer schriftlinguistischen Perspektive und gehen der Frage nach, ob „Emojis unter bestimmten Bedingungen [...] die Funktion von Schriftzeichen übernehmen“ können. Dabei unterscheiden sie drei Funktionen. Zunächst können Emojis als Allographen verwendet werden. Dabei ersetzen sie einzelne Buchstaben. Die Autorinnen geben als Beispiel das Sonnen-Emoji an, das anstelle des Buchstaben o Verwendung findet (vgl. Dürscheid/Siever 2017: 268). Werden Emojis als Ideogramme benutzt, sind sie als „bedeutungstragende Einheiten“ zu verstehen. Ein Emoji kann auf diese Art auf eine „außersprachliche Einheit“ verweisen und übernimmt eine „Referenz- bzw. Darstellungsfunktion“ (Dürscheid/Siever 2017: 272). So kann es beispielsweise ein Nomen ersetzen. Als eine weitere Kategorie führen die Autorinnen „Emojis als Grenz- und Satzintentionssignale“ (Dürscheid/Siever 2017: 273) an. Dabei ist aber zu beachten, dass Emojis „nicht kommunikativ neutral, sondern [...] zur Illustration der Nachricht eingesetzt [werden]“ (Dürscheid/Siever 2017: 273 f.). Im Anschluss gehen die Autorinnen noch kurz

---

<sup>38</sup> Die Homepage zum Projekt ist abrufbar unter: <https://www.whatsup-switzerland.ch/index.php/de/>. Das Korpus ist frei zugänglich unter: <https://whatsup.linguistik.uzh.ch> (21.07.2022).

auf die „indexikalische Funktion“ von Emojis ein, die sie in Kombination mit sprachlichen Elementen erlangen können. Hier dienen sie vor allem dazu, den Text richtig zu deuten (vgl. Dürscheid/Siever 2017: 274 f.).

Innerhalb des gleichen Projekts hat sich Siebenhaar (2018) mit der Verwendung von Emojis und deren Funktionen in Abhängigkeit vom Alter der User:innen beschäftigt. Mit Verweis auf die Arbeit von Dürscheid/Frick (2016) geht er ebenfalls auf die Referenzfunktion ein. Anhand von Beispielen zeigt er, dass Emojis ganze Nominalphrasen, aber auch Verben ersetzen können. Mithilfe eines weiteren Korpusbelegs weist Siebenhaar (2018: 760) nach, wie Emojis auf spielerische Art und Weise (z. B. in Form eines Rätsels) eingesetzt werden.

In einer anderen Studie untersucht Schneebeli (2017)<sup>39</sup> die Beziehung von Emoticons bzw. Emojis und sprachlichen Modalitäten. Bei ihrer Analyse der Kommentare auf der Videoplattform YOUTUBE stützt sie sich auf Methoden der „discourse analysis“ sowie der Pragmatik. Zunächst zeigt Schneebeli (2017) anhand mehrerer Beispiele, dass Emoticons und Emojis zum Ausdruck einer Haltung oder Meinung verwendet werden und eine sprachliche Äußerung nicht mehr notwendig ist. Umgekehrt kann aber auch das Bildelement redundant sein und muss nicht zwingend dazu beitragen, die Position des/der User:in richtig einzuordnen. Daraus schließt die Autorin, dass Funktionen von Emoticons bzw. Emojis sich teilweise mit denen sprachlicher Modalitäten überschneiden. Sie sind darüber hinaus nicht „opposed to linguistic cues“ (Schneebeli 2017) zu begreifen. Wie schon Dresner/Herring (2010: 256) in Rückgriff auf die Sprechakttheorie erläutern, scheint es so, als könnten Emoticons auch als „illocutionary force markers“ fungieren. Ihre Verwendung dient hier also dazu, dem/der Adressat:in zu zeigen, was mit der gesendeten Aussage gemeint ist. Sie werden hier nicht in erster Linie zur Übermittlung von Emotionen verwendet. Als plausibles Beispiel führen die Autorinnen das Erzählen von Witzen an. Der Ausdruck des Emoticons hat somit häufig nichts mit der dargestellten Handlung oder dem mimischen Ausdruck, z. B. einem Lächeln oder Zwinkern zu tun, sondern signalisiert beispielsweise, ob etwas ernst gemeint ist oder nicht. Emoticons überliefern somit „pragmatic meaning, and thus this function needs to be understood in linguistic, rather than extralinguistic, terms“ (Dresner/Herring 2010: 250).

---

<sup>39</sup> Die Studie wurde ohne Seitenzahlen publiziert.

Auch Schneebeli (2017) zeigt, dass Emoticons und Emojis häufig verwendet werden, um die Intention der User:innen zu verdeutlichen. Schließlich können der Autorin zufolge Emoticons und Emojis außerdem dazu eingesetzt werden, um Akzente zu setzen oder etwas zu betonen. Als eine weitere Funktion führt sie die phatische Verwendung von Emojis und Emoticons an. User:innen nutzen demnach Bildelemente u. a. dazu, um empathisch zu wirken, was in der Face-to-face-Kommunikation etwa über ein Lächeln vermittelt wird. Schließlich können bildliche Elemente auch der reinen Ästhetik eines Postings dienen und somit weder linguistische noch paralinguistische Funktionen erfüllen.

Spina (2019) betrachtet in ihrer Untersuchung die Verwendung von Emoticons als Strukturmarker in der Interaktion mithilfe eines italienischsprachigen TWITTER-Korpus. Dabei beschreibt sie vor allem fünf Funktionen, die Emoticons allgemein in digitalen Konversationen übernehmen können. Zunächst geht sie auf „Emoticons as emotion icons“ (Spina 2019: 346) ein. So werden Emoticons u. a. als paralinguistische Elemente verwendet, die die emotionale Beteiligung der User:innen ausdrücken. Sie dienen als „emotional devices“ (Spina 2019: 346) zur kontextuellen Einbindung. Darüber hinaus beschreibt Spina (2019: 346) Emoticons als „social markers of familiarity“. Sie kommen hier zum Einsatz, um eine Nachricht als eher informell zu rahmen und somit Nähe zu den User:innen auszudrücken. Emoticons als „pragmatic markers“ können als „illocutionary force indicators“ (Spina 2019: 346 f.) fungieren. Sie tragen also dazu bei, bestimmte Aspekte zu betonen oder abzumildern, aber auch Witze oder Ironie zu kennzeichnen (Spina 2019: 346 f.). Schließlich geht Spina (2019: 347) auf die strukturierende Funktion von Emoticons ein, die auch den eigentlichen Gegenstand ihrer Untersuchung bildet. Dabei zielt sie darauf ab, genauer zu analysieren, wie Emoticons in Sätze eingebettet werden und so als syntaktisch organisierende Marker, im Sinne von Satzzeichen, Verwendung finden. Schließlich können User:innen auf Emoticons auch als kreative Gestaltungselemente zurückgreifen. Hier scheinen sich vor allem Emojis aufgrund ihrer unterschiedlichen Farbgestaltung anzubieten. In sozialen Netzwerken scheint diese Funktion häufig zum Tragen zu kommen, denn hier finden sich „flows of conversations with hundreds of messages that follow and overlap one another in the timelines of participants“ (Spina 2019: 347), und die Aufmerksamkeit der User:innen kann auf diese Weise leichter gewonnen werden.

Vor allem an die bereits zu Beginn des Kapitels erwähnte Untersuchung von Herring/Dainas (2017) zu Graphics knüpft die im Rahmen dieser Arbeit vorgelegte

Fallstudie zu kommunikativen Funktionen von GIFs auf TWITTER an. Die Verwendung von Graphicons in Kommentaren innerhalb öffentlicher FACEBOOK-Gruppen betrachten die Autorinnen in Anlehnung an die von Herring 2004 beschriebene *computer-mediated discourse analysis*.<sup>40</sup> Thematisch geht es in den betreffenden Gruppen ebenfalls um bildliche Darstellungen, z. B. um Cat GIFs, Grumpy Cat<sup>41</sup> Memes oder Sticker. Während ihr Korpus von insgesamt 975 Graphicons vor allem Emojis, Emoticons und Bilder umfasst, sind GIFs – lediglich zwei sind im Datenset enthalten – stark unterrepräsentiert. Diese ungleiche Verteilung begründen die Autorinnen damit, dass „the frequency of a graphicon type is affected by its ease of use on various web-based and mobile interfaces“ (Herring/Dainas 2017). So gab es zum Zeitpunkt ihrer Erhebung noch keinen von FACEBOOK zur Verfügung gestellten Button zur Implementierung von GIFs in Kommentaren, was deren Einbindung somit deutlich erschwerte und die eher geringe Verwendung erklärt. In ihrer Studie kommen die Autorinnen auf insgesamt sechs verschiedene Funktionstypen. Daneben führen sie zwei Sammelkategorien für uneindeutige Fälle sowie Mehrfachfunktionen an.

Allgemein nehmen sie mit Blick auf Graphicons eine grobe Trennung zwischen *mention* und *use* vor und stützen sich in diesem Zusammenhang auf Quine (1940) und seine Ausführungen zur analytischen Philosophie. Mit *mention* meinen sie die Verwendung von Graphicons, die auf sich selbst verweisen und nicht kommunikativ verwendet werden. In die Gruppe *use* wiederum ordnen sie den Gebrauch der betrachteten Graphicons zu kommunikativen Zwecken ein. Quine (1940: 23) führt zur Erläuterung der begrifflichen Unterscheidung folgendes Beispiel an:

1. Boston is populous.
2. Boston is disyllabic.
3. ‚Boston‘ is disyllabic.

Im ersten Satz wird der Name der Stadt, hier Boston, ‚gebraucht‘. In Satz 3 hingegen wird das Wort mit Anführungszeichen verwendet, die Ortsbezeichnung wird folglich ‚erwähnt‘. Um deutlich zu machen, dass die Eigenschaft der Zweisilbigkeit nicht für

---

<sup>40</sup> Herring (2004: 342) beschreibt ihren Ansatz als „methodological toolkit“. Ziel der „discourse analysis“ ist es, „to identify patterns in discourse that are demonstrably present, but that may not be immediately obvious to the casual observer or to the discourse participants themselves“.

<sup>41</sup> Nachdem auf der Plattform Reddit im September 2012 ein Foto gepostet wurde, wurde GRUMPY CAT zu einem Internetphänomen. Die Katze zeichnet sich durch ihren mürrisch wirkenden Gesichtsausdruck aus und wurde in den sozialen Medien vielfach geteilt. Mittlerweile gibt es zahlreiche Produkte und Fanartikel, die das Motiv der Katze schmückt. Vgl. <https://www.grumpycats.com/about> (21.07.2022).

die Stadt Boston als solche, sondern nur für das sie bezeichnende Wort zutrifft, werden hier Anführungszeichen gesetzt. Der zweite Satz ist aus diesem Grund im Gegensatz zum ersten und dritten Satz als logisch falsch zu bewerten.

In ihrer Studie übertragen Herring/Dainas (2017) diese Annahmen von Quine (1940) auf Bildzeichen. Dazu führen sie u. a. das in Abbildung 12 präsentierte Beispiel an.



Abbildung 12: Beispiel für die pragmatische Funktion *mention* bei Herring/Dainas (2017)

Das Posting verweist auf das Internetphänomen GRUMPY CAT, eine mürrisch blickende Katze, die durch zahlreiche Memes und GIFs im Internet bekannt wurde. Die Autorinnen argumentieren, dass sowohl das Foto des Tieres als auch das Katzen-Emoji *mentions* von GRUMPY CAT seien. Hier stellt sich allerdings die Frage, inwiefern diese Trennung bei der Betrachtung von (bewegten) Bildern bzw. Bildzeichen überhaupt gewinnbringend ist, zumal ein Bild nicht oder nur in ganz geringem Maße auf sich selbst verweisen kann (vgl. dazu die Gegenüberstellung von Sprache und Bild bei Stöckl 2004a: 247). Sie eignen sich gerade nicht zur Metakommunikation, denn sie „können ihre interne Strukturiertheit nicht reflektieren“ (Stöckl 2016: 17). Es gibt keine „Metabilder, die ein Bild weiter analysieren oder kommentieren könnten“ (Nöth 2000: 476). Bilder können somit nicht wie in Quines (1940: 23) Beispiel in Anführungszeichen gesetzt werden. Nur in Kombination mit sprachlichen Mitteln kann das Bild entsprechend eingeordnet und die relevanten Aspekte hervorgehoben werden. Die

darauffolgenden Kategorien, die nicht direkt auf das Graphicon selbst Bezug nehmen, fassen die Autorinnen unter *uses* zusammen.

Als eine Untereinheit bezeichnen sie Reaktionen auf zuvor gepostete Inhalte, die als emotionale Antwort dienen. Mit diesen Graphicons kann etwa Zustimmung, Ablehnung oder Bewunderung ausgedrückt werden. Eine weitere Form der Reaktion auf ein Posting umschreiben die Autorinnen mit dem Begriff *riffing*. Damit gemeint ist „a humorous elaboration on, play on, or parody of a previous graphicon or text comment“ (Herring/Dainas 2017). Diese Funktion setzt also ebenfalls einen zuvor versendeten Beitrag voraus, auf den ein/e User:in spielerisch Bezug nimmt. Dabei wird eine Idee oder ein Konzept des Vorgängerbeitrags aufgegriffen und auf humorvolle Art und Weise abgewandelt bzw. weitergeführt. Zur Veranschaulichung wählen die beiden Autorinnen ein Beispiel aus der FACEBOOK-Gruppe „Nihilist Memes“. Ausgangspunkt ist ein Meme, das einen Mann im Stil eines Anime zeigt. Darunter befindet sich der Text „Pancakes are too sweet for the bitter pain consuming my heart“ (dt. etwa: „Pancakes sind zu süß für den bitteren Schmerz, der mein Herz verzehrt“). Darauf folgt ein Posting mit einem Video. Das Video mit dem Titel „Do You Like Waffles?“ führt das Thema süßes Gebäck weiter und nimmt statt Pancakes nun Waffeln spielerisch in den Blick. Hierauf antwortet ein Beitrag mit einem FACEBOOK-Sticker, der eine Pancakes essende Katze zeigt. Die im Ausgangsposting vermittelte Botschaft, keine Pancakes zu essen, wird hier umgewandelt. Darauf folgt schließlich ein Meme mit dem Text „Pudding can’t fill the emptiness inside me. But it’ll help“ (dt. etwa: „Pudding kann meine innere Leere nicht füllen, aber er hilft dabei“). Abermals wird die Idee einer süßen Speise aufgegriffen und abgewandelt. In diesem Fall ist die Süßspeise, hier der Pudding, aber trostspendende Unterstützung – anders als im Initialposting. Das Beispiel zeigt eindrücklich, wie auch über mehrere Beiträge hinweg mit Graphicons agiert werden kann. Vor allem auf dieses Muster und sein Potenzial wird in Kapitel 6.3.2.3 noch genauer eingegangen, scheinen sich GIFs doch gerade für derartige spielerische Interaktionen gut zu eignen. Während in den beschriebenen Fällen Graphicons auch allein und ohne weitere sprachliche Elemente eingebettet werden, gibt es auch solche, die als Interpretationshilfe dienen und gerade in Verbindung mit Schriftsprache Verwendung finden. Sie können als nonverbale, paraverbale oder paralinguistische Einheiten in Erscheinung treten und die illokutionäre Kraft einer

Aussage verstärken (vgl. Herring/Dainas 2017).<sup>42</sup> Schließlich können Graphics auch physische Aktionen imitieren. Als Beispiel nennen Herring und Dainas das Emoji, das betende Hände darstellt. Darüber hinaus lassen sich ganze narrative Sequenzen mit mehreren aneinandergereihten Graphics entfalten (vgl. Herring/Dainas 2017). In dem von den beiden Autorinnen zusammengestellten Korpus finden sich am häufigsten Graphics, deren pragmatische Funktion die Reaktion auf vorherige Inhalte ist. Als Anstoß für weitere Untersuchungen schlagen Herring und Dainas (2017) die Analyse von Graphics auf anderen Plattformen vor, um zu überprüfen, ob die von ihnen ausgemachten Funktionen allgemein auf die Verwendung von Graphics übertragbar sind. Zwar problematisieren sie, dass „the intended meaning of some instances of use depends on personal or social context that is inaccessible to a researcher considering only manifest content“ (Herring/Dainas 2017). Sie räumen jedoch gleichzeitig ein: „some degree of ambiguity is inherent in communication and is not necessarily undesirable“ (Herring/Dainas 2017). Dieser Hinweis auf Ambiguität in kommunikativen Kontexten gewinnt, wie sich noch zeigen wird, gerade im Hinblick auf die Verwendung von Bildelementen in Interaktionen an Gewicht.

Einen qualitativen Ansatz verfolgt Pappert (2017), wenn er die Funktionen von Emojis in WHATSAPP-Konversationen untersucht. Auch diese Studie ist für die später folgende empirische Untersuchung von großer Bedeutung, beschäftigt sich der Autor doch auch mit den kommunikativen Funktionen in internetbasierter Kommunikation.

Als theoretische Grundlagen zieht er einen Teilbereich der interaktionalen Linguistik, die interaktionale Stilistik nach Selting (2001), heran und begründet dies damit, dass er „die Verwendung von Emojis als eine Frage des Stils“ erachtet (Pappert 2017: 182). In diesem Zusammenhang verweist er auch auf Storrer (2013: 183), die Emoticons bereits früh als „Stilmarker“ erfasst hat. In den Vorüberlegungen zu seiner Studie bezieht sich Pappert (2017: 187) u. a. auf die zuvor beschriebene Studie von Herring/Dainas (2017) zu Graphics und die von ihnen herausgearbeiteten Funktionen für Emojis. Der Autor betrachtet in seiner explorativen, qualitativen Untersuchung die pragmatischen Funktionen von Emojis in WHATSAPP-Unterhaltungen und arbeitet anhand seines Datenmaterials insgesamt neun Kategorien heraus. Schon die Unterschiede zwischen WHATSAPP und TWITTER als Kommunikationskanäle führen, wie

---

<sup>42</sup> Imo (2015: 155) beschreibt für den lächelnden Smiley, dass er „eben artikulatorisch und auditorisch kein Lächeln, sondern eine konventionalisierte Darstellung eines Lächelns [ist], das entsprechend als schriftliches Zeichen auch bewusst gesetzt wird“.

sich im weiteren Verlauf der vorliegenden Arbeit noch zeigen wird, zu unterschiedlichen kommunikativen Funktionen. Dennoch lassen sich an einigen Stellen Parallelen finden, auf die neben der Beschreibung der Funktionstypen hingewiesen wird.

Zunächst beschreibt Pappert (2017: 187) die Funktion der *Rahmung*<sup>43</sup>, die gerade für den Gebrauch von Emojis bei WHATSAPP typisch zu sein scheint. Denn vor allem durch die für Messenger-Dienste charakteristischen Endlosdialoge entfällt die Anrede bei Kommunikationspartner:innen häufig. „Emojis kompensieren die fehlende Rahmung insofern, als sie der Interaktionssituation einen informellen Charakter einschreiben und im Zuge dessen ein Beziehungsangebot unterbreiten“ (Pappert 2017: 187). An dieser Stelle lässt sich bereits ein fundamentaler Unterschied zwischen WHATSAPP und TWITTER erkennen, da bei TWITTER derartige Dialogfolgen in der öffentlichen Interaktion gerade nicht zu erwarten sind. Vielmehr entstehen durch Postings immer wieder neue dialogische Strukturen, die, im Unterschied zu WHATSAPP, auch von anderen User:innen rezipiert und infolgedessen auch kommentiert werden können. Zudem hat sich gezeigt, dass auf TWITTER zunehmend auch in nicht prototypisch nähekommunikativen Kontexten<sup>44</sup> Emojis Verwendung finden. Betrachtet man etwa das Posting des offiziellen Accounts des BUNDESMINISTERIUMS FÜR VERKEHR UND DIGITALE INFRASTRUKTUR in Abbildung 13, lassen sich hier gleich vier Emojis finden. Bei dem Beispiel handelt es sich zwar im Kern um behördliche Kommunikation, die von einem Bundesministerium betrieben wird, der gezielte Einsatz von Emojis zielt aber darauf ab, das Gefälle zwischen staatlichen Institutionen und den Bürger:innen abzumildern bzw. aufzuheben. Auf diese Art und Weise kann Nähe suggeriert und ein scheinbar partnerschaftliches Verhältnis evoziert werden.

---

<sup>43</sup> Durch die Nutzung von Emojis vor allem in privater Chat-Kommunikation wird häufig ausgedrückt, dass Nähekommunikation betrieben wird (vgl. Beißwenger/Pappert 2019b: 110). Die von Pappert (2017: 189 ff.) beschriebene Funktion der *Rahmung* wird daher als eine Art „Basisfunktion“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 26) bei der Verwendung von Emojis gefasst. Da sich die Studie aber auf private WHATSAPP-Kommunikation bezieht, ist es fraglich, ob diese Basisfunktion so auch auf öffentliche Kommunikation übertragen werden kann. Dürscheid/Siever (2017: 275) schreiben Emojis die Funktion eines „Informalitätsmarker[s]“ zu, räumen aber ein, dass weitere Hinweise durch Sprache gegeben werden müssen, um diese Interpretation zu begründen.

<sup>44</sup> Ein Rahmen, in dem typischerweise Nähekommunikation betrieben wird, wäre beispielsweise ein Gruppenchat einer Familie auf WHATSAPP.

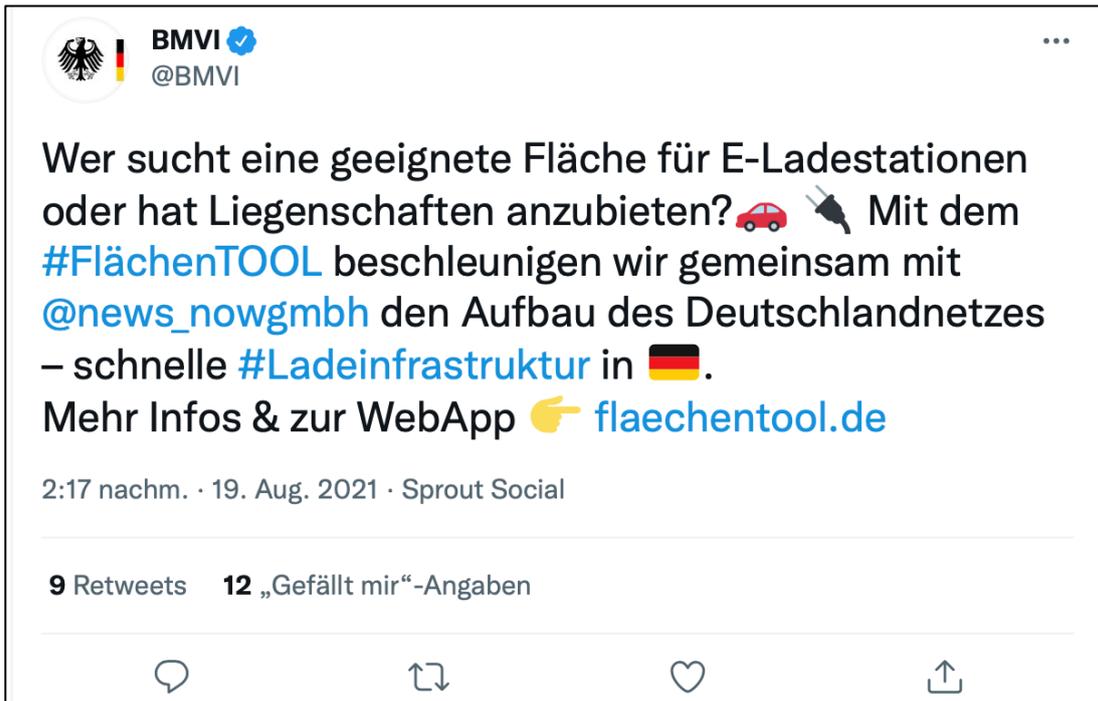


Abbildung 13: Posting des BUNDESMINISTERIUMS FÜR VERKEHR UND DIGITALE INFRASTRUKTUR mit Emojis

Mit dem Funktionstyp *Ökonomisierung* beschreibt Pappert (2017: 191) „das Verwenden von Emojis, die keiner Formulierungsarbeit bedürfen und somit (zumindest potenziell) eine quasi-synchrone Kommunikation unterstützen“. Gerade die Kommunikation über WHATSAPP erfordert häufig „zügiges Handeln“ (Pappert 2017: 191), etwa bei Verabredungen oder Zeitabsprachen. Vergleichbare Strukturen sind auf TWITTER sicherlich auch zu finden, fraglich ist jedoch ihre Häufigkeit und die damit verbundenen Beziehungskonstellationen unter den User:innen, fallen diese doch nicht selten asymmetrisch aus. Anders als bei FACEBOOK ist es möglich, einen Account zu abonnieren, ohne dass dieser zurückfolgt, wodurch eine wechselseitige Beziehung entsteht. Eine soziale Bindung ist daher nicht zwingend gegeben (vgl. Zappavigna 2012: 27). Bei WHATSAPP ist eine engere Beziehung zwischen zwei oder mehreren User:innen oftmals schon daher anzunehmen, da sie sich zunächst mithilfe einer Handynummer erst einmal verbinden müssen.<sup>45</sup> Aber auch für TWITTER wie für alle anderen sozialen Medien kann die beziehungsgestalterische Funktion von Emojis bzw. Emoticons relevant sein. Pappert (2017: 192) beschreibt diese Funktion vor allem in Bezug

<sup>45</sup> Innerhalb von Gruppen ist die Bekanntschaft aller Mitglieder nicht zwingend gegeben. Dies gilt vor allem für größeren Gruppen etwa zur Organisation von Bewegungen wie FRIDAYS FOR FUTURE, aber beispielsweise auch bei Geburtstagseinladungen, zu denen der/die Gastgeber:in verschiedene Freundeskreise einlädt.

auf das „Beziehungsmanagement“<sup>46</sup>. Ob und wie auch GIFs in der Beziehungsgestaltung von Bedeutung sind, wird die im 6. Kapitel vorgelegte Studie zeigen. Eine ganz andere Funktion haben Emojis, wenn sie „bestimmte Interpretationen und Bewertungen von verschiedenen Aktivitäten“ (Pappert 2017: 196) suggerieren. So beschreibt Spina (2019: 346 f.) für Emoticons etwa, dass sie bestimmte Aspekte betonen oder abmildern, aber auch Witze oder Ironie kennzeichnen können. Für den Funktionstyp *Kommentierung/Evaluierung* beschreibt Pappert (2017: 196): „In dieser Funktion sind Emojis vielleicht am deutlichsten als bildliche Simulation von Gestik, Mimik oder Prosodie aufzufassen“, müssen aber als „bewusste und punktuelle Setzung solcher Kontextualisierungshinweise“ und daher von mimischen oder gestischen Handlungen in der gesprochenen Sprache unterschieden werden. Gerade hier bietet Pappert (2017) für die Untersuchung von GIFs einen interessanten Ansatzpunkt, da diese bildliche Simulation durch animierte Sequenzen präziser und eindeutiger umsetzbar erscheint. Eine Art *strukturierende Funktion* ist für GIFs aus technischen Gründen dagegen nicht zu erwarten (vgl. Pappert 2017: 198). Bis dato ist es weder bei WHATSAPP noch bei TWITTER möglich, mehr als ein GIF pro Nachricht bzw. pro Posting zu platzieren. Hinzu kommt außerdem, dass ein GIF nicht gezielt an eine bestimmte Stelle innerhalb eines Postings gesetzt und syntaktisch in den Textverlauf eingebettet werden kann, wie bereits im Kapitel zur Beschreibungssprache auf TWITTER erörtert wurde (vgl. dazu Abb. 7). Nicht zuletzt nehmen GIFs auch mehr Raum auf dem Display der Endgeräte ein als ein Emoji oder Emoticon.<sup>47</sup>

Als eine weitere kommunikative Funktion führt Pappert (2017: 199) die *Darstellung* an, die sich vor allem dadurch charakterisieren lässt, dass „Bildzeichen sprachliche Zeichen unterschiedlicher Komplexität ersetzen können, womit eine Bezugnahme auf außersprachliche Entitäten möglich ist“. Präzisierend heißt es, dass Emojis „in den meisten Fällen konkrete Dinge oder Lebewesen abbilden“. Jedoch sind sie „aufgrund fehlender Syntax und Morphologie“ (Pappert 2017: 199) nicht in der Lage, komplexe Zusammenhänge abzubilden. Durch die Abfolge kurzer animierter Sequenzen ist es gerade mithilfe von GIFs jedoch möglich, vielschichtigere und abstraktere Sachverhalte darzustellen. In dieser Hinsicht scheinen sich Emojis bzw.

---

<sup>46</sup> Für TWITTER erklärt Zappavigna (2012: 71) „Emoticons support the basic function of social media to connect with others on convivial, friendly and generally interpersonally positive ways“.

<sup>47</sup> Ob die Plattformbetreiber hier in Zukunft Anpassungen vornehmen, wird sich zeigen. Die Kommunikation würde dadurch zwangsläufig beeinflusst werden.

Emoticons besonders von GIFs zu unterscheiden (vgl. dazu Kap. 3.4). Den vorletzten Funktionstyp beschreibt der Autor wie folgt:

Offenbar ermöglichen die medialen Rahmenbedingungen im Allgemeinen und die problemlose Verfügbarkeit von Emojis im Besonderen über Sprachspiele hinaus auch Bildspiele, und zwar nach dem Motto: die Bilder sind einsatzbereit, mal schauen was passiert, wenn ich sie nutze. (Pappert 2017: 203)

Diese *ludische Funktion* impliziert aber nach Pappert auch stets eine Form von Beziehungsarbeit. Bereits früh hat Kotthoff in Bezug auf Gespräche festgestellt:

Die konversationelle Herstellung gemeinsamer Phantasien ist immer ein Akt der Beziehungstiftung jenseits des Instrumentellen. Scherzen deutet daraufhin [sic!], daß Phatizität zu einer relevanten Dimension des Diskurses wird. (Kotthoff 1998: 357)

Genau dieser Aspekt ist auch für die Verwendung von GIFs von maßgeblicher Bedeutung und soll in der Fallstudie genauer betrachtet werden. Abschließend erläutert Pappert (2017: 204) die Funktion der *Ausschmückung*, bei der „Interaktionspartner auf gewisse Weise eingeladen werden, in die Gefühlswelt des anderen einzutauchen“. Als Beispiel nennt er u. a. die Verwendung von Blumenmotiven zur ästhetischen Gestaltung einer Nachricht.

In ihrer Monografie *HANDELN MIT EMOJIS. GRUNDRISS EINER LINGUISTIK KLEINER BILDZEICHEN IN DER WHATSAPP-KOMMUNIKATION* untersuchen Reißwenger/Pappert (2019b: 7) u. a. auf Basis der gerade beschriebenen Studie von Pappert (2017) „welche Funktionen Emojis im Rahmen von Kommunikation übernehmen und in welcher Beziehung sie zu *sprachlichen* Äußerungen stehen, in die sie eingebettet sind oder die sie begleiten“. Der Fokus liegt weniger auf den einzelnen Funktionstypen aus Pappert (2017).<sup>48</sup> Die Autoren entwickeln hier vor allem einen umfassenden pragmatischen Beschreibungsrahmen, dem sie fünf Beschreibungsebenen zugrunde legen: „(i) d[ie] charakteristischen *Rahmenbedingungen der Kommunikation im Internet*“, „(ii) d[ie] *semiotischen Qualitäten*“, „(iii) d[ie] *pragmatischen Potenziale*[], die sich daraus ergeben“, „(iv) d[ie] *pragmatischen Funktionen* [...] in konkreten Verwendungen“ und schließlich „(v) d[ie] *Praktiken* [Hervorhebungen im Original]“ (Reißwenger/Pappert 2019b: 33), in denen sich die Funktionen von Emojis entfalten können. Die unterschiedliche Ausgestaltung von Funktionen je nach Kontext

---

<sup>48</sup> Für die Funktionstypologie in der vorliegenden Arbeit wurde neben der Arbeit von Herring/Dainas (2017) die Studie von Pappert (2017) herangezogen, da sie sich als gut übertragbar erwiesen hat.

beschreiben die Autoren als Praktiken in Anlehnung an konversationsanalytische Ansätze und differenzieren zwischen Praktiken des „*Lesbarmachens*“ und „*Sichtbarmachens* [Hervorhebungen im Original]“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 69). Wird die Absicht einer Äußerung nicht deutlich, kann es mitunter notwendig sein, einen Interpretationshinweis mithilfe eines Emojis zu geben. Dabei kann das „sprachlich Geäußerte nicht das Gemeinte“ sein („kalkulierte Inkonsistenz als Anweisung zur Suche nach dem Gemeinten“) oder Emojis stellen die Position der/des Produzent:in dar („nichtredundante Markierung von Einstellungen als Präsentation von Innerlichkeit“) (Beißwenger/Pappert 2019b: 71 f.). Beim Sichtbarmachen hingegen geht es um Beziehungsarbeit, beispielsweise durch eine ansprechende Ausgestaltung des Postings. Dabei unterscheiden Beißwenger/Pappert (2019b: 104 ff.) drei verschiedene Formen von Praktiken des Sichtbarmachens. Mit der „kalkulierten Redundanz als ‚Ins-Bild-Setzen‘ der sprachlichen Äußerung“ soll durch den Rückgriff auf eine andere Zeichenmodalität eine „Wohlfühlatmosphäre“ geschaffen werden (Beißwenger/Pappert 2019b: 104 f.). Das „Handeln ohne Sprache“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 111) beschreibt die Realisierung von Handlungen, etwa durch ein Umarmen-Emoji. Sprachliche Äußerungen können durch Emojis ersetzt („Referieren“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 119)), Handlungen verknüpft werden („Vernetzen und Verknüpfen“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 122)). Darüber hinaus können Emojis „die Beziehung zum Gegenüber thematisieren“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 123). Als letzte Praktik des Sichtbarmachens erläutern die Autoren das „Abschwächen als Mittel zur sozialverträglichen Organisation des sprachlichen Handelns“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 126). Einige methodische und konzeptuelle Annahmen werden in Kapitel 6.2.2 konkreter aufgegriffen, da sie für die empirische Untersuchung von Bedeutung und grundlegend für das Verständnis der Arbeit sind.

In einer Untersuchung von Konrad/Herring/Choi (2020) wird die Verwendung von Stickern und Emojis im FACEBOOK-Messenger untersucht. Dazu wurden mit den User:innen Interviews geführt. Die Autoren arbeiten heraus, dass Sticker im Vergleich zu Emojis leichter eigenständig verwendet werden können, was daran liegt, dass sie gar nicht erst syntaktisch in eine Äußerung einzubetten sind. Damit verbunden ist auch der Flächenunterschied der beiden Typen von Graphics (vgl. auch Abb. 11). Interessant für die vorliegende Untersuchung ist die Feststellung der Autoren, dass es zu einer Art „„sticker war““ (Konrad et al. 2020: 225) kommen kann. Gemeint ist damit ein „string of back-and-forth sticker exchanges riffing off the same topic or

emotion“ (Konrad et al. 2020: 225). Ähnliche Muster konnten auch bei der Verwendung von GIFs gefunden werden (vgl. Kap. 6.3.2.3).

Zuletzt sei noch auf eine Studie von Tang et al. (2021) hingewiesen, in der u. a. kommunikative Funktionen von Stickern in Online-Gruppenchats beim Messenger-Dienst WECHAT dargestellt werden. Die Autoren beschreiben zwei größere Funktionsgruppen, die sie „Tone marking“ (Tang et al. 2021: 592) und „Sticker acts“ (Tang et al. 2021: 594) nennen. Demnach werden Sticker zum einen dazu verwendet, die Haltung bzw. die Gefühle der User:innen bezüglich einer zuvor sprachlich formulierten Aussage (z. B. der Ausdruck von Freude oder Trauer) zu visualisieren. Sie können auch dazu dienen, eine Aussage zu bekräftigen bzw. abzumildern. Zum anderen können sie als „illocutionary sticker act“ (Tang et al. 2021: 591) stellvertretend für verbalisierte Aussagen verwendet werden und somit Funktionen von Sprechakten übernehmen.

An dieser Stelle soll auf das Internetphänomen *Memes* sowie auf damit verbundene Forschungsbeiträge eingegangen werden, die auch die Unterschiede zwischen Memes und GIFs verdeutlichen. Sie lassen sich wie folgt beschreiben:

Die Grundlage jedes Memes ist stets ein Bild, entnommen aus der (Pop-)Kultur. Dieses wird mit sprachlichen Anteilen ergänzt, die teilweise zum Ursprung des Memes gehören (z. B. eine Filmszene), das Bild aber teilweise auch völlig neu transkribierbar machen. (Osterroth 2019: 44)

Zu ihrem Verständnis wird meist ein profundes Hintergrundwissen benötigt, die „Verstehensschwelle“ (Osterroth 2019: 51) ist aus diesem Grund sehr viel höher, als es etwa bei Werbeanzeigen der Fall ist. Typischerweise werden von Meme zu Meme immer wieder kleine Änderungen vorgenommen, sodass neue, meist humoristische Bild-Text-Kombinationen entstehen. In seiner Arbeit *THE POSTDIGITAL EMERGENCE OF MEMES AND GIFS* geht Wagener (2021) auch auf Unterschiede und Gemeinsamkeiten von GIFs und Memes ein. Demnach zeichnen sich Memes<sup>49</sup> vor allem durch soziale und kulturelle Referenzen aus. GIFs eignen sich dagegen in ihrer Beschaffenheit eher für emotionale und kognitive Reaktionen, die sich für den Gebrauch innerhalb von Interaktionskontexten anbieten.

---

<sup>49</sup> Weitere Arbeiten, die sich dezidiert mit Internet-Memes beschäftigen, finden sich im Sammelband von Bülow/Johann (2019).

Die hier dargestellten Untersuchungen zeigen eindrücklich, dass Emoticons, Emojis und andere Graphicons viel mehr als „nur“ Smileys und Bildzeichen sind und dass sie in ihrer kontextuellen Einbettung maßgeblich zum Verständnis beitragen können.

### **3.4 Die Merkmale und die Beschaffenheit von GIFs – was ist das Besondere?**

Die Unterschiede zwischen GIFs und Emojis führen, wie der empirische Teil der Arbeit zeigt, teilweise auch zu verschiedenen kommunikativen Funktionen. Die jeweiligen Merkmale der beiden Graphicons werden im Folgenden dargestellt, um daran anknüpfend die Besonderheiten von GIFs konkreter in den Blick zu nehmen.

In der vorliegenden Arbeit werden Emojis „als in der digitalen Kommunikation verwendete, im Unicode gelistete Zeichen“ aufgefasst, „deren Gestalt, anders als bei Kombinationen aus herkömmlichen ASCII-Zeichen der Fall, nicht beliebig veränderbar ist“ (Dürscheid/Siever 2017: 260)<sup>50</sup>. Schon alleine diese Definition markiert einen bedeutenden Unterschied zwischen GIFs und Emojis, denn GIFs sind weder im Unicode gelistet noch durch ein Konsortium bestimmt. Emojis können syntaktisch als Sonderzeichen in Textnachrichten bzw. in den Textverlauf integriert werden (vgl. Dürscheid/Siever 2017: 266), ein GIF dagegen hat eine vorgegebene und nicht veränderbare Position innerhalb eines Postings.

Der aus dem Japanischen stammende Begriff Emoji, der im Deutschen so viel wie ‚Bildschriftzeichen‘ bedeutet, legt nahe, dass es sich um statische Elemente handelt. Auf die Betrachtung von Emojis als Schriftzeichen (genauer als Allographen, als Ideogramme, als Grenz- und Satzintentionssignale) gehen, wie bereits erwähnt, Dürscheid/Siever (2017) in ihrem Aufsatz ein. Zuletzt beziehen sie sich auch auf deren indexikalische Funktion, die später noch eingehender betrachtet werden soll. Die strukturierende Eigenschaft von Emojis beschreibt auch Pappert (2017: 198) in seinem Aufsatz. Gerade diese Aufgabe können GIFs nicht erfüllen, stehen sie doch immer an derselben Stelle innerhalb eines Postings.

---

<sup>50</sup> Wie bereits in Kapitel 3.3 erwähnt, können beispielsweise Memojis eigenhändig gestaltet werden. Auch Emojis können von User:innen selbst erzeugt und dem Unicode-Konsortium zur Aufnahme vorgeschlagen werden, vgl. dazu <https://www.unicode.org/emoji/proposals.html> (21.07.2022). Da die Verwendung dieser Art von Emojis für die vorliegende Arbeit aber nicht relevant ist, sollen sie im Folgenden nicht weiter berücksichtigt werden.

Auch wenn der Unicode-Zeichensatz immer wieder um neue Zeichen erweitert wird, bleiben die User:innen stets auf ein begrenztes Inventar an Emojis beschränkt, wohingegen GIFs individuell mit diversen Programmen erstellt und anschließend in Umlauf gebracht werden können. Anders als Emojis, deren Erstellung somit nach einem Top-down-Prinzip funktioniert, sind GIFs stark gemeinschaftsorientiert. Das heißt, dass User:innen in der Lage sind, selbst GIFs zu produzieren und diese somit auch von verschiedenen Communities mit eigenen Bedeutungen aufgeladen werden können (vgl. Miltner/Highfield 2017: 4).

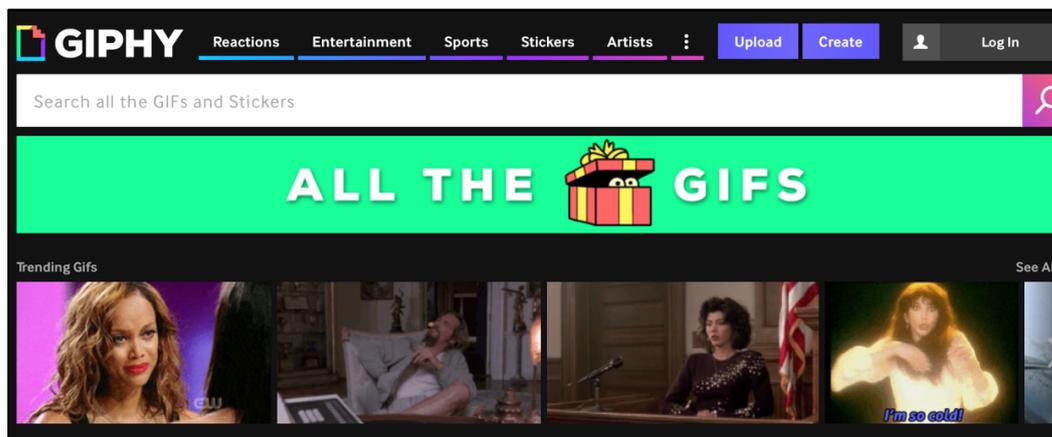


Abbildung 14: Suchmaske von GIPHY

So erklärt sich auch die unüberschaubare Menge von GIFs, die durch Datenbanken wie GIPHY<sup>51</sup> zur Verfügung gestellt werden. Mithilfe von Schlagwörtern lassen sich umfangreiche GIF-Sammlungen durchsuchen, um aus den aufgelisteten Vorschlägen eine passende Auswahl zu treffen, die dann in das jeweilige Posting eingebettet werden kann. GIPHY bietet darüber hinaus auch die Möglichkeit, eigene GIFs zu generieren und hochzuladen (vgl. dazu Abb. 15). Nicht zuletzt vor dem Hintergrund gesellschaftlich und zeitgeschichtlich relevanter Ereignisse variiert die Auswahl stark. Pfurtscheller beschreibt die Suche nach geeigneten GIFs in Datenbanken wie folgt:

Durch die Integration einer eigenen GIF-Suchmaschine (giphy.com) in das User-Interface von *Twitter* [Hervorhebungen im Original] wird eine leichte und komfortable Nutzung von GIFs ermöglicht. Gleichzeitig wird die GIF-Kommunikation durch Vorschläge typischer Reaktion-Formen von Interfacesseite vorstrukturiert, was man als

<sup>51</sup> Am 15. Mai 2020 gab FACEBOOK in einem Blogpost bekannt, die Online-Datenbank für etwa 400 Millionen US-Dollar zu kaufen, um GIPHY auch in den ebenfalls von Facebook aufgekauften Online-Dienst INSTAGRAM zu integrieren. Vgl. dazu <https://www.reuters.com/article/us-facebook-giphy/facebook-buys-gif-website-giphy-to-integrate-with-instagram-idUSKBN22R2OY> (21.07.2022).

einen Schritt in Richtung einer ‚Lexikalisierung‘ bildbasierter Reaktionsformen werten könnte. (Pfurtscheller 2018: 16)

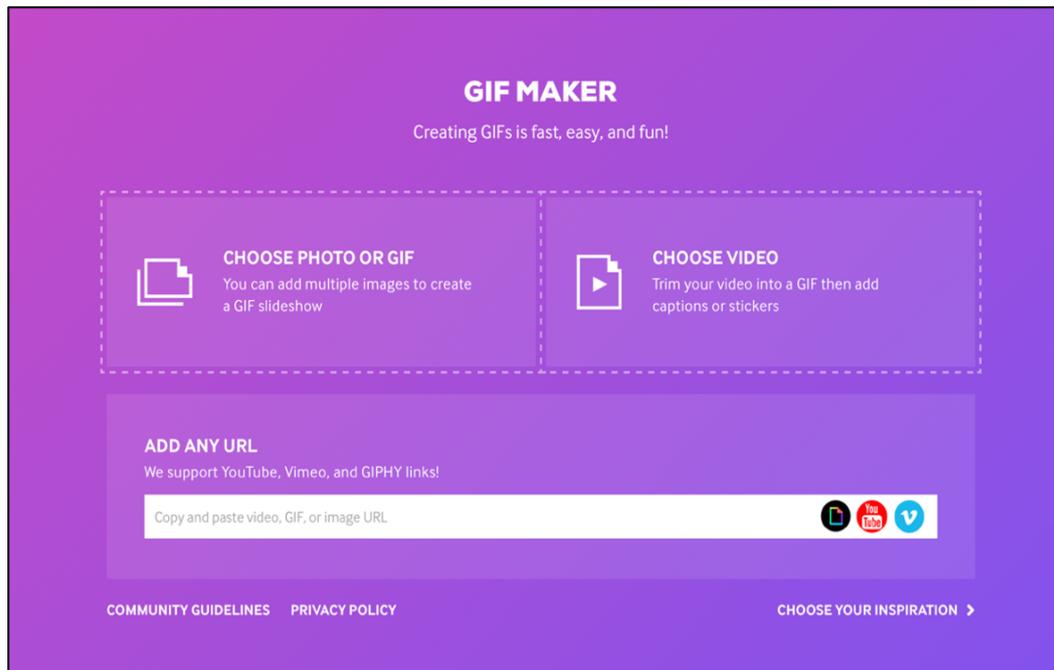


Abbildung 15: GIF-Maker von GIPHY

Wichtig ist die Erkenntnis, dass durch Algorithmen generierte Vorschläge eine entscheidende Rolle bei der Auswahl eines GIFs in internetbasierter Kommunikation spielen können. Denn bei der Implementierung von GIFs in Postings auf TWITTER werden nach Schlagwörtern bzw. Themen sortierte Vorschläge gemacht, die zu einer Auflistung potenziell passender Clips führen (vgl. dazu Abb. 16).

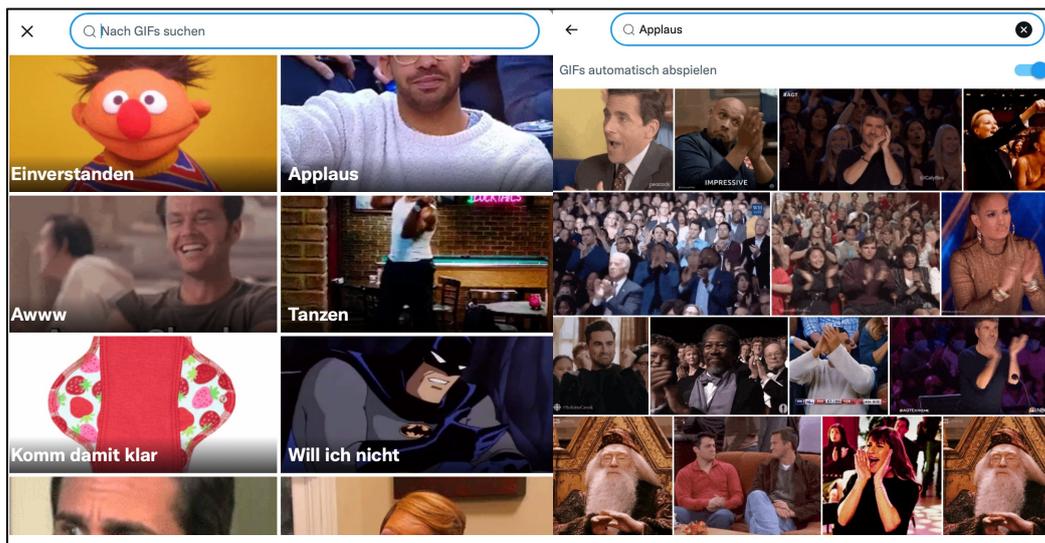


Abbildung 16: Suchmaske (links) und Vorschläge zum Suchwort „Applaus“ (rechts)

Wie bereits angedeutet, variieren Emojis von Plattform zu Plattform leicht in ihrem Erscheinungsbild, wenn man etwa FACEBOOK, WHATSAPP und TWITTER im Vergleich betrachtet. GIFs hingegen sind, wie auch Bilder oder Videos, in ihrer Darstellung plattformunabhängig. Lediglich die Ansicht (im Browser bzw. in der App) wirkt sich auf die Präsentationsform aus (vgl. dazu Kap. 2.3 zu TWITTER).

Während sich Emojis beliebig kombinieren lassen und auf diese Weise, wie oben erwähnt, sogenannte „narrative sequences“ (Herring/Dainas 2017) bilden können, kann ein GIF als solches narratives Potenzial enthalten, dieses aber nicht durch eine Aneinanderreihung von GIFs innerhalb eines Postings entwickeln. Um mehrere GIFs in eine Interaktion einzubringen, müssen User:innen auch mehrere Postings versenden.

Kennzeichnend für GIFs sind häufig auch intertextuelle Referenzen, die durch die Verwendung eines Emojis allein nicht hergestellt werden können. Zahlreiche GIFs verweisen auf Serien oder Filme, indem kurze Szenen, ähnlich wie Zitate, Verwendung finden und diese aufgrund des fehlenden Tons meist mit Untertiteln versehen werden. Dazu halten Tolins/Samermit (2016: 88) fest: „The quotative function of GIFs distinguishes them from other text-based paralinguistic features such as emoticons.“ Das bedeutet aber keineswegs, dass der/die Nutzer:in oder Rezipient:in eines GIFs zwangsläufig seinen Ursprung oder den Hintergrund (z. B. in politischen Kontexten) kennen muss. User:innen können also ein GIF verwenden, das eine kurze Sequenz aus einem Film zeigt, der ihnen selbst bzw. anderen User:innen gegebenenfalls unbekannt ist. In einem anderen Kontext kann einem GIF nämlich eine ganz neue

Bedeutung zukommen, die von der Quelle, etwa einem Film oder einer Serie, losgelöst ist. Es kann somit auch in ganz anderen Zusammenhängen verwendet werden (Highfield/Leaver 2016: 53 f.). Ein eigentlich witziger Ausschnitt aus einem Film könnte in internetbasierter Kommunikation zu sehr ernstern Zwecken verwendet werden. Durch die Loslösung aus dem ursprünglichen Kontext ist die Absicht der Szene unter Umständen auch nicht mehr nachvollziehbar (vgl. dazu Kap. 4.1).

Zwar haben „Emoticons [und mittlerweile sicherlich auch Emojis]<sup>52</sup> in der internetbasierten Kommunikation in vielen Kontexten ihre ikonische Lesart zugunsten einer indexikalischen oder symbolischen eingebüßt“ (Beißwenger/Pappert 2019a: 107), doch sind sie niemals ein Ausschnitt aus einem Film, einer Serie oder einem Laienvideo.

Emojis können durch ihre Verwendung allein nicht auf andere Inhalte verweisen, sondern erst in ihrem Gebrauch. Die Einbindung des Kontextes ist somit unerlässlich, denn

[d]ie Zuweisung einer Funktion ist damit immer angewiesen auf eine Interpretation des sprachlichen Kontexts. In dieser Hinsicht verhalten sich Emojis wie auch ihre Vorläufer, die Emoticons, distributionell ähnlich wie Interjektionen und Responsive. (Beißwenger/Pappert 2019a: 125)

Dies trifft auch auf GIFs zu, wengleich „sprachliche[r] Kontext[.]“ (Beißwenger/Pappert 2019a: 125) im Gegensatz zu Emojis auch innerhalb eines einzelnen GIFs vorhanden sein kann.

Wie bereits angedeutet, können GIFs in ihrer optischen Gestalt sehr unterschiedlich beschaffen sein. Das fängt bereits damit an, dass GIFs selbst erstellt werden können und bei ihrer Erstellung praktisch keinerlei Grenzen gesetzt sind. Allen gemeinsam ist nur das Looping, die ständige Repetition der Animation. Der Terminus *Loop* wird „im Deutschen in der Musik und im audiovisuellen Bereich [...] für kurze Klang- oder Bildsequenzen“ (Baumgärtel 2015: 22) verwendet. Übertragen auf GIFs werden damit die sich wiederholenden Clips in Endlosschleifen bezeichnet. Dieses Phänomen führt mitunter auch dazu, dass Betrachtende das GIF mehrmals ansehen müssen, um seinen Inhalt ganz zu erfassen, was bedeutet, dass es die Aufmerksamkeit

---

<sup>52</sup> Beißwenger/Pappert (2019a: 107) sprechen von „spezifischen Praktiken“, die sich durch häufige Verwendung von Emoticons herausgebildet haben. Für den Gebrauch von Emojis, die mittlerweile auf verschiedenen Plattformen vermehrt genutzt werden, sind diese Praktiken noch kaum analysiert worden.

der Rezipient:innen auf sich zieht (vgl. McCarthy 2017: 116). Dazu heißt es in einer Studie:

The automatic looping of a GIF allows it to create meaning, provide layers of significance, highlight details and events, encourage and reward repeated viewing, and create seamless content through perfect loops where the beginning and the end are difficult – if not impossible – to identify. (Miltner/Highfield 2017: 6)

Mit dem oftmals nicht klar zu identifizierenden Beginn und Ende einer Sequenz geht auch ein größerer Interpretationsspielraum einher, der sich in den Analysen an konkreten Beispielen zeigen lässt. Andererseits wird von Nutzer:innen immer wieder betont, wie gut GIFs sich dazu eignen, „to communicate gestures and certain emotions more effectively, that otherwise is not possible through other types of media“ (Bakhshi et al. 2016: 582). Damit einher gehen auch die verschiedensten Verwendungskontexte, in denen GIFs zum Einsatz kommen – sowohl in privater als auch in öffentlicher internetbasierter Kommunikation. Ein besonderer Vorteil bei der Nutzung von GIFs vor allem auf TWITTER besteht darin, dass sie sich nicht auf die vorgegebene Zeichenzahl auswirken. Sie weisen in vielen Fällen dennoch eine hohe Informationsdichte auf, da in GIFs eine unbeschränkte Menge von Zeichen integriert werden kann, beispielsweise in Form ganzer Textteile. Auf diese Weise kann das Zeichenlimit auf TWITTER umgangen werden, ohne etwa auf ausführlichere Erläuterungen verzichten zu müssen.

Darüber hinaus liegt es nahe, von verschiedenen Typen von GIFs zu sprechen, die sich hinsichtlich ihrer Eigenschaften stark voneinander unterscheiden können (vgl. dazu auch Kap. 6.3.1). Denn GIFs beschränken sich, wie bereits deutlich wurde, nicht nur auf die populären sogenannten „Reaction GIFs“, sondern können noch ganz andere Formen annehmen. Auch ein Standbild, das mit einem Filter versehen wurde, kann als GIF gesichert und verwendet werden. Mehrere Bilder lassen sich in einem präsentationsartigen Stil aneinanderreihen und können so wie eine Diashow Zusammenhänge erläutern. Darüber hinaus werden in GIFs oftmals bekannte Filme oder Serien aufgegriffen oder gesellschaftlich relevante Persönlichkeiten zitiert. Die Referenz auf die jeweilige Person, den Charakter, die Situation oder den politischen Kontext wird bei der Verwendung des GIFs häufig irrelevant. Denkbar ist, dass der/die User:in bei der Auswahl eines GIFs Ursprung und Kontext gar nicht mehr kennt bzw. berücksichtigt. Das bedeutet auch, dass Missverständnisse an dieser Stelle leicht vorstellbar sind.

<b>Emojis</b>	<b>GIFs</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Statisch</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Animiert (Loop)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beliebig kombinierbar (siehe z. B. „narrative sequence“ (Herring/Dainas 2017))</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nur ein GIF pro Posting möglich</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Begrenzte Auswahl (leicht modifizierbar, z. B. Haarfarbe), nur selten neue Emojis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potenziell unendlich viele, da User:innen sie selbst produzieren können</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• In den (Schrift-)Textverlauf integrierbar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicht in den (Schrift-)Textverlauf integrierbar, immer an der gleichen Position</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Häufig, aber nicht immer Signal für „Kommunikation unter Nähebedingungen“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 26), daher rahmend (Pappert 2017: 189 ff.) → gilt besonders für private Kommunikation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kann „Kommunikation unter Nähebedingungen“ suggerieren (siehe GIFs zur Erklärung als Infografik)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaction signs (Beißwenger et al. 2012)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• z. T. Interaction signs (Beißwenger et al. 2012), kann aber auch mehr liefern, z. B. Entfaltung eines Themas</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Können strukturieren (Pappert 2017: 198)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Können nicht strukturierend wirken, da sie nicht in den (Schrift-)Textverlauf integrierbar sind</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intertextuelle Bezüge allein durch Emoji nicht möglich (erst in Kombination → vgl. TWITTER-Poesie)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intertextuelle Bezüge möglich, etwa durch direkten Verweis auf Filme oder Serien → dadurch de- und rekontextualisierend</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bildzeichen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicht zwingend reine Bildzeichen (z. B. Kombination aus Schrift und Bild)</li> </ul>

Tabelle 1: Emojis und GIFs im Vergleich

## **4. Medien-, film- und kulturwissenschaftliche Grundbegriffe und Konzepte**

Es ist kaum verwunderlich, dass ein Großteil der wenigen sich mit GIF befassenden Untersuchungen nicht aus dem Bereich der Sprachwissenschaften stammt. Vielmehr beschäftigen sich in erster Linie diejenigen Disziplinen mit GIFs, deren zentrales Forschungsinteresse im Bereich Bilder und bewegte Bilder liegt. Das folgende Kapitel greift aus diesem Grund Konzepte aus den Bereichen der Medien-, Film- und Kulturwissenschaft auf und fasst Erkenntnisse zu GIFs zusammen, die auch für die empirische Untersuchung im Rahmen dieser Arbeit von Bedeutung sind. Dabei werden u. a. auch Gemeinsamkeiten mit bzw. Analogien zu historischen Vorläufern von GIFs erläutert.

Einige spezifische Merkmale von GIFs konnten im vorherigen Kapitel bereits durch den Vergleich mit Emojis herausgearbeitet werden (vgl. dazu Tab. 1). Bevor die Verwendung von GIFs in interaktionalen Zusammenhängen mithilfe linguistischer Konzepte eingehender untersucht werden soll, gilt es zunächst, ihre Eigenschaften als Bewegtbildsequenzen genauer zu betrachten. Auch wenn sie in vielen Fällen in sprachliche Kontexte eingebunden sind oder sprachliches Material, etwa in Form von Untertiteln oder Erläuterungen, enthalten, sind sie doch vordergründig nichtsprachlicher Natur. Es geht also darum, jene spezifischen Eigenheiten von GIFs detaillierter herauszuarbeiten, die ihre Attraktivität und Popularität ausmachen und sie so von anderen Graphicons in internetbasierter Kommunikation unterscheiden.

Eine Verknüpfung unterschiedlicher Forschungsrichtungen und -ansätze erscheint für die Betrachtung von GIFs insofern naheliegend, als dass Konzepte aus eher filmisch orientierten Bereichen auch für die Analyse von Interaktionen mit GIFs eine wichtige Rolle spielen können. Erst wenn die Eigenheiten von GIFs interdisziplinär beschrieben worden sind, können ihre kontextuelle Einbindung in Interaktionen auf TWITTER gewinnbringend nachvollzogen und die Forschungsfragen in der empirischen Untersuchung behandelt werden. Das Ziel ist es dabei, GIFs stets aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu betrachten, um ihrer Komplexität und Vielfalt gerecht zu werden.

Es sollte bereits deutlich geworden sein, dass GIFs, was den Grad ihrer Animation angeht, sehr unterschiedlich ausgestaltet sein können. Es ist daher auch nachvollziehbar, dass die im Folgenden beschriebenen Ansätze in unterschiedlichem Maße

auf die Besonderheiten der kurzen Clips zutreffen. In den jeweiligen Unterkapiteln wird darauf entsprechend konkret Bezug genommen. Die eher aus den Film- und Medienwissenschaften stammenden Arbeiten zu GIFs beschäftigen sich zuvorderst mit solchen GIFs, die auch aus entsprechenden Vorlagen wie etwa Spielfilmen oder Fernsehserien entnommen wurden.

In einem ersten Schritt soll die De- bzw. Rekontextualisierung von GIFs (Kap. 4.1) thematisiert werden, die eine spezifische Eigenheit vieler GIFs darstellt. Daran anschließend wird es um ein bereits angesprochenes Merkmal, das sogenannte Looping (Kap. 4.2), das Abspielen in Endlosschleifen, gehen. Damit in Verbindung stehen auch Rückbezüge und Parallelen zu frühen Formen des Kinos, die in Kapitel 4.3 in den Fokus rücken. Außerdem soll hier kurz auf ökonomische Interessen in Bezug auf GIFs eingegangen werden, die vor allem bei der Nutzung und Verbreitung auf bzw. über Plattformen durch Datenbanken eine Rolle spielen. Schließlich werden aus dem Bereich der Filmtheorie Überlegungen aufgegriffen, die zuvorderst bei der Betrachtung von narrativen GIFs eine Rolle spielen (Kap. 4.4).

#### **4.1 Dekontextualisierung und Rekontextualisierung**

Ein Merkmal, das viele GIFs gemeinsam haben, ist ihre Ausschnitthaftigkeit. Diese Eigenschaft bildet ein Alleinstellungsmerkmal der kurzen Clips. Das Extrahieren einer Bildsequenz aus ihrem ursprünglichen Kontext und die damit verbundene Loslösung aus einer „Kausalkette von Ereignissen“ etwa in einem Film, einer Serie oder Talkshow machen es erst möglich, dass einem GIF „radikale Offenheit“ (Wentz 2020: 50) zukommt, wo sich zuvor dezidiert erzählerische und aufeinander aufbauende Strukturen und Szenen entfaltet haben. Gerade hier sieht die Kulturwissenschaftlerin Daniela Wentz (2020: 50) die Differenz zwischen „Originalmaterial des Films oder Fernsehens und den daraus extrahierten GIFs“. Die Entkopplung von chronologischen und kausalen Zusammenhängen führt dazu, dass GIFs in sehr unterschiedlichen Kontexten in Interaktionen eingebettet werden können.

Ein anschauliches Beispiel liefert Strauven (2020: 56) in ihrer medienwissenschaftlichen Arbeit zum Vergleich der von ihr als GIF 1.0 und GIF 2.0<sup>53</sup> bezeichneten

---

<sup>53</sup> In der Literatur als GIFs 2.0 bezeichnete Animationen zeichnen sich dadurch aus, dass sie in ihrem Stil, ihrer Form und Funktion eine größere Bandbreite bieten und auch in kommunikativen Kontexten verwendet werden. GIFs 1.0, gerne auch „Zappelgifs“ genannt, dagegen waren früher eher auf

Ausprägungen. Anhand eines Ausschnitts aus dem Film *CITIZEN KANE* legt sie exemplarisch dar, wie durch Dekontextualisierung einer Bildfolge einem GIF neue Bedeutung eingeschrieben werden kann. Das Beispiel zeigt den amerikanischen Regisseur und Schauspieler Orson Welles in einer Szene des Films, wie er langsam und emphatisch mit den Händen klatscht (vgl. Abb. 17). Drückt der Protagonist an dieser Stelle des Films mit seiner Geste aufrichtige Zustimmung aus, so kann der entsprechende Clip in einem kommunikativen Kontext, losgelöst von seinem filmischen Ursprung, ganz anders bzw. sogar konträr gedeutet werden. Als Reaktion auf ein Posting kann das Klatschen vielmehr als ironisch oder abfällig aufgefasst werden. So kommt dem GIF durch seine Einbindung in einen neuen kommunikativen Kontext unter Umständen eine diametral entgegengesetzte Bedeutung zu. Dass es sich bei dem Schauspieler um Orson Welles handelt und die betreffende Szene aus einem der wichtigsten Meisterwerke der amerikanischen Filmgeschichte stammt, ist dann im Rahmen der Interaktion ebenfalls nicht mehr zwingend von Bedeutung und für das Verständnis des GIFs nicht relevant. Beispiele für derartige GIFs finden sich in den gängigen Datenbanken und den verschiedenen Plattformen zuhauf. Sie können unabhängig von ihrem Ursprung und der Kenntnis ihrer Quelle für den interaktiven Austausch genutzt werden. Der Fokus verschiebt sich vom narrativen Kontext des Ausschnitts auf die jeweilige Gestik und Mimik der Protagonist:innen.



Abbildung 17: Einzelbildfolge des GIFs „Clapping Orson Welles“

Diese Beobachtung greift auch Moskatova (2020: 7) in Anlehnung an exzess- und überschusstheoretische Ansätze<sup>54</sup> in den Filmwissenschaften auf. Die Extrahierung aus

---

Homepages zu finden (z. B. in Form von „under construction“-Zeichen) (vgl. Strauven 2020: 57; vgl. Wentz 2020: 44).

<sup>54</sup> Vgl. dazu z. B. auch Thompson (1986).

seinem originalen Kontext macht die Bildfolge des GIFs zu „ein[em] Fragment oder ein[em] Detail eines größeren Ganzen“ (Moskatova 2020: 7). Dabei wird die Bewegtbildsequenz oft aus den übergeordneten narrativen Strukturen herausgelöst. Mit dieser Dekontextualisierung geht schließlich auch der Gewinn an „Polysemie“ und häufig eine Steigerung „ins Komische“ (Moskatova 2020: 3) einher. Das oft die Mimik oder Gestik von Menschen und Tieren darstellende Material lenkt auf diese Weise den „Fokus auf die sinnliche Dimension der Bewegung“. In Verbindung mit der ständigen Wiederholung des Clips, dem Looping, „entfalten GIFs ihrerseits eine eigenständige Ästhetik der bewegten Details“ (Moskatova 2020: 7) und sorgen so für deren starke Akzentuierung. Was in einem Film in einer bestimmten Szene nur eine beiläufige Handlung oder Bewegung ist, wird zu einem kommunikativen Kernelement in der Interaktion, dem nunmehr viel größere Bedeutung beizumessen ist (vgl. Moskatova 2020: 7).

Diese bei Hagman (2012)<sup>55</sup> als „minor‘ moments“ bezeichneten Ausschnitte beschreibt der Autor wie folgt:

What is noteworthy about these mini movies is that they, quite often, focus on the ‚minor‘ moments of a film [...]. [G]ifs are more suitable for mannerisms and gestures than ‚big‘ dramatic moments. The gifs that work the best are therefore those that manage to withdraw themselves from being representative of the films from which they are sourced in order to create a logic and economy of motion wholly their own. (Hagman 2012)

Häufig zeigen GIFs gerade nicht die Schlüsselmomente, die besonders entscheidenden und für einen konkreten Film charakteristischen Szenen, sondern wenig repräsentative Ausschnitte, die gerne Bewegungen oder Mimik bzw. Gestik der Protagonist:innen wiedergeben. Zwar können von den Interagierenden je nach ihrem Wissensstand noch Bezüge zum Ausgangsmaterial hergestellt werden, für das Verständnis sind diese jedoch nicht zentral, möglicherweise sogar vollkommen irrelevant.

Bei Wentz (2020: 51) heißt es dazu, dass „das Kino und das Fernsehen [...] auf ihre gestische Verwertbarkeit hin“ betrachtet werden. Dabei stehen „andere filmische Qualitäten“ im Vordergrund als etwa eine ausgestaltete erzählerische Handlung, denn es geht bei der Verwendung von GIFs, so die Autorin, um „das Aufführen der eigenen Identität und Geschichte im Alltag“ (Wentz 2020: 51). User:innen können also mit der

---

<sup>55</sup> Die Studie wurde ohne Seitenzahlen publiziert.

„richtigen“ bzw. dem Kontext angemessenen Verwendung eines GIFs zeigen, dass sie in der Lage sind, auf originelle Art und Weise zu kommunizieren.

Auch wenn GIFs durch ihre neue kontextuelle Einbindung in kommunikative Situationen häufig umgedeutet werden, bleiben die Bezüge zu ihrem Ursprung dennoch bestehen, unabhängig davon, ob User:innen die Quelle kennen oder nicht. Auf diesen Aspekt soll noch einmal dezidiert in Kapitel 5.4 zum Konzept der Intertextualität eingegangen werden, ist dieser Terminus doch auch im Bereich der (Text-)Linguistik bereits etabliert.

## 4.2 Looping – die Verbindung von Stillstand und Bewegung

Eine zentrale Eigenschaft von GIFs ist das schon vielfach erwähnte Merkmal Looping, die ständige Wiederholung der kurzen Clips in Endlosschleifen.

In seiner Arbeit *SCHLEIFEN* nimmt Baumgärtel (2015) die Geschichte des Loops in den Blick. Seinen Fokus legt der Autor auf Musik und bildende Künste, in denen Schleifen seit Mitte des 20. Jahrhunderts eine tragende Rolle spielen. Dabei definiert er den Begriff Loop wie folgt:

Das Wort hat sich auch im Deutschen in der Musik und im audiovisuellen Bereich eingebürgert als Fachbegriff für kurze Klang- oder Bildsequenzen, die analog oder digital aufgezeichnet wurden und beliebig oft wiederholt werden können. (Baumgärtel 2015: 22)

Gerade diese ständige Wiederholung macht den besonderen Reiz von und die Begeisterung für GIFs aus. McCarthy (2017: 116) sieht die Attraktivität der Animationen in Verbindung mit Looping vor allem im menschlichen Bedürfnis nach Verstehen bzw. im Drang nach Wissen begründet:

[A]s loops, GIFs always start *in medias res* [Hervorhebungen im Original], so that a certain desire to understand what's going on keeps us looking. GIFs may be short loops, but sometimes it takes several viewings for the viewer to comprehend their subject matter. (McCarthy 2017: 116)

Das Looping führt dazu, dass der/die Rezipient:in unter Umständen so lange auf dem GIF verweilen muss, bis er/sie es mindestens einmal ganz angesehen hat, um es verstehen und einordnen zu können, denn die Informationsdichte der Bewegtbildsequenzen kann sehr hoch sein.

Bei GIFs, die Bewegungen oder Gesten zeigen, entsteht häufig ein „repetitives, zirkuläres oder virtuell infinites Moment“ (Wentz 2020: 47). Dabei wird ein Gegensatz deutlich, der geradezu paradox wirkt. Die kurzen Clips vereinen nämlich sowohl Stillstand als auch Bewegung, und das unabhängig von ihrer Entwicklungsphase, also ob man sogenannte GIFs 1.0 oder GIFs 2.0 betrachtet (vgl. Wentz 2020: 44). Strauven (2020: 58) spricht aus diesem Grund auch von „sleepless images“, von Bildern, die niemals stillstehen. Gleichzeitig führt das Looping aber zu einer „Maximierung des Fragmentarischen“ (Moskatova 2020: 2). So ist im Gegensatz zu einer Narration meist nur ein Teil, ein kleiner Ausschnitt zu sehen, ein Fragment aus einem größeren Ganzen, das sich nur in einem sehr begrenzten Rahmen erzählerisch bzw. zeitlich entfalten kann. Die wenigen Sekunden können sich aber durch den Loop auf eine „potenziell unendliche Dauer aus[dehnen]“ (Moskatova 2020: 2). Stillstand und Bewegung scheinen daher in einem fortwährenden Spannungsfeld zu stehen. Diese Besonderheit, die bei der ursprünglichen Entwicklung eines auf Datenkompression abzielenden Formats so zunächst nicht zu erwarten gewesen wäre, beschreibt Baumgärtel wie folgt:

[d]as ständige Oszillieren zwischen Bewegung und ihrer Abwesenheit stellt unser Verständnis immer noch vor schöne Rätsel, die man nicht erwarten würde von einer Darstellungsform, die zunächst nur das Resultat technischer Beschränkungen war. (Baumgärtel 2020: 61)

Typisch für Loops ist auch ein „minimales Stocken, ein inhärenter *jump cut* [Hervorhebungen im Original] als eine Art eingebauter Verfremdungseffekt, der die Realitätssillusion des GIFs unterminiert“ (Baumgärtel 2020: 56). Darunter werden eigentlich Bildsprünge in Filmen verstanden, die entstehen, wenn die „Schnittstellen zwischen zwei Einstellungen ähnlich, aber nicht passgenau sind, wenn also eine Horizontlinie oder ein Objekt zu sehen ist, deren Position in beiden Bildern leicht verschoben ist“ (Keutzer et al. 2014: 156). Im klassischen Film gilt es, derartige Sprünge unbedingt zu vermeiden. Bei GIFs sind Jump Cuts „zwischen Anfang und Ende der geloopten Sequenz“ (Baumgärtel 2020: 56) jedoch eher die Regel und markieren den Start- bzw. Endpunkt des GIFs.

Baumgärtel (2015: 49), der sich mit der allgemeinen Ästhetik von Loops beschäftigt, hebt an dieser Stelle eine weitere Paradoxie hervor, die sich auch auf GIFs übertragen lässt. Plausibel stellt er dar, wie die Endlosschleifen auf eine besondere Art und Weise faszinieren und den/die Rezipient:in in ihren Bann ziehen, gleichzeitig aber

auch „kolossal nerven“ (Baumgärtel 2015: 49) können. Gleiches lässt sich zweifellos auch für bestimmte GIFs sagen. Mit der „[e]xzessive[n], maschinenhafte[n] Wiederholung“ (Baumgärtel 2015: 47) wird gerade im Bereich der Kunst Absurdität erzeugt. Der Ausschnitt kann als „satirisches oder parodistisches Instrument“ (Baumgärtel 2015: 47) verwendet werden und führt dazu, dass die Endlosschleife mitunter lächerlich wirkt.

Wie sich also zeigt, erfolgt die Beschäftigung mit Loops aus sehr unterschiedlichen Blickwinkeln. Sogar eine ganze Ausstellung mit dem Titel „Never Ending Stories“ im Kunstmuseum Wolfsburg, die zwischen Oktober 2017 und März 2018 stattfand, widmete sich dem Loop in Kunst, Film, Architektur, Musik, Literatur und Kulturgeschichte. In dem dazu erschienenen Katalog, der einen multiperspektivischen Zugang zu Endlosschleifen bietet, fasst der Herausgeber des Bandes die Charakteristika des Loops noch einmal prägnant zusammen:

Loop ist Stillstand in Bewegung. Das macht seine Faszination wie seinen Schrecken aus. Ein grundlegender Dualismus bestimmt die Rezeption der Endlosschleife: Der einullenden Geborgenheit einer rituellen Wiederholung steht das uferlose Kreisen im geschlossenen System entgegen, das nicht mehr regressiver Schutzraum, sondern aggressives Gefängnis ist. (Beil 2017: 34)

Der Stillstand in Bewegung scheint grundlegend für die Faszination von Schleifen zu sein. Baumgärtel (2020: 54) sieht aber neben der Betonung des jeweiligen Ausschnitts gleichzeitig auch eine „Bedeutungsentleerung“ durch die „ewige Repetition“. Diese verhindert letztlich, dass die Aufmerksamkeitsspanne in kommunikativen Kontexten überstrapaziert und so Interaktion erschwert wird.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass geloopte GIFs für die Verwendung in internetbasierter Kommunikation geradezu ideal erscheinen. Dass aber das Looping an sich kein neues und dem Internet entsprungenes Phänomen ist, zeigt das anschließende Kapitel. Hier sollen Parallelen mit den Vorläufern des Kinos nachgezeichnet werden.

### **4.3 Exkurs: Zwischen Cinematizität und ökonomischen Interessen**

Bei der Beschreibung und Einordnung von GIFs wird gerne auf Gemeinsamkeiten mit den Ursprüngen des Kinos und den Vorläufern des Films hingewiesen. Diese Parallelen scheinen auf den ersten Blick nicht recht zu den heutigen digitalen

Verbreitungsmöglichkeiten und damit verbundenen ökonomischen Interessen zu passen. Die Bereitstellung von GIFs über Datenbanken erlaubt es User:innen, die kurzen Clips zu jeder Zeit abzurufen und in digitale Kommunikation zu integrieren. Hinter diesen durch die Plattformen geschaffenen Möglichkeiten stecken zuvorderst ökonomische Ziele: das Interesse an den persönlichen Daten der Nutzer:innen, die durch eine möglichst lange Verweildauer auf den jeweiligen Plattformen generiert werden.

War das bewegte Bild im 19. Jahrhundert noch etwas Außergewöhnliches, das beim Publikum nicht nur Neugier auslöste, sondern manchmal auch zu Überforderung führen konnte, gehört es in heutigen Zeiten wie selbstverständlich zur digitalen Kommunikation.

Die dahinterstehende Entwicklung soll im folgenden Teil der Arbeit kurz nachverfolgt werden, bevor auf filmtheoretische Ansätze eingegangen wird.

Die Anfänge des Kinos können Hinweise darauf geben, was den Reiz von GIFs ausmacht, warum die ihnen immanente Wiederholung mitunter eine komische Wirkung entfaltet und immer noch nicht aus der Mode gekommen zu sein scheint. Der kurze Exkurs zeigt außerdem, dass bestimmte Mechanismen, die bereits im 19. Jahrhundert gewirkt haben, auch heute noch funktionieren. Waren Film-Loops zur damaligen Zeit u. a. dem Umstand unzureichender technischer Möglichkeiten geschuldet, werden sie heute gezielt eingesetzt.

Zunächst lassen sich zwei Merkmale identifizieren, die den frühesten Erscheinungsformen des Films und den GIFs gemeinsam sind. Beide sind zwar tonlos und kurz, erzeugen aber, wie Newman (2016) hervorhebt, den Eindruck lebendiger Bewegung: „[GIFs] capture some of the same magic of life in motion as impressed the earliest film audiences“.

Schon vor den ersten Filmvorführungen begeisterten sich die Menschen für bewegte Bilder. Den Grundstein dafür legten sogenannte Phenakistiskope<sup>56</sup>, die auch als Lebensrad bekannt sind (vgl. Füsslin 1993: 30 ff.). Sie erlaubten es bereits 1832 durch die Abfolge von Einzelbildern bei den Rezipierenden den Eindruck einer fortlaufenden Bewegung zu erzeugen. Dabei wurden kleine Motive auf eine Scheibe gezeichnet. Durch die Drehung der runden Bildträger wurde der Eindruck erweckt, dass sich die jeweiligen Figuren bzw. Objekte bewegten, die die betrachtende Person durch einen Sehschlitz wahrnehmen konnte (vgl. Thompson/Bordwell 2009: 4).

---

<sup>56</sup> Zur Entwicklungsgeschichte vom Daumenkino bis hin zur Vorführung bewegter Bilder z. B. mit einer Laterna magica vgl. auch Fölsch (2011).

Als Weiterentwicklung dieser Apparate gelten die sogenannten Zoetrope, Wundertrommeln, bei denen bebilderte Streifen in einen Zylinder eingespannt (vgl. Abb. 18) und durch unterschiedliche Antriebsmechanismen in Bewegung gesetzt wurden (vgl. Füsslin 1993: 58 ff.). Durch diese Konstruktion konnten mehrere Betrachter:innen gleichzeitig die Animationen verfolgen.

Praxinoskope bildeten einen weiteren Schritt in der Entwicklung bewegter Bilder. Durch die im Zentrum des Apparats angebrachten Spiegel konnte der Bilderfluss optimiert werden. Daneben sorgten eine Lichtquelle in der Mitte sowie schwarze Streifen zwischen den einzelnen Bildern, die den stroboskopischen Effekt erzeugten, für eine verbesserte Wirkung der animierten Bildsequenz (vgl. Füsslin 1993: 78 ff.). Ende des 19. Jahrhunderts gab es schließlich auch erste öffentliche Vorführungen bewegter Bilder durch den Franzosen Émile Reynaud, der sich mithilfe eines größeren Praxinoskops an ein breiteres Publikum richtete (vgl. Thompson/Bordwell 2009: 6).



Abbildung 18: Foto eines Zoetrops um das Jahr 1900; entnommen aus Füsslin (1993: 62)

Einen weiteren Schritt in der technischen Entwicklung der Bewegtbilder beschreibt Baumgärtel (2015: 39 ff.), indem er eigens ein Kapitel dem ersten Kuss der Filmgeschichte widmet. Es handelt sich um den sogenannten May Irwin Kiss, der von Thomas Alva Edison 1896 zum ersten Mal in der Öffentlichkeit als Film-Loop gezeigt wurde. Das Besondere bei diesem nur 20 Sekunden dauernden Film besteht darin, dass er dem Publikum direkt nach seinem Ende wieder von vorne vorgeführt wurde, in der Regel drei Mal, manchmal sogar häufiger. Der Grund für die Wiederholung der Szene lag vor allem in der Beschaffenheit des Vorführungsapparats,<sup>57</sup> den Edison damals benutzte. Das Vitaskop, das technisch auf den Vorläufern, den Kinetoskopen basierte, war ein Projektor. Ein Kinetoskop, der erste Filmbetrachter, wurde als eine Art Schaukasten mit Kurbel an der Seite betrieben, mit dem eine Aufnahme auf Zelluloid fixiert werden konnte. Durch einen Sehschlitz war es den Rezipient:innen möglich, erste kurze bewegte Bildabfolgen in Schleifen anzuschauen. Dazu mussten die Zuschauer:innen zunächst ihre Wahrnehmung schulen, waren bewegte Bilder zu dieser Zeit doch eine Neuheit und noch sehr ungewohnt. Im Falle von Edison waren sie darüber hinaus oft auch sehr komplex. Nicht selten galt es, auf den verschiedenen Bildebenen, z. B. im Vorder- und Hintergrund unterschiedliche Aktivitäten zu erfassen. Die Wiederholung der kurzen Bewegtbildabfolgen diente somit auch der Rezeptions- bzw. Verständnishilfe und rechtfertigte nicht zuletzt auch den hohen Vorführpreis (vgl. Dillmann 2017: 215). „Zur Belustigung des Publikums“, so schreibt Baumgärtel (2015: 42), wurden die Filme auch über den Projektor, wie zuvor über das Kinetoskop, mehrfach gezeigt. Daraus schließt der Autor:

So kommen, ganz am Anfang der Geschichte des Kinos und der modernen Massenmedien, die beiden wichtigsten Eigenschaften aller Aufzeichnungsmedien bereits zusammen. Sie reproduzieren und repetieren, und nirgends wird dieses technische Dispositiv deutlicher als in der endlosen, maschinellen Wiederholung des Loops. (Baumgärtel 2015: 42)

Mit den fortschreitenden technischen Möglichkeiten hat sich das Kino dahin entwickelt, dass „vergehende Zeit nicht als sich zyklisch wiederholend [...], sondern als linear ablaufend“ (Baumgärtel 2015: 42) dargestellt wird. Dennoch scheint die

---

<sup>57</sup> Der Projektor der Gebrüder Lumière funktionierte dagegen zu Beginn anders: Der abgespielte Film fiel nach der Projektion in einen Beutel. Später wurde er dann auf einer zweiten Spule aufgewickelt (vgl. Baumgärtel 2015: 41).

Faszination für derartige Schleifen, auch vor dem Hintergrund der heutzutage gängigen linearen Erzählstruktur von Kinofilmen, ungebrochen, wie auch Dillmann betont:

Zwar wurde der Blick des Einzelnen durch das Guckloch des Kinetoskops wenig später von der ersten Kinovorstellung vor Publikum abgelöst, und die zyklische Struktur des Filmbandes wandelte sich zur linearen: Aber die sich drehenden, wiederholenden, bewegten Bilder können bis heute eine eigentümliche Sogwirkung entfalten, nicht allein in der filmischen Repetition quer durch die Filmgeschichte, sondern auch in der ihrer Vorläufer, der kinetischen Maschinen, Scheiben und Trommeln. (Dillmann 2017: 212)

Die Parallelen zwischen den GIFs 2.0 und den geloopten Filmstreifen des frühen Kinos lassen den anhaltenden visuellen Reiz von Bildschleifen deutlich werden. Mittlerweile, so erläutert Moskatova (2020: 9), ist die Aufmerksamkeit zur „zentralen Kategorie der Internetdiskurse und der digitalen Ökonomie“ geworden. In erster Linie geht es darum, die Daten, die die Nutzer:innen durch die Nutzung der Plattformen und das möglichst lange Verweilen auf den Seiten generieren, zu sammeln und weiterzuverkaufen. So schreibt die Autorin in diesem Zusammenhang:

Indem die Nutzer\*innen GIFs produzieren, teilen und anschauen, schöpfen sie in der partizipativen Kultur des Internets Wert mit ihren Daten und ihrer Aufmerksamkeit. Letztere werden in Werbeeinnahmen verwandelt: Das Aufhalten auf Webseiten wird [...] verfolgt und ausgewertet. Nicht selten geht es darum, Nutzerprofile über verschiedene Webseiten hindurch zu erstellen, um personalisierte, in Rhetoriken der Relevanz verklausulierte Werbung anzubieten. (Moskatova 2020: 11)

Doch nicht nur die Plattformen ziehen daraus ihren Nutzen, vor allem die Datenbanken, die die Bewegtbildsequenzen bereitstellen, haben ein „höchst lukratives Geschäftsmodell“ (Baumgärtel 2020: 64) etabliert. Nicht zufällig wurde die Suchmaschine GIPHY im Mai 2020 von FACEBOOK für angeblich rund 350 Millionen US-Dollar gekauft.<sup>58</sup>

Aus ästhetischer Perspektive sieht Moskatova (2020: 2) hier zwar eine „Kontinuität des/zum Filmischen“, der zudem „neue Formen der Ökonomisierung des Visuellen“ gegenüberstehen. Dabei liegt der Fokus oftmals aber auf Eigenschaften wie „Kürze, Kompaktheit sowie Kompression“ (Moskatova 2020: 2), Qualitäten, die GIFs gerade auszeichnen.

---

<sup>58</sup> Mittlerweile forderte die britische Wettbewerbsaufsicht CMA, dass der FACEBOOK-Konzern META GIPHY aus Wettbewerbsgründen wieder verkauft. Vgl. dazu <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/unternehmen/facebook-giphy-wettbewerbsaufsicht-cma-101.html> (21.07.2022).

#### 4.4 Filmische Textbildung

Trotz der beschriebenen technischen Begrenzungen von GIFs (z. B. ihre Kürze oder Tonlosigkeit) bleibt ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal zu anderen Graphics in internetbasierter Kommunikation das Potenzial – wenn auch begrenzte – narrative Strukturen entfalten oder auf bestimmte Themenbereiche hinweisen zu können. Sie sind eben nicht darauf beschränkt „nur“ Emotionen bzw. Reaktionen zu vermitteln, wie es den sogenannten Reaction-GIFs gerne nachgesagt wird.

Im Folgenden geht es um den Unterschied zwischen statischen Bildern und Filmen, die ihrerseits zunächst einmal aus Einzelbildern bestehen. Lohmeier (1996: 29) erläutert dazu:

Was ihn [den Film] von Einzelbildern unterscheidet, ist die durch die rasche Abfolge vieler solcher Einzelbilder erzeugte Illusion von Bewegung, und das heißt: seine Erstreckung in Zeit. Sie ist die Voraussetzung für die Fähigkeit des Films, Geschichten zu erzählen und damit eine fiktive Welt zu illusionieren. (Lohmeier 1996: 29)

Diese Beobachtung lässt sich auch auf eine Vielzahl von GIFs übertragen, denn sie erstrecken sich, wenn auch nur sehr limitiert, über einige Sekunden. Die Parallelen zu den Anfängen des Films, die im vorherigen Kapitel erläutert wurden, sind offensichtlich. Von Videos einmal abgesehen, weisen die bereits beschriebenen übrigen Bildelemente in internetbasierter Kommunikation (vgl. Kap. 3.3) dieses Merkmal gerade nicht auf, da sie nur aus einem einzelnen Bild bestehen (z. B. in Form eines Emojis oder eines Stickers).

Mit der Darstellung von Themen geht, wie sich später anhand von Beispielen zeigen wird, auch eine teilweise sehr hohe Informationsdichte einher, die sich zu den unterschiedlichsten Zwecken nutzbar machen lässt. An dieser Stelle sieht man sich mit der Frage konfrontiert, wie diese narrativen Strukturen am besten beschrieben werden können, sind sie doch auch mit den kommunikativen Funktionen verbunden, die GIFs in der Interaktion übernehmen. Der Rückgriff auf Verfahren der von Lohmeier (1996: 123 ff.) sogenannten „filmischen Textbildung“ bietet hier einen vielversprechenden Anknüpfungspunkt.<sup>59</sup> Auch Hickethier (2010: 105) spricht von einem „Textverständnis bei bewegten Bildern“, das gerade durch eine „zeitlich-lineare Abfolge“ bedingt ist. Als Paradebeispiel dafür nennt der Autor Literaturverfilmungen.

---

<sup>59</sup> Im Bereich der Filmanalyse wird heute immer wieder auf die „allgemeine Vorstellung vom Film als Text“ (Hickethier 2010: 105) zurückgegriffen.

Es liegt auf der Hand, muss aber noch einmal hervorgehoben werden, dass Filme und GIFs sich in vielerlei Hinsicht voneinander unterscheiden, zumal der Faktor Zeit in Filmen einen anderen Stellenwert einnimmt als bei kurzen Clips. Zudem fehlt es den GIFs u. a. auch an einem für den Film und das Kino charakteristischen Merkmal, dem Filmschnitt, auch Montage genannt, „in der aus der Kombination von diskreten, oft übersehenen Elementen Neues entsteht“ (Baumgärtel 2020: 56). Dennoch eint beide die Aneinanderreihung von Einzelbildern zu wie auch immer gearteten abgeschlossenen Einheiten.

Lohmeier (1996) entwickelt ihre Überlegungen zur filmischen Textbildung immer wieder dezidiert in Analogie zur Textlinguistik. Ihre Überlegungen können nicht zuletzt aus diesem Grund in Teilen auf den vorliegenden Untersuchungsgegenstand übertragen werden. Ihr Rückgriff auf in der Linguistik gebräuchliche Begrifflichkeiten wird zum Teil im fünften Kapitel noch konkretisiert und erweitert.

Wie bereits an mehreren Stellen deutlich geworden ist, zeichnen sich GIFs u. a. durch ihre Tonlosigkeit aus. Aus filmwissenschaftlicher Perspektive sind sie damit am ehesten mit Stummfilmen vergleichbar, die, wenn überhaupt, nachträglich während einer Vorstellung vor Publikum mit Musik unterlegt wurden.

GIFs und Filme ähneln sich zunächst insofern, als dass sie aus einer Abfolge von Bildern bestehen, die „im Zuschauer die *Erwartung eines sinnvollen Zusammenhangs* [Hervorhebungen im Original] erzeugt“ (Lohmeier 1996: 126). Hierin sieht die Autorin eine Analogie zur „Bildung sprachlicher Texte“ (Lohmeier 1996: 126), bei der durch die Aneinanderreihung von Sätzen auf Seiten der Rezipierenden die Erwartung geweckt wird, dass die so formulierten Sätze in irgendeiner Form in Zusammenhang stehen. Wie dieser Sinnzusammenhang beschaffen ist, lässt sich durch die Satz- bzw. Bildabfolge allein noch nicht rekonstruieren, denn sie gibt noch

keine Auskunft darüber, ob dieser Zusammenhang zeitlicher, räumlicher oder systematischer Natur ist. Das zeitliche Nacheinander filmischer Einstellungen legt zwar als erstes einen ebenfalls zeitlichen Zusammenhang nahe, doch bedarf es zweifellos zusätzlicher Vereindeutigungen dieser Annahme. (Lohmeier 1996: 135)

Betrachter:innen müssen die für das Verständnis entscheidende „Rekonstruktionsarbeit“ selbst leisten, dafür gibt es allerdings sowohl im Film als auch im Text „Orientierungshilfen“ (Lohmeier 1996: 126).

Die Verkettungshinweise, die sich in Filmen ausmachen lassen, sind von „viel größerer Natur“ (Lohmeier 1996: 126) als im Fall von Texten. Die Autorin beschreibt diese Einschränkung als

die Grundfigur der *Rekurrenz* [Hervorhebungen im Original] (Nicht-Rekurrenz) bestimmter Bildelemente, die über das Wiedererkennen (Nicht-Wiedererkennen) wiederkehrender (neuer) Bildelemente den Schluß ermöglichen, daß die neue Einstellung immer noch (nicht mehr) denselben Raum, dieselbe Person, denselben Zeitraum usw. erfaßt. (Lohmeier 1996: 126 f.)

In Filmen werden häufig komplexe zeitliche und inhaltliche Zusammenhänge über viele Einstellungen hinweg entfaltet, man denke hier nur an die Entwicklung von Charakteren beispielsweise in einer Serie. Diese sollten, nachdem sie eingeführt wurden, von den Rezipierenden dem Verlauf der Handlung zugeordnet werden können. Prozesse, wie das Altern einer Figur, werden daher durch bestimmte Identifikationsmerkmale gestützt, sodass der/die Zuschauer:in stets in der Lage ist, den Charakter wiederzuerkennen.

Diese Rekurrenzen spielen in Filmen eine weitaus größere Rolle und fallen differenzierter aus als bei kurzen Clips wie im Falle von GIFs. Zwar lassen sich auch hier gewisse Verweismuster erkennen, doch sind diese durch das Loslösen der Bildfolgen aus ihrem ursprünglichen Zusammenhang deutlich einfacher bzw. begrenzter. Das gilt analog auch für jene Kompetenzen, die für den Verstehensprozess bei narrativen Texten und Filmen von Bedeutung sind, also für den Rückgriff auf „Wissen und Erfahrung (mit Wirklichkeit, mit anderen Texten), auf allgemeine (z.B. kausal-) logische Kategorien, auf Denktraditionen, Wertnormen“ (Lohmeier 1996: 127). Denn nicht die Verknüpfung des Clips mit dem vormaligen filmischen Kontext ist länger für das Verständnis entscheidend, sondern die Einbettung in das Posting, die Entstehung neuer Rekurrenzen und die pragmatische bzw. kommunikative Verwendung in einem neuen, nunmehr interaktiven Rahmen. Das bedeutet zugleich, dass aus passiven Rezipient:innen nun aktive User:innen bzw. Produzent:innen werden – eine für internetbasierte Kommunikation typische Doppelrolle. Dementsprechend erfüllen auch „Phantasie‘ und Assoziationsfähigkeit“, die bei der Betrachtung von Filmen dazu beitragen, „die Leerstellen zwischen den Sätzen oder Bildern im Rezeptionsprozeß beständig aufzufüllen“ (Lohmeier 1996: 127), neue, produktive Aufgaben, wie Originalität und Kreativität.

## 5. Linguistische Grundbegriffe und Konzepte

Im folgenden Kapitel werden nun entsprechende linguistische Grundbegriffe und Konzepte eingeführt. Diese sind für die Beschreibung und Analyse der Daten in der empirischen Untersuchung von entscheidender Bedeutung. Die jeweiligen Termini sollen immer in Bezug auf internetbasierte Kommunikation und konkret auf Interaktionen auf TWITTER und die dortige Verwendung von GIFs zugeschnitten werden.

In Kapitel 5.1 werden zunächst die Besonderheiten internetbasierter Kommunikation herausgearbeitet, die in einem Spannungsfeld zwischen Interaktion und Text stehen. Daran anknüpfend soll das Konzept der *Multimodalität* präzisiert werden. Schließlich wird der Terminus *Kohärenz* eingeführt, ehe in Kapitel 5.4 auf den Begriff der *Intertextualität* eingegangen wird, der in einem Exkurs auch die in der Kunstwissenschaft weiterentwickelte Idee der *Interpiktorialität* miteinbezieht. Die im 5. Kapitel formulierten Überlegungen und Konzepte finden in der empirischen Untersuchung schließlich ihre Anwendung und sollen eine möglichst detaillierte Analyse ermöglichen.

### 5.1 Internetbasierte Kommunikation als „Drittes“ neben Interaktion und Text

Im Folgenden sollen die grundlegenden Begrifflichkeiten in Bezug auf internetbasierte Kommunikation für die empirische Analyse hergeleitet werden. Zunächst wird die in der Linguistik geläufige Unterscheidung zwischen mündlicher Interaktion (bzw. Gespräch) und Text in den Blick genommen. Die jeweiligen Bedingungen, unter denen die Sprachproduktion und -rezeption bei Texten bzw. in der Interaktion erfolgen, unterscheiden sich maßgeblich (vgl. Storrer 2018: 222 f.). Die entsprechenden Merkmale für Interaktion bzw. Text werden erläutert und mit den Charakteristika internetbasierter Kommunikation verglichen. Daran anknüpfend wird „internetbasierte Kommunikation als ein *Drittes* [Hervorhebungen im Original]“ (Beißwenger 2020: 297) beschrieben. Denn sie ist zwar durch Merkmale beider Formen gekennzeichnet, allerdings haben sich im Laufe der Zeit vor allem durch spezifische mediale Rahmenbedingungen und technologische Neuerungen und die damit einhergehenden verfügbaren Elemente (z. B. GIFs oder Emojis) Besonderheiten entwickelt, die charakteristisch für vermittelte Kommunikation sind und deren Untersuchung und zielgerichtete Analyse lohnenswert sind. Vor dem Hintergrund der in den letzten Jahren

stetig neuen und an Bedeutung gewinnenden Möglichkeiten der internetbasierten Kommunikation kann sie als „Weiterentwicklung vorgängiger Organisationsformen des sprachlichen Handelns“ (Beißwenger 2020: 296) beschrieben werden.

In der linguistischen Forschung ist man sich trotz unterschiedlicher methodischer Ansätze und Analysewerkzeuge weitestgehend einig, dass internetbasierte Kommunikation der Interaktion in ihrem strukturellen Aufbau ähnlicher ist als dem Text (vgl. Beißwenger 2016: 305; 2020: 294). Dennoch fällt die Verortung internetbasierter Kommunikation zwischen den Kategorien Interaktion und Text verschieden aus, zumal die beiden Begriffe auch unterschiedlich eng bzw. weit definiert werden können.<sup>60</sup> Unabhängig davon, ob man der internetbasierten Kommunikation eine größere Nähe zur Interaktion oder zum Text bescheinigt, werden häufig die Unterschiede zur jeweiligen Vergleichsinstanz herausgearbeitet.

Um diese Unterschiede und Gemeinsamkeiten bei der Betrachtung von Interaktion und Text und davon ausgehend die Besonderheiten internetbasierter Kommunikation darzustellen, sollen zunächst kurz die spezifischen Eigenschaften erläutert werden, die jeweils für mündliche Interaktionen bzw. für Texte gelten. Dabei stehen vor allem Zeitlichkeitsbedingungen und das damit verbundene Interaktionsmanagement im Vordergrund. Zudem soll es besonders um die aus der medialen Realisierung resultierenden „neuen“ Ressourcen zur Interaktionsgestaltung gehen, die für die vorliegende Arbeit von Bedeutung sind.

Zentrale Merkmale von Gesprächen, also mündlicher Interaktion, sind bereits ausführlich beschrieben und analysiert worden, beispielsweise deren Auswirkungen auf syntaktische Konstruktionen (vgl. Auer 2000). In der DUDEN-Grammatik werden die „Grundbedingungen mündlicher Verständigung“ (Duden 2016: 1193) erläutert. So ist es Voraussetzung, dass sich „zur Realisierung spezifischer Ziele und Zwecke“ in einem Gespräch „[m]indestens zwei Parteien verständigen“. Sie sind dabei „in gemeinsamer Situation füreinander präsent“, „in wechselseitiger sinnlicher Wahrnehmung“, „parallel und gleichzeitig auf verschiedenen kommunikativen Ebenen“, „in

---

<sup>60</sup> Bei einer eng gefassten Definition wird Text beispielsweise als „eine sprachlich komplexe Einheit, die schriftlich fixiert ist“ bezeichnet. „Komplex bedeutet hier, dass das sprachliche Gebilde aus mindestens zwei Sätzen besteht“ (Schwarz-Friesel/Consten 2014: 18). Dass ein so definierter Textbegriff für die vorliegende Untersuchung wenig gewinnbringend erscheint, bedarf keiner ausführlichen Erläuterung, wird doch bei vermittelter Kommunikation häufig nicht in komplexen und ausschließlich sprachlichen Einheiten kommuniziert.

ständiger wechselseitiger Beeinflussung“ und „mit kurzlebigen körperlichen Hervorbringungen“. Der Verlauf erfolgt „in zeitlicher Abfolge“ (Duden 2016: 1193).

Als immer noch entscheidende Merkmale werden die „Kopräsenz der Parteien und Gemeinsamkeit der Situation“, „Wechselseitigkeit der Wahrnehmung“, „Multimodalität der Verständigung“, „Interaktivität“, „Kurzlebigkeit/Flüchtigkeit“ und „Zeitlichkeit“ (Duden 2016: 1194) beschrieben. Die genannten Eigenschaften sind charakteristisch für eine Vielzahl kommunikativer Praktiken. Durch den Einsatz technischer Geräte haben sie sich allerdings verändert bzw. ausdifferenziert. So können Gespräche mittlerweile aufgezeichnet und somit reproduzierbar gemacht werden (vgl. Duden 2016: 1195).

Die Zeitlichkeitsbedingungen und die damit verbundenen Mechanismen gestalten sich in internetbasierter Kommunikation anders. Mehrere Studien (z. B. Beißwenger (2007)) haben bereits früh deutlich gemacht, dass in vielerlei Hinsicht Unterschiede zu mündlicher Interaktion bestehen, die beispielsweise auf divergierende Zeitlichkeitsbedingungen zurückzuführen sind. Ein Äquivalent zu dem für das Gespräch charakteristische Rederecht und die damit verbundenen Mechanismen gibt es beispielsweise nicht, da je nach Plattform und Einstellungen unendlich viele Personen gleichzeitig in ein Interaktionsgeschehen treten und sich daran beteiligen können (vgl. Beißwenger 2016: 286). Sehr offensichtlich ist diese Situation bei der Kommunikation in sozialen Netzwerken wie FACEBOOK oder TWITTER, die zum Großteil öffentlich und für alle User:innen sichtbar sind. Aber auch bei Sequenzen mit nur zwei Interaktant:innen können diese deutlich anders ausfallen, als es in einem mündlichen Austausch üblich wäre.

Anschaulich hat Beißwenger (2020: 300) dies für einen Chatverlauf dargestellt, bei dem Beiträge zwischen zwei Chattenden schon auf den ersten Blick sequenziell nicht korrekt anschließen, folgt doch auf die Frage „darf ich fragen, wie alt du bist?“ nicht unmittelbar die zu erwartende Antwort „12“, sondern die Fortsetzung der Kommunikation durch einen neuen, thematisch abweichenden Beitrag, wenn RS schreibt: „meine mutter is hysterisch“ (vgl. Abb. 19).

	15:52:42	<b>BER</b>	wie sieht denn die krise in der familie bei dir aus?
	15:53:08	<b>RS</b>	meine ma redet nicht mit meinemdad und andersrum
	15:53:22	<b>RS</b>	mein bruder redet nicht mit ihnen und andrsrum
	15:53:37	<b>RS</b>	ich rede wenig mit ihnen und sie gar nicht
	15:53:50	<b>RS</b>	meine eltern wollen sich scheiden
	→ 15:54:01	<b>BER</b>	darf ich fragen, wie alt du bist?
	→ 15:54:03	<b>RS</b>	meine mutter is hysterisch
	→ 15:54:06	<b>RS</b>	12

Abbildung 19: Ausschnitt aus einem Chatverlauf aus Beißwenger (2020: 300)

Die zeitlich aufeinanderfolgenden Beiträge sind nicht als Adjazenzpaare, also als unmittelbar wechselseitig zugeschnittene Redebeiträge zu identifizieren. Das Bildschirmverlaufsprotokoll, das „die temporäre Protokollierung des Kommunikationsverlaufs am Bildschirm der Teilnehmerrechner zur Laufzeit der Interaktion [Hervorhebungen im Original]“ (Beißwenger 2007: 104) anzeigt, wirkt zunächst ungeordnet. Das liegt an den Schritten, die bei Beißwenger folgendermaßen erläutert werden:

Zu differenzieren ist aber zwischen (1) der Sequenzplanung [Hervorhebungen im Original] der einzelnen Interaktionsbeteiligten, (2) der Umsetzung dieser Planung in schriftliche Beiträge, (3) der Einordnung der versendeten Beiträge in das linear strukturierte Verlaufsprotokoll am Bildschirm und (4) der jeweils individuellen Wahrnehmung dieses aktuellen Stands. (Beißwenger 2020: 300 f.)

Die in der Face-to-Face-Begegnung schon von vornherein gegebene „geteilte Auffassung der Beteiligten über den Stand des Interaktionsgeschehens“ (Beißwenger 2020: 301) ist, wenn überhaupt, nur mit zeitlicher Verzögerung gegeben. Dass ein kollaboratives Interaktionsmanagement wie in Gesprächssituationen nicht möglich ist, liegt daran, dass „Produktion, Übermittlung und Rezeption“ eines Beitrags in internetbasierter Kommunikation entkoppelt sind und daher „[k]ohärente Anschließbarkeit“ (Beißwenger 2020: 301) durch die Beteiligten selbst konstruiert werden muss. Der/die Empfänger:in muss also einen neuen Beitrag so gestalten, dass er sinnvoll an einen vorherigen anschließt und die Beiträge auf diese Weise für alle Interaktionsteilnehmer:innen nachvollziehbar sind. Die Rahmenbedingungen und Gegebenheiten

führen demnach dazu, dass ständig gemeinsam am Aufbau der sequenziellen Struktur gearbeitet werden muss:

Die synchrone Orientiertheit auf die Weiterentwicklung des Interaktionsverlaufs verbindet die Beteiligten in einer gemeinsamen Situation. Diese Situation ist aufgrund der räumlichen Getrenntheit der Beteiligten und in Ermangelung einer multimodalen wechselseitigen Wahrnehmung in erster Linie durch die gemeinsame Teilhabe am Aufbau der sequentiellen Struktur bestimmt. (Beißwenger/Pappert 2018: 451)

Je mehr Interaktionsbeteiligte jedoch in die Kommunikation eingebunden sind, desto schwieriger und anspruchsvoller können diese Bemühungen werden. Zwar mögen bestimmte Mechanismen bei der kohärenten Interaktionsgestaltung behilflich sein (siehe auch Kap. 2.3 zu TWITTER-spezifischen Operatoren), jedoch tritt neben die zeitliche Verzögerung je nach Darstellung auf dem Endgerät auch noch eine räumliche bzw. optische „Unordnung“, wenn Beiträge einer Sequenz nicht zusammenhängend und vollständig angezeigt werden, so wie es beispielsweise bei TWITTER der Fall ist. Dieses Phänomen wird später in der empirischen Untersuchung in den Fokus rücken (vgl. Bucher 2019: 296 ff.).

Bei der Betrachtung von Texten lassen sich ohne Zweifel andere Bedingungen erkennen als bei mündlicher Interaktion. So spricht Ehlich (1984: 542) von einer „*zerdehnte[n] Sprechsituation* [Hervorhebungen im Original]“, die durch den Text als „Mittel der Überlieferung“ überwunden werden kann, wenn Interagierende nicht über „gemeinsame[] Wahrnehmungsmittel[]“ verfügen und ein „gemeinsame[r] Wahrnehmungsraum[]“ nicht existent ist. Der Text dient somit als „neue Entfaltung von sprachlichen Handlungsmöglichkeiten“ (Ehlich 1984: 542 f.). Für die vorliegende Arbeit bietet sich ein Textbegriff an, der einem kommunikationsorientierten Ansatz folgt. Somit kann Text als „eine von einem Emittenten hervorgebrachte begrenzte Folge von sprachlichen Zeichen“ beschrieben werden, „die in sich kohärent ist und die als Ganzes eine erkennbare kommunikative Funktion signalisiert“ (Brinker et al. 2018: 17). Neben den in dieser Definition erwähnten „sprachlichen Zeichen“ (Brinker et al. 2018: 17) wären mit Blick auf internetbasierte Kommunikation auch noch nichtsprachliche Elemente zu ergänzen (vgl. dazu auch Kap. 5.2).

Betrachtet man die Zeitlichkeitsbedingungen, die für Texte gelten, lassen sich schnell Unterschiede zur mündlichen Interaktion erkennen. Bei der Erstellung von Texten sind Produzierende und Rezipierende in der Regel nicht ko-präsent, sie verfügen anders als in einem Gespräch nicht über eine „wechselseitige sinnliche

Wahrnehmung“ (Duden 2016: 1193). Unter dem Gesichtspunkt der Zeitlichkeit scheint internetbasierte Kommunikation eher dem „sprachlichen Handeln mit Texten“ (Beißwenger 2020: 301) zu gleichen. Auch bei der Konzeption und Redaktion eines Postings, also während der Produktionszeit, sind die Interagierenden meist räumlich und zeitlich voneinander getrennt. Erst nach dem Versenden wird das Posting, das im Folgenden als (multimodaler) Text aufgefasst werden soll, im bereits beschriebenen Bildschirmverlaufsprotokoll sichtbar (vgl. Beißwenger 2020: 302). Das Besondere ist, dass sich „die Kontextbedingungen für die mit dem Beitrag intendierten sprachlichen Handlungen jederzeit ändern [können] – weil sich das Bildschirmprotokoll ändern kann“ (Beißwenger 2020: 302).

Die Beschreibung internetbasierter Kommunikation als etwas „Drittes“, konzeptuell Neuartiges wird vor dem Hintergrund der herausgearbeiteten Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu Gesprächen auf der einen Seite und Texten auf der anderen Seite plausibel. Es erscheint daher nur folgerichtig, dass man internetbasierte Kommunikation

als ein *Drittes* [Hervorhebungen im Original] auf einem Entwicklungsweg von Organisationsformen des sprachlichen Handelns betrachtet, an dessen Beginn (1) die mündliche Interaktion steht, dessen zweite Stufe (2) die Indienstnahme von Schriftlichkeit und Textformen und die gesellschaftliche Aneignung der situationsentbundenen Kommunikation mit Texten darstellt, und auf dem sich, ermöglicht durch die Kommunikationsinfrastruktur des Internets, (3) eine dritte Organisationsform ergeben hat, die die Qualitäten von Textformen adaptiert, um situationsentbundene, sequenziell intendierte Kommunikation zu ermöglichen. (Beißwenger 2020: 297)

Das eigentliche Ziel, der interaktive Austausch, wird also, anders als im Gespräch, über sogenannte „Textformen“<sup>61</sup> und ohne körperliche Gebundenheit realisiert und sequenziell organisiert.<sup>62</sup> Unter Textformen versteht Beißwenger (2020: 298) „eine Repräsentationsform für sprachliche Äußerungen, die der Äußerung Überlieferungsqualität verleiht“. Mit der Verwendung von Textformen geht sowohl die Nutzung von Schrift als auch von weiteren gestalterischen Möglichkeiten<sup>63</sup> (z. B.

---

<sup>61</sup> Beißwenger (2020) und Beißwenger/Pappert (2019b) verweisen in ihren Arbeiten auf die Überlegungen von Hoffman (2004: 105) zu Textformen, die er bereits früh in Bezug auf die Chat-Kommunikation formuliert.

<sup>62</sup> Bei Bucher (2019: 290) wird Sequenzialität als „ein konstitutives Merkmal der Twitter-Kommunikation“ gefasst. Das gilt auch, wenn keine Interaktion erfolgt, was bei TWITTER nicht selten ist. Jeder Tweet ist aber allgemein so konzipiert, dass „sein interaktiver Charakter von anderen Kommunikationsteilnehmern prinzipiell erkannt werden kann“.

<sup>63</sup> Mittlerweile ist es möglich, auch mündlich produzierte Beiträge durch aufgezeichnete Sprachnachrichten in internetbasierte Kommunikation einzubinden. Derartige „Audio-Postings“ (vgl. dazu

die Einbindung multimodaler Elemente wie GIFs, Emojis, Bilder, Videos etc.) einher, die erst durch die jeweilige Anwendung realisierbar sind. Dass bei der Untersuchung der Verwendung von GIFs auf TWITTER zwingend auch der interaktive Charakter im Vordergrund steht, zeigt die Herstellung von multimodaler und interaktionaler Kohärenz, die in manchen Fällen ausschließlich über GIFs funktionieren kann (vgl. dazu Kap. 6.3.2.3).

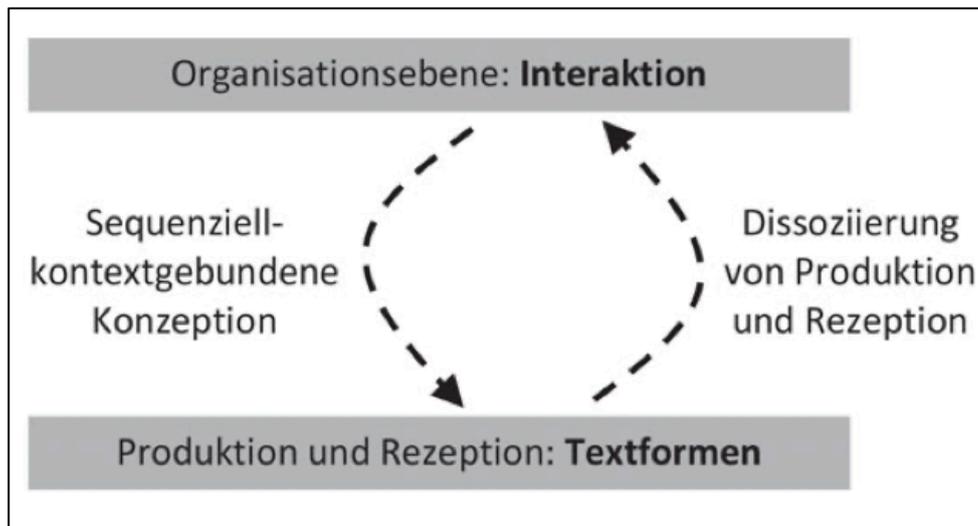


Abbildung 20: Schematisierung Textformen-basierte Interaktion aus Beißwenger (2020: 304)

Als charakteristische Eigenschaft einer Textform ist zunächst deren *Persistenz* zu nennen, die, wie bereits erwähnt, einen grundsätzlichen Unterschied zu einer mündlichen Gesprächssituation ausmacht (vgl. Beißwenger 2020: 303). Dieses Merkmal ist nicht nur für die Rezeptions- sondern auch für die Produktionssituation, in der eine Nachricht entsteht, essenziell. Eine Nachricht kann vor dem Absenden überarbeitet, redigiert und gelöscht werden. Vor allem in der Chat-Kommunikation, die häufig häppchenweise verläuft, können auf diese Weise Beiträge immer wieder an das aktuelle Interaktionsgeschehen angepasst und darauf zugeschnitten werden (vgl. Beißwenger 2020: 303). Der Einsatz von Textformen führt dazu, dass Flüchtigkeit überwunden wird und der Äußerung „Überlieferungsqualität“ (Beißwenger 2020: 298) zukommt. Dadurch können „Aufgaben bei der Organisation sequenziell intendierter Kommunikation im Nahbereich“ (Beißwenger 2020: 298) bearbeitet werden. Das

---

König/Hector (2017)) sind dennoch nicht mit einem Gespräch gleichzusetzen, bleiben doch der „Posting-Charakter“ und die damit einhergehenden Zeitlichkeitsbedingungen sowie die visuelle Realisierung auf dem Endgerät erhalten (vgl. Beißwenger 2020: 305 f.).

Modell, das der Autor in Abbildung 20 beschreibt, ist sehr flexibel und dadurch gut auf verschiedene Kommunikationsumgebungen und -situationen anwendbar. Die Ausgestaltung und Konzeption einer Textform sind stark durch die Vorgaben der jeweiligen Plattform geprägt. So ist bei TWITTER etwa die Zeichenanzahl limitiert (vgl. dazu das Konzept der Affordances in Kap. 2.3), dafür aber die Durchführung ganzer Umfragen möglich, bei FACEBOOK können beispielsweise Sticker in Beiträge implementiert werden.

Bei Beißwenger wird das Verhältnis zwischen Interaktion und Text bei der Betrachtung internetbasierter Kommunikation auf den Punkt gebracht:

Interaktion ist das *Ziel*, Textformen sind das *Mittel* [Hervorhebungen im Original] der Kommunikation. Interaktion wird durch Textformen zeitlich zerdehnt. [...] Die Integration der Perspektiven von Text und Schreiben ermöglicht es, die neuen Formen der Interaktion als das darstellbar zu machen, was sie sind: eine Weiterentwicklung sequenziell intendierten sprachlichen Handelns unter den Bedingungen von Visualität, Persistenz, Flächigkeit und Multimodalität. (Beißwenger 2020: 314)

Deutlich wird an dieser Zusammenfassung, dass das sprachliche Handeln und damit die Interaktion zwischen den Kommunikationsteilnehmer:innen durch Textformen erst möglich wird. Ihre charakteristischen Eigenschaften (z. B. gestalterische Möglichkeiten oder die Überwindung von Flüchtigkeit) verleihen ihnen eine gesonderte Stellung und ein spezifisches, kommunikatives Potenzial.

Zudem konnten für diese Art des kommunikativen Handelns Bedingungen ausgemacht werden, die bei Beißwenger/Pappert (2019b: 42) vor allem hinsichtlich der Verwendung von Emojis beschrieben werden und einen starken Einfluss auf die Interaktion haben können. Gerade bei GIFs spielen die auch bei Beißwenger (2020) erläuterten Faktoren der *Visualität*, *Flächigkeit*, *Segmentalität* und *Multimodalität* eine oftmals nicht zu vernachlässigende Rolle (Beißwenger/Pappert 2019b: 42).

Auf die vier genannten Bedingungen soll nun auch mit Blick auf die Verwendung von GIFs eingegangen werden. Einige damit verbundene Erkenntnisse gehen aus der Gegenüberstellung von Emojis und GIFs in Tabelle 1 in Kapitel 3.4 hervor. Für GIFs können diese Bedingungen eine jeweils andere Relevanz haben als für Emojis. Das liegt nicht zuletzt an der besonderen Beschaffenheit dieser animierten Bildfolgen. Die einzelnen Faktoren werden daher im Folgenden konkreter in Bezug auf GIFs in den Blick genommen.

*Visualität* ist für jede Form internetbasierter Kommunikation relevant, denn die Beiträge werden – in welcher Form auch immer – auf den jeweiligen Endgeräten visualisiert (z. B. die Einfärbung der Nachrichten bei WHATSAPP oder die Anordnung von Postings). GIFs ist in Bezug auf diese Ressource ein besonders hoher Stellenwert beizumessen, da sie schon aufgrund ihrer optischen Dominanz noch einmal visuell auffälliger sind als eine rein schriftliche Nachricht oder ein mit Emojis gestalteter Beitrag.

Eng verbunden damit ist auch die *Flächigkeit* einer Nachricht, die stets als Sehfläche<sup>64</sup> auf dem Bildschirm dargestellt wird. Alle innerhalb der Nachricht verwendeten Elemente und Einheiten (neben Schriftsprache z. B. auch Bildzeichen oder Links) werden auf einer solchen Sehfläche angezeigt. Die Rezeption der innerhalb der Sehfläche verwendeten Elemente kann, was Geschwindigkeit und Abfolge betrifft, individuell gesteuert und mehrfach wiederholt werden. Für GIFs gilt hier, dass sie innerhalb einer Sehfläche besonders dominant wirken, da sie einen verhältnismäßig großen Raum einnehmen und daher in hohem Maße visuell salient (vgl. Beißwenger/Pappert 2019b: 63) sind. Nicht nur heben sich GIFs von sprachlichen Elementen ab, sie sind darüber hinaus ständig in Bewegung und ziehen schon allein aus diesem Grund die Aufmerksamkeit auf sich (vgl. dazu auch Tab. 1 und Kap. 4.2).

*Segmentalität* bezieht sich auf den Aufbau schriftlicher Bestandteile eines Postings. Sie sind nach der „Logik des Schriftsystems“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 42) aufgebaut. Andere Ressourcen, und hierunter sind auch GIFs zu fassen, werden, im Unterschied zu Emojis, separat, d. h. nicht syntaktisch, eingebettet und können nicht nach eigenem Belieben angeordnet werden.

Was die Autoren in Bezug auf *Multimodalität* bei der Betrachtung von Emojis hervorheben, nämlich dass sie „eine herausgehobene Rolle einnehmen“ und „unmittelbare[.] Bedeutungsassoziationen“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 42) hervorrufen können, gilt für GIFs in noch größerem Maße. In der Browser-Ansicht fallen sie Rezipient:innen unmittelbar ins Auge und ziehen durch ihren Animationscharakter die Aufmerksamkeit auf sich.

Der Aspekt der Multimodalität soll im folgenden Unterkapitel eingehender betrachtet werden.

---

<sup>64</sup> Schmitz (2011: 25) bezeichnet Sehflächen als „Flächen, auf denen Texte und Bilder in geplantem Layout gemeinsame Bedeutungseinheiten bilden“.

## 5.2 Multimodalität

Da der Begriff der *Multimodalität* in der Forschungsliteratur sehr unterschiedlich verstanden und enger bzw. weiter definiert wird, erscheint es angezeigt, ihn so einzugrenzen bzw. zuzuschneiden, dass er auf den Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Arbeit anwendbar wird. Erst dann kann die multimodale Ausgestaltung mit GIFs auf TWITTER analysiert werden.

Betrachtet man den Begriff der Multimodalität, stellt sich die Frage, was unter einer Modalität bzw. Modi zu verstehen ist, welche Einzelformen es gibt und wie sich diese zueinander verhalten können. Das Präfix „multi-“ wird im DUDEN-Online<sup>65</sup> mit viele bzw. mehrere übersetzt. Der Begriff Multimodalität suggeriert also zunächst das Vorliegen mehrerer Modi. Vor einem medienwissenschaftlichen Hintergrund kann Multimodalität wie folgt verstanden werden:

der Gebrauch und die Kombination verschiedener semiotischer Modi – Sprache, Design, Fotos, Film, Farbe, Geruch etc. –, wobei die verschiedenen Modi sich gegenseitig verstärken oder ergänzen können oder aber hierarchisch geordnet sind. (Bucher 2007: 53)

Einen ersten Ansatzpunkt aus linguistischer Perspektive bietet die Studie von Siever (2015) zu multimodaler Kommunikation im Social Web. Die Autorin beschäftigt sich darin mit der Foto-Community FLICKR und geht in diesem Zusammenhang ausführlich auf den Terminus *Multimodalität*, seine Historie und die diversen Forschungsansätze ein. Folgt man Sievers Ausführungen (2015: 261 ff.), die sie auf Grundlage der Arbeiten von Holly (2009) und Fricke (2012) entwickelt, kann man von „Multimodalität im engeren Sinne“ (Siever 2015: 262) sprechen, wenn neben mehreren Kodialitäten, d. h. Zeichenarten, auch mehrere Sinnesmodalitäten beteiligt sind. Man denke hier beispielsweise an Filme oder Videos, bei denen neben dem visuellen auch der auditive Sinn angesprochen wird. Für das vorliegende Forschungsvorhaben kann Siever zufolge dagegen von „Multimodalität im weiteren Sinne“ (Siever 2015: 263) gesprochen werden. Zwar werden mehrere Kodialitäten (im hier vorliegenden Fall (bewegtes) Bild und Text) verwendet, jedoch wird nur ein Sinn angesprochen, da GIFs ausschließlich visuell und nicht auditiv rezipiert werden.

---

<sup>65</sup> DUDEN-Online: Artikel zu multi-: <https://www.duden.de/node/153248/revision/1040728> (21.07.2022).

Da in der vorliegenden Arbeit vor allem (bewegte) Bilder im Fokus stehen, sollen zunächst einige Aspekte beleuchtet werden, die Bilder im Allgemeinen und damit verbunden ihren semiotischen Status betreffen, bevor auf die verschiedenen Modi und auf Bezüge zwischen Bildern und sprachlichen Einheiten eingegangen wird. Zwangsläufig wird an dieser Stelle auch der Kohärenzbegriff angeschnitten, der im folgenden Kapitel (5.3) noch einmal ausführlicher in den Blick genommen wird.

Zunächst liefert die Feststellung der Literaturwissenschaftlerin Anke-Marie Lohmeier, deren Arbeit zur Filmtheorie bereits im vorangegangenen Kapitel referiert wurde, bei der Beschäftigung mit (bewegten) Bildern einen ersten Ansatzpunkt:

Nun haben Bilder aber ja gleichwohl etwas ‚Assertorisches‘ an sich, nämlich eine Art demonstrativen Gestus, der in ihrem Bildcharakter selbst zu liegen scheint: Bilder erheischen durch ihre bloße Existenz Aufmerksamkeit für das von ihnen Dargestellte, artikulieren schon und nur dadurch, daß sie erscheinen, die Aufforderung, sie zu betrachten, d. h. sie präsentieren sich als kommunikative Akte. (Lohmeier 1996: 23)

Diese Einschätzung ist auch für die Analyse von GIFs von großer Bedeutung, insbesondere in interaktiven Kontexten, in denen sie sich von sprachlichen Elementen abheben.

Während Sprachzeichen grundsätzlich arbiträr sind, gilt es bei Bildern die „Ähnlichkeitsbeziehung“ (Hickethier 2010: 66) zu berücksichtigen. Im Folgenden sollen einige Überlegungen zum semiotischen Status von GIFs angestellt werden. Zunächst wird daher auf die verschiedenen Objektbezüge eingegangen. In diesem Zusammenhang stützt sich Nöth auf die Peirce’sche Semiotik und beschreibt das *Ikön* als „ein Zeichen, das mit seinem Objekt Eigenschaften gemein hat und ihnen deshalb ähnlich ist“ (Nöth 2016: 196). Ein *Index* dagegen beschreibt „ein Zeichen, das mit seinem Objekt zeitlich, räumlich oder kausal verbunden ist und dabei die Aufmerksamkeit seiner Interpreten in Zeit und Raum bestimmt“ (Nöth 2016: 197). Er verweist also „stets auf etwas konkret Existierendes“ (Nöth 2016: 197). Bei der Verwendung von Emojis sprechen Beißwenger und Pappert (2019b: 45) mit Blick auf deren indexikalische Verwendung von einem „Kontextualisierungshinweis“.<sup>66</sup> Sie dienen dazu, den Beitrag richtig einzuordnen, also beispielweise anzuzeigen, wie etwas gemeint war. Ein *Symbol* schließlich bezieht sich auf „Allgemeines“ (Nöth 2016: 197), „die

---

<sup>66</sup> Imo (2015: 155 ff.) beschreibt, dass für die Verwendung des lächelnden Emoticon :-)) neben ikonischen vor allem auch indexikalische Aspekte eine Rolle spielen. Er argumentiert zudem dafür, dass für :-)) „deutliche symbolische Züge“ aufgezeigt werden können.

Beziehung zum Referenzobjekt [ist] konventioneller Art“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 50). Dass dieser Bezug auf das Objekt stets auch kulturell geprägt ist, bedarf keiner weiteren Erläuterung (vgl. Nöth 2016: 198). „[R]edebegleitende“, aber auch sogenannte „emblematische“ Gesten (Fricke 2012: 252), die in GIFs häufig Verwendung finden, fungieren in der Interaktion etwa als Symbole (z. B. wird ein nach oben gestreckter Daumen verwendet, um Gefallen oder Zustimmung auszudrücken) (vgl. dazu Fricke 2010: 69). „Redebegleitende[n] Gesten“ wird dabei „keine stabile Form-Inhaltsbeziehung“ zugewiesen, wohingegen „emblematischen Gesten“ [...] zumindest eine sprachersetzende Funktion zugestanden wird“ (Fricke 2012: 77).<sup>67</sup>

Beißwenger/Pappert (2019b: 52) betonen, dass Emojis „[e]benso wie ‚normale‘ Bilder [...] in internetbasierter Kommunikation hinsichtlich ihres Zeichentyps in unterschiedlichen Verwendungsweisen auftreten“ können und dass diese Verwendungsweisen für die Analyse von Funktionen zwingend zu beachten sind, „da die vom Zeichentyp abhängigen semiotischen Potenziale die Verwendungsmöglichkeiten [...] prädisponieren“. Nun werden aber Bilder meist der Kategorie der Ikone zugeteilt, wonach also ein Ähnlichkeitsverhältnis zwischen Zeichen und Objekt besteht. Hickethier (2010: 66) beschreibt dabei „unterschiedliche Abstufungen, von der Fotografie bis zum stilisierten Piktogramm“. Daraus ergeben sich auch „unterschiedliche Grade der Ähnlichkeit“. Allerdings schließt diese Einordnung nicht aus, „dass Bilder nicht auch symbolisch oder indexikalisch verwendet werden können“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 51). Keller (2018: 217 ff.) spricht in diesem Zusammenhang von „Zeichenmetamorphosen“. Er beschreibt etwa, wie ein „assoziative[r] Schluss zum regelbasierten Schluss“ (Keller 2018: 226) werden kann und sich somit ein Übergang vom Ikon zum Symbol vollzieht. Wichtig, vor allem in Bezug auf die Verwendung von GIFs in internetbasierter Kommunikation, ist dabei, dass der „Prozess der Symbolifizierung eines Ikons [...] bei Sprecher und Hörer nicht gleichzeitig vonstatten“ (Keller 2018: 229) gehen muss. So kann ein Bild für den einen bereits Symbolcharakter haben, wohingegen die andere es noch nicht „regelbasiert interpretier[t]“ (Keller 2018: 229 f.). Ein Beispiel wäre etwa ein Bild, das symbolisch über das konkret Abgebildete hinausweist.

Fotografien können letztlich als „semiotisch hybride Zeichen“ betrachtet werden und „Ikonisches, Indexikalisches und Symbolisches jeweils hervorheben oder

---

<sup>67</sup> Zum Spektrum der Gestenklassen vgl. auch die Tabelle in Fricke (2012: 117).

miteinander vereinen“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 52). Diese Möglichkeiten eröffnen sich auch bei der Verwendung von GIFs, zumal sie in ihrer Beschaffenheit stark variieren können (vgl. dazu Kap. 3.4).

Der Einbezug von Bildelementen (z. B. in Form von Fotografien, Videos, Emojis, etc.) in internetbasierter Kommunikation ist kein neues Phänomen und mit der flächendeckenden Nutzung des Internets haben sich zunehmend auch multimodale Kommunikationsmöglichkeiten entwickelt (vgl. dazu auch Kap. 2). Häufig wurde im Zusammenhang mit der Verbreitung von Bildern in digitalen Umgebungen (z. B. zu Werbezwecken) und deren zunehmender Verwendung auch in kommunikativen Kontexten von einem sogenannten *pictorial* bzw. *iconic turn* gesprochen (vgl. dazu Siever 2015: 244 ff.). Der häufige Gebrauch von Bildern bzw. bildhaften Elementen (z. B. in Form von Emojis) in digitalen Kommunikationsumgebungen hat nicht zuletzt auch immer wieder die Frage nach den häufig befürchteten negativen Auswirkungen<sup>68</sup> auf die Sprache aufgeworfen (vgl. Siever 2015: 245).

Bucher (2011: 123) merkt aber zu Recht an, dass der Wandel eigentlich nicht darin begründet liegt, dass „Abbildungen die Textkommunikation ergänzen oder einschränken“, vielmehr betont er, „dass neue und neuartige Mischformen der verschiedenen Kommunikationsmodi und -kanäle entstanden sind“. Es geht also letztlich um die Frage, wodurch sich der „Gesamtsinn eines multimodalen Kommunikates“ (Bucher 2011: 135) ergibt, welche Bezüge hergestellt werden können und welche Auswirkungen diese Konstellationen auf die Kommunikation haben, denn multimodale Kommunikation ist mittlerweile in vielen Kontexten eher die Regel als eine Ausnahme.

Wurde bereits auf die Besonderheiten von Bildern, ihren semiotischen Status und die Bedeutung von multimodaler Kommunikation eingegangen, sollen nun die verschiedenen Modi betrachtet werden.

Je nach herangezogener Forschungsliteratur, den damit verbundenen unterschiedlichen Auffassungen des Medienbegriffs und abhängig von dem jeweiligen Untersuchungsgegenstand wird bei der Beschreibung von Modalitäten zwischen

---

<sup>68</sup> Vgl. dazu auch empirische Belege gegen den befürchteten Sprachverfall durch das Schreiben in digitalen Medien, z. B. bei Dürscheid et al. (2010) und Storrer (2014) allgemein zum Einfluss digitalen Schreibens auf die Schreibkompetenz und Beißwenger/Pappert (2019a) konkret zur Verwendung von Emojis in der WHATSAPP-Kommunikation.

Sinnesmodalitäten und Zeichenmodalitäten bzw. Kodalitäten unterschieden. Zudem werden weitere Subkategorisierungen vorgenommen.

Stöckl (2004b: 17 f.) bietet in seiner Arbeit *TYPOGRAPHIE: GEWAND UND KÖRPER DES TEXTES* einen Überblick über mögliche Sinneskanäle, Zeichenmodalitäten, mediale Varianten, periphere Modalitäten und Submodalitäten sowie deren Merkmale im multimodalen Text. Dabei unterscheidet er zunächst zwischen visuellen und auditiven Sinneskanälen. Für die Betrachtung von GIFs ist – und darin unterscheiden sie sich maßgeblich von Videos – nur der visuelle Kanal relevant, da GIFs üblicherweise nicht von Ton begleitet werden.<sup>69</sup> Als „zentrale Modalitäten“ nennt Stöckl (2004b: 17) neben Bild und Sprache auch Geräusche und Musik, die im Rahmen der vorliegenden Arbeit jedoch keine Rolle spielen, da sie ausschließlich den auditiven Sinneskanal ansprechen. Für die medialen Varianten der Modalität Bild wird eine Trennung zwischen statisch (Standbild) und dynamisch (Bewegtbild) vorgenommen. Bei Sprache wird zwischen den Kategorien statische Schrift, animierte Schrift und gesprochene Sprache unterschieden (vgl. Stöckl 2004b: 17 ff.). Für die vorliegende Arbeit sind sowohl bildliche Elemente, im Fall von GIFs prototypisch als geloopte dynamische Bildabfolge<sup>70</sup>, als auch Schrift als statische oder animierte Variante zu nennen, die innerhalb eines GIFs verwendet werden können. Gesprochene Sprache, die in erster Linie auditiv wahrgenommen wird, spielt hier ebenfalls keine Rolle. Dieser Umstand führt dazu, dass beispielsweise bei Ausschnitten aus Filmen Untertitel eingeblendet werden. Zwar sind GIFs in der Regel bewegte Bilder, doch ließe sich prinzipiell auch ein statisch wirkendes GIF erstellen, indem man etwa ein und dasselbe Bild als Bildfolge abspeichert,<sup>71</sup> denn GIFs bestehen letztendlich nur aus der Abfolge von Einzelbildern, die in einer Bilddatei komprimiert werden.<sup>72</sup> Häufig wird ein statisches Motiv, z. B. ein fotografisches Bild,<sup>73</sup> mit einem Filtereffekt versehen. Das Bild bekommt somit eine

---

<sup>69</sup> Dass GIFs grundsätzlich nicht mit einer Tonspur versehen werden können, liegt daran, dass es sich um ein Bildformat handelt. Zwar erlauben es spezifische Tools (z. B. Convertio), Ton zu ergänzen, jedoch ist die Datei dann eine Video- und keine Bilddatei mehr.

<sup>70</sup> Bei Baumgärtel (2020: 8) heißt es dazu: „Heute ist die Eigenschaft der GIFs, kurze Animationen zeigen zu können, so prägend, dass der Begriff meist gleichbedeutend mit sehr kurzen Videoloops im Internet verwendet wird. Wer heute GIF sagt, meint in der Regel GIF-Animation.“ Ist von einem prototypischen GIF die Rede, ist hier eine GIF-Animation gemeint.

<sup>71</sup> GIFs zeichnen sich vor allem dadurch aus, dass sie die Speicherung mehrerer Bilder zulassen, die dann hintereinander montiert zu einer Animation werden (vgl. Baumgärtel 2020: 7).

<sup>72</sup> Vgl. dazu Kapitel 4 und den vor allem in den Film- und Medienwissenschaften gerne gezogenen Vergleich von GIFs mit den Ursprüngen der Kinematographie.

<sup>73</sup> Zur Kategorie Bild und seiner prototypischen Organisation vgl. auch Stöckl (2004a: 110), der ein fotografisches Bild (Abbildung) als prototypischen Vertreter beschreibt.

andere Wirkung und aus einem eigentlich unbewegten Bild wird eine dynamisch wirkende Bildsequenz. Von Bild zu Bild werden nur minimale Änderungen vorgenommen, sodass beispielsweise eine Art Flimmern oder Flackern entsteht und das GIF dem Posting eine dekorative Funktion verleihen und bei einer ästhetisch ambitionierteren Gestaltung des Beitrags unterstützend wirken kann (vgl. dazu Kap. 6.3.2.2).



Abbildung 21: GIF zerlegt als Bildsequenz (chronologisch von links nach rechts)

Bei der Verwendung von Schrift in GIFs und hier innerhalb der einzelnen Bilder einer Abfolge sind kaum Grenzen gesetzt. Die Buchstaben können beispielsweise statisch sein, sich bewegen oder ein- bzw. ausgeblendet werden. Dagegen ist der Textverlauf, der bei der Erstellung eines Postings in das entsprechende Textfeld eingegeben wird, typografisch nicht veränderbar. Weder bietet TWITTER die Möglichkeit, Schriftgrößen anzupassen, noch Farbe oder Schriftart zu verändern. Ein GIF kann allerdings auch gänzlich ohne schriftsprachliche Einheiten auskommen und auch ein das GIF begleitender Textverlauf innerhalb eines Postings ist nicht zwingend.

Der von Schmitz (2011: 25) für multimodale Kommunikation verwendete Begriff der Sehflächen hebt den Aspekt der Visualität, der für GIFs maßgeblich ist, nochmals hervor. Gemeint sind „Flächen, auf denen Texte und Bilder in geplantem Layout gemeinsame Bedeutungseinheiten bilden“ (Schmitz 2011: 25). Postings in Form von Tweets auf TWITTER werden auf den Endgeräten als visuell rezipierbare Flächen angezeigt, deren Wahrnehmung unbemerkt von der Außenwelt erfolgen kann, da der auditive Sinneskanal, mit Ausnahme von Videos, nicht angesprochen wird. Dass das Layout des Postings und der interaktiven Strukturen durch die verwendete Plattform

mehr oder weniger vorgegeben ist, muss natürlich berücksichtigt werden, da dies Auswirkungen auf die kommunikative Ausgestaltung haben kann (vgl. dazu Kap. 3.1 zu den Strukturebenen bei TWITTER).

Auf die Flächigkeit der Beiträge geht, wie bereits in Kapitel 5.1 erläutert, Beißwenger (2020: 306) ein. Er stellt dabei die Bedeutung des Visuellen in den Vordergrund und hebt die damit verbundenen verschiedenen „Zeichentypen“ hervor, wenn er erläutert:

Flächigkeit ermöglicht es, schriftliche Elemente räumlich zu komponieren und mit visuellen Mitteln der Graphostilistik und des Layouts zu arbeiten. Flächigkeit ermöglicht es, über parallele Kanäle zu kommunizieren und mehrere Sinne<sup>74</sup> anzusprechen, wobei die Schrift gemeinsam mit anderen visuell basierten Zeichentypen erscheinen kann oder auch andere Zeichentypen gänzlich ohne Beteiligung von Schrift ein Kommunikat bilden können. (Beißwenger 2020: 306)

Ist für die empirische Untersuchung im Rahmen der vorliegenden Arbeit einerseits nur ein Sinneskanal relevant, so müssen andererseits mehrere sogenannte Kodalitäten betrachtet werden. Denn die Kommunikation erfolgt, wie sich noch zeigen wird, in der Regel nicht einzig und allein durch GIFs,<sup>75</sup> sondern im Normalfall in Kombination mit sprachlichen oder anderen bildhaften Elementen (z. B. mit Emojis, Bildern oder Memes). Dabei schwingt auch eine Frage mit, die in den Bildwissenschaften immer wieder aufgeworfen wird: Sind „Bilder an und für sich bedeutungsfähig“ (Stöckl 2000: 333) ? Dazu merkt der Autor an, dass diese Frage eigentlich wenig praxisorientiert sei, würden Bilder doch „zumeist eingebettet in andere mediale, vorwiegend sprachliche Kontexte“ (Stöckl 2000: 333) verwendet. An anderer Stelle stellt er fest:

In dem Maße, wie Bilder einer konkreten kommunikativen Funktion und Situation entbunden sind, bedürfen sie einer Bindung an Sprache. [...] Die Sprachgebundenheit steht in engem Bezug zu Situationalität und Funktionalität, eben weil sie sie bestimmen hilft. (Stöckl 2004a: 108)

Zwar lassen sich Informationen oftmals „in der Rezeption leichter und effektiver aus Bildern kognitiv rekonstruieren“ (Stöckl 2004a: 112). Dabei ist und bleibt Sprache aber immer erforderlich, „um Zeigehandlungen innerhalb bildlicher Darstellungen

---

<sup>74</sup> Bei den von Beißwenger (2020) angeführten Beispielen handelt es sich um Ausschnitte aus WHATSAPP-Verlaufsprotokollen, in die auch Videos oder Sprachnachrichten eingebunden sind. Daher werden in diesen kommunikativen Umgebungen unter Umständen mehrere Sinne angesprochen.

<sup>75</sup> Im Beispiel in Kapitel 6.3.2.3 wird auf ein Initialposting zwar teilweise nur mit GIFs reagiert, dennoch steht zu Beginn der Interaktion ein Posting mit Textverlauf.

umsetzen und Bilder metakommunikativ kommentieren zu können“ (Stöckl 2004a: 112). So ist die Beobachtung von Stöckl (2011: 46), dass „Bilder im kommunikativen Haushalt unserer Gesellschaft selten allein stehen“ auch auf die vorliegende Untersuchung übertragbar.

Diese Annahme trifft vor allem dann auf GIFs zu, wenn innerhalb des GIFs keine sprachlichen Einheiten (z. B. Untertitel unter Filmschnipseln) eingebettet sind, die präzisieren, einordnen oder erläutern. Bei etlichen, sehr oft verwendeten GIFs, beispielsweise bei Filmausschnitten, würde das Fehlen eines sprachlichen Zusatzes möglicherweise dazu führen, dass die Bildelemente wahl- und zusammenhanglos wirken. Miltner/Highfield (2017: 2) erklären: „GIFs are polysemic, largely because they are isolated snippets of larger texts.“ Das ist zugleich ein Grund für den Einsatz ein und desselben GIFs in unterschiedlichen Kontexten, aber auch für eine damit verbundenen Rekontextualisierung, die in Kapitel 4.1 bereits in den Blick genommen wurde.

Die Verwendung verschiedener Kodalitäten, also Text und (Bewegt-)Bildabfolge und deren Platzierung innerhalb eines Postings, führt dazu, dass bereits durch die Anordnung, die Platzierung des GIFs, Bezüge nahegelegt werden. So lässt sich festhalten:

Schon wer Text und Bild lediglich nebeneinanderstellt, erzeugt mehr oder weniger unterschwellige semantische Wechselbeziehungen zwischen beiden, weil beide Seiten als in irgendeiner Weise zusammengehörig verstanden werden. (Schmitz 2011: 34)

Derartige Bezüge von Bildern und Texten sind nicht neu und auch nicht erst seit dem *multimodalen Turn* von Bedeutung. Vorläufer solcher Kombinationen sieht der Autor bereits in den *Emblemata*<sup>76</sup> des 16. und 17. Jahrhunderts, bei denen die Verknüpfung von Bildern und Texten schon früh eine Rolle gespielt hat (vgl. Schmitz 2011: 35). Die Rezipierenden streben danach, die „bildlich und sprachlich verfügbare[n] Konzepte in irgendeiner Weise aufeinander“ (Stöckl 2011: 56) zu beziehen, wenn sie in räumlicher Nähe stehen.

In seiner Arbeit nimmt Schmitz (2011) zwar ausschließlich statische Bilder in den Blick. Einige Annahmen und Erkenntnisse lassen sich jedoch auch auf bewegte Bilder und ihre Bezüge zu Textelementen übertragen, auch wenn der Vergleich vor allem Unterschiede hervortreten lässt und die höhere Komplexität bewegter Bilder

---

<sup>76</sup> Zur Verbindung von Bild und Schrift von *Emblemata* bis zu Pressefotos vgl. auch Hickethier (2010: 85 ff.).

verdeutlicht. Entscheidend ist zunächst, dass Bilder und Texte unterschiedlich rezipiert werden. Während Texte in der Regel „sukzessiv von Teilen ausgehend zu einem Ganzen hin erlesen“ werden, ist die Wahrnehmung von Bildern eher „holistisch und simultan“ (Schmitz 2011: 32). Nun muss aber betont werden, dass die Rezeption prototypischer GIF-Animationen, also geloopter Bildabfolgen, nicht mit der von statischen Bildern gleichzusetzen ist (vgl. dazu Kap. 4.2). Durch die Animation bzw. die Anordnung von Bildern in einer chronologisch relevanten Abfolge ist hier in vielen Fällen ebenfalls eine sukzessive Rezeption, wie bei einem Kinofilm, für das Verständnis erforderlich. Durch die ständige Wiederholung des GIFs als Loop ist allerdings nicht zwingend von vornherein klar, an welcher Stelle der/die Rezipient:in in die Betrachtung „einsteigt“ (vgl. dazu Kap. 4.2). Für einige GIFs ist es essenziell, dass sie mindestens einmal von Anfang bis Ende betrachtet werden (etwa bei eher narrativen Strukturen, vgl. dazu Kap. 6.3.2.6.3). Bei standbildhaften GIFs dagegen lassen sich Start und Endpunkt möglicherweise gar nicht ausmachen. Bei der Rezeption sind sie häufig auch nicht weiter von Bedeutung (vgl. dazu das Beispiel in Abb. 21 bzw. in Kap. 6.3.2.2). Hier wird ein weiterer Unterschied zwischen GIFs und Videos ersichtlich. Die Wiedergabe von Videos ist zum einen gezielt steuerbar und wiederholt sich zum anderen nicht automatisch und kontinuierlich. Anfang und Ende sind schon durch den Wiedergabebalken klar definiert. Videos sind darüber hinaus in der Regel auch bedeutend länger als GIFs.

Der Kombination von Bild und Text widmet sich auch Nöth (2000: 481 ff.) in seinem HANDBUCH DER SEMIOTIK. Dabei geht er auf einen Aspekt ein, der für bewegte Bilder in einem noch größeren Ausmaß gilt als für statische Bilder. Mithilfe von Bildern gelingt die „Repräsentation des Räumlich-Visuellen“ (Nöth 2000: 482) leichter. Als Beispiele nennt der Autor Karten und Grundrisse. Sie können dazu dienen, eine große Menge an Informationen zu übermitteln, deren Versprachlichung kaum möglich ist. Gerade hier zeigt sich eine Stärke von GIFs aufgrund ihrer höheren Komplexität im Vergleich zu statischen Bildern, die auch bei der empirischen Untersuchung nochmals deutlicher wird.

Ein weiterer Punkt, den der Autor hervorhebt, ist die Komplementarität von Bild und Text, die zwangsläufig auch mit der multimodalen Kohärenz, also den Sinnbezügen zwischen Bild und Text zusammenhängt. In diesem Kontext ist der bereits zuvor erwähnte Vorteil von Bildern bei der Darstellung von „konkreten Objekten im Raum“ von Bedeutung. Bei bewegten Bildern ist die Wiedergabe von Zeit und

Kausalität, die eigentlich als eine genuine Stärke von Texten im Vergleich zu Bildern beschrieben werden kann, eher realisierbar als bei statischen Motiven. Gerade das zeichnet bewegte Bilder aus, haben sie doch das Potenzial, auch erzählerische Strukturen zu entfalten (vgl. dazu Kap. 6.3.2.6). Einen weiteren fundamentalen Unterschied arbeitet Nöth heraus, wenn er konstatiert:

Während Sprache diskursiv und zu Generalisierungen fähig ist, ist die Wirkung von Bildern holistisch darstellend und primär auf Singuläres bezogen, wobei das eine nicht in das andere Medium ohne Verlust übersetzbar ist. (Nöth 2000: 476)

Was dem Bild im Gegensatz zum Text fehlt, ist die Selbstbezüglichkeit sowie eine Metasprache. Denn auch die Beziehung von Bild zu Bild ist nur eingeschränkt möglich und macht eine Präzisierung durch Sprache, wie bereits angedeutet, mitunter notwendig. Es leuchtet daher ein, dass „die visuelle Kohärenzbildung [...] in weitaus stärkerem Maße auf eine aktive und inferierende Bedeutungskonstruktion angewiesen“ ist, denn bei sprachlichen Texten können „die Beziehungen zwischen Konzepten explizit signalisiert werden“ (Stöckl 2004a: 98). Auf derartige Kohärenzbeziehungen bei Texten und Bildern wird im folgenden Kapitel (5.3) konkreter eingegangen.

Nöth (2000: 483) bietet in seiner Arbeit einen Überblick über verschiedene Typologien der Text-Bild-Beziehungen. Dabei unterscheidet er zwischen syntaktischen, pragmatischen und semantischen Aspekten. Unter syntaktischen Gesichtspunkten wird die räumliche Anordnung der Elemente betrachtet, die mit Blick auf die Verwendung von GIFs auf TWITTER innerhalb eines Postings immer gleich ist, da das GIF, wie bereits erwähnt, nicht beliebig positioniert oder syntaktisch integriert werden kann. Werden jedoch sprachliche Einheiten innerhalb des GIFs verwendet, kann deren Positionierung und Dimensionierung variieren und eine maßgebliche Rolle für die Rezeptionssteuerung spielen. Unter pragmatischen Gesichtspunkten sind die „Formen der Bezugnahme, des Zeigens, vom Text zum Bild und vom Bild zum Text“ (Nöth 2000: 483) von Interesse. Dabei kann der Text eine „Selektionsfunktion“ (Nöth 2000: 485) haben, wenn er bestimmte Aspekte eines Bildes hervorhebt und auf diese Weise aufmerksamkeitssteuernd wirkt. In diesen Fällen werden häufig deiktische Konstruktionen verwendet (vgl. Nöth 2000: 485). Abschließend geht der Autor auf semantische Aspekte ein, die er als „Beitrag des einen für das andere Medium im Rahmen einer Gesamtbotschaft“ (Nöth 2000: 483) erläutert. Unter Verweis auf die Arbeit von Ballstaedt et al. (1981: 237) greift er die u. a. erwähnten Kategorien „Redundanz“,

„Komplementarität“ und „Mehrdeutigkeit [Hervorhebungen im Original]“ auf, die den Einfluss von Bildinformationen auf die Satzverarbeitung beschreiben. Bei redundanten Gefügen liefern Text und Bild die gleichen Informationen. Komplementarität ist dann gegeben, wenn sich die jeweiligen Elemente kontextualisieren, sodass sie eine Einheit bilden und sich bei mehrdeutigen Bezügen verschiedene Interpretationsmöglichkeiten ergeben.

Neben den bereits beschriebenen Aspekten sind für die Betrachtung multimodaler Kommunikationskontexte also auch die Bezüge zwischen Text und Bild von Bedeutung. Hier herrscht bisweilen terminologische Uneinigkeit (vgl. dazu Siever 2015: 272). Die Bezeichnung Text-Bild-Beziehung legt lediglich nahe, dass es um das Verhältnis von Text zu Bild bzw. umgekehrt geht, allerdings nicht zwingend um bewegte Bilder oder kurze Clips. Der von Siever (2015: 273) für ihre Untersuchung gewählte Terminus „*intermodale[.] Relationen* [Hervorhebungen im Original]“ lässt dagegen offen, um welche Modalitäten es sich handelt. Der Begriff suggeriert lediglich, dass mindestens zwei Modalitäten in einer Beziehung zueinander stehen. Er ist insofern auch für die in dieser Arbeit untersuchten GIFs passend.

Auch Bucher beschäftigt sich in seiner Arbeit mit „multimodale[n] Kommunikationsformen“ (Bucher 2010: 59) und dem Zusammenspiel verschiedener Modi zur Herstellung sogenannter „intermodaler Kohärenz“ (Bucher 2010: 50). Dabei sieht er es als

Voraussetzung für eine theoretisch befriedigende Lösung des Problems intermodaler Zusammenhänge [...], diese nicht als Funktionen der jeweiligen Elemente zu sehen, sondern als Funktion des Verstehens, wie Elemente unterschiedlicher Modi zusammenhängen. (Bucher 2010: 54)

Stöckl (2012: 252) beschreibt das Konzept der „intermodale[n] Kohärenz“ „in Anlehnung an textlinguistische Theoriebildung“ und wendet es auf den Bereich der Werbekommunikation an, wo Ideen „in den diversen Codes“ dargestellt werden und „an bestimmten prominenten Punkten“ (Stöckl 2012: 252) miteinander verknüpft sind. Der Kohärenzbegriff ist für die vorliegende Arbeit essenziell und wird im Folgekapitel konkreter betrachtet. Auch hier zeigt sich, wie bereits in Kapitel 5.1 beschrieben, dass für die Datenanalyse im Rahmen der vorliegenden Arbeit ein kommunikationsorientierter Textbegriff sinnvoll ist. Dieser sollte für die Betrachtung von GIFs auch ein

„semiotisch erweiterte[r]“ (Stöckl 2016: 19) sein, um Bezüge zwischen unterschiedlichen Modi zu beschreiben. Stöckl argumentiert entsprechend:

Ein multimodaler Text ließe sich also als Zusammenschluss mehrerer unterschiedlicher Zeichenmodalitäten zu einem kohäsiven und kohärenten Ganzen definieren, dessen musterhafte Inhalts- und Handlungsstruktur sowie Verwendungsweisen der Modalitäten typisierten Gebrauchssituationen entspringen und bestimmte kommunikative Funktionen erlauben. (Stöckl 2016: 20)

Aus dieser Perspektive ließe sich somit ein Posting als multimodaler Text auffassen, der sich wiederum aus unterschiedlichen Bestandteilen zusammensetzt.

Wie das vorliegende Kapitel veranschaulicht hat, bieten multimodale Texte ein großes Potenzial in ihrer kommunikativen Verwendung, denn

[s]ie ziehen Aufmerksamkeit auf sich, ermöglichen größte Informationsmengen auf kleinstem Raum, erlauben vielfältige Präsentations-, Strukturierungs-, Orientierungs- und Rezeptionsweisen und unterstützen den schnellen Blick. (Schmitz 2011: 25 f.)

Die verschiedenen Bezüge zwischen dem Schrifttextverlauf und multimodalen Segmenten können dabei mitunter sehr komplex sein. Vor diesem Hintergrund und mit Blick auf die oben eingeführte Definition für multimodale Texte bietet es sich an dieser Stelle an, konkreter auf den Begriff der *Kohärenz* und seine Relevanz für die vorliegende Untersuchung einzugehen, spielt er doch sowohl im Hinblick auf Interaktion als auch auf Multimodalität eine wichtige Rolle.

### 5.3 Kohärenz und interaktionale Kohärenz

In ihrer EINFÜHRUNG IN DIE TEXTLINGUISTIK greifen Schwarz-Friesel/Consten (2014: 18 f.) die Begriffe *Kohäsion* und *Kohärenz* als „typische Textmerkmale“ auf. Bußmann (2008: 343) betont, dass Kohärenz „eine notwendige Bedingung für die Textualität einer Satzfolge“ darstelle, sie aber nicht „als bloße inhärente Eigenschaft des sprachlichen Gebildes ‚Text‘ konzipiert“ sei. Weiter heißt es, Kohärenz bilde „Basis und Produkt der Verarbeitungsprozesse bei der Textproduktion und der Textverarbeitung“ (Bußmann 2008: 343).

In vielen textlinguistischen Arbeiten wird allgemein zwischen den Begriffen *Kohärenz* und *Kohäsion* unterschieden. *Kohäsion* wird dabei als „Eigenschaft der Textoberfläche“ betrachtet, wohingegen der Begriff *Kohärenz* die „Eigenschaft der

‚tiefer‘ liegenden kognitiven Repräsentation, die der Textproduktion zugrunde liegt bzw. die bei der Textrezeption aufgebaut wird“ (Storrer 2004: 275 f.), umfasst. Schwarz-Friesel/Consten (2014: 76) verstehen unter Kohäsion die „expliziten formalen Textverknüpfungsmittel auf der grammatischen Oberfläche eines Textes“. Betrachtet man derartige Mittel auf lexikalischer Ebene, lassen sich verschiedene Formen beschreiben. Werden in einem Text Wörter wiederholt verwendet, spricht man von einer „Wiederaufnahme auf rein materieller, textgrammatischer Ebene“ bzw. von „Rekurrenz“ (Schwarz-Friesel/Consten 2014: 76). Bezüge auf dasselbe Objekt unter Verwendung eines anderen, inhaltlich verwandten Ausdrucks werden Substitution genannt. Diese Form von Kohäsionsmitteln kommt dann zum Tragen, wenn zwischen den verwendeten Ausdrücken eine Bedeutungsbeziehung besteht, wie es bei Synonymen (z. B. Fahrstuhl – Lift) oder Hypo- bzw. Hyperonymen (z. B. Ameise – Insekt) der Fall ist. Erfolgt eine Wiederaufnahme durch Pronomina, Pronominaladverbien oder Adverbien, ist in der Textlinguistik von Pro-Formen die Rede (Averintseva-Klisch 2013: 9 ff.).

*Kohärenz* umschreibt dagegen „den inhaltlichen Zusammenhang betreffende Relationen“ (Schwarz-Friesel/Consten 2014: 19) eines Textes. Averintseva-Klisch (2013: 14) erklärt in diesem Kontext, dass „Kohäsion zwar Kohärenz stützen kann, aber weder notwendig noch hinreichend für diese ist“. Bei Storrer (2004: 276) wird „Kohäsion als Spezialfall von Kohärenz“ beschrieben. Das Argument Kohäsion als „durch grammatische Mittel gestiftete Kohärenz“ und somit als Teilaspekt aufzufassen ist insofern schlüssig, als „die Zuordnung von Kohäsionsmitteln zu Kohärenzrelationen oft nicht eindeutig an der Textoberfläche abzulesen“ (Storrer 2004: 276) ist. Anschaulich zeigt Storrer (2004: 275) diese Problematik anhand von anaphorischen Ausdrücken, bei denen es mitunter schwierig ist, allein durch grammatische Bezüge Sinnzusammenhänge zu erschließen. Mithilfe der Sätze *Petra ist krank. Sie bleibt zu Hause.* zeigt sie beispielhaft, dass Relationen häufig implizit bleiben und durch den/die Leser:in erschlossen werden müssen. Der/die Leser:in erschließt sich durch die Folge der Sätze einen kausalen Zusammenhang, nämlich dass Petra zu Hause bleibt, weil sie krank ist. Dieser Schluss wird durch die Aktivierung von Weltwissen und Erfahrung möglich gemacht. Es liegt nahe, dass man zu Hause bleibt, wenn man krank ist, um schneller gesund zu werden und niemanden anzustecken. In vielen Fällen ist die Aktivierung von Welt- und Kontextwissen für die Kohärenzsicherung unerlässlich, wie sich an dem erläuterten Beispiel zeigen lässt. Bezüge und Zusammenhänge müssen

nicht zwingend an der Textoberfläche, beispielsweise durch Konnektoren, sichtbar werden, sondern können sich auch durch Kontext oder Vorwissen erschließen (vgl. Storrer 2020: 108).

Zu einem ähnlichen Schluss hinsichtlich des Verhältnisses von Kohäsion und Kohärenz kommt auch Fritz (2016: 65), wenn er schreibt:

Die textuellen Zusammenhänge werden nicht von den verwendeten sprachlichen Ausdrücken, z.B. Sätzen, als solchen allein determiniert. Das sieht man daran, dass es für dieselbe Folge von Sätzen unterschiedliche Verständnisse geben kann. Unter ‚Textzusammenhängen‘ kann man bestimmte Handlungssequenzen, thematische Zusammenhänge, Wissenszusammenhänge u.a. verstehen. Und diese werden in bestimmten Verwendungen oder Verständnissen dieser Ausdrücke realisiert. (Fritz 2016: 65)

Daher bietet es sich an, in Anlehnung an Storrer (2004: 276) für die „an der Textoberfläche manifesten Indikatoren der Textrelationierung“ den Ausdruck „*Kohärenzbildungshilfen* [Hervorhebungen im Original]“ zu verwenden. Dies scheint insofern sinnvoll zu sein, als in internetbasierter Kommunikation vor allem auch visuelle Elemente (z. B. Zeitstempel, Einfärbung der Kommunikationsbeiträge oder Verbindungslinien zwischen Postings) zur Bildung von Kohärenz beitragen können (vgl. Storrer 2020: 115). Der Begriff lässt sich daher auch auf nichtsprachliche Elemente erweitern.

Für Schwarz-Friesel/Consten (2014: 95 f.) gestaltet sich die Bildung von Kohärenz wie folgt:

Kohärenz, als die konzeptuelle Kontinuität (die Menge aller plausiblen Relationen zwischen Textteilen), entsteht durch die Interaktion text- und wissensgeleiteter Prozesse im Kopf des jeweiligen Rezipienten. Kohärenzetaablierung ist jedoch kein willkürlicher, kein hochgradig subjektiver Prozess, sondern verläuft weitestgehend vorhersehbar (und automatisch) nach bestimmten Prinzipien, die durch unsere textuelle Kompetenz und die an diese gekoppelte Konzeptualisierungsfähigkeit (auf der Basis unseres Weltwissens) determiniert werden. (Schwarz-Friesel/Consten 2014: 95 f.)

Überträgt man diese Überlegungen zum Kohärenzbegriff auf das Internet, gelten dort für Bildung und Planung andere Bedingungen. Zunächst sollen dazu die Unterschiede zwischen Texten und Hypertexten kurz erläutert werden. Dabei differenziert Storrer (2004: 284 f.) noch einmal zwischen drei Typen von Hypertexten: „*E-Text*“, „*Hyper textdokumente*“ und „*Hyper netze*“ [Hervorhebungen im Original]. Unter E-Texten werden „linear organisierte Texte“ (Storrer 2004: 284) verstanden, die etwa als PDF-Datei in ein Hypernetz eingebunden sind. Wissenschaftliche Aufsätze, die von Bibliotheksservern zur Verfügung gestellt werden, sind klassische Beispiele für diesen

Hypertexttyp. Mit sogenannten Hypertextdokumenten sind „Ganzheiten mit einer erkennbaren Textfunktion und einer übergreifenden thematischen Gesamtvorstellung“ (Storrer 2004: 284) sowie die entsprechenden Verweise (Hyperlinks) gemeint. Anders als die zuvor beschriebenen E-Texte sind die Informationen modular strukturiert. Hypertextdokumente haben aus diesem Grund meist keine abgeschlossenen Anfangs- und Endpunkte. Ein maßgeblicher Unterschied bei der Rezeption von Hypertextdokumenten liegt darin, dass sie aufgrund ihres Aufbaus keiner linearen Struktur folgen müssen. Die Lesewege sind daher nur ansatzweise oder weniger strikt vorgegeben. Ein Beispiel wäre eine Homepage, auf der man sich über eine Urlaubsregion informiert und dort gezielt nach einer konkreten Sehenswürdigkeit sucht. Die Website wird von den Nutzenden dann nicht von vorne nach hinten gelesen, sondern selektiv rezipiert. Hypernetze bilden schließlich die Verknüpfung zwischen E-Texten und Hypertextdokumenten (Storrer 2004: 284 ff.).

Zwar gab es auch vor der Entwicklung von Hypertexten Texte, die in der Regel selektiv und nichtlinear gelesen wurden (etwa Nachschlagewerke wie Wörterbücher oder Enzyklopädien), doch wird bei der Planung monologischer Texte zumeist davon ausgegangen, dass „der Produzent den Rezipienten vom Textanfang zum Textende durch die ‚Textwelt‘ führt“ (Storrer 2004: 279). Damit verbunden ist der Rückgriff auf zuvor etabliertes Wissen durch den/die Textautor:in und damit einhergehende anaphorische Bezüge, die beispielsweise Protagonist:innen in einem Roman betreffen.

In der Monografie INTERNETLINGUISTIK heißt es bei Marx/Weidacher dazu:

Auch Texte im Internet sind mehr oder weniger kohäsiv und kohärent, haben eine Textfunktion und sind, wenn das auch nicht immer leicht fällt, einer Textsorte zuordenbar. Es lassen sich aber für die textuelle Kommunikation im Internet Besonderheiten feststellen, die einerseits in manchen Fällen eine Anpassung der theoretischen Konzepte, andererseits eine Erweiterung dessen, was als Gegenstand der Textlinguistik betrachtet wird, nötig erscheinen lassen. (Marx/Weidacher 2014: 183)

Für die Kommunikation in sozialen Medien trifft diese Feststellung umso mehr zu, da gerade in diesen Umgebungen häufig nicht in vollständigen, syntaktisch und grammatikalisch korrekten Sätzen kommuniziert wird. Hinzu kommt, dass sich Kohärenz nicht mehr wie in prototypischen Texten aus ihrer „sequentielle[n] Ordnung“ ergibt, sondern vor allem aus ihrer „räumliche[n] Anordnung“ (Bucher 2007: 59). Storrer (2004: 285) benennt drei Unterschiede, die die „Kohärenzbildung und -planung in Hypertextumgebungen“ betreffen: Zunächst entfällt eine „antizipierbare Leseabfolge

[Hervorhebungen im Original]“. Es bleibt also unklar, wo die User:innen ihre Rezeption beginnen und mit dem Lesen einsteigen. Damit einher geht die „*diskontinuierliche Textrezeption* [Hervorhebungen im Original]“ (Storrer 2004: 285), da die User:innen etwa durch Hyperlinks auch auf andere Homepages gelangen können, bevor sie weiterlesen. Die letzte Eigenschaft betrifft eine allgemeine Beschaffenheit des WORLD WIDE WEB, nämlich die „*fehlende[n] trägermediale[n] Begrenzungen* [Hervorhebungen im Original]“ (Storrer 2004: 286), die eine Bestimmung von Anfang und Ende, anders als bei Büchern, unmöglich machen.

Bei der Betrachtung eines Postings werden diese Gegebenheiten besonders deutlich. So ist die Leserichtung nicht vorgegeben und kann von Rezipient:in zu Rezipient:in stark variieren. Treten nun noch weitere Angebote wie Links, Hashtags oder auch Graphicons hinzu, wird der Lesepfad und somit die Herstellung von Kohärenz immer individueller und intransparenter (vgl. Fritz 2016: 72 f.). Storrer (2004: 277) erklärt in diesem Zusammenhang, dass die sogenannte „*lokale Kohärenz* [Hervorhebungen im Original]“, also die Sinnrelationen zwischen aufeinander folgenden Sätzen auch auf „räumlich benachbarte[.] semiotische Einheiten“ übertragen werden kann. Bezogen auf Relationen zwischen Sprache und Bild kann festgehalten werden:

Kohärenz zwischen Sprache und Bild kommt immer dann zustande, wenn bildlich und sprachlich verfügbare Konzepte in irgendeiner Weise aufeinander bezogen werden können. (Stöckl 2011: 55 f.)

Der/Die Rezipient:in hat immer ein Interesse daran, das Wahrgenommene als „zusammenhängend, miteinander verbunden, zu verstehen“ (Averintseva-Klisch 2013: 26).

Sprachliche Kohärenzbildungshilfen, die Textteile auf grammatischer Ebene verbinden und auf diese Weise Konnexion erzeugen, wie beispielsweise Konnektoren<sup>77</sup>, können in Online-Umgebungen anders verwendet werden oder eine untergeordnete Rolle spielen (vgl. Fritz 1999: 230). Angelehnt an diese Überlegungen bietet sich daher auch eine prozessbezogene Perspektive auf den Kohärenzbegriff an, der

Kohärenz nicht nur als eine Eigenschaft von Texten [betrachtet], sondern als einen übergreifenden Sinnzusammenhalt, der sich durch einen Kommunikationsprozess hindurchzieht, in dem sich die Beteiligten mittels Texten über einen ‚Textwelt‘ genannten

---

<sup>77</sup> „Konnektoren (auch: Konnektive, Junktoren) verbinden zwei Textelemente miteinander, indem sie eine bestimmte inhaltliche Beziehung (Kohärenzrelation) zwischen zwei dort beschriebenen Sachverhalten explizit machen“ (Averintseva-Klisch 2013: 18).

Wissensausschnitt verständigen und dabei wechselseitig die Rolle des Produzenten oder die Rolle des Rezipienten einnehmen. (Storrer 1999: 41)

Somit wird Kohärenz hier als etwas Dynamisches verstanden, das sich im „Produktions- bzw. Rezeptionsprozess“ (Storrer 1999: 41) entwickelt. Die aktive Rolle, die den Rezipient:innen zukommt, hebt auch Averintseva-Klisch hervor, wenn sie erläutert:

Die meisten Texte sind nicht deswegen kohärent, weil sie sämtliche zu ihrer Interpretation notwendige Informationen beinhalten, sondern deswegen, weil sie auf Grund ihrer Struktur dem Rezipienten erlauben, die im Text wörtlich gegebenen Informationen durch weitere Schlüsse so zu ergänzen, dass sich ein zusammenhängendes Ganzes ergibt. (Averintseva-Klisch 2013: 60)

Zwar verfolgt der/die User:in eine Intention bei der Formulierung eines Postings, so wie es auch beim Verfassen anderer nichtfiktionaler oder fiktionaler Texte der Fall ist, doch kommt dem/der Rezipient:in in multimodalen, hypertextuellen Umgebungen in noch größerem Maße eine aktive Position zu als bei Texten des alltäglichen Sprachgebrauchs (vgl. Fritz 2016: 72 f.). Denn Postings in sozialen Medien sind in der Regel noch viel weiter entfernt von einem „zusammenhängende[n] Ganze[n]“ (Averintseva-Klisch 2013: 60). Gründe hierfür können etwa die kürzere Planungszeit beim Schreiben oder technische Beschränkungen (z. B. die Zeichenzahl bei TWITTER) sein. Der Rekurs auf Kontext- und Weltwissen scheint aus diesem Grund noch relevanter zu sein (vgl. Averintseva-Klisch 2013: 16 f.).

Neben den bereits erwähnten sprachlichen Kohärenzbildungshilfen haben sich digitale Verknüpfungselemente, wie Hyperlinks, Hashtags und Adressierungen herausgebildet, die ebenfalls in den Bereich der Konnexion fallen (vgl. Storrer 2020: 110 ff.).

Anhand eines Postings auf FACEBOOK stellen Abel/Glaznieks (2020: 68) exemplarisch die „Herstellung multimodaler Kohärenz“ mithilfe einer Kohärenzbildungshilfe vor. Hier werden Bezüge zwischen sprachlichen und nichtsprachlichen Einheiten innerhalb eines Beitrags sichtbar. Es handelt sich um ein Posting, in das ein Link zu einer Petition von CHANGE.ORG<sup>78</sup> mit dem Titel „Can you spare a minute to help?“ eingebettet ist (vgl. Abb 22). Neben dem Titel der Petition ist außerdem ein Foto zu sehen, das Menschen dicht gedrängt in einem Schlauchboot auf dem offenen

---

<sup>78</sup> Bei CHANGE.ORG handelt es sich um die größte globale Kampagnenplattform. Vgl. dazu <https://www.change.org> (21.07.2022).

Meer zeigt. Begleitet wird der Link von CHANGE.ORG durch den folgenden *weil*-Satz: „weil ich die Petition gelesen habe“. Ohne die Einbettung des Links in das Posting würde der selbstständige *weil*-Satz inkohärent wirken, fehlt doch der Hauptsatz in diesem Satzgefüge. Erst die Verbindung von sprachlichen Elementen (Titel der Petition und Textverlauf des/der User:in) mit dem Link und dem Foto führen dazu, dass der/die Rezipient:in sich die Kohärenzrelationen im Posting erschließen kann. Eine entscheidende Rolle spielt dabei auch die Anordnung innerhalb des Postings. Die von FACEBOOK vorgegebene Struktur führt dazu, dass die/der geschulte User:in den Linkverweis erkennt. Bei der Implementierung einer URL in ein Posting bei FACEBOOK wird automatisch ein Bild der jeweiligen Website integriert. Die Platzierung des Textes über dem Link lässt darauf schließen, dass dieser von der/dem User:in selbst produziert wurde. Abel/Glaznieks (2020: 68) interpretieren den Nebensatz daher als „handlungsbegleitende Begründung“ zur Unterstützung der Petition, also als direkte Referenz auf den Link. Dieses Beispiel verdeutlicht, welches Weltwissen in Bezug auf das Thema des Postings (Spendenaufruf für die Seenotrettung im Mittelmeer), aber auch hinsichtlich der Plattformspezifik (Anordnung innerhalb eines Postings bei FACEBOOK) notwendig ist, um aus Rezipient:innenperspektive ein sinnvolles Ganzes zu erschließen.



Abbildung 22: Beispiel aus Abel/Glaznieks (2020: 68)

Bezogen sich die zuvor ausgeführten Überlegungen auf die Posting-, also mikrostrukturelle Ebene, gilt es Kohärenzrelationen auch auf makrostruktureller Ebene (Thread bzw. Timeline), also postingübergreifend, zu betrachten, da diese für die Kommunikation in sozialen Medien doch essenziell sind (vgl. dazu Kap. 3.1.1 zu den Strukturebenen).

Die Bezeichnung *interaktionale Kohärenz* in internetbasierter Kommunikation wurde erstmals von Herring (1999) verwendet. Ihre Überlegungen gehen von der Annahme aus, dass internetbasierte Kommunikation in vielerlei Hinsicht auf den ersten Blick inkohärent erscheint. Am Beispiel des Chatverlaufs in Kapitel 5.1 ist deutlich geworden, dass vor allem die Zeitlichkeitsbedingungen eine große Rolle spielen. Beiträge, die im Bildschirmverlaufsprotokoll aufeinander folgen, müssen nicht zwingend in Bezug zueinander stehen, denn

die grundsätzliche Entkopplung von Produktion, Übermittlung und Rezeption führt [...] dazu, dass die Sequenzorganisation nicht über ein kollaboratives Interaktionsmanagement zur Laufzeit erzeugt werden kann. Kohärente Anschließbarkeit muss vielmehr individuell hergestellt werden, in der Produktion und in der Rezeption. (Beißwenger 2020: 301)

Auf den jeweiligen Plattformen haben sich auch aufgrund dieser Gegebenheiten verschiedene Funktionen und Operatoren etabliert, wie etwa das @-Zeichen zur Adressierung bei TWITTER, das auch automatisch erscheint, wenn ein/e User:in ein Posting als Antwort auf einen anderen Beitrag formuliert (vgl. dazu Kap. 2.3). Daneben kann es auch als kohärenzstiftendes Element betrachtet werden, denn die Konversation zwischen zwei oder mehreren User:innen kann so gleichzeitig für Dritte sinnvoll strukturiert und zugänglich gemacht werden (vgl. Dang-Anh et al. 2013: 82). Bucher (2019: 294) spricht in diesem Zusammenhang von „Kohärenzmitteln“. Die Operatoren können somit als Hilfsmittel eingesetzt werden, um die Rezipient:innen bei der Kohärenzbildung zu unterstützen. Auch andere Plattformen bieten derartige Unterstützungen an. Ein häufig verwendetes Mittel zur Kohärenztablierung bei WHATSAPP, aber auch bei TWITTER ist beispielsweise die Zitierfunktion, die es erlaubt, Bezug auf ein Posting zu nehmen, das nicht mehr in unmittelbarer räumlicher Nähe zum geplanten Beitrag steht. Bucher (2019: 300) erklärt, dass durch diese Funktion „zeitliche Diskontinuität zur räumlichen Kontinuität wird“. Entscheidend ist, dass nachvollzogen werden muss, „welche Beiträge überhaupt sequenziell zusammenhängen“ (Bucher 2019: 294).

Die Verknüpfung von Teilen zu einem Ganzen sowohl sprachlicher als auch bildlicher Elemente beschreibt Schmitz treffend, wenn er erklärt:

In Zeichengebilden jedweder Art werden Teile auf zweierlei Weise zu Ganzheit gefügt: Formale Verknüpfungsmittel (*Kohäsion*) unterstützen den semantisch-kognitiven Sinnzusammenhang (*Kohärenz*) [Hervorhebungen im Original]. Kohäsion wird in Texten wesentlich über Rekurrenz (sprachliche Wiederaufnahme), Proformen (z.B. Pronomina) und grammatische Mittel erreicht, mangels Linearität und Grammatik in Bildern hingegen durch Farbe, visuelle Formen und Anordnung der Details in der Fläche. (Schmitz 2011: 35 f.)

Für die Kohärenzbildung in internetbasierter Kommunikation sind neben sprachlichen Verknüpfungsmitteln, wie sich in der Analyse zeigen wird, auch (bewegte) Bilder von weitreichender Bedeutung (vgl. dazu auch Kap. 5.2). Daher müssen bei der Analyse von Kohärenzbeziehungen „Sinnbezüge zwischen sprachlichen und nichtsprachlichen Zeichentypen“ berücksichtigt werden, die sich unter der Kategorie „multimodale Kohärenz“ (Storrer 2020: 119 f.) zusammenfassen lassen.

Unterstützend bei der Herstellung von Kohärenz können Bezüge sehr unterschiedlicher Art sein. Diese können sich nicht nur auf die bereits beschriebenen verschiedenen (digitalen) Hilfsmittel beschränken, sondern auch postingübergreifend sein. Als ein weiteres klassisches Textualitätsmerkmal wird bei de Beaugrand/Dressler neben den bereits beschriebenen Kriterien *Kohäsion* und *Kohärenz* auch *Intertextualität* angeführt (vgl. de Beaugrande/Dressler 1981: 188 ff.). Das Konzept ist auch für die Analyse von GIFs relevant und soll im folgenden Kapitel genauer in den Blick genommen werden.

#### **5.4 Intertextualität und Interpiktorialität**

Wie bereits deutlich geworden ist, zeichnet sich eine Vielzahl von GIFs vor allem dadurch aus, dass sie in irgendeiner Form verweisenden Charakter haben, Ausschnitte aus Filmen oder Serien zeigen, kurze Aufnahmen von Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens enthalten oder amateurhafte und vielfach im Internet geteilte Clips sind.

Bezüge, die in der Interaktion mit GIFs auf TWITTER etabliert werden, können unterschiedlicher Art sein und bewegen sich auf verschiedenen Ebenen, was ihre Komplexität begründet. Zum einen sind die bereits in Kapitel 4.2 zur Multimodalität beleuchteten intermodalen Bezüge zwischen GIFs und sprachlichen Elementen (innerhalb eines GIFs sowie innerhalb eines Postings) bzw. zwischen GIFs und anderen

Bildelementen zu untersuchen. Zum anderen sind auch Relationen zwischen Postings und damit einhergehend Bezüge zwischen den jeweiligen in die Interaktion eingebundenen GIFs auszumachen. Dabei können die beschriebenen Ebenen und die mit ihnen verbundenen Bezüge in einer komplexen Beziehung zueinander stehen: Jedes GIF kann direkt oder indirekt auf seinen Ursprung verweisen, verschiedene GIFs können zueinander in Beziehung stehen und nicht zuletzt lassen sich auch Bezüge zwischen dem Textverlauf und dem (bewegten) Bild innerhalb eines Postings beobachten. Alle bisher beschriebenen Konzepte kommen an dieser Stelle zum Tragen und machen die Analyse zunehmend anspruchsvoll.

Wurde bereits das Zusammenspiel verschiedener Modi (Kap. 5.2) in der Interaktion mithilfe von Textformen (Kap. 5.1) in den Blick genommen und der Kohärenzbegriff (Kap. 5.3) für die vorliegende Arbeit in Bezug auf Interaktion und Multimodalität geschärft, soll es nun zunächst um die Bezüge von GIFs nach „außen“ gehen. Damit sind die Quellen und Verweise von GIFs gemeint, die nicht erst durch deren Verwendung in der unmittelbar ablaufenden Interaktion entstehen, sondern ihnen bereits durch die Entnahme aus ihren Kontexten inhärent sind. Anschließend gilt es, auch Bezüge zwischen GIFs in der Interaktion in den Fokus zu rücken, die ihrerseits erst durch die Einbindung in kommunikative Kontexte hergestellt werden und zu ganz neuen Möglichkeiten führen, Interaktionen zu gestalten.

Es geht also in einem ersten Schritt darum, welche Bezüge sich außerhalb des kommunikativen Kontextes für GIFs identifizieren lassen. Dabei stellt sich vor allem die Frage, wie derartige Bezüge und damit verbundene Sinnzusammenhänge beschrieben werden können und welche in der Linguistik oder in angrenzenden Wissenschaften verwendeten Termini für deren Analyse geeignet sind. Daran anschließend sollen Bezüge zwischen GIFs in der Interaktion genauer in den Blick genommen werden, wurden diese in der Literatur doch bislang nicht beschrieben. An dieser Stelle soll ein kunstwissenschaftlicher Ansatz herangezogen werden, der bei der Beschreibung sogenannter „interpiktorialer Praktiken“ (Isekenmeier 2013: 76) hilfreich und übertragbar erscheint.

Naheliegender ist zunächst der Rückgriff auf den ursprünglich aus den Literaturwissenschaften stammenden und bereits seit langem verwendeten und viel diskutierten Begriff der *Intertextualität*<sup>79</sup>, der im Laufe der Zeit auch Einzug in

---

<sup>79</sup> Der Begriff geht ursprünglich auf die Literaturwissenschaftlerin Julia Kristeva zurück, die sich in ihrer Arbeit auf Michail Bachtin und sein Konzept der ‚Dialogizität‘ bezieht. Gemäß

sprachwissenschaftlich orientierte Ansätze gehalten hat. Vor allem im Bereich der Textlinguistik wird der Intertextualitätsbegriff immer wieder zur Analyse herangezogen.

Ziel ist es, den Begriff so zu präzisieren, dass er für das der Arbeit zugrundeliegende Forschungsinteresse anwendbar wird. Dabei ist stets mitzudenken, dass ein Teil der hier zur Frage stehenden Bezüge strenggenommen weder als intermodal noch intertextuell, sondern vielmehr als interpiktorial bezeichnet werden kann (vgl. Siever 2015: 133).

Wurden einige Bezüge mit Blick auf Multimodalität bereits in Kapitel 5.2 herausgearbeitet, soll es im Folgenden um intertextuelle Bezüge gehen. Damit sind im Kontext der vorliegenden Arbeit die Bezüge außerhalb des kommunikativen Kontextes bei TWITTER gemeint. Diese Bezüge können, wie sich zeigen wird, sehr unterschiedlicher Natur sein.

In ihrer Arbeit differenziert Janich (2019: 170) zwischen „Referenztexten“ und „Phänotexten“. Unter Referenztexten versteht sie jene Texte, „auf die Bezug genommen wird“. Die bezugnehmenden Texte nennt sie entsprechend „Phänotexte“. In der vorliegenden Untersuchung wären GIFs, wenn sie intertextuelle Bezüge aufweisen, Phänotexte, die sich auf Referenztexte, etwa auf einen Film beziehen.

An dieser Stelle sei noch einmal hervorgehoben, dass der Intertextualitätsbegriff hier so verstanden wird, dass er sich auch auf andere mediale Kontexte und Konzepte beziehen kann als es bei einem eng gefassten Textbegriff der Fall ist (vgl. Schwarz-Friesel/Consten 2014: 18).<sup>80</sup> Er soll jedoch nicht derart weit ausgelegt werden, dass auch Weltbezüge darunter zu fassen sind (vgl. dazu Eco 1987: 29). Diese werden unter den bereits in Kapitel 5.2 beschriebenen Objektbezügen verstanden.

Die im vorherigen Kapitel dargelegten Überlegungen aus film- und medienwissenschaftlicher Sicht, die für die Betrachtung von GIFs als animierte Bildabfolgen von Bedeutung sind, haben intertextuelle Bezüge bereits aufscheinen lassen. So ging es hier u. a. um die Ausschnitthaftigkeit der kurzen Clips und ihre damit verbundene De-

---

poststrukturalistischen und dekonstruktivistischen Strömungen vertritt Kristeva einen „völlig offenen und radikal ästhetischen (literaturwissenschaftlichen) Textbegriff, einen Gegenentwurf zum Text als *Werk* [Hervorhebungen im Original] eines Autors“ (Janich 2019: 171).

<sup>80</sup> Bei der Betrachtung von Textualitätskriterien schreiben Schwarz-Friesel/Consten (2014: 20) in Bezug auf Intertextualität: „[es] gibt an, dass sich Texte auf andere Texte beziehen. Man kann dieses Kriterium weit oder eng fassen: In der weiten Definition ist lediglich gemeint, dass jeder Text eine Realisierung einer bestimmten Textsorte ist [...], jeder Text steht somit in einem (ziemlich abstrakten) intertextuellen Bezug auf alle anderen Texte derselben Textsorte“.

bzw. Rekontextualisierung. GIFs haben ihren Ursprung häufig in Filmen oder Serien. Wird also ein GIF aus einem solchen Kontext „ausgeschnitten“ und in eine Interaktion, meist durch Auswahl mithilfe einer Datenbank (z. B. GIPHY), eingebunden, steht der Clip natürlich weiterhin in Beziehung zu seiner ursprünglichen Quelle, unabhängig davon, ob der/die Rezipient:in diese kennt und mit dem GIF in Zusammenhang zu bringen vermag oder nicht. Nun muss aber auch hier berücksichtigt werden, dass diese Bezüge strenggenommen in der Regel nicht schriftsprachlicher Art sind, so wie es für die Untersuchungsgegenstände von Sprach- und Literaturwissenschaft häufig der Fall ist. Intertextualität soll hier, wie bereits erwähnt, vielmehr als ein übergeordneter Begriff für außerhalb der Interaktion liegende Verweise verwendet werden.

Auch durch einen thematischen Aufgriff bzw. eine Weiterentwicklung können Bezüge hergestellt werden. Die besondere Beschaffenheit und technische Flexibilität von GIFs lassen nicht nur den Ausschnitt aus schon bestehenden Kontexten zu, sondern ermöglichen auch die Weiterentwicklung bzw. Entfaltung bestimmter Themen und Diskurse, etwa im Rahmen einer Kampagne (vgl. Kap. 6.3.1.6.2). Diese Bezüge sind dann vielmehr als solche zwischen Textsorten zu fassen (vgl. dazu Janich 2019: 184 ff.), z. B. wenn mit einem GIF auf eine Marketing-Aktion aufmerksam gemacht wird, zu der es auch Plakate gibt.

Bezüge können zudem, und das lässt sich aus den Überlegungen zur Intertextualität übernehmen, „unterschiedlich explizit und markiert sein“ (Janich 2019: 169). Das gilt gleichermaßen für filmische GIFs wie für GIFs, die der thematischen Entfaltung, etwa im Rahmen einer Kampagne, dienen. Dazu merkt Ziegler (2004: 164) an:

Die Markierungen von Intertextualität können sehr unterschiedlich ausfallen. Sie können explizit sein, wenn auf einen Autor, auf einen bestimmten Text oder auf eine ganze Gruppe von Texten ausdrücklich verwiesen wird. Sie können aber auch implizit sein, wenn nur gewisse Elemente oder Strukturen des Bezugstextes übernommen werden, was vom Leser verlangt, dass er den Bezugstext und/oder den textstrukturellen Rahmen des Bezugstextes kennt, damit er die notwendigen Relationen herstellen kann. Intertextualitäten können einfach markiert sein, es kann aber auch mehrere Markierungen geben, die auf denselben Bezug hinweisen. Diese können sich an ganz verschiedenen Orten befinden: in der Überschrift, im Text, oder in spezifischen textstrukturellen Gesamtmustern. (Ziegler 2004: 164)

Zur Explizierung sind stets sprachliche Elemente notwendig. Bilder dagegen können nicht wie etwa ein direktes, wörtliches Zitat in einer wissenschaftlichen Arbeit explizit auf ihre Quelle verweisen, da ihnen eine Metasprache fehlt (vgl. Nöth 2000: 482). Ein direkter Verweis auf den Ursprung des GIFs oder eine Kommentierung der jeweiligen

Bildsequenz kann also nur durch die Hinzufügung einer sprachlichen Einheit entweder innerhalb des Postings oder im Clip selbst erfolgen.

Erweitert man nun den Fokus von der Postingebeane auf die Interaktion und somit auf die Makrostruktur bei TWITTER, können auch unmittelbar Bezüge zwischen GIFs hergestellt werden. Hier wird die Betrachtung von Intertextualität in sprachlicher Interaktion relevant. Bezüge können dabei je nach Definition eher allgemein oder sehr spezifisch ausfallen.

Für die Bezüge zwischen GIFs innerhalb kommunikativer Kontexte, also für direkte Bezüge zwischen GIFs in der Interaktion, muss der Intertextualitätsbegriff nochmals konkretisiert werden. Sinnvoll scheint es, in diesem Zusammenhang auf das in den Kunstwissenschaften entwickelte und an den Intertextualitätsbegriff angelehnte Konzept der Interpiktorialität zurückzugreifen, das hier als besondere Form intertextueller Bezüge zu verstehen ist und gezielt für die Analyse von Beziehungen zwischen GIFs verwendet werden kann. Unter dem Terminus werden im Bereich der Kunstwissenschaften „die Relationen zwischen Bildern sowie die Modi ihrer Transformation von Einem in ein Anderes“ (von Rosen 2011: 208) gefasst. Zwar zielt diese Definition auf die „Relationen von Kunstwerken zueinander“ ab, die sich zum Teil über Epochen hinweg erstrecken können, doch lassen sich grundsätzliche Überlegungen auch für die Analyse von GIFs fruchtbar machen. Die Autorin hält zu Recht fest:

Diskussionsbedarf besteht in der Forschung auch bezüglich der Frage, wie Bezugnahmen in visuellen Medien ‚signalisiert‘ werden, lässt sich doch die Verweisqualität von Bildern in einem durch Unmittelbarkeit und Simultaneität bestimmten Medium mitunter schwieriger erfassen als in einem sich sukzessiv entfaltenden Text: Im Allgemeinen funktionieren Bezüge über markante Figureninnovationen und Kompositionsmuster. (von Rosen 2011: 210)

Die Betrachtung derartiger Bezüge rückt vor allem dann in den Fokus, wenn in einer kommunikativen Umgebung hauptsächlich bzw. vermehrt mit GIFs interagiert wird, sodass sie die tragende Rolle für die Herstellung von interaktionaler Kohärenz durch interpiktoriale Bezüge übernehmen. Aus ihrem eigentlichen Kontext losgelöst können GIFs so kommunikative Aufgaben übernehmen und andere, sogar neue Sinnzusammenhänge herstellen. Darauf zielt auch die folgende Analyse ab, wenn es heißt:

Genau hier liegt der entscheidende Unterschied zwischen dem Originalmaterial des Films oder Fernsehens und den daraus extrahierten GIFs. Das GIF befreit die Geste zunächst aus ihrem filmischen oder televisuellen Kontext, d.h. etwa ihrem Platz in der

Kausalkette von Ereignissen eines Films. Es ersetzt narratives Telos durch radikale Offenheit. (Wentz 2020: 50)

Diese „radikale Offenheit“ (Wentz 2020: 50) wird von den User:innen bei der Verwendung in der Interaktion auf teilweise kreative Art und Weise genutzt, sodass GIFs ganz neue Bedeutung zukommen kann (vgl. Strauven 2020: 59).

Für eine systematische Einordnung der durch den Gebrauch von GIFs entstehenden Bezüge ist der Rekurs auf die von Isekenmeier (2013: 76) entwickelte Typologie für interpiktoriale Praktiken hilfreich, die sich in einer dem Untersuchungsgegenstand angepassten und pointierten Form anwenden lässt. Der Autor greift auf Aspekte der Intertextualitätstheorie zurück, die einen „ähnlich organisierten Phänomenbereich umreißt“ (Isekenmeier 2013: 35). Mit Blick auf Leonardo da Vincis MONA LISA führt der Autor zahlreiche Beispiele an, wie und durch welche Arten von Abweichungen interpiktorial auf das Originalwerk Bezug genommen wird. Seine Beispiele reichen von einer einfachen Reproduktion des Bildes auf der Homepage des Louvre bis hin zu Transformationen, bei denen das ursprüngliche Gemälde „bis an die Grenze der Erkennbarkeit pixelisiert dargestellt wird“ (Isekenmeier 2013: 61).

Die Kategorien, die Isekenmeier mit Blick auf Referenzen zwischen Bildern definiert, lassen sich auf das der Arbeit zugrunde liegende Untersuchungsinteresse übertragen. Relevant sind hier die Begriffe, die er für den Grad der Abweichung definiert und die beim Nachvollzug von Sinnrelationen nützlich sein können. Diese können für interpiktoriale Bezüge zwischen GIFs in der Interaktion als erste Anhaltspunkte dienen, wenn man der Frage nachgeht, wie durch GIFs interaktionale Kohärenz hergestellt wird. Isekenmeier (2013: 76; Tabelle) unterscheidet zwischen der Abweichung im Detail, der Abweichung im Motiv und der Abweichung im Thema. Die Termini Thema und Motiv verwendet er in Analogie zur Musik. Dazu erläutert er:

„Thema“ [soll] der umfassende Begriff für den Bildgegenstand sein, der um ein zentrales Motiv oder mehrere Motive arrangiert ist, die wiederum aus unzähligen Details zusammengesetzt sein können. (Isekenmeier 2013: 61)

Eine entsprechende Parallele wird in der bereits ausführlich beschriebenen Studie von Herring/Dainas (2017) gezogen, die von *riffing* sprechen, wenn in spielerischer oder humorvoller Art und Weise auf ein vorheriges Graphicon in einer Interaktion reagiert

wird (vgl. dazu auch Kap. 3.3 und 6.3.2.4). Der Begriff *Riff* stammt ebenfalls aus der Musik und wird im DUDEN-ONLINE<sup>81</sup> als „sich ständig wiederholende, rhythmisch prägnante, dabei melodisch nur wenig abgewandelte Phrase“ definiert. Für Sticker konnten diese Muster ebenfalls belegt werden. Die Reaktion auf ein Graphicon mit einem anderen Graphicon bezeichnen die Autoren als ‚sticker war‘. Hierbei handelt es sich um „string of back-and-forth sticker exchanges“ (Konrad et al. 2020: 225), wobei sich ein „riffing off of the same topic or emotion“ entfaltet. Ähnliche Strukturen beschreibt auch Baumgärtel:

GIF 1.0 bildet bereits – wie später GIF 2.0<sup>82</sup> – Motivketten aus, innerhalb derer sich beliebte Bildgegenstände weiterentwickeln und sich in einer intertextuellen Bezugnahme gegenseitig kommentieren und persiflieren. (Baumgärtel 2020: 37)

Wie sich noch zeigen wird, scheinen sich GIFs für derartige Reaktionen und daraus entstehende Muster besonders anzubieten.

Wenn genauer in den Blick genommen werden soll, wie (fast) ausschließlich mithilfe von GIFs interagiert werden kann, ist vor allem die Beschäftigung mit Abweichungen interessant. Es liegt nahe, dass die einfache Wiederholung eines zuvor verwendeten GIFs weder für die Kommunikation förderlich ist noch von besonderer Kreativität in der Interaktion zeugt.<sup>83</sup> Vielmehr zeigt sich, dass vor allem Details (z. B. die Umgebung oder die Figur) von GIF zu GIF stark variieren können. Diese Abweichungen in Details führen schließlich auch dazu, dass sich das Motiv graduell verändert, während ein Thema, das der Interaktion zugrunde liegt, konstant gehalten wird. Dabei gilt es vor allem zu betrachten, welche jeweiligen Details sich im Laufe der Interaktion verändern, welche abgewandelten Motive daraus entstehen und wie durch die Ergänzung intermodaler Beziehungen (z. B. durch sprachliche Einheiten, Adressierungen etc.) zusätzliche kohärenzstiftende Mittel zum Zuge kommen. Denkbar ist dabei aber auch misslingende Kommunikation, etwa wenn es zu einem Themenbruch kommt und ein kohärenter Anschluss für die Interaktionspartner:innen nicht mehr realisierbar erscheint.

---

<sup>81</sup> DUDEN-ONLINE: Artikel zu Riff: <https://www.duden.de/node/122096/revision/875978> (21.07.2022).

<sup>82</sup> Strauven (2020: 55) beschreibt die Entwicklung zum sogenannten GIF 2.0: „GIF 2.0 is a relatively recent phenomenon. Compared to GIF 1.0 it is more diversified in terms of style, form, and function.“

<sup>83</sup> Vergleichbar wäre eine Gesprächssituation, in der der/die Interaktionspartner:in kontinuierlich nur das wiederholt, was zuvor gesagt wurde.

Die beschriebenen Kategorien ermöglichen es so, sich einer Analyse der interaktionalen, aber auch multimodalen Kohärenz von GIFs zu nähern, die in der empirischen Untersuchung exemplarisch betrachtet werden soll. Auch für die Beschreibung kommunikativer Funktionen sind sie teilweise relevant.

## **5.5 Intermodale, intertextuelle und interpiktoriale Bezüge**

Die folgende Abbildung 23 soll alle in den vorherigen Kapiteln erarbeiteten möglichen Bezüge von GIFs in der TWITTER-Kommunikation schematisch darstellen und dabei vor allem auch die verschiedenen Ebenen, auf denen Bezüge hergestellt werden können, visualisieren.

Zu differenzieren ist dabei zwischen der Ebene auf der linken Seite, die Bezüge innerhalb der Kommunikation auf TWITTER abbildet, und der auf der rechten Seite, die Bezüge außerhalb des kommunikativen Kontextes darstellt.

Die Bezüge auf der linken Seite sind mit der unmittelbaren kommunikativen Umgebung auf TWITTER verbunden. Dabei sind zunächst die Bezüge zwischen verschiedenen Modi innerhalb eines Postings relevant, etwa zwischen dem Schrifttextverlauf eines Postings und multimodalen Segmenten. Darüber hinaus können auch verschiedene Graphicons, ein GIF und ein oder mehrere Emojis in Bezug zueinander stehen. Da auch innerhalb eines GIFs Schriftsprache integriert werden kann, sind zudem Bezüge zwischen Schriftsprache und (animierten) Bildern denkbar. Mehrere einzelne Bilder hintereinander (als GIF) führen zu weiteren Bezügen, die unterschiedlich explizit sein können. Die hier beschriebenen Bezüge sind für die Kohärenzbildung auf Postingebeune entscheidend.

Für die Kohärenzbildung mit GIFs auf interaktionaler Ebene spielen die im vorherigen Kapitel beschriebenen interpiktorialen Bezüge eine Rolle, die sich durch einen unterschiedlichen Grad an Abweichungen verschieden ausgestalten können (vgl. dazu auch die Analyse in Kap. 6.3.2.3).

Auf der rechten Seite des Schemas sind jene Bezüge aufgeführt, die außerhalb der Kommunikationssituation liegen. GIFs können intertextuelle Bezüge enthalten, wenn das GIF einen Ausschnitt darstellt und somit auf einen Referenztext, also beispielsweise auf einen Film oder eine Serie, verweist. Diese Übernahme kann dabei markiert oder unmarkiert sein. Auch durch einen thematischen Aufgriff, etwa im

Rahmen von Kampagnen, können intertextuelle Bezüge hergestellt werden, zum Beispiel durch Verweise zwischen Textsorten.

Zuletzt sind noch die semiotischen Qualitäten von GIFs unter Bezügen außerhalb der unmittelbaren Kommunikationssituation zu fassen. Dabei können GIFs sowohl ikonische, indexikalische als auch symbolische Bezüge aufweisen, die sich je nach Komplexität des GIFs überschneiden können.

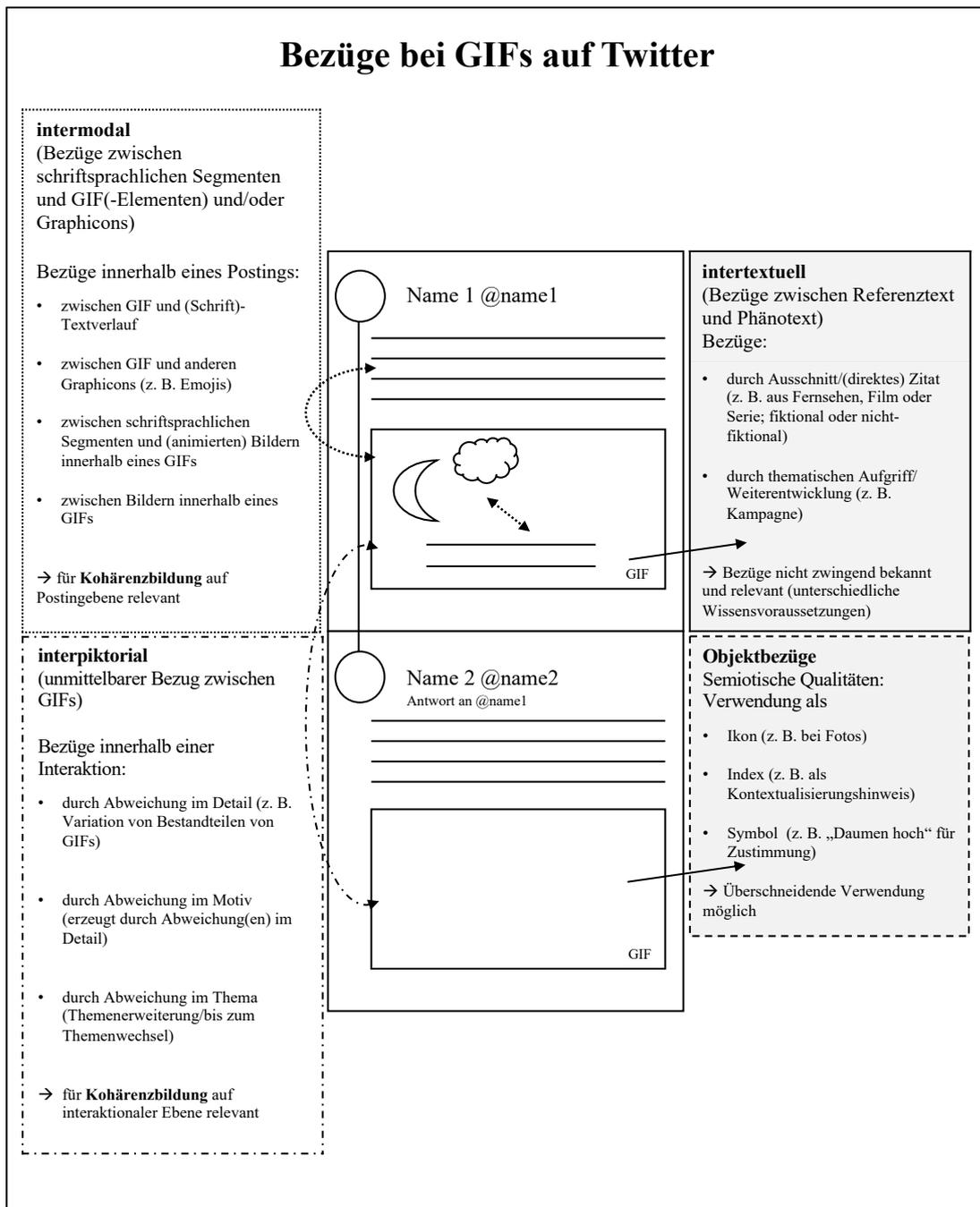


Abbildung 23: Bezüge bei GIFs auf TWITTER

## 6. Empirische Untersuchung

Auf Basis der entwickelten Begrifflichkeiten (Kap. 3–5) und des skizzierten Beschreibungsmodells (Kap. 5.5) kann im Folgenden die empirische Untersuchung und damit eine möglichst präzise Analyse angegangen werden. Es hat sich gezeigt, dass die Betrachtung von GIFs in der Interaktion auf TWITTER einen interdisziplinär orientierten Ansatz erfordert, um den kurzen Clips in all ihren Facetten und Besonderheiten gerecht zu werden.

In Kapitel 6.1 werden zunächst die Forschungsfragen ausformuliert, die in der vorliegenden Arbeit beantwortet werden sollen. Im Anschluss daran wird der Blick auf die Datengrundlage sowie das methodische Vorgehen gelegt. Erstellung und Aufbereitung des Korpus (Kap. 6.2.1) werden ausführlich erläutert. Daran anschließend wird schrittweise die methodische Vorgehensweise dargestellt (Kap. 6.2.2). In diesem Unterkapitel wird auch auf eine kleine Vorstudie eingegangen, die im Rahmen eines Seminars mit Studierenden der UNIVERSITÄT MANNHEIM durchgeführt wurde. Darauf folgt schließlich die Datenanalyse (Kap. 6.3), in der Formen und kommunikative Funktionen von GIFs auf TWITTER sowie multimodale und interaktionale Kohärenzbildung mithilfe der Clips an Analysebeispielen beschrieben werden. Das Kapitel wird mit einer Diskussion (Kap. 6.4) der Ergebnisse, die sich aus der Datenanalyse ergeben, abgeschlossen.

### 6.1 Forschungsfragen

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, die Verwendung von GIFs in der TWITTER-Kommunikation aus linguistischer Perspektive möglichst präzise zu beschreiben. Anhand von detaillierten Beispielanalysen sollen die folgenden vier Fragestellungen bearbeitet werden:

1. Welche Formen können GIFs haben, die auf TWITTER verwendet werden?
2. Welche kommunikativen Funktionen können GIFs auf TWITTER übernehmen?
3. Welchen Beitrag leisten GIFs bei der Herstellung multimodaler Kohärenz?
4. Wie kann mit GIFs interaktional agiert werden bzw. wie werden GIFs zur Herstellung interaktionaler Kohärenz eingesetzt?

Die erste Frage zielt darauf ab, die unterschiedliche Beschaffenheit von GIFs zu erläutern. Dazu sollen Eigenschaften, die bereits in Kapitel 3.4 und 4 angerissen wurden,

exemplarisch am vorliegenden Datenmaterial herausgearbeitet und beschrieben werden.

Zur Beantwortung der zweiten Frage, der Untersuchung von Funktionstypen, muss zunächst definiert werden, was in der vorliegenden Arbeit unter einer Funktion zu verstehen ist. An dieser Stelle kann die Definition, die Beißwenger und Pappert mit Blick auf die Verwendung von Emojis in der WHATSAPP-Kommunikation formuliert haben, einen ersten Ansatzpunkt bieten, denn sie ist grundsätzlich auch auf den Einsatz von GIFs in öffentlichen TWITTER-Postings übertragbar. Die Autoren beschreiben eine Funktion als

eine Disposition aus (i) Anforderungen, die sich übergreifend zu konkreten Kommunikationssituationen als Anforderungen der Interaktionsgestaltung ergeben, und (ii) dem wiederholten, in zahlreicher und kontextübergreifender Verwendung bezeugten Einsatz verfügbarer semiotischer und pragmatischer Ressourcen zu deren Bewältigung. (Beißwenger/Pappert 2019b: 69)

Inwiefern diese Begriffsbestimmung hinsichtlich der Verwendung von GIFs in der TWITTER-Kommunikation anzupassen bzw. zu ergänzen ist, soll in Kapitel 6.3 im Zuge der Analyse dargelegt werden.

Grundsätzlich aber gilt, dass Bilder einer „Bindung an Sprache“ (Stöckl 2004a: 108) bedürfen und GIFs wie Emojis „im Regelfall nur im Kontext sprachlicher Äußerungen“ ihr weit gefächertes Potenzial entfalten können (Beißwenger/Pappert 2019b: 136).<sup>84</sup> Vor diesem Hintergrund ist die Betrachtung von GIFs aus linguistischer Perspektive von besonderem Interesse.

Auch für die Kohärenzbildung spielen GIFs eine entscheidende Rolle und sind daher aus sprachwissenschaftlicher Perspektive ein relevanter Untersuchungsgegenstand. Neben der Analyse multimodaler Kohärenz mit Blick auf ein einzelnes Posting soll es auch um die beitragsübergreifende Dimension, die interaktionale Kohärenz, gehen. Eine maßgebliche Rolle spielen dabei die in Abbildung 23 schematisch dargestellten Bezüge.

---

<sup>84</sup> Da bei GIFs zusätzlich die Möglichkeit besteht, sprachliche Elemente innerhalb des Clips zu platzieren, sind die Bedingungen hier anders als bei reinen Bildzeichen (z. B. Emojis oder Memojis).

## 6.2 Datengrundlage und Methode

Liegt das Forschungsinteresse auf multimodalen Elementen in internetbasierter Kommunikation, sind geeignete Korpora als Datengrundlage noch spärlicher gesät. Bislang gibt es nur vereinzelte TWITTER-Korpora<sup>85</sup>. Die wenigen vorhandenen Sammlungen beschränken sich meist auf Schriftsprache und klammern multimodale Elemente wie Fotos, Videos, Emojis oder GIFs aus. An dieser Forschungslücke setzt die vorliegende Untersuchung zur Verwendung von GIFs auf TWITTER an.

Zunächst wird die Datenerhebung sowie die Erstellung und Aufbereitung des Korpus detailliert beschrieben, bevor das methodische Vorgehen schrittweise erläutert wird. Darauf folgt die Datenanalyse in Kapitel 6.3.

Aus mehreren Gründen wurde für die vorliegende Untersuchung ein qualitativer Zugang gewählt. Dieser bietet sich dann an, „wenn über den Gegenstandsbereich, den man untersuchen will, noch wenig bekannt ist“ (Albert/Marx 2014: 13). Der Mangel an Korpora erforderte zunächst die Erstellung eines eigenen Datensets, was mit einem nicht zu unterschätzenden Aufwand verbunden war. Das verhältnismäßig kleine Korpus bietet sich nicht für Aussagen über Vorkommenshäufigkeiten an. Derartige Forschungsfragen können erst in einem weiteren Schritt behandelt werden, wenn eine größere Datenmenge und gefestigte Kategorien vorliegen.

Der Vorteil einer qualitativen Analyse liegt darin, dass man spezifische Strukturen bzw. Muster herausarbeiten und detailliert ins Auge fassen kann. Zudem besteht so nicht die Gefahr, wie bei quantitativen Untersuchungen, innovative Erscheinungen in der Kommunikation zu übersehen. Damit verbunden ist auch die Möglichkeit, „bislang noch nicht beschriebene sprachliche oder interaktionale Phänomene“ (Imo 2017: 102) zu identifizieren. So müssen etwa Bildinhalte mit ihren intertextuellen Bezügen in den jeweiligen interaktiven Kontexten im Rahmen quantitativer Auswertungen außen vor bleiben. Auch Bezüge innerhalb eines Postings, die, wie auch das Modell in Kapitel 5.5 zeigt, sehr komplex sein können, lassen sich nur qualitativ herausarbeiten. Aus diesem Grund sind interaktionsanalytisch orientierte Einzelfallanalysen für die Betrachtung von GIFs in der TWITTER-Kommunikation in diesem ersten Schritt

---

<sup>85</sup> Mit deutschsprachigen TWITTER-Daten arbeitet beispielsweise Scheffler (2014), die dazu ein umfangreiches Korpus erstellt und die Daten mithilfe des Python-Packages TWEETPY gesammelt hat. Auch für Scheffler/Kyba (2016) wurde diese Vorgehensweise gewählt.

sinnvoll und für grundlegende Fragestellungen zu neuartigen und bislang unbeachteten Phänomenen zu bevorzugen.

### 6.2.1 Korpuserstellung und -aufbereitung

Da es bis zum Erhebungszeitpunkt der Daten im August 2018 noch kein TWITTER-Korpus gab, das GIFs umfasst, wurde ein Screenshot-Korpus erstellt. Um Postings auszufiltern, die GIFs enthalten, wurde im Suchfenster von TWITTER das Schlagwort „gif“ eingegeben. Auf diese Weise ist es möglich, die jeweiligen Postings mit GIFs zu identifizieren, da diese im Quelltext mit einer entsprechenden Markierung (GIF-Label) versehen sind (vgl. Abb. 24 unten). Wie bereits in Kapitel 3.2 beschrieben, zeigt der Quelltext auch, dass GIFs auf TWITTER im MP4-Format eingebunden sind. Nach dem Download des Datenmaterials mithilfe von TWITTER-Video-Downloadern<sup>86</sup>, wurden die MP4-Dateien dann entsprechend in ein GIF-Format rückkonvertiert.

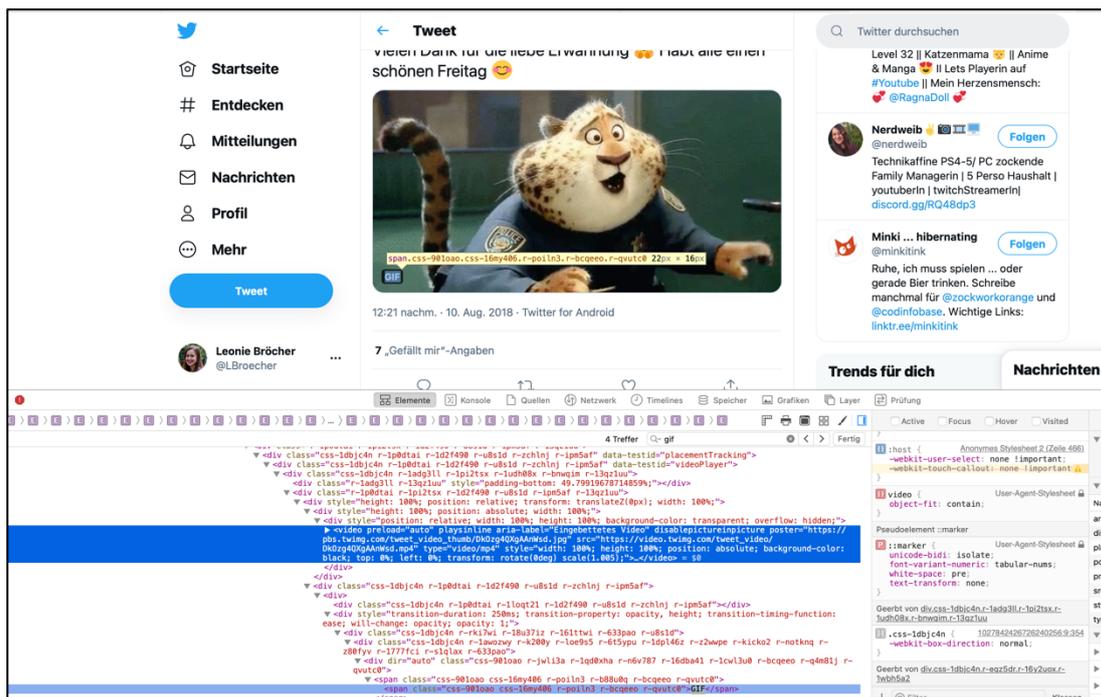


Abbildung 24: Quelltext eines TWITTER-Postings mit GIF-Label

Darüber hinaus wurde der Filter „Top“ eingestellt, da diese Postings von TWITTER auf der Grundlage von unternehmenseigenen Algorithmen als Beiträge mit besonders

<sup>86</sup>Vgl. dazu <https://www.savetweetvid.com/de/downloader> oder <https://www.getfvid.com/de/twitter> (21.07.2022).

hoher Relevanz eingestuft werden. Die Filtereinstellung „Neueste“ listet in der Regel Postings unmittelbar nach ihrem Erscheinen auf, somit ist häufig noch keine Reaktion erfolgt. Aus diesem Grund schied diese Option bei der Datenerhebung von vornherein aus. Um fremdsprachige Postings auszuschließen, wurde „Deutsch“ als Sprache eingestellt. Mithilfe des sogenannten Qualitätsfilters<sup>87</sup> ließen sich bei der Erhebung irrelevante bzw. redundante Inhalte ausschließen. Darauf folgte eine manuelle Durchsicht der Suchergebnisse, da einige fremdsprachige Postings, die nicht durch den automatischen Filter ausgeklammert wurden, auszusondern waren. Da es bei der Untersuchung um kommunikative Funktionen und interaktionale Kohärenz geht, war ein weiteres Kriterium bei der Korpuserstellung, dass auf Postings mit GIFs mindestens ein/e TWITTER-User:in reagiert<sup>88</sup> und somit eine Interaktion stattgefunden hat.

Auf diese Weise wurden 27 Threads erhoben, deren Initialposting jeweils ein GIF enthielten. Innerhalb der Threads gab es neben den Initialpostings häufig noch weitere Postings mit GIFs, sodass zum Erhebungszeitpunkt insgesamt 66 Postings mit GIFs ermittelt werden konnten. Drei Postings mussten ausgeschlossen werden, da die GIFs im Nachhinein nicht heruntergeladen werden konnten<sup>89</sup>. Insgesamt umfasst das GIF-Korpus somit 63 Clips. Die Threads wurden mithilfe von Screenshots<sup>90</sup> „eingefroren“, sodass die Interaktionsverläufe, die bis zum Erhebungszeitpunkt vorlagen, gesichert werden konnten. Es ist natürlich möglich und bei erneutem Aufruf der einzelnen Threads auch erkennbar, dass User:innen Sequenzen zu einem späteren Zeitpunkt fortsetzen oder Postings nachträglich entfernen. Dies liegt nicht zuletzt an den Bedingungen internetbasierter Kommunikation, die in Kapitel 5.1 beschrieben wurden.

Das Korpus wurde manuell über Screenshots aufgebaut. Nur diese Form der Datenerhebung ermöglicht eine Eingrenzung der komplexen Strukturen bei TWITTER, die bereits beschrieben wurden (vgl. Kap. 2.3). Erst auf diese Weise wird auch eine Strukturanalyse möglich. Die erhobenen Postings sind auf der Makrostrukturebene in Form von Threads angeordnet. Dabei sind sie nicht strikt chronologisch, sondern nach

---

<sup>87</sup> Den Qualitätsfilter beschreibt TWITTER wie folgt: „Ist diese Option aktiviert, werden Inhalte von niedriger Qualität aus deinen Mitteilungen herausgefiltert, wie etwa doppelte Tweets oder Inhalte, die offenbar automatisch erstellt wurden. Inhalte von Personen, denen du folgst, oder von Accounts, mit denen du kürzlich interagiert hast, werden hingegen angezeigt.“ Vgl. dazu <https://help.twitter.com/de/managing-your-account/understanding-the-notifications-timeline> (21.07.2022).

<sup>88</sup> Mit Reaktion ist hier nicht das alleinige Liken oder Teilen eines Postings gemeint, sondern das Kommentieren eines Initialpostings in Form eines eigenen Postings.

<sup>89</sup> Vgl. dazu den Anhang der Arbeit.

<sup>90</sup> Das Screenshot-Korpus befindet sich im Anhang der vorliegenden Arbeit.

den TWITTER-eigenen Algorithmen angeordnet (vgl. dazu Kap. 2.3 und 3.1.1), sodass die zeitliche Reihenfolge unter Umständen erst rekonstruiert werden musste.

Im Zusammenhang mit der Erhebung der Daten durch Screenshots haben sich einige Probleme ergeben, die erst im Nachhinein sichtbar wurden. So werden bei der Browser-Ansicht von TWITTER nur für das jeweils selektierte Posting alle automatisch generierten Daten (z. B. der Zeitstempel) vollständig angezeigt. Die Postings, die durch Antwortrelationen mit dem jeweiligen Posting verbunden sind, werden dagegen nur verkürzt dargestellt. Die von TWITTER automatisch erzeugten Daten, wie etwa der Zeitpunkt des Versendens, werden nur durch das Anwählen des jeweiligen Beitrags sichtbar. Erst dann verändert sich die URL durch Aktivierung des Hyperlinks, da jedem Posting eine eigene URL zugewiesen ist. So hätte statt wie im vorliegenden Korpus für einen Thread jedes Posting einzeln erhoben werden müssen. Viele Zeitstempel ließen sich im Nachhinein erheben, da die Threads durch die Sicherung der Hyperlinks noch abrufbar waren und die Postings auf diese Weise einzeln ausgewählt werden konnten, die Zeitangaben somit einsehbar waren. Einige Postings wurden jedoch entfernt oder modifiziert. Für die Fragestellung nach Formen und kommunikativen Funktionen waren Zeitangaben ohnehin zunächst nicht relevant, sie wurden aber der Vollständigkeit halber, wenn möglich nachträglich, mit einem Bildbearbeitungsprogramm in die Screenshots montiert. Relevant sind die Zeitstempel allerdings, wenn es um die Analyse von Interaktionen und Kohärenzbeziehungen über die einzelnen Postings hinweg geht. Für die in der Arbeit beschriebenen Analysebeispiele konnten alle Zeitstempel vollständig rekonstruiert werden.

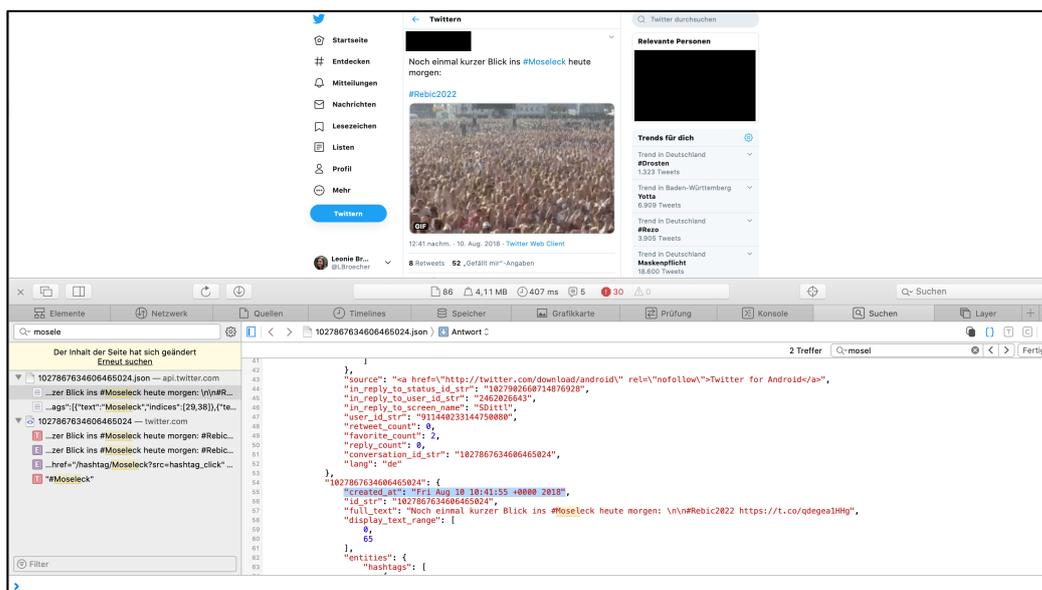


Abbildung 25: Quelltext eines Postings mit Zeitangabe

Ebenfalls methodisch herausfordernd sind die Bezeichnungen „vormittags“ bzw. „nachmittags“, die sich jeweils hinter dem automatischen Zeitstempel jedes Postings befinden (siehe Abb. 25), wenn „Deutsch“ als Anzeigesprache ausgewählt ist. Diese Zeitangaben sind auf die weltumspannende Kommunikation zurückzuführen und müssen bei der Rekonstruktion von Interaktionsverläufen berücksichtigt werden. Es bleibt zunächst unklar, was konkret mit einer Uhrzeit wie „12:41 nachm.“ gemeint ist, wenn durch eine Angabe wie „1:12 nachm.“ die mitteleuropäische Zeit 13:12 Uhr abgebildet wird. Zwar bleibt meist über den Kontext nachvollziehbar, zu welcher Tageszeit der Beitrag versendet wurde, Klarheit über die Uhrzeit gibt jedoch letztlich der Quelltext.<sup>91</sup> Dabei gilt es aber zu beachten, dass die Erstellungszeit des Postings immer in Coordinated Universal Time (UTC) angegeben ist. Hinter dem Code [created\_at] befindet sich also die Uhrzeit in der sogenannten koordinierten Weltzeit (siehe Abb. 25). Um sie in Mitteleuropäische Zeit (MEZ) umzurechnen, müssen eine Stunde, bei Sommerzeit zwei Stunden zur UTC addiert werden. Da die Daten aus dem August 2018 stammen, müssen also jeweils zwei Stunden hinzugerechnet werden. Auf diese Weise lässt sich auch klären, was mit den von TWITTER automatisch generierten Labels vormittags

<sup>91</sup> Den aufgrund verschiedener Zeitzonen möglicherweise unpräzisen Zeitangaben auf TWITTER sind auch schon Journalist:innen zum Opfer gefallen. Als Folge verbreiteten sich Falschmeldungen in Bezug auf den Anschlag in Manchester 2018, der angeblich bereits über TWITTER angekündigt worden sein soll. Es stellte sich heraus, dass Zeitstempel falsch gedeutet wurden. Vgl. dazu auch [https://www.tagesschau.de/faktenfinder/tutorials/tutorial-101~\\_origin-a768765a-3249-4d07-81c0-41dd8f89110d.html](https://www.tagesschau.de/faktenfinder/tutorials/tutorial-101~_origin-a768765a-3249-4d07-81c0-41dd8f89110d.html) (21.07.2022).

und nachmittags gemeint ist. So könnte man mit Blick auf Abbildung 25 denken, dass mit „12:41 nachm.“ 00:41 Uhr gemeint ist. Der Quelltext enthält jedoch die Uhrzeit 10:41 in UTC, umgerechnet in Mitteleuropäische Sommerzeit also 12:41 Uhr. Somit lässt sich eindeutig feststellen, dass das Posting mittags versendet wurde.

Neben den bereits beschriebenen Herausforderungen ergab sich eine weitere Problemstellung, die einem charakteristischen Merkmal des Untersuchungsgegenstands geschuldet ist: Wie gelingt es, die GIF-Beispiele anhand von Einzelbildern so darzustellen, dass sie nachvollziehbar sind? Schließlich zeichnen sich GIFs gerade durch ihre Bewegung aus. Die kostenfreien Tools BLOGGIF<sup>92</sup> und EXTRACTGIF<sup>93</sup> boten hier eine Lösung an. Mithilfe der Werkzeuge können GIFs hochgeladen und in ihre einzelnen Bilder zerlegt werden. Die Aufgliederung der GIFs in Einzelbilder erwies sich als sinnvoll, da nicht davon auszugehen ist, dass parallel zur Lektüre der Arbeit die GIFs auf einem Endgerät betrachtet werden. Für die Analysebeispiele wurden dann konkrete Bilder der heruntergeladenen Bildstrecken ausgewählt, die die Rekonstruktion des GIFs auch ohne Animation auf einem Endgerät für die Leser:innen ermöglicht. An den entsprechenden Stellen wurde die Bildauswahl als Abbildung in den Fließtext eingefügt.

### 6.2.2 Methodisches Vorgehen

Da im Zentrum der vorliegenden Untersuchung neben einer Formtypologie kommunikative Funktionen und interaktionale sowie multimodale Kohärenzbeziehungen von GIFs auf TWITTER stehen, wurde ein pragmatischer Analyseansatz gewählt. Das bedeutet, dass die Postings mit GIFs als ganze Beiträge in ihren Interaktionskontexten zu betrachten sind.

Da es zu den Formen von GIFs bislang noch keine systematische Übersicht gibt, wurden die für GIFs herausgearbeiteten Eigenschaften (vgl. Kap. 3.3 und 3.4) am vorliegenden Datenmaterial erläutert und in einer Formtypologie zusammengefasst (vgl. Kap. 6.3.1).

Bei der Kategorisierung der kommunikativen Funktionen wurde in einem ersten Schritt auf die Arbeit von Herring/Dainas (2017) zurückgegriffen. In ihrer Studie haben die Autorinnen bereits Funktionen für verschiedene Arten von Graphics, z. B.

---

<sup>92</sup> <https://de.bloggif.com/gif-extract> (21.07.2022).

<sup>93</sup> <https://extractgif.imageonline.co/index-de.php> (21.07.2022).

Emojis oder Emoticons beschrieben. Aus den in Kapitel 3.3 erläuterten Gründen wurde die bei Herring/Dainas (2017) eingeführte Trennung zwischen *mention* und *use* allerdings nach der Anpassung bzw. Präzisierung des Kategoriensets aufgegeben. Die im Rahmen der vorliegenden Arbeit dargestellten Funktionen sind alle als kommunikativ anzusehen (vgl. Kap. 6.3.2 zur Begriffsdefinition).

Die bei den Autorinnen beschriebenen Funktionen *action* und *narrative sequence*<sup>94</sup> konnten nicht auf das vorliegende Datenmaterial übertragen werden. Die von ihnen angelegten Sammelkategorien *ambiguous* und *other* wurden ebenfalls nicht übernommen, da einzelne Beispiele auch mehr als einer Kategorie zugeordnet wurden. Das Kategorienset wurde mithilfe der Funktionstypen, die Pappert (2017) für Emojis in der WHATSAPP-Kommunikation ermittelt hat, konkretisiert und terminologisch angepasst sowie um die Funktion *Ausschmückung/Dekorationselement* erweitert.

Durch das *Bottom-up-Prinzip*<sup>95</sup> wurde zudem eine neue Funktionskategorie *Darstellung/Erklärung/Storytelling* eingeführt, die es erlaubt, das Potenzial von GIFs, narrative Strukturen zu entfalten (vgl. Kap. 3.4), zu erfassen.

Das auf Grundlage der beiden Studien mit Blick auf die spezifischen Eigenschaften von GIFs abgeleitete vorläufige Kategorienset ist in Abbildung 26 bzw. 27 dargestellt.

---

<sup>94</sup> Zur Unterscheidung der Funktionsgruppe *thematisches Entfalten* und der Kategorie *narrative sequence* vgl. auch die Gegenüberstellung in Kapitel 6.3.2.6.

<sup>95</sup> Unter dem *Bottom-up-Prinzip* versteht Imo (2014: 57), dass „die Kategorien aus der Datenanalyse heraus entwickelt werden und lediglich als mehr oder weniger vorläufige Beschreibungskategorien angesehen werden, die durch weitere Analysen verändert werden können“.

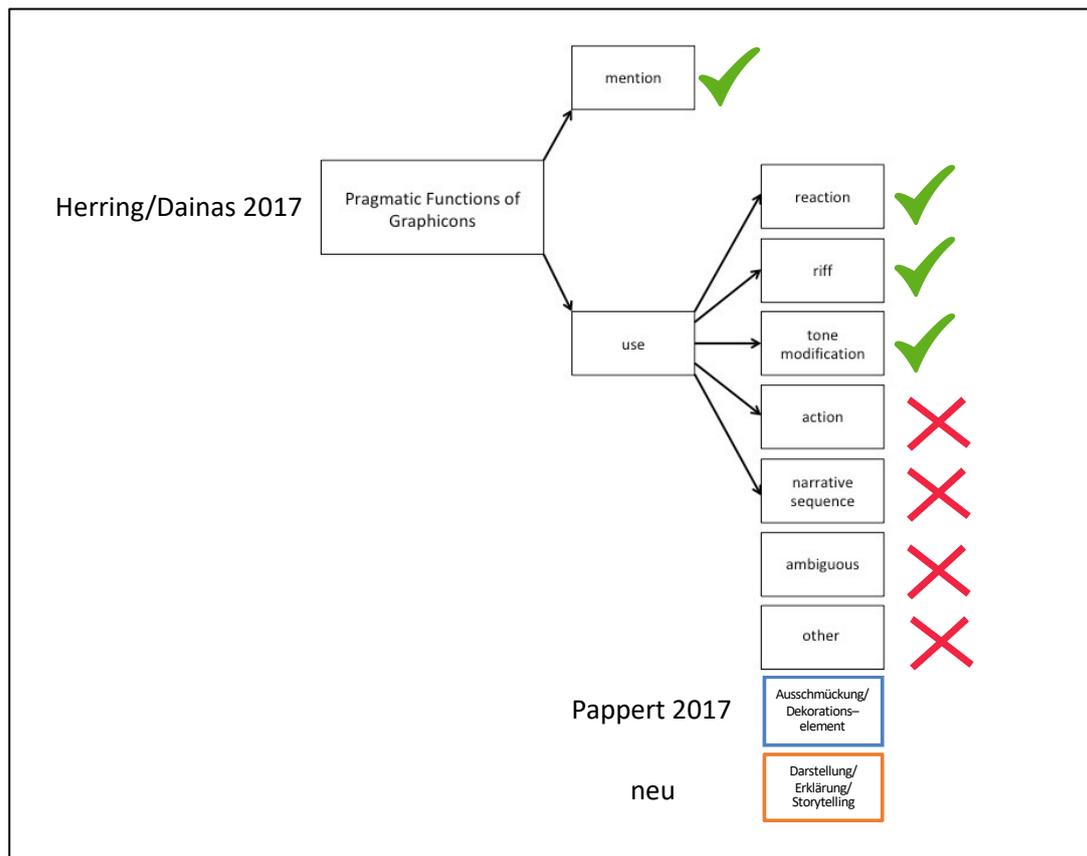


Abbildung 26: Hintergrund des Kategoriensets

1. Metakommunikativer Verweis/Wiederaufgriff/Referenz → Herring/Dainas 2017, konkretisiert durch Pappert 2017
2. Ausschmückung/Dekorationselement → Pappert 2017
3. Körpersprachliche Präzisierung/nonverbale Disambiguierung → Herring/Dainas 2017
4. Spielerischer Aufgriff von Konzepten → Herring/Dainas 2017
5. Reaktion auf vorherige Postings/Evaluierung → Herring/Dainas 2017
6. Darstellung/Erklärung/Storytelling → neu

Abbildung 27: Erstes vorläufiges Kategorienset

Um die Nachvollziehbarkeit dieses ersten Kategoriensets einzuschätzen, bot es sich an, eine Vorstudie durchzuführen. Im Rahmen des Proseminars zum Thema „Sprachliche Phänomene internetbasierter Kommunikation“ an der UNIVERSITÄT MANNHEIM wurde den teilnehmenden Studierenden (n=10) zunächst das Forschungsinteresse sowie das Vorgehen bei der Datenerhebung dargestellt. Die Wahl fiel gerade auf diesen Kurs, da die Studierenden im Seminar bereits Grundlagen im Bereich internetbasierter Kommunikation erlangt hatten und daher über einschlägiges Vorwissen verfügten. Die bis dahin identifizierten Funktionen von GIFs auf TWITTER wurden eingehend erläutert und mit Beispielen in einer Präsentation visuell dargestellt. Auf einem Handout erhielten die Studierenden die aus den beiden genannten Studien abgeleiteten bzw. neu formulierten Definitionen zu den jeweiligen Funktionen. Die Aufgabe der Gruppe war

es, daran anschließend ausgewählte Beispiele aus dem Datenset den zuvor präsentierten Kategorien zuzuordnen. Darüber hinaus gab es die Möglichkeit, in einem Kommentarfeld Anmerkungen zu machen, etwa wenn sich die Zuordnung als schwierig erwies oder die Kategorienbeschreibung nicht präzise genug ausfiel.

Für die Vorstudie wurden insgesamt neun Beispiele aus dem Korpus ausgewählt, wobei ein bereits in der Präsentation vorgestelltes Beispiel enthalten war, um die Aufmerksamkeit der Teilnehmer:innen zu testen. Bei der restlichen Auswahl handelte es sich um Zweifelsfälle, deren Einordnung in die bis zu diesem Zeitpunkt erarbeiteten Funktionskategorien sich als problematisch erwies. Daher war es den Studierenden auch erlaubt, mehr als eine Funktion anzukreuzen.

Hilfreich war vor allem der Hinweis eines Studierenden, der die Einordnung eines GIFs problematisierte, das funktional nicht als Reaktion auf ein vorheriges Posting gewertet werden kann, das aber dennoch als Antwort eingebettet ist. Daher sei an dieser Stelle noch einmal betont, dass Funktion und strukturelle Darstellung klar zu trennen sind. Ein GIF, das nicht primär als Ausdruck einer emotionalen Reaktion dienen soll, ist eben nicht der Funktion *Reaktion auf vorherige Postings/Evaluierung* zuzuordnen, nur weil es strukturell von TWITTER so dargestellt wird. Die entsprechende Kategorie wurde daraufhin umbenannt und konkreter beschrieben. Weitere Anmerkungen zur Präzisierung der Kategorien bzw. zum Fehlen von Eigenschaften gab es nicht.

Häufig wurden bei den ausgewählten Beispielen mehrere Funktionen angekreuzt, doch ließ sich zumeist eine dominierende Funktion aus den Antworten der Studierenden herauslesen. Aus dieser Beobachtung hat sich schließlich der Eindruck verfestigt, dass einem Posting mit GIF auch mehr als eine kommunikative Funktion zugesprochen werden kann. Die Funktionskategorien im Rahmen der vorliegenden Arbeit sind also nicht disjunkt. Diese Beobachtung wurde bereits für den Einsatz von Emojis gemacht (vgl. Pappert 2017: 205 f.).

Im Anschluss an die Vorstudie wurden die Funktionskategorien noch einmal präzisiert und Subkategorien formuliert. Vor allem bei der neu abgeleiteten, allerdings sehr heterogenen Funktionsgruppe *Darstellung/Erklärung/Storytelling* hat sich eine Ausdifferenzierung angeboten. Sie lehnt sich an textlinguistische Entfaltungsmuster bzw. Funktionstypen an, die sich in ihren Grundzügen als übertragbar erwiesen (vgl. Kap. 6.3.1.6).

Für die Analyse von multimodalen und interaktionalen Kohärenzbeziehungen wurden die in Kapitel 5.2 und 5.3 entwickelten Begrifflichkeiten verwendet. Da vor allem bei der Verflechtung multimodaler und interaktionaler Kohärenz, also der Interaktion primär mit GIFs, Bezüge zwischen bewegten Bildern im Vordergrund stehen, wurden zudem Konzepte aus der Kunstwissenschaft herangezogen, die sich unter dem Terminus *Interpiktoralität* (Kap. 5.4) subsumieren lassen. Die für die Analyse relevanten Bezüge sind im Schaubild in Abbildung 23 in Kapitel 5.5 zusammengefasst.

### **6.3 Datenanalyse**

Für die nun folgende Datenanalyse wurden aus dem Korpus möglichst aussagekräftige Beispiele für die Beschreibung der entsprechenden Formen (Kap. 6.3.1), Funktionen (Kap. 6.3.2) und Bezüge (multimodale und interaktionale Kohärenz) (Kap. 6.3.3) ausgewählt.

Zur Beantwortung der ersten Forschungsfrage werden die Formen, die GIFs annehmen können, an verschiedenen Beispielen aus dem Datenset erläutert. Am Ende dieses Unterkapitels steht eine Formtypologie, die einen Überblick gibt, welche Eigenschaften GIFs haben können. Hier wird auch der Gestaltungsspielraum der Clips deutlich.

Das daran anschließende Kapitel dient der Beantwortung der zweiten Frage und nimmt die kommunikativen Funktionen von GIFs in der TWITTER-Kommunikation in den Blick. Dabei werden die bereits in Kapitel 6.3.2 abgebildeten Kategorien anhand von Dateneinheiten aus dem Korpus vorgestellt.

Schließlich geht es in Kapitel 6.3.3 um die Kohärenzbildung mithilfe von GIFs auf TWITTER. Die verschiedenen Bezüge, die dabei eine Rolle spielen, sind bereits bei der Analyse kommunikativer Funktionen von Bedeutung, sollen in diesem Abschnitt aber noch einmal konkretisiert werden und Antworten auf die 3. und 4. Forschungsfrage liefern. Das Kapitel schließt mit einem Datenbeispiel, bei dem multimodale und interaktionale Kohärenzbezüge ineinander übergehen und die Analyse somit zunehmend komplexer wird (Kap. 6.3.3.3).

### 6.3.1 Formen von GIFs auf TWITTER

Bereits in Kapitel 3.4 wurden Beschaffenheit und unterschiedliche Ausprägungsformen von GIFs in den Blick genommen. Das nun folgende Kapitel soll diese formalen Eigenschaften konkreter beleuchten, indem Merkmale systematisch an Beispielen aus dem vorliegenden Datenset herausgearbeitet und in einer Typologie zusammengefasst werden.

Als gemeinsame Eigenschaft von GIFs wurde bereits ausführlich das Looping beschrieben (vgl. dazu Kap. 4.2). Allerdings lässt sich darüber hinaus zwischen GIFs differenzieren, deren Start- und Endpunkt durch einen Bildsprung, einen Jump Cut, zu erkennen sind, und solchen, bei denen der Übergang zwischen Anfang und Ende fließend verläuft. Das in seine Einzelbilder zerlegte GIF in Abbildung 28 zeigt, dass bei diesem Clip Start- bzw. Endpunkt nicht zu erkennen sind. Bis auf die Punkte, die sich beim Abspielen des GIFs innerhalb des gelben Rahmens um den Schriftzug „It’s Friday!“ bewegen, wirken die restlichen Bestandteile statisch. Das GIF umfasst zudem nur drei Einzelbilder, die immer wieder hintereinander ablaufen.

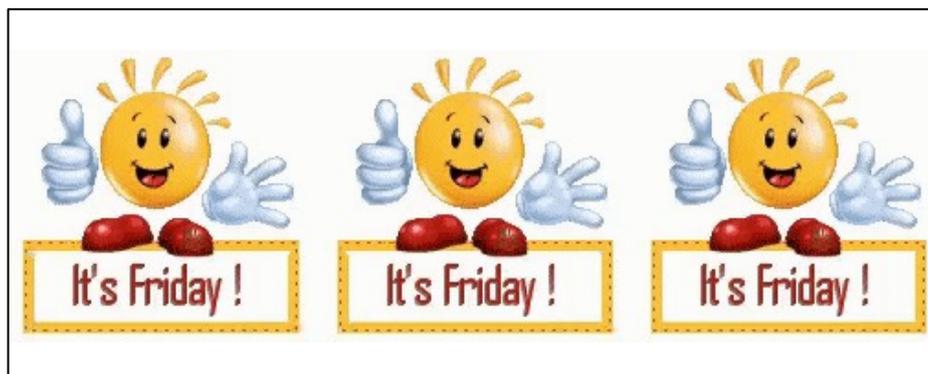


Abbildung 28: GIF zerlegt als Bildsequenz ohne Jump Cut und mit sprachlichen Elementen

Durch die nur geringen Abweichungen der einzelnen Bilder zeigt sich für dieses GIF, dass die chronologische Rezeption für dessen Verständnis nicht von Bedeutung ist.

Deutlich andere Eigenschaften weist das Beispiel in Abbildung 29 auf. Hier ist allein durch die Nummerierung innerhalb der Einzelbilder des GIFs bereits eine chronologische Reihenfolge vorgegeben, die für das Verständnis der Kampagne essenziell ist (vgl. dazu auch die detaillierte Analyse in Kap. 6.3.2.6.2). Die Bilder zeigen zudem, dass innerhalb eines GIFs sprachliche Elemente platziert werden können (vgl. dazu auch Kap. 5.5 zu den Bezügen). Diese Eigenschaft kann dazu führen, dass das GIF sehr komplexe Zusammenhänge darstellt, allerdings können auch alleine durch Bilder

eine große Menge an Informationen vermittelt werden (vgl. dazu auch die Beschreibung der Informationsfunktion in Kap. 6.3.2.6.1).



Abbildung 29: GIF zerlegt als Bildsequenz mit sprachlichen Elementen und relevanter Rezeptionschronologie

Eine weitere Eigenschaft, die für GIFs bereits beschrieben wurde, sind ihre möglichen intertextuellen Verweise (vgl. dazu Kap. 5.4). In Abbildung 30 etwa ist ein Ausschnitt aus dem 3D-Animationsfilm MINIONS zu sehen, der somit den Referenztext zu dem hier dargestellten GIF zeigt. An dem Beispiel lässt sich zudem erkennen, wie durch die Ergänzung sprachlicher Elemente gezielt eine Rekontextualisierung erfolgen kann (vgl. dazu Kap. 4.1). Der eigentliche Anlass zur Freude der kleinen Figuren ist für die kommunikative Verwendung des GIFs nicht mehr relevant. Durch den in das GIF montierten Schriftzug „It’s Friday“ wird aber deutlich, dass durch den Clip der freudigen Erwartung auf das nahende Wochenende Ausdruck verliehen werden soll. Der filmische Ursprung spielt somit keine Rolle mehr.



Abbildung 30: GIF zerlegt als Bildsequenz mit intertextuellen Bezügen und sprachlichen Elementen

Die verschiedenen formalen Eigenschaften sind in Abbildung 31 nochmals als Typologie dargestellt. Einige der beschriebenen Merkmale sind in ihrer Ausprägung eher graduell zu bestimmen, etwa die Informationsdichte eines GIFs, wohingegen andere Eigenschaften eindeutig für einen Clip gegeben sind oder nicht (dichotomisch). Als Beispiel wäre hier der Jump Cut zu nennen.

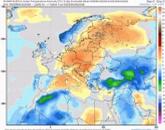
Formale Eigenschaften von GIF	graduell	dichotomisch	Beispiele
Jump Cut		X	
Grad der Animation	X		
Relevanz der Rezeptionschronologie		X	
Integration sprachlicher Elemente		X	
Informationsdichte	X		
Intertextuelle Bezüge		X	

Abbildung 31: Formale Eigenschaften von GIFs

### 6.3.2 Kommunikative Funktionen von GIFs auf TWITTER

Während es im vorangegangenen Kapitel um die Formen von GIFs ging, sollen nun die kommunikativen Funktionen, die GIFs auf TWITTER übernehmen können, in den Blick genommen werden. Die Analyse nimmt, wie bereits ausführlich in Kapitel 6.2.2 erläutert, vor allem die Studien von Herring/Dainas (2017) zu Graphics on FACEBOOK und Pappert (2017) zu Emojis in der WHATSAPP-Kommunikation als Ausgangspunkt. Nicht alle in den Arbeiten beschriebenen Funktionen konnten allerdings auf GIFs übertragen werden, einige mussten angepasst, andere ergänzt werden (vgl. dazu

Abb. 26 in Kap. 6.2.2). Denn zum einen gestalten sich die kommunikativen Rahmenbedingungen bei der Verwendung von GIFs aufgrund technischer Vorgaben anders, wie bereits in Kapitel 2.3 und 3.3 gezeigt werden konnte. Es kann lediglich ein Clip pro Posting platziert werden. Zum anderen unterscheiden sich GIFs in ihren Eigenschaften teilweise erheblich von Emojis und anderen Graphicons. Die terminologisch ausdifferenzierten und angepassten bzw. neuen kommunikativen Funktionen, die in den folgenden Analysen an Datenbeispielen vorgestellt werden, sind in Abbildung 32 aufgeführt.

- |  |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. Darstellung/Illustrierung/Referenz</li><li>2. Reaktion/Kommentierung/Evaluierung</li><li>3. Ludische Funktion</li><li>4. Körpersprachliche Präzisierung/nonverbale Disambiguierung</li><li>5. Thematisches Entfalten<ul style="list-style-type: none"><li>• Informationsfunktion</li><li>• Appellfunktion</li><li>• Unterhaltungsfunktion</li></ul></li><li>6. Ausschmückung/Dekorationselement</li></ol> |
|--|

Abbildung 32: Angepasstes Kategorienset mit neuen Funktionstypen

Unter einer kommunikativen Funktion soll im Folgenden der Beitrag verstanden werden, den GIFs bei „Handlungskonstitution“ und „Interaktionsgestaltung“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 33) in internetbasierter Kommunikation leisten. Dabei steht der Einsatz von GIFs immer in Bezug zum jeweiligen Verwendungskontext – den verschiedenen Segmenten eines Postings bzw. weiterer Postings (vgl. dazu die Beschreibungssprache in Kap. 3.1).

Bei der Beschreibung der kommunikativen Funktionen geht es darum, möglichst prototypische Vertreter für die jeweilige Kategorie zu finden. Wie bereits im Kapitel zum methodischen Vorgehen (Kap. 6.2.2) angedeutet, sind eindeutige Zuordnungen der ausgewählten Datenbeispiele zu einer Funktionskategorie in manchen Fällen nicht möglich. Ein und dieselbe Dateneinheit kann also mehrere Funktionen zugleich übernehmen. Zudem ist es in einigen Fällen schwierig, die Absicht der User:innen bei der GIF-Verwendung nachzuvollziehen, da sie maßgeblich durch persönliche und soziale Faktoren bestimmt sein kann (vgl. dazu Herring/Dainas 2017).

Darüber hinaus wird die kommunikative Verwendung von GIFs in ihren jeweiligen Gebrauchskontexten beschrieben, denn ein und dasselbe GIF kann, wie auch andere Graphicons, durch die „semantische Offenheit“ (Baumgärtel 2020: 49) zu

verschiedenen Zwecken in ein Posting eingebettet und somit auch unterschiedlich aufgefasst werden. Bei der Beschreibung der Beispiele werden aus diesem Grund immer die kompletten Postings als Abbildung eingefügt sowie die Zerlegung des GIFs in einzelne Bilder (vgl. dazu Kap. 6.2.1).

Bei der Analyse der kommunikativen Funktionen soll somit das ganze Posting mit seinen Bestandteilen berücksichtigt werden. Neben dem Clip werden auch der Textverlauf sowie weitere multimodale Segmente in Form von Emojis in die Analyse miteinbezogen (vgl. Kap. 3.1.1 zu den Bestandteilen eines Postings). Die Bezüge zwischen den verwendeten Elementen sind zwangsläufig auch für die Beschreibung multimodaler Kohärenzbeziehungen relevant, auf die aber noch einmal gesondert in Kapitel 6.3.3.1 eingegangen werden soll.

Da GIFs in dem hier vorliegenden Gesamtkorpus innerhalb der Threads teilweise deutlich weniger häufig verwendet werden, als es beim Emoji-Einsatz in privater WHATSAPP-Kommunikation der Fall ist,<sup>96</sup> soll der Fokus auf den kommunikativen Funktionen von GIFs auf TWITTER liegen. Bei der Datenerhebung lag der Fokus gezielt auf Initialpostings mit GIFs, die auf ihre kommunikativen Potenziale hin untersucht wurden. Es hat sich jedoch gezeigt, dass bestimmte Funktionstypen auch erst in der Interaktion sichtbar werden (vgl. dazu etwa die ludische Funktion in Kap. 6.3.2.4).

Da bis zum jetzigen Zeitpunkt noch keine Analyse kommunikativer Funktionen von GIFs vorliegt, müssen die herausgearbeiteten Kategorien in Zukunft auf größere Datensets übertragen und gegebenenfalls weiter ausdifferenziert und konkretisiert werden. Auch die Bezeichnungen bestimmter Kategorien haben sich teilweise als schwierig erwiesen und können gegebenenfalls in einem nächsten Schritt noch präzisiert werden. An den entsprechenden Stellen wird auf diese Probleme gezielt hingewiesen.

Bei der Beschreibung der Verflechtung von multimodaler und interaktionaler Kohärenz in Kapitel 6.3.2.3 ist eine Analyse der Beziehung zwischen den verwendeten GIFs innerhalb eines Threads unerlässlich.

---

<sup>96</sup> In ihrer ausführlichen linguistischen Betrachtung von Emojis gehen Reißwenger und Pappert (2019b: 27) über die Beschreibung einzelner Funktionstypen hinaus, die „nicht mehr oder weniger unverbunden nebeneinander stehen, sondern unter einer pragmatisch und semiotisch fundierten Perspektive auf die Leistung von Emojis zueinander in Beziehung gesetzt werden“.

### 6.3.2.1 Darstellung/Illustrierung/Referenz

GIFs können in der Interaktion dazu genutzt werden, sprachlich Geäußertes darzustellen bzw. zu illustrieren. Dabei wird durch den Textverlauf auf das GIF als Ganzes oder auf bestimmte Bestandteile verwiesen. Die sprachlichen Elemente dienen hier also der Kontextualisierung und Hervorhebung des GIFs. Das GIF wiederum veranschaulicht das sprachlich zum Ausdruck Gebrachte. Es kann daher als „visuelle[.] Anapher“ (Pappert 2017: 202) beschrieben werden. Für diese Form der Illustration bieten sich vor allem „konkrete Dinge oder Lebewesen“ (Pappert 2017: 199) an, abstraktere Konzepte oder Ideen sind dagegen schwieriger rein bildlich darstellbar. Die sprachliche Kontextualisierung des GIFs ist bei dieser Funktion unerlässlich, da die Clips zu unterschiedlichen Zwecken verwendet werden können und in sich keine sprachlichen Elemente aufweisen müssen. Anders als es teilweise für Emojis beschrieben wurde (vgl. Dürscheid/Siever 2017: 272 f.), ersetzen GIFs hier nicht einzelne Wörter oder ganze Wortgruppen, sie sind bildliche Darstellungen des sprachlich Formulierten. Als Ideogramme bieten sich GIFs schon aufgrund ihrer räumlichen Dimension nicht an. Sie lassen sich nicht syntaktisch in den Textverlauf integrieren, haben Animationscharakter und sind darüber hinaus in der Regel Bildabfolgen, keine bloßen Bildzeichen.

Auch die Studie von Herring/Dainas (2017) beschreibt eine Funktion, die auf den ersten Blick einer Darstellungsfunktion gleicht, allerdings interpretieren die Autorinnen diesen Funktionstyp nicht als kommunikativ (vgl. dazu die Diskussion der Studie in Kap. 3.3). Pappert (2017: 202) dagegen beschreibt auf Grundlage eines pragmatischen Ansatzes die darstellende Funktion als kommunikativ und erläutert, dass „Emojis neben dem Bezug auf außersprachliche Entitäten auch die Referenz auf Vor-erwähntes erlauben“. Anhand von Beispielen erläutert er, dass die Bildzeichen den Rezipierenden einen „größere[n] Interpretationsspielraum“ (Pappert 2017: 199) bieten. Erst durch den sprachlichen Kontext wird die intendierte Lesart der Bildzeichen konkretisiert. Die Referenz kann dabei nicht nur innerhalb eines Postings erfolgen, sondern, wie Pappert (2017: 201 f.) zeigt, auch in räumlichem Abstand innerhalb einer Interaktionssequenz stehen. Auf diese Weise kann ein Thema, das im Chat bereits einige Beiträge zuvor verhandelt wurde, erneut aufgegriffen werden.

Im Folgenden wird nun anhand eines ausgewählten Beispiels dargestellt, wie ein GIF zur Illustration eines Textverlaufs verwendet werden kann. Dabei stehen

besonders die referenziellen Bezüge zwischen GIF und Textverlauf sowie einem Emoji als weiteres multimodales Segment im Vordergrund.

Das GIF in Beispiel 1 zeigt einen männlichen Löwen, der seinen Kopf und somit seinen Blick Richtung Kamera dreht bzw. ihn wieder von ihr abwendet. Der Löwe ist in einer Porträteinstellung zu sehen. Bei der Verwendung dieses GIFs stehen ikonische Bezüge im Vordergrund, da das Löwenbild Ähnlichkeiten zu einem echten Löwen in der Welt aufweist. Das für GIFs charakteristische Looping führt dazu, dass der/die Rezipient:in Start und Ende der kurzen Bewegtbildsequenz nicht eindeutig festmachen kann. Diese Eigenschaft lässt verschiedene, auch vom Ursprung (z. B. einem Film) abweichende Deutungsarten zu (vgl. dazu Miltner/Highfield 2017: 5 f.). Während die Fokusverlagerung weg von der Kamera eher als ein Zeichen von Überlegenheit und Arroganz gewertet werden kann, mag die Aufnahme des Blickkontakts als Aufmerksamkeitsverlagerung interpretiert werden. Durch die Sequenzierung des GIFs wird offensichtlich, dass der Blick des Löwenmännchens in der ersten Einstellung von der Kamera weggerichtet ist und das Tier sich erst in der Folge auf die Kamera zubewegt.



Abbildung 33: Einzelbildfolge des GIFs aus Beispiel 1

Das Beispiel in Abbildung 33 zeigt ein Posting vom offiziellen TWITTER-Account des WORLD WIDE FUND FOR NATURE (WWF). Neben der Entscheidungsfrage „Wusstet ihr schon, dass Löwen-Weibchen Männchen mit dunkler und voller Mähne bevorzugen?“, die primär der Thematisierung des Weltlöwentags am 10. August dient, sind außerdem zwei Emojis und ein GIF in das Posting integriert. Das Hashtag „#Weltlöwentag“ macht das Posting über die TWITTER-eigene Suchfunktion auffindbar. Durch einen Klick auf das Hashtag lassen sich alle Postings finden, die ebenfalls durch dieses Schlagwort markiert sind. Die Beschreibung „dunkle und volle Mähne“ im Textverlauf lässt deutlich werden, dass das GIF sich auf die Frage bezieht. Der Clip zeigt stellvertretend genau solch ein Löwenmännchen, das von Löwenweibchen präferiert

zu werden scheint. Das Tier weist offensichtlich die im Textverlauf formulierten prototypischen Merkmale einer „dunkle[n] und volle[n] Mähne“ auf, die durch das GIF in einer anderen Modalität (bewegtes Bild) dargestellt und auf diese Weise explizit wiederaufgenommen werden (vgl. Brinker et al. 2018: 29 f.; Pappert 2017: 202). Pappert (2017: 202) spricht in diesem Fall von „intermodale[r] Substitution“. Die räumliche Nähe des Textverlaufs und des GIFs unterstützt die Rezipient:innen beim Verständnis der wechselseitigen Bezüge.

Der Anlass des Postings, der Weltlöwentag, wird durch das Hashtag sprachlich ausgedrückt, das hinter den beiden Emojis in das Posting integriert, jedoch nicht syntaktisch in den Satz eingebettet ist. Durch den Zeitstempel wird ersichtlich, dass das Posting am Morgen des 10. August versendet wurde. Aus der Frage geht hervor, dass das GIF nicht als Personifizierung des Accounts mit dem dargestellten Löwen zu deuten ist. Über den offiziellen Account des WWF soll vielmehr dazu angeregt werden, sich am Weltlöwentag mit den Großkatzen zu beschäftigen.<sup>97</sup> Die beiden Emojis sind hinter dem Fragezeichen platziert. Im Sinne des Beschreibungsrahmens für Emojis von Beißwenger und Pappert (2019b: 104) kann man die Verwendung des Löwen sowie des lachenden Emojis mit Herzchen als „kalkulierte Redundanz“ und somit als „Ins-Bild-Setzen“ der sprachlichen Äußerung“ verstehen.

---

<sup>97</sup> Neben Themen, die das Klima betreffen, werden über den Account regelmäßig Informationen über Tiere und deren Schutz geteilt.



Abbildung 34: Beispiel 1<sup>98</sup>

Das Löwen-Emoji zeigt rekurrente Muster mit dem GIF (vgl. Kap. 4.4), da in dem Bildzeichen ebenfalls die dunkle Mähne zu erkennen ist und auch ähnliche Farbtöne zu sehen sind. Die Aufnahme des Löwen als GIF lässt diese Details allerdings nochmals deutlicher hervortreten. Die „Transformation in eine andere Zeichenmodalität“ führt dazu, dass „Geäußertes *sichtbar* [Hervorhebungen im Original] und somit ‚erlebbar‘“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 104) gemacht wird. Primär unterstützen die Bildelemente hier bei der „Konstitution und Aufrechterhaltung einer ‚Wohlfühlatmosphäre‘“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 105). Das im Textverlauf beschriebene Löwenmännchen „mit dunkler und voller Mähne“ wird ikonisch durch das Emoji wiederaufgenommen. Die Verwendung des visuell noch salienteren GIFs führt die Illustrierung noch weiter, indem die kurze Aufnahme eines realen, sich bewegenden Löwen gezeigt wird. Die optische Beschreibung des Löwenmännchens durch das präpositional angeschlossene Attribut „mit dunkler und voller Mähne“ wird durch das GIF wiederaufgegriffen und visualisiert die Beschreibung. In Kombination mit dem

<sup>98</sup> Die gesamte Interaktion befindet sich im Anhang in Thread 11.

verwendeten Löwen-Emoji könnte man hier von einer doppelten Betonung und zusätzlichen Unterstreichung sprechen. Das Smiley-Emoji mit Herzchen wiederum kann sich auf die Vorliebe der Löwenweibchen beziehen, die sich offensichtlich eher zu Löwenmännchen mit dunkler und voller Mähne hingezogen fühlen.

Das GIF visualisiert die im Textverlauf beschriebenen Eigenschaften des Löwenmännchens und lässt das Posting multimodal kohärent wirken, da Sprache und Bewegtbild in einem unmittelbaren Sinnzusammenhang stehen. Der Clip macht nicht zuletzt durch seine visuelle Dominanz auf das Posting aufmerksam. Der Textverlauf, die Emojis und das GIF stehen jeweils in enger Beziehung zueinander. Mit unterschiedlichen Ressourcen wird so ein Posting komponiert, dessen verschiedene Bestandteile aufeinander abgestimmt sind. Die Verwendung des Herzchen-Emojis suggeriert zudem (emotionale) Nähe, obwohl es sich um das Posting einer offiziellen deutschen Umweltstiftung handelt. Das Beispiel zeigt durchaus Schnittmengen mit dem Funktionstyp *Ausschmückung/Dekoration*, die *illustrierende* bzw. *darstellende* Funktion steht jedoch im Vordergrund, vor allem auch durch die engen Bezüge zum Textverlauf. Gerade bei diesem Funktionstyp scheint die Einordnung des GIFs als interaktive Einheit (vgl. Kap. 3.1.2) diskutabel zu sein. Eine gesprächssteuernde oder emotionsvermittelnde Intention ist für die Verwendung des Löwen-GIFs wenig nahe liegend. In diesem Punkt lassen sich Unterschiede zum folgenden Funktionstyp erkennen.

#### 6.3.2.2 Ausschmückung/Dekorationsfunktion

Im Unterschied zu der im vorherigen Kapitel beschriebenen Funktion des GIFs steht bei der ausschmückenden bzw. dekorierenden Funktion der Aspekt der Ästhetik stärker im Vordergrund. Wie Emojis können auch GIFs als Schmuck- bzw. Dekorationselement (z. B. in Form von Blumen, Sonnen, Glitzer oder Landschaftsbildern) zum Einsatz kommen und somit der Unterstreichung und Vermittlung von Emotionalität dienen (vgl. Pappert 2017: 204; vgl. Siever 2015: 297). Pappert (2017: 205) beschreibt diese „Stilmittel“ als „Kontextualisierungshinweise“, die die „Einstellung zum Gesagten“ unterstreichen. In dieser Verwendung fallen GIFs in die Kategorie der interaktiven Einheiten, da sie hier in gewisser Weise eine Form von Nähe vermitteln und die Emotionen der Interagierenden hervorheben. Trotz der visuellen Dominanz des GIFs sind in diesem Fall die sprachlichen Elemente des Beitrags entscheidender, da sie das

Verständnis des Postings sichern, während der Clip vornehmlich dekorativen bzw. ästhetischen Zwecken dient (vgl. Nöth 2000: 483 f.) und das Posting hier auch ohne das GIF verständlich wäre. Schneebeli (2017) beschreibt für Emojis, dass ihre Verwendung in dieser Funktion einen Beitrag lesenswerter machen kann. Auch GIFs eignen sich zu diesem Zweck, wenn sie als Zugang in die „Gefühlswelt“ des Anderen wirken (Pappert 2017: 205). Durch ihre visuelle Salienz springen sie den Rezipierenden ins Auge. In ihrem breiter angelegten Beschreibungsrahmen erläutern Beißwenger/Pappert im Zusammenhang mit dem Motiv des *Ausschmückens*:

[E]in ikonischer Bezug auf Gegenstände, Sachverhalte oder den Handlungstyp [ist] nicht unmittelbar zu erkennen [...], sodass die Bildzeichen in diesem Fall rein ornamentale Funktion übernehmen, d.h. als Mittel der ästhetischen Dekoration des Postings verwendet werden. (Beißwenger/Pappert 2019b: 105)

Dabei lässt sich noch einmal differenzieren, ob sich engere oder weniger enge Bezüge zum Textverlauf finden.



Abbildung 35: Einzelbildfolge des GIFs aus Beispiel 2

Bei dem GIF in Beispiel 2 handelt es sich um ein Bild, über das eine Art Filter gelegt wurde. Da immer wieder nur das eine Motiv gezeigt wird, das sich kaum verändert, wird in diesem Fall die Möglichkeit der zeitlichen Erstreckung nicht genutzt (vgl. Abb. 35). Der Clip weist nicht zuletzt aus diesem Grund eine geringere Informationsdichte auf. Das GIF hat eher Gemeinsamkeiten mit einem Standbild bzw. Foto und erhält durch die grobe Körnung einen etwas antiquierten Charakter. Es zeigt ein Mohnfeld vor einem Sonnenauf- oder untergang. Das GIF steht zudem nicht in einer derart

unmittelbaren Beziehung zum Textverlauf wie es bei der illustrierenden Funktion der Fall ist. Das hier verwendete GIF dient einer das Posting dekorierenden Funktion. Der Textverlauf „Gebrochene Versprechen hinterlassen vernarbte Erde auf den Feldern deines Herzens, aber eines Tages wirst du heilen und neue bepflanzen“ ist ein vermutlich von dem/der User:in <sup>99</sup> übersetztes Zitat der Autorin RJ Avenira, die im Textverlauf auch explizit genannt wird. User:in 1 begrüßt ihre Followerschaft darüber hinaus noch mit einem durch einen Absatz vom Rest des Textes getrennten „Guten Morgen“. Lose Verbindungen zwischen Clip und Textverlauf lassen sich erkennen, etwa die Referenz auf die im GIF im Hintergrund angedeuteten „Felder“. Diese sind im Textverlauf allerdings in übertragenem Sinne gemeint und vielmehr auf den Gefühlszustand bezogen. Der Sonnenaufgang kann mit dem durch die Begrüßung eröffneten Frame des Morgens in Verbindung gebracht werden. Der metaphorische Ausdruck „vernarbte Erde auf den Feldern deines Herzens“ lässt sich im übertragenen Sinn mit dem auf den Feldern gedeihenden Mohn verbinden. Wird der Mohn als Symbol gedeutet, so mag er als Zeichen für Schmerzlinderung und Vergessen interpretiert werden und erweist sich in dieser Hinsicht als passend zu „aber eines Tages wirst du heilen“.<sup>100</sup> Das GIF in diesem Beispiel ist somit vor allem als die Stimmung des/der User:in unterstützendes Mittel zu verstehen. Zum Verständnis des Textverlaufs ist es jedoch nicht essenziell.

---

<sup>99</sup> Die Zählung der User:innen bezieht sich auf das jeweilige Beispiel.

<sup>100</sup> Zur Symbolik des Mohns vgl. auch Butzer/Jacob (2021: 406).



Abbildung 36: Beispiel 2<sup>101</sup>

### 6.3.2.3 Körpersprachliche Präzisierung/nonverbale Disambiguierung

Für Emoticons und Emojis wurde bereits beschrieben, dass sie dazu verwendet werden können, „bestimmte Interpretationen und Bewertungen von verschiedenen Aktivitäten“ (Pappert 2017: 196) zu suggerieren und somit eine modalisierende Funktion zu übernehmen. Auf diese Weise dienen sie dazu, dass das sprachlich Ausgedrückte durch die Rezipierenden richtig interpretiert wird bzw. sie besser einordnen können, was das jeweilige Bildzeichen in Bezug auf den Textverkauf im konkreten Zusammenhang vermitteln soll (vgl. Herring/Dainas 2017; Imo 2015 zur Verwendung des

<sup>101</sup> Die gesamte Interaktion befindet sich im Anhang in Thread 16.

lächelnden Emoticons). Für Sticker wurde in der Studie von Tang et al. (2021: 592 ff.) die Funktionsgruppe *Tone marking* beschrieben. Hier werden Sticker dazu verwendet, um eine Haltung oder Emotion gegenüber einer zuvor getätigten Aussage auszudrücken bzw. zu verdeutlichen.

Was Beißwenger und Pappert (2019b: 99) für „die Praktik der nichtredundanten Markierung von Einstellungen“ für Emojis herausarbeiten, kann in Grundzügen auf GIFs übertragen werden. Denn besonders Bewegtbildsequenzen scheinen sich geradezu ideal dazu zu eignen, eine „emotionale[.] Einordnung eines sprachlich vermittelten Sachverhalts“ (Beißwenger/Pappert 2019b: 99) zu liefern. Hierbei verwenden User:innen GIFs, um Intonation, Standpunkt und nonverbale Kommunikation zu konkretisieren bzw. zu simulieren. So kann durch ein GIF beispielsweise vermittelt werden, ob etwas ironisch oder ernst gemeint ist. Fehlende gestische und mimische Elemente können kompensiert oder uneindeutige sprachliche Aussagen durch die Verwendung von GIFs präzisiert werden. GIFs dienen somit einer

Realisierung von Funktionen, die wir in Face-to-face-Begegnungen mit Mitteln der Körperlichkeit ausdrücken, die aber in digitaler Kommunikation nicht zur Verfügung stehen. Was in der digitalen Welt fehlt, ist somit nicht die Körperlichkeit als solche; stattdessen sind es Ressourcen, die *unter den Bedingungen der digitalen Welt und insbesondere der Vermittlung durch Textformen* [Hervorhebungen im Original] Vergleichbares zu leisten imstande sind. (Beißwenger/Pappert 2019b: 134)

Dem „Defizit“ in digitalen Kommunikationskontexten kann durch die Verwendung von GIFs auf einfache und gleichzeitig differenziertere Art und Weise entgegen gewirkt werden. Denn es steht ein weitaus größeres Repertoire zur Verfügung als im Fall von Emojis und Emoticons. Der Animationscharakter lässt es zu, dass GIFs ganze Handlungen bzw. Bewegungsabläufe (z. B. ein Nicken, Klatschen oder Kopfschütteln) wiedergeben. Der durch das GIF dargestellte mimische oder gestische Ausdruck kann dabei stark übertrieben sowie zugespitzt sein und soll selbstverständlich nicht vermitteln, dass der/die User:in den entsprechenden Bewegungsablauf gerade in dieser Form vor dem Endgerät ausübt. Der Textverlauf und das verwendete GIF stehen, wenn auch nicht inhaltlich, in einem direkten Zusammenhang, die Elemente kontextualisieren sich wechselseitig und konkretisieren, was der/die User:in mit dem Verbalisierten vermitteln möchte. In dieser Funktion kann auch die in Kapitel 4.1 beschriebene Rekontextualisierung zum Tragen kommen, wenn kurze Ausschnitte aus Film oder Fernsehen verwendet werden und für kommunikative Zwecke zum Einsatz kommen.

Die Quelle des Schnipsels ist dabei unter Umständen weder bekannt noch relevant. Häufig scheinen für einen Film oder eine Serie eher weniger entscheidende Szenen eingebunden zu werden, die auch als „minor‘ moments“ (Hagman 2012) bezeichnet werden.

Für diesen Funktionstyp ist ebenfalls eine Einordnung von GIFs als interaktive Einheiten naheliegend. Sie finden hier eine ähnliche Verwendung wie auch Emojis oder andere Graphicons, vermitteln mimische oder gestische Ausdrücke aber durch den Animationscharakter der GIFs noch einmal deutlich anschaulicher. Sprachlich kann bereits angedeutet werden, wie eine Äußerung gemeint ist, das GIF kann aber beim richtigen Verständnis des Postings unterstützen und unmittelbar Einfluss auf die sich potenziell entwickelnde Interaktion haben.



Abbildung 37: Einzelbildfolge des GIFs aus Beispiel 3

In Beispiel 3 ist eine Frau zu sehen, die offensichtlich nach Worten ringt, ihren Kopf zur Seite bewegt und die Augen verdreht. Mimik und Gestik drücken Sprachlosigkeit, Genervtheit und Ärger aus. Es handelt sich um die US-amerikanische Schauspielerin Jessica Williams in einem Ausschnitt aus THE DAILY SHOW. Sie befindet sich offenbar in einer Gesprächssituation mit einer männlichen Person, wahrscheinlich dem Moderator der Sendung, der nur von hinten und zur Hälfte zu sehen ist. Das Logo des Kanals COMEDY CENTRAL verweist auf den Fernsehsender, der die Folge der Nachrichtensatire ausgestrahlt hat. Das GIF wird von einem vergleichsweise ausführlichen Textverlauf von User:in 1 begleitet: „Leute führen Jennifer Teege als Beispiel von PoC<sup>102</sup> mit

---

<sup>102</sup> Die Abkürzung „PoC“ steht für People of Color und ist eine „Eigenbezeichnung von Menschen, die von unterschiedlichen Formen von Rassismus in einer *weißen* [Hervorhebungen im Original] Mehrheitsgesellschaft betroffen sind“ (AntiDiskriminierungsBüro (ADB) Köln/Öffentlichkeit gegen Gewalt e.V. 2013)

Nazigroßeltern an, weil sie sich auf die Füße getreten fühlen, können aber nichtmal ihren Namen in den Tweet packen und wissen nichts über ihr Buch, dass sich exakt mit dieser Aufarbeitung befasst“. User:in 1 bezieht sich damit auf die Schriftstellerin Jennifer Teege und ihr Buch AMON: MEIN GROßVATER HÄTTE MICH ERSCHOSSEN. Die Autorin ist die Enkelin des KZ-Kommandanten Amon Göth und Tochter einer Deutschen und eines Nigerianers. In ihrem Buch beschäftigt sie sich ausführlich mit ihrer Familiengeschichte und beschreibt Reisen nach Polen und Israel (vgl. Teege/Sellmair 2013). User:in 1 drückt ihr Unverständnis darüber aus, dass sich weiße Menschen angegriffen fühlen, wenn sie sich mit ihrer Vergangenheit auseinandersetzen sollen und stattdessen auf Teege als Beispiel für eine PoC verweisen, die einen KZ-Kommandanten zum Großvater hat. User:in 1 scheint sich besonders über dieses Rechtfertigungsmuster zu empören, da sich gerade Jennifer Teege intensiv mit ihrer Familiengeschichte auseinandergesetzt und darüber sogar ein Buch geschrieben hat. Die idiomatische Wendung „sich auf die Füße getreten fühlen“ unterstreicht die Verständnislosigkeit von User:in 1. Mit den verkürzten Partikeln „nichtmal“ verstärkt User:in 1 die Negation und bekräftigt somit ihre Verärgerung bzw. ihr Unverständnis. Das GIF mit Jessica Williams, selbst eine PoC, unterstreicht diesen Eindruck noch einmal und präzisiert, wie der Textverlauf von User:in 1 zu verstehen ist. In vier weiteren Replys auf das eigene Initialposting erläutert User:in 1 ihren Standpunkt zu dem Thema, resümiert eigene Erfahrungen und adressiert explizit Personen, die sie als „Teil des Problems“ beschreibt (vgl. Abb. 38).



Abbildung 38: Beispiel 3<sup>103</sup>

#### 6.3.2.4 Ludische Funktion

Eine weitere Aufgabe, die GIFs übernehmen können, ist die von Pappert (2017: 202 f.) für Emojis beschriebene *ludische Funktion*. So schreibt er über Emojis in der WHATSAPP-Kommunikation:

Offenbar ermöglichen die medialen Rahmenbedingungen im Allgemeinen und die problemlose Verfügbarkeit von Emojis im Besonderen über Sprachspiele hinaus auch Bildspiele, und zwar nach dem Motto: die Bilder sind einsatzbereit, mal schauen was passiert, wenn ich sie nutze. (Pappert 2017: 203)

Ebenfalls mit Blick auf WHATSAPP haben Wyss/Hug (2016: 263) gezeigt, dass sich „im Austausch von Sprüchen, Witzen, lustigen Bilddateien sowie in spontanen Sprach- und Zeichenspielerien“ eine „reine Spaß- und Scherzkommunikation“ entwickelt hat. Für die Verwendung von Stickern beim Messenger-Dienst von FACEBOOK konnte ein ähnliches Phänomen festgestellt werden. Die Autoren der Studie beschreiben, wie Graphics als Reaktion auf zuvor gepostete Bildelemente versendet werden und auf diese Weise ein Austausch, sogenannte „sticker war[s]“ (Konrad et al. 2020:

<sup>103</sup> Die gesamte Interaktion befindet sich im Anhang in Thread 24.

225), entstehen können. Dabei entwickelt sich eine bildbasierte Interaktion über eine Emotion oder ein konkretes Thema. Gerade um Interaktionspartner:innen zu amüsieren und ein spielerisches Moment in die Kommunikation zu bringen, werden Sticker in diesen Fällen auch ohne sprachliche Einbettung verwendet (vgl. Konrad et al. 2020: 224 f.).

Auf GIFs übertragen könnte man derartige Konstellationen als Bewegtbildspiele beschreiben. Über die Datenbank GIPHY werden GIFs durch Suchwörter auffindbar und können zur interaktiven Verwendung ausgewählt werden.



Abbildung 39: Einzelbildfolge des GIFs aus Beispiel 4

Beispiel 4 zeigt ein Initialposting mit einem GIF, das einen auf dem Rücken treibenden Otter präsentiert. Das Tier schwimmt in einem Wasserbecken und gibt einer am Beckenrand stehenden Person eine Faust. Das GIF wird von dem kurzen elliptischen Ausdruck „Otter zum Freitag!“ begleitet. Das Posting kann als Einladung angesehen werden, weitere Tiermotive in die Interaktion einzubringen und sich dabei durch die Auswahlmöglichkeiten der verfügbaren Datenbank inspirieren zu lassen. Der spielerische Aspekt steht deutlich im Vordergrund, wenn man sich den weiteren Interaktionsverlauf betrachtet. Dieser Funktionstyp kann erst zum Tragen kommen, wenn weitere Interaktionspartner:innen partizipieren und somit am „Spiel“ teilnehmen (vgl. dazu *riffing* bei Herring/Dainas 2017). Es wird darüber hinaus eine Form von Beziehungsarbeit geleistet, die gerade im Falle öffentlicher Kommunikation hervorzuheben ist, handelt es sich doch nicht zwingend um Interagierende, die sich im privaten Leben kennen. Man kann bei der Verwendung dieses GIFs ikonische Bezüge erkennen. Darüber hinaus ist der ritualisierten Geste zwischen Otter und Mensch, dem aus dem Bereich des Sports stammenden „fist bump“ (Lundmark 2009: 71), Symbolcharakter zuzusprechen. Der Faustgruß gilt als Zeichen für Erfolg und Zusammengehörigkeit

und ist im westlichen Kulturkreis vor allem unter Jugendlichen weit verbreitet. Das Abklatschen des Otters mit einem Menschen steht hier in Bezug zu der Präpositionalphrase „zum Freitag“ und kann somit als eine explizite Interaktionseinladung angesehen werden, die vom offiziellen TWITTER-Account von DEUTSCHLANDFUNK NOVA<sup>104</sup> versendet wurde. User:innen werden durch das Zusammenspiel von Textverlauf und GIF dazu aufgefordert, spielerisch auf das Posting zu reagieren und „mitzumachen“. Die Interaktion wird fortgeführt und entwickelt sich zu einer Bewegtbildinteraktion, bei der in der Folge nahezu auf sprachliche Elemente verzichtet wird und GIFs mit motivähnlichen Bildsequenzen aufeinanderfolgen. Der Thread soll später noch im Zentrum einer ausführlicheren Analyse stehen, wenn es um die Verschränkung von multimodalen und interaktionalen Kohärenzbeziehungen geht (vgl. Kap. 6.3.2.3).



Abbildung 40: Beispiel 4<sup>105</sup>

### 6.3.2.5 Reaktion/Kommentierung/Evaluierung

Der nun folgende Funktionstyp setzt strukturell ein zuvor abgesetztes Initialposting voraus. Ein/e User:in reagiert auf vorher gepostete Inhalte von anderen User:innen.

<sup>104</sup> Bei genauerer Betrachtung des Accounts zeigt sich, dass häufiger Postings mit spielerischen oder lustigen GIFs abgesetzt werden. Das liegt vermutlich nicht zuletzt daran, dass sich das Programm an eine jüngere Zielgruppe richtet.

<sup>105</sup> Die gesamte Interaktion befindet sich im Anhang in Thread 1.

Durch ein GIF kann einer Äußerung bzw. einer Meinung größere Emphase verliehen und die individuelle Gefühlslage pointierter ausgedrückt werden. Herring und Dainas (2017) definieren diese Funktion als „a graphicon use that depicts an emotional response to content that was posted earlier in the thread“. Strauven (2020: 56) beschreibt diese Verwendung von GIFs als „effective tool of communication“. In der Studie von Tolins/Samermit (2016: 78 f.) werden GIFs in dieser Funktion als „affective response displays“ bezeichnet, wenn sie als Reaktion auf einen vorherigen Beitrag verwendet werden. Bei Pappert (2017: 196) wird eine ähnliche Kategorie für Emojis herausgearbeitet. Dabei können die Bildzeichen „sowohl auf eigene als auch auf fremde Äußerungen/Handlungen“ bezogen sein.

Eine beachtliche Anzahl von GIFs wird zudem unter dem Label sogenannter Reaction-GIFs subsumiert. Damit sind GIFs gemeint, die gestische Bewegungen zeigen, etwa ein Schulterzucken (vgl. Bakhshi et al. 2016: 584). GIFs scheinen sich zu diesem Zweck besonders gut zu eignen, da sie in kurzen Sequenzen plakativ Emotionen bzw. Reaktionen vermitteln, die bisweilen auch überbetont sein können. Die Datenbank GIPHY gibt nicht ohne Grund sogar eine eigene Kategorie mit dem Namen *Reactions* vor und erleichtert den User:innen auf diese Weise die Auswahl eines für den kommunikativen Kontext passenden Clips.

So zeigt auch Beispiel 5 einen Beitrag, mit dem auf ein anderes Posting reagiert wird. Diese Struktur lässt sich anhand der Adressierung „Antwort an“ mit dem @-Zeichen sowie an der Linie auf der linken Seite des Postings nachvollziehen.<sup>106</sup>

Auf den initialen Beitrag soll zum besseren Verständnis kurz eingegangen werden. Das Initialposting beinhaltet ein GIF, das eine Gruppe Jugendlicher zeigt. Sie sitzen dicht gedrängt auf einem Sofa und klatschen energisch in die Hände. Der Beitrag von User:in 1, der mit dem häufig verwendeten Hashtag #FF für Follow Friday eingeleitet wird, verweist auf verschiedene Profile, die von User:in 1 als „folgenswert“ erachtet werden. Es handelt sich also um Empfehlungen für konkrete Accounts. Mit dem Zusatz „gern gelesen“ wird außerdem eine positive Bewertung deutlich. Die Verwendung der umgangssprachlichen Gruppenbezeichnungen „Mädels“ und „Kerle“ kann als Zeichen für Nähekommunikation gedeutet werden. User:in 1

---

<sup>106</sup> An dieser Stelle kommt das Konzept der interaktionalen Kohärenz zum Tragen (vgl. dazu auch Kap. 6.3.3.2). Zum Nachvollzug müssen die Bezüge zwischen den Beiträgen rekonstruiert werden. Die Adressierung mithilfe des @-Zeichen kann hier als technische Kohärenzbildungshilfe bezeichnet werden (vgl. Storrer 2020: 114 ff.).

differenziert somit weibliche TWITTER-Userinnen, die sie zuerst auflistet und mithilfe der Adressierungsfunktion auch direkt durch das @-Zeichen verlinkt, bevor sie die männlichen User nennt. Die verlinkten Accounts werden automatisch über ihre Erwähnung durch eine TWITTER-Mitteilung informiert. Es liegt daher nahe, dass die adressierten Nutzer:innen auf das Posting antworten oder es zumindest zur Kenntnis nehmen.

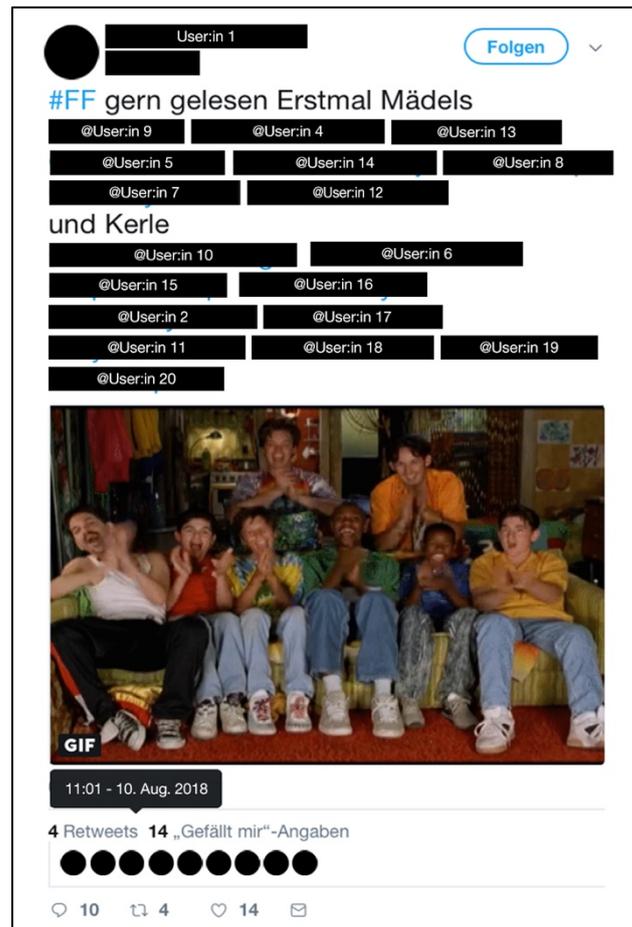


Abbildung 41: Initialposting zu Beispiel 5<sup>107</sup>

Durch den Zeitstempel lässt sich rekonstruieren, dass der Beitrag etwa zwei Stunden nach dem Initialposting abgesetzt wurde. Ein/e andere/r User:in, der/die ebenfalls im Initialbeitrag erwähnt wurde, hatte bereits vorher reagiert und in einem eingeschobenen Thread mehrfach mit User:in 1 interagiert. Bei der Beschreibung des hier im Fokus stehenden Funktionstyps soll es jedoch um einen Antwortbeitrag gehen, der an das Initialposting von User:in 1 gerichtet ist und ein GIF enthält.

<sup>107</sup> Die gesamte Interaktion befindet sich im Anhang in Thread 8.

User:in 3, die durch die automatische Antwortfunktion erneut alle im Posting von User:in 1 erwähnten User:innen adressiert, setzt das Posting um 12:21 Uhr ab. Im Zentrum des Postings steht ein GIF, das einen animierten Geparden in einem Polizei-Outfit zeigt, der große Augen macht und die Hände vor dem Mund zusammenschlägt. Er ist im Halbprofil zu sehen. Es handelt sich um einen Ausschnitt aus dem Animationsfilm ZOOMANIA von DISNEY aus dem Jahr 2016, auf den das GIF intertextuell referiert. Der Ausschnitt zeigt Officer Benjamin Clawhauser, der als Polizist am Empfang der Polizeistation arbeitet, wie er das Büro des Chief Bogo betritt und in einem Gespräch seine Begeisterung ausdrückt. Die kurze Szene ist für den Handlungsverlauf des Films eher weniger relevant (vgl. dazu Hagman 2012).



Abbildung 42: Einzelbildfolge des GIFs aus Beispiel 5

Der erste Satz „Vielen Dank für die liebe Erwähnung“ in Kombination mit dem Smiley-Emoji, das die Hände entgegenstreckt, richtet sich an User:in 1. Im Sinne von Reißwenger und Pappert (2019b: 114) kann das Emoji hier als handlungsrealisierend gedeutet werden, da es dazu dient, „spielerisch eine nichtsprachliche Handlung darzustellen“, in diesem Fall eine Umarmung. Das GIF und der erste Satz stehen in enger Beziehung zueinander. Der Clip drückt Freude über „die liebe Erwähnung“ aus und verleiht zugleich der Überraschung von User:in 3 über die Accountempfehlung Ausdruck. Der zweite Satz „Habt alle einen schönen Freitag“ richtet sich durch das verwendete Indefinitpronomen „alle“ explizit an die adressierten User:innen und nicht nur an User:in 1. Das freudig lächelnde Emoji am Ende des Satzes kann als „kalkulierte Redundanz“ gedeutet werden, da die Äußerung bereits positiv formuliert ist und es der „Konstitution und Aufrechterhaltung einer ‚Wohlfühlatmosphäre‘“ (Reißwenger/Pappert 2019b: 104 f.) dient. Diese Geste darf als direkte Reaktion auf die Leseempfehlung von User:in 1 verstanden werden. Durch das GIF wird zum einen die

Überraschung von User:in 3 ausgedrückt, zum anderen auch die Freude und Zustimmung. Ikonische Bezüge werden durch die Ähnlichkeitsbeziehungen zwischen dem Geparden aus dem Film und einem echten Geparden hergestellt. Die von dem Tier vollzogene Geste kann man als eine emblematische interpretieren, die Symbolcharakter hat (vgl. dazu auch Kap. 5.2). Das verwendete GIF kann zudem als interaktive Einheit eingeordnet werden, da der Clip ähnlich wie ein Emoji zum Einsatz kommt und Mimik und Gestik zum Ausdruck einer Gefühlslage im Vordergrund stehen.



Abbildung 43: Beispiel 5

#### 6.3.2.6 Thematisches Entfalten: Informations-, Appell- und Unterhaltungsfunktion

Verglichen mit einzelnen Bildern können GIFs über ein gesteigertes Potenzial verfügen, ganze Themen zu entfalten bzw. zu strukturieren. Denn ein Merkmal der kurzen Clips ist es, dass sie sich zeitlich erstrecken und somit beispielsweise, wenn auch nur kurze, Geschichten erzählen können (vgl. Lohmeier 1996: 29). Gerade in dieser Hinsicht unterscheiden sich GIFs von anderen Graphics, die sich als Bildzeichen (im Fall von Emojis) oder als Zusammensetzung verschiedener Satz- und Sonderzeichen (bei Emoticons) allein nicht zur Entfaltung eines Themas eignen. GIFs in Form von kurzen Loop-Sequenzen ähneln in dieser Hinsicht eher Videos als Emojis oder Emoticons. Hervorzuheben ist allerdings das Fehlen von Ton, das zum Teil durch die Ergänzung sprachlicher Elemente innerhalb eines Postings (im GIF oder im Textverlauf)

kompensiert werden kann (vgl. dazu auch Kap. 3.4). Angesichts dieser Komplexität lassen sich GIFs auch nicht mehr als interaktive Einheiten beschreiben, da ihre Funktion eindeutig über eine gesprächssteuernde hinausgeht.

Es lassen sich ähnliche Muster thematischer Ausgestaltungen erkennen, wie sie in der Textlinguistik bereits entsprechend für Texte beschrieben wurden (vgl. dazu Brinker et al. 2018: 60) und analog auch für den Bereich der „filmischen Textbildung“ (Lohmeier 1996) Beachtung fanden. Die Bildabfolgen innerhalb der GIFs wecken bei den Rezipierenden zunächst die Erwartung, dass sich die hintereinandergeschalteten Einzelbilder aufeinander beziehen und ein kohärentes Ganzes ergeben (vgl. Lohmeier 1996: 123 ff.). Wie bereits im Kapitel zur filmischen Textbildung (4.4) erläutert, muss bei der Betrachtung zum Verständnis eine gewisse Rekonstruktionsarbeit geleistet werden, die durch Verkettungshinweise (z. B. durch Rekurrenzen) unterstützt wird. Diese sind bei Filmen in der Regel oft „gröberer Natur“ (Lohmeier 1996: 126) und weniger offensichtlich als Kohäsionsmittel, etwa an der sprachlichen Oberfläche. Verkettungshinweise können durch den großen Gestaltungsspielraum bei GIFs aber zusätzlich auch mit sprachlichen Mitteln erfolgen. Die Informationsdichte eines einzigen GIFs kann auf diese Weise sehr hoch sein, die Bezüge zwischen den einzelnen Elementen mitunter komplex. Hinzu kommt, dass Anfang und Ende eines Clips durch die ständige Wiederholung zunächst nicht offensichtlich sind, eine mehrmalige Betrachtung daher oft unerlässlich ist.

Durch die Entfaltungsmuster ergeben sich verschiedene kommunikative Funktionen, die sich in Anlehnung an die für Texte beschriebenen Zwecke entwickeln lassen. Dazu werden die von Brinker et al. (2018: 87 ff.) beschriebenen Funktionstypen als Grundlage verwendet. Eine Übertragung bietet sich insofern an, da die

Abgrenzung von Textfunktionen auf einem einheitlichen Kriterium beruhen [soll], und zwar auf der Art des kommunikativen Kontakts, die der Emittent mit dem Text dem Rezipienten gegenüber zum Ausdruck bringt. (Brinker et al. 2018: 105)

Da der Fokus der Autoren allerdings allein auf Gebrauchstexten liegt, verweisen sie nur beiläufig auf eine poetische Funktion, die sich eher im Blick auf literarisch geprägte Texte beschreiben lässt, dienen diese doch häufig in erster Linie der Unterhaltung der Rezipierenden. Bei Schulze (2009: 59 ff.) werden die bereits in der Erstauflage<sup>108</sup> von Brinker et al. (2018: 87 ff.) beschriebenen Funktionstypen

---

<sup>108</sup> Die Erstauflage erschien 1985.

übertragen und dementsprechend noch um eine Unterhaltungsfunktion ergänzt. In seiner Untersuchung geht es jedoch um einen Text, der sowohl informierend als auch unterhaltend ist. Der im Rahmen der vorliegenden Arbeit als unterhaltend beschriebene Funktionstyp soll an entsprechender Stelle daher noch einmal konkretisiert werden.

Auch im Bereich der Film- und Medienwissenschaften, in denen Medienproduktionen häufig als Texte aufgefasst werden (vgl. Hickethier 2010: 105; vgl. dazu auch Lohmeier 1996), lässt sich eine Unterteilung „nach ihrer informierenden, unterhaltenden und appellativen Funktion“ (Hickethier 2010: 122) beobachten. Es wird somit unterschieden, ob Texte und in Analogie dazu auch andere mediale Inhalte „über etwas erzählen und etwas darstellen, die Rezipienten erfreuen, erregen und entspannen oder die Rezipienten zu einem bestimmten Verhalten, einer Handlung veranlassen wollen“ (Hickethier 2010: 122). Dass sich diese Funktionen häufig überlagern, ist naheliegend.

Die strukturellen Formen des „thematischen Entfaltens“, die für Texte beschrieben wurden, „Deskription“, „Explikation“, „Argumentation“ und „Narration“, äußern sich in den verschiedenen Funktionstypen (vgl. Brinker et al. 2018: 60 ff.). Gemeinsam ist ihnen, dass sie aus „Schilderungen von zeitlich oder kausal verknüpften Handlungen“ (Bußmann 2008: 463) bestehen.

Diese Möglichkeit zur thematischen Entfaltung, die vor allem aus der zeitlichen Erstreckung resultiert, kann als Alleinstellungsmerkmal von GIFs im Vergleich zu anderen Graphicons hervorgehoben werden. Die sich daraus ergebenden Funktionskategorien wurden bisher nicht beschrieben, da Bilder bzw. Bildzeichen aufgrund ihrer Materialität nicht über dieses Potenzial verfügen. GIFs dagegen scheinen geradezu prädestiniert dafür zu sein, auch komplexere Zusammenhänge zu illustrieren. An dieser Stelle sei nochmals betont, dass diese Funktionsgruppe von einer in der Literatur bereits mehrfach beschriebenen Kategorie zu unterscheiden ist: der Verwendung mehrerer Emojis hintereinander (bei Herring/Dainas (2017) als *narrative sequence* bezeichnet). Hier werden Bildzeichen aus einem Inventar so aneinandergereiht, dass die Rezipierenden Bezüge zwischen ihnen herstellen und eine Art Bildergeschichte rekonstruieren können (vgl. dazu Abb. 44). Weder der Animationscharakter noch der jeweils individuelle Gestaltungsspielraum ist dabei gegeben. Diese Funktion ist also mit den in diesem Kapitel vorgestellten Kategorien nicht vergleichbar.

16) [StickersFB; Rilakkuma thread; emoji]

Get well soon 🍔 🍟 🍫 🤒 😡 💔 OK

‘Get well soon. May you eat fast food and chocolate,  
and your sickness break, ok?’

Abbildung 44: Beispiel für den Funktionstyp *narrative sequence* bei Herring/Dainas (2017)

In den nun folgenden Beispielanalysen soll jeweils die dominante Funktion herausgearbeitet und beschrieben werden, die jedoch oft nicht die einzige ist. Überschneidungen sind gerade innerhalb dieser Funktionsgruppe eher die Regel als eine Ausnahme; das gilt sowohl für die strukturelle Beschaffenheit als auch für die darauf basierende kommunikative Funktion und wurde gleichermaßen auch für Texte beschrieben.

Von den bei Brinker et al. (2018: 105 ff.) aufgezeigten fünf textuellen Grundfunktionen lassen sich zwei, die *Informations-* bzw. die *Appellfunktion* fruchtbar für die Analyse von GIFs machen. So werden GIFs etwa gerne für die Verbreitung von Nachrichten und Informationen in Postings verwendet. Durch das stark reduzierte Dateiformat bieten die Clips die ideale Lösung für die Präsentation kurzer Sequenzen und animierter Diagramme. Auch zu Werbe- bzw. Kampagnenzwecken werden sie zunehmend eingesetzt (vgl. Miltner/Highfield 2017: 3 f.). Bei der Verwendung der kurzen Animationen auf TWITTER lässt sich auf diese Weise zudem die limitierte Zeichenzahl umgehen. Die von Brinker et al. (2018: 118 f.) erläuterte *Kontaktfunktion* unterliegt allgemein der kommunikativen Verwendung von GIFs in internetbasierter Kommunikation und soll aus diesem Grund hier nicht weiter berücksichtigt werden. Die *Obligations-* bzw. *Deklarationsfunktion* lässt sich für die kommunikative Verwendung von GIFs nicht nachweisen (Brinker et al. 2018: 117 ff.). Die Clips können auf TWITTER weder die Aufgabe einer Verpflichtung (z. B. bei Verträgen) noch die der „Einführung eines bestimmten Faktums“ (z. B. in Testamenten) übernehmen (Brinker et al. 2018: 120).

#### 6.3.2.6.1 Informationsfunktion

Die Informationsfunktion wurde bei Brinker für Texte folgendermaßen beschrieben: „Der Emittent gibt dem Rezipienten zu verstehen, dass er ihm ein Wissen vermitteln, ihn über etwas informieren will“ (Brinker et al. 2018: 106). Bei der Betrachtung von Textsorten steht der informative Charakter etwa bei Berichten oder Nachrichten im

Vordergrund (vgl. Brinker et al. 2018: 107). Auch GIFs können diese Funktion übernehmen. Dabei ist das für GIFs typische Merkmal der Bewegtheit von essenzieller Bedeutung. GIFs dienen in diesem Fall dazu, Wissen zu vermitteln und Informationen zu überliefern, wohingegen Emojis in ihrer Begrenztheit dazu gerade nicht nutzbar sind. Der sprachliche Kontext, in den das GIF einbettet ist, kann dabei der Einordnung der Bewegtbildsequenz dienen und konkrete Aspekte erläutern oder hervorheben.

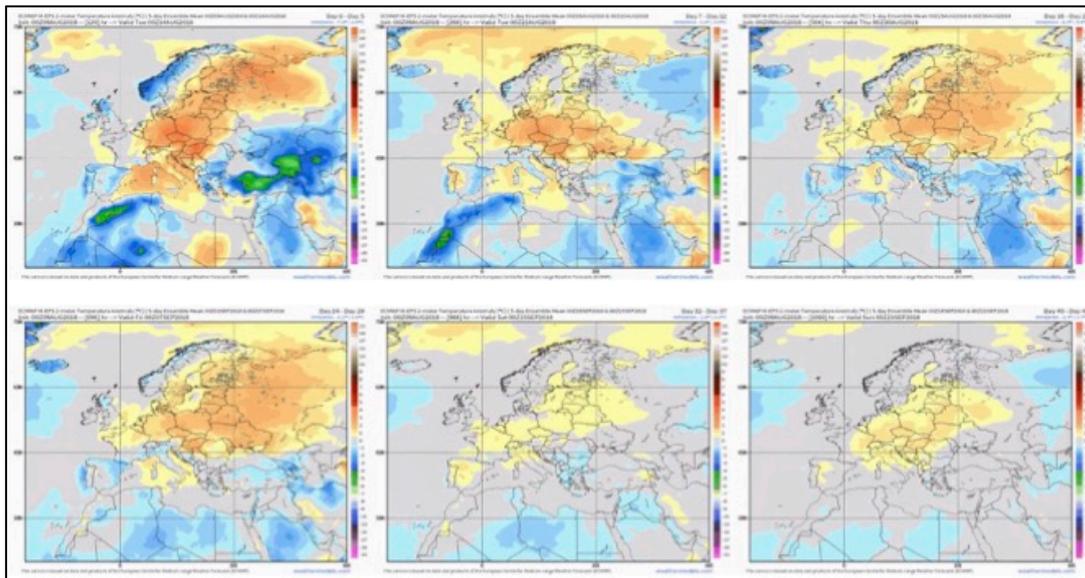


Abbildung 45: Einzelbildfolge des GIFs aus Beispiel 6

Das in Beispiel 6 verwendete GIF zeigt eine Europakarte mit Farbverläufen, die sich in der zeitlichen Folge verändern. Eine Legende auf der rechten Seite ordnet dem Farbspektrum die dazugehörigen Temperaturangaben zu. Durch die zeitliche Erstreckung des Clips ist es möglich, die im Textverlauf beschriebene „Abweichung der Temperatur vom Durchschnitt“ über einen Zeitraum von 45 Tagen zu visualisieren. Eine Interpretation des Diagramms erfolgt zusätzlich durch begleitende sprachliche Einheiten. Dort heißt es: „Die größten positiven Abweichungen durchweg im östlichen Mitteleuropa, Durchschnittswerte für die Jahreszeit nach dem Modell erst nach Mitte September wahrscheinlich“. Das GIF wird auf diese Weise genauer erläutert und es wird thematisiert, was mithilfe des Diagramms veranschaulicht werden soll. Auch für Laien wird somit das Verständnis des sehr komplexen Clips gesichert. Durch das lokale Adverbial „im östlichen Mitteleuropa“ wird auf einen konkreten Teil des Wetterdiagramms verwiesen. Die gelb-rötlichen Verfärbungen sind in diesem Bereich ausgeprägt und geben an, dass die Abweichung der Temperatur vom Durchschnitt

nach oben in dieser Region am größten ist. Für Karten lassen sich sowohl ikonische, indexikalische als auch symbolische Bezüge nachvollziehen. Allerdings ist, wie Nöth (2000: 490) beschreibt, „die wesentliche Funktion einer Karte eine indexikalische“. Er erläutert, dass „Kartenzeichen durch Gesetzmäßigkeiten der optischen Projektion mit dem dargestellten Territorium [...] kausal verbunden“ sind. Hinzu kommen „[s]ymbolische Kartenzeichen“ (Nöth 2000: 490), die im vorliegenden Beispiel etwa durch die Farbgebung der Temperaturskala in Erscheinung treten.



Abbildung 46: Beispiel 6<sup>109</sup>

An diesem Beispiel wird deutlich, wie durch GIFs ein hohes Maß an Informationen übermittelt werden kann. Alle durch das Diagramm dargestellten Details zu versprachlichen, wäre schon durch die Zeichenbeschränkung auf TWITTER weder möglich noch sinnvoll. Das GIF kann daher als Hilfsmittel zur Beschreibung komplexer Sachverhalte begriffen werden und dient hier einer anschaulichen Wissensvermittlung. Das Hashtag #lasttweet wirkt kohärenzstiftend, da es auf das zuvor versendete Posting verweist. Die Nummerierung „2.“ impliziert ebenfalls, dass es unmittelbar zuvor ein Posting des Accounts gegeben haben muss, das sich mit dem gleichen oder einem

<sup>109</sup> Die gesamte Interaktion befindet sich im Anhang in Thread 22.

ähnlichen Thema beschäftigt. Das Hashtag #wetter wirkt zudem als Themenindikator, ordnet das Posting grob ein und macht es über die Suchfunktion bei TWITTER auffindbar (vgl. dazu Zappavigna 2018).

#### 6.3.2.6.2 Appellfunktion

Als Mittel der Wissensvermittlung eignen sich GIFs, wie bereits für die Informationsfunktion dargestellt wurde, weil sie auf kompakte Art und Weise Zusammenhänge zu veranschaulichen vermögen. Dabei können sie auch eine auffordernde Wirkung haben, insofern sie „die Rezipienten zu einem bestimmten Verhalten, einer Handlung veranlassen wollen“ (Hickethier 2010: 122). Dem zugrunde liegen beispielsweise argumentative Entfaltungsmuster, denn der Rezipierende soll „über bestimmte Handlungsschritte und -möglichkeiten informier[t]“ werden, wie es auch für die Textsorten „Gebrauchsanweisung“ oder „Bedienungsanleitung“ (Brinker et al. 2018: 111) beschrieben wurde. Dementsprechend wird die Appellfunktion wie folgt definiert:

Der Emittent gibt dem Rezipienten zu verstehen, dass er ihn dazu bewegen will, eine bestimmte Einstellung einer Sache gegenüber einzunehmen (Meinungsbeeinflussung) und/oder eine bestimmte Handlung zu vollziehen (Verhaltensbeeinflussung). (Brinker et al. 2018: 109)

Da GIFs im Gegensatz zu Emojis mithilfe von Generatoren selbst erstellt werden können, eignen sie sich beispielsweise zu Marketingzwecken<sup>110</sup> oder zur Erläuterung von Kampagnen, die vor allem durch die Integration sprachlicher Elemente einen auffordernden Charakter haben können. Mehrere Standbilder werden in einer eigens gewählten Reihenfolge gesichert, um so, wie in Form einer kleinen Präsentation, Informationen zu übermitteln und die Rezipierenden anzusprechen. Auch bei diesem Funktionstyp kann durch den Gestaltungsspielraum von GIFs der Verzicht auf Ton kompensiert und die limitierte Zeichenzahl des jeweiligen Postings auf einfache Art umgangen werden. Durch die Integration sprachlicher Elemente ist zudem die Herstellung von unter Umständen sehr komplexen Sinnbezügen leichter umzusetzen als allein über die verwendeten Bildelemente. Darüber hinaus kann durch den eigentlichen Textverlauf eine nähere Einordnung bzw. Erläuterung innerhalb des Beitrags erfolgen.

---

<sup>110</sup> Vgl. dazu folgenden Blogpost, der Beispiele für GIFs in Email-Newslettern aufführt: <https://email-marketingblog.de/email-design/gif-animationen-email-marketing-beispiele/> (21.07.2022).

Zusätzlich ist es möglich, Operatoren zur Interaktionsstrukturierung wie Hashtags oder Adressierungen einzusetzen. Die Frage nach Sinnrelationen stellt sich bei diesen doch sehr komplexen Bezügen umso mehr.



Abbildung 47: Einzelbildfolge des GIFs aus Beispiel 7



Abbildung 48: Beispiel 7<sup>111</sup>

Das in Beispiel 7 verwendete GIF liefert eine Erklärung zu der Kampagne „Ein Cent gegen Nazis“.<sup>112</sup> Das GIF besteht aus insgesamt sechs aufeinanderfolgenden Einzelbildern, die jeweils für einige Sekunden eingeblendet werden und die Kampagne in fünf Schritten erläutern.

Das erste Bild kann als Teaser verstanden werden und zeigt den Titel der Kampagne „Ein Cent gegen Nazis“ in Frakturschrift sowie eine Ankündigung der darauffolgenden Sequenz durch den deiktischen Verweis „So funktioniert's: Ein Beispiel! 5000€ für Seenotrettung“. Die Frakturschrift findet heute häufig in der Neonaziszene Verwendung (vgl. Stöckl 2004b: 25 f.). Sie wird oft mit Propagandaplakaten in Verbindung gebracht und zieht schon dadurch die Aufmerksamkeit auf das Posting. Interessant ist hierbei aber, dass durch die Kampagne nicht, wie man erwarten könnte, nationalsozialistische oder rassistische Ansichten propagiert werden sollen. Sie richtet sich gerade gegen derartige Positionen.

<sup>111</sup> Die gesamte Interaktion befindet sich im Anhang in Thread 2.

<sup>112</sup> Vgl. dazu <https://www.ein-cent-gegen-nazis.de> (21.07.2022).

Der Kampagnentitel findet sich auf allen sechs nacheinander eingeblendeten Bildern, schafft durch die Repetition eine explizite Wiederaufnahme und erzeugt damit Kohärenz zwischen den einzelnen Standbildern. Der verwendete Orangeton stellt einen direkten Bezug zu dem Account von SEA WATCH her, da dort das Logo der Organisation ebenfalls in dieser Farbe gestaltet ist und die Bewegung SEEBRÜCKE<sup>113</sup> ähnliche Farben verwendet. Die Farbe, ursprünglich ein indexikalisches Zeichen für Rettungswesten, kann mittlerweile auch als symbolisches Erkennungszeichen für die Gruppierung angesehen werden.

Das erste Standbild reicht allerdings noch nicht aus, um dem/der User:in zu vermitteln, worauf sich das GIF bezieht. Erst die darauffolgende Erläuterung in fünf Schritten ermöglicht das Verständnis der Zusammenhänge. Die Bildabfolge muss jedoch mit großer Wahrscheinlichkeit mehrmals angesehen werden, da die Informationsdichte hoch ist und weites Kontext- und Weltwissen aktiviert werden muss, um die Bezüge und Verweise verstehen zu können. Die Nummerierung (1 bis 5) im Hintergrund der erläuternden fünf Einblendungen ermöglicht es, die kohärente Reihenfolge besser nachzuvollziehen, wird das GIF nach Aktivierung durch die Loop-Funktion doch immer wieder von vorne abgespielt. Es ist also nicht von vornherein klar, an welcher Stelle der/die User:in das GIF ansieht und welches Standbild gerade sichtbar ist. Neben dem GIF ist für die Erfassung des gesamten Postings und somit der Kampagne aber auch der Einbezug des Textverlaufs sowie die Rezeption der verwendeten Operatoren zur Interaktionsorganisation unerlässlich (vgl. Bucher 2019: 294). Eine darüberhinausgehende Recherche zu einzelnen Elementen des Postings ist für ein umfassendes Verständnis ebenfalls naheliegend.

Hypothetisch wird anhand eines konkreten Beispiels erklärt, wie sich eine Spendensumme von „5000€ für Seenotrettung“ zusammensetzt. Mit der Persondeixis „Du“ im ersten Schritt „1. Du spendest 1 Cent pro Nazi“ wird der/die User:in direkt angesprochen und zum Spenden motiviert. Gleichzeitig erfolgt eine Anleitung durch die schrittweise Darstellung des Beispiels. Auf eine explizite Aufforderung, etwa durch die Verwendung eines Imperativs, wird jedoch verzichtet. Unter 2. wird ein Szenario entwickelt, in dem 500 Menschen ebenfalls einen Cent „pro Nazi“ spenden. Mit „3. 1000 Nazis kommen“ wird Bezug auf einen geplanten Neonaziaufmarsch genommen, auf den durch das im Posting verwendete Hashtag #b1808 verwiesen wird. An

---

<sup>113</sup> Vgl. dazu die Homepage der Organisation SEEBRÜCKE, die sich u. a. für sichere Fluchtwege einsetzt. <https://seebruecke.org/wir/> (21.07.2022).

dieser Stelle wird deutlich, dass der/die User:in das Posting nicht linear wie einen Text rezipieren kann, sondern durch die „räumliche Anordnung“ (Bucher 2010: 66) zwischen den verschiedenen Angeboten (GIF, Textverlauf und interaktionsstrukturierenden Operatoren) hin und her navigieren muss. Aus dem Rechenexempel ergibt sich eine Spendensumme von insgesamt 10 Euro, die unter 4. thematisiert wird. Auch hier wird der/die User:in durch das Possessivpronomen „deine“ direkt adressiert. Schließlich wird in der letzten Einstellung „5. Insgesamt gehen 500 x 10€ an Sea Watch“ die sich aus diesem Szenario ergebende Spendensumme erläutert. Wenn also 500 Personen jeweils 10€ für die Kampagne aufbringen, ergäbe sich eine Summe von insgesamt 5000€. Anhand dieser schrittweise dargestellten Erklärung wird eindrücklich gezeigt, wie auch eine auf den ersten Blick sehr geringe Spende in Summe von Bedeutung sein kann. Wie auf der Homepage des Projekts selbst beschrieben, wird bei der Kampagne „der Spieß“ umgedreht, da „jeder Nazi zählt“ und somit die Spendensumme erhöht. Je mehr Nazis also zu dem durch das Hashtag#b1808 eingeführten Ereignis kommen, desto höher fällt die Spendensumme für SEA WATCH aus.

Nach der ausführlichen Analyse des GIFs soll nun auf die anderen im Posting verwendeten Elemente, etwa die Operatoren und deren Funktionen, eingegangen werden. Das GIF wird von einem Textverlauf begleitet, der die themeneröffnende Frage „Wie kommt eigentlich die finale Spendensumme für @seawatchcrew zustande, wenn ihr 1 cent oder mehr pro Nazi zusagt?“ enthält. Der lokaldeiktische Ausdruck „Hier“ im daran anschließenden Satz „Hier wirds erklärt:“ verweist explizit auf das GIF. Die Funktion des GIFs wird bereits durch das Verb „erklären“ nahegelegt. Durch die Adressierung der @seawatchcrew wird auf den Spendenempfänger verlinkt und die Nutzer:innen gelangen per Hyperlink direkt auf das Profil des Vereins SEA-WATCH<sup>114</sup>, dessen Mitglieder seit 2015 Flüchtlinge in Seenot retten. Das @-Zeichen wird hier als Referenzindikator verwendet und verweist auf den TWITTER-Account der Organisation SEA WATCH. Auf diese Weise ist es dem/der User:in möglich, auf direktem Wege genauere Informationen über den Empfänger der Spende zu erhalten. Die Adressierung muss nicht zwangsläufig am Anfang eines Postings stehen, sondern kann, vor allem in referierender Verwendung auch innerhalb des Textes positioniert werden (vgl. Bucher 2019: 295). Das markierte Profil wird bei einer Adressierung benachrichtigt. Das Posting erscheint dann auch in den Feeds der Follower des markierten Accounts

---

<sup>114</sup> Vgl. dazu <https://sea-watch.org> (21.07.2022).

und erzielt somit eine größere Reichweite. Die Hashtags im Beispiel-Posting übernehmen verschiedene Funktionen. Das Hashtag #eincentgegnazis greift nochmals den Kampagnentitel auf und stiftet auf diese Weise lokale Kohärenz (vgl. Kap. 5.3) zwischen GIF und Textverlauf bzw. Operator. Das Hashtag hat dabei „discourse organizing function“ (Zappavigna 2018: 41). Es ist ein Mittel, um Diskurse zu bestimmten Personen, Themen oder Events zu bündeln und somit leichter auffindbar zu machen. Ähnliches gilt für das zweite, bereits oben erwähnte Hashtag #b1808, das aber darüber hinaus auch den Anlass des im GIF konkret beschriebenen Spendenaufrufs thematisiert. Der Anlass des Aufrufs geht aus dem GIF allein nicht hervor. Erst das Hashtag #b1808 gibt einen Hinweis. Es bezieht sich auf den 18. August 2018, für den ein Aufmarsch von Neonazis anlässlich des Todestages des NSDAP-Politikers Rudolf Heß in Berlin-Spandau geplant war, der aber durch Gegendemonstranten verhindert wurde.<sup>115</sup> Die Zahl 18 verweist darüber hinaus auf den 1. und 8. Buchstaben des Alphabets. In der Neonazi-Szene wird mit diesen Buchstaben (A und H) auf Adolf Hitler verwiesen. Dieses Hashtag erfordert also ein bestimmtes Weltwissen und bezieht sich auf eine zum Postingzeitpunkt in der Zukunft stattfindende Veranstaltung. An dieser Stelle lässt sich ein Kohärenzproblem erkennen, denn für das Verständnis des GIFs ist das Wissen um den geplanten Aufmarsch erforderlich, der lediglich durch das stark verkürzte Hashtag erwähnt wird. Dieses muss wiederum erst entschlüsselt werden. Das anschließende Hashtag #seawatch greift explizit den Empfänger der Spendengelder erneut auf. Durch den wiederholten Bezug auf ein und dasselbe außersprachliche Objekt liegt hier eine Referenzidentität vor (vgl. Brinker et al. 2018: 28). Gleiches gilt auch für die Adressierung, deren Benennung leicht abweicht, da der TWITTER-Account der Organisation „seawatchcrew“ heißt. Das Hashtag erfüllt seine Funktion, indem es das Posting leichter auffindbar macht, wenn ein/e User:in gezielt nach Beiträgen zu SEA WATCH sucht.

Ein weiteres Detail, das für die Analyse des Beispiels eine Rolle spielt, ist der automatische Zeitstempel des Postings. Es wurde am 8. August 2018 um 18 Uhr gepostet und verweist hier erneut durch die doppelte Verwendung der acht in der Datumsangabe (HH für Heil Hitler) sowie der 18 in Hashtag und Jahreszahl auf den Hitlergruß und Adolf Hitler. In der Neonaziszene werden diese Zahlen häufig als Codes benutzt. Der Zeitstempel macht also noch einmal deutlich, dass es sich bei

---

<sup>115</sup> Vgl. dazu den Artikel auf ZEIT ONLINE: <https://www.zeit.de/politik/deutschland/2018-08/rudolf-hess-neonazi-aufmarsch-spandau-buendnis-gegen-rechts> (21.07.2022).

diesem Posting um ein geplantes handelt, das im Rahmen einer Kampagne veröffentlicht wurde. Erst die Verbreitung über ein soziales Medium wie TWITTER lässt derartige Verweise zu.

Das Beispiel zeigt, wie durch GIFs komplexe Handlungsanweisungen dargestellt werden können. Im beschriebenen Beispiel wird an die Rezipierenden durch die Erläuterung der Kampagne appelliert, selbst aktiv zu werden und zu spenden. Die Handlungsanweisungen, die durch die einzelnen Bilder schrittweise dargelegt werden, verdeutlichen den appellativen Charakter. Vor allem die persönliche Ansprache verstärkt den Aufruf noch einmal.

Das Zusammenspiel der Textelemente innerhalb des GIFs und des Textverlaufs erweist sich in diesem Fall als unerlässlich und maßgeblich für das Verständnis der Kampagne. Die Aktivierung von Weltwissen bzw. eine Recherche ist für die Deutung aller Verweise und Anspielungen notwendig, etwa in Bezug auf die verwendeten Hashtags. Der/die Rezipient:in kann und muss sich seinen/ihren eigenen „Lese-weg“ ebnet. Dabei muss zwischen unterschiedlichen Modi gewechselt und auf diese Weise Zusammenhänge erschlossen werden, die sich von Nutzer:in zu Nutzer:in unterscheiden können (vgl. Bucher 2010: 73). Fraglich bleibt, inwiefern dieser Aufwand von den Rezipient:innen betrieben wird und ob ein Spendenaufruf in dieser Form tatsächlich wirksam ist, zumal es innerhalb des Postings keinen direkten Link zur Homepage der Kampagne gibt, um sich dort als Spender:in einzutragen. Auch hier lässt sich ein Kohärenzproblem erkennen, würde man als User:in doch erwarten, auf möglichst leichtem Weg zur Homepage der Kampagne zu gelangen. Die Einbettung eines externen Links zur Homepage des Aufrufs in das Posting würde den/die Leser:in bei der Kohärenzbildung unterstützen. Der Aufwand, der in diesem Fall betrieben werden müsste, um weitere Informationen zu erhalten und dem Spendenaufruf aktiv nachzukommen, wäre verhältnismäßig gering.

Die beschriebenen Kohärenzprobleme werden auch deutlich, wenn man sich die Reaktionen auf das Posting anschaut. Die Frage von User:in 2: „Wie kann man sich denn in irgendeiner Weise darüber freuen, dass 1000 oder x-Nazis durch die Stadt laufen können, nur weil dann eine Summe Y daraus gespendet wird?“, gefolgt von dem Kommentar „Das juckt die Faschos doch überhaupt nicht“, zeigt, dass das eigentliche Ziel der Kampagne nicht verstanden wurde. Das kann bereits daran liegen, dass das GIF nicht von dem durch die Nummerierung vorgegebenen Anfang (Ankündigung der Vorgehensweise, vgl. Abb. 47, Bild 1) bis zum Ende (vgl. Abb. 47, Bild 5)

vollständig rezipiert wurde. Denn eine typische Eigenschaft des GIFs, sein Looping, kann dazu führen, dass User:innen nur Teile des Clips ansehen und nicht warten, bis alle Bilder einmal durchgelaufen sind. Hinzu kommt die hohe Informationsdichte, so dass ein Mehraufwand an Zeit notwendig ist, um alle Informationen zu erfassen, zu recherchieren und einzuordnen. Das durch die blaumarkierte Linie als Reaktion auf diesen Kommentar ausgewiesene Posting der Band ZSK<sup>116</sup> adressiert dieses Missverständnis und klärt auf: „Bei der Aktion geht es vor allem darum ihnen die mediale Aufmerksamkeit zu nehmen“.

#### 6.3.2.6.3 Unterhaltungsfunktion

Wie bereits erläutert, betrachten Brinker et al. (2018: 106) Gebrauchstexte und klammern aus diesem Grund eine „poetische (ästhetische) Funktion, die in literarischen Texten dominiert“, aus. Das für diese Funktionsgruppe beschriebene Potenzial der thematischen Entfaltung macht es auch denkbar, mit einem GIF eine kurze, in sich abgeschlossene Geschichte wiederzugeben, die die Rezipierenden primär unterhalten, belustigen oder erfreuen soll. Diese Form der Themenentfaltung ergibt sich „aus Schilderungen von zeitlich oder kausal verknüpften Handlungen, mit einem ungewöhnlichen, ‚erzählwürdigen‘ Ereignis als dominantem Thema“ (Bußmann 2008: 463).



Abbildung 49: Einzelbildfolge des GIFs aus Beispiel 8

Das in Beispiel 8 verwendete GIF zeigt einen kurzen slapstickhaften Clip. Zu sehen ist ein Mann, der im strömenden Regen mit aufgespanntem Schirm an einer Straße

---

<sup>116</sup> ZSK ist eine deutsche Skatepunk-Band, die u. a. die Kampagne „Kein Bock auf Nazis“ ins Leben gerufen hat. Vgl. <https://www.frankenpost.de/leben/tipps/fp/tipps-fp/Einflussreiche-deutsche-Punk-band;art83578,6937237> (21.07.2022).

entlanggeht und von einem vorbeifahrenden Auto nass gespritzt wird. Daraufhin wirft der Mann wutentbrannt seinen Regenschirm auf den Bürgersteig und flucht dem Fahrer wild gestikulierend hinterher. Dabei tritt er näher an den Straßenrand heran, sodass er von einem nachfolgenden Auto mit einem noch größeren Wasserguss überschüttet wird und konsterniert innehält. Die Szene scheint gerade mit Blick auf die überspitzte Art und Weise der Reaktion des Protagonisten inszeniert zu sein (vgl. dazu auch Hickethier 2010: 123).



Abbildung 50: Beispiel 8<sup>117</sup>

User:in 1 identifiziert sich offenbar mit dem Mann in dem kurzen Clip, wie die das GIF begleitende sprachliche Einordnung im Posting nahelegt. Dort heißt es: „Es ist ja ok,wenn es beim Stadtausflug regnet. Kein Problem. Wenn aber SO EIN

<sup>117</sup> Die gesamte Interaktion befindet sich im Anhang in Thread 6.

VERFICKTER ARSCH DURCH EINE GROßE PFÜTZE NEBEN EINEM BRET-  
TERT UND EINEN BIS ZUR UNTERWÄSCHE DURCHNÄSST IST DAS  
SCHEISSE!!!!“

Das GIF dient also zunächst der überspitzten Visualisierung des im Textverlauf wiedergegebenen Erlebnisses und der damit verbundenen Empörung von User:in 1.

Abgesehen von dem ausgewählten GIF verzichtet User:in 1 in ihrem Initialposting auf die Integration von Hashtags, Adressierungen bzw. anderen Bildelementen. Der Text beschreibt eine Alltagssituation, die bei User:in 1 offensichtlich großen Ärger ausgelöst hat. Eingeleitet wird zunächst mit „Es ist ja ok, wenn es beim Stadtausflug regnet. Kein Problem.“ Die Verwendung der Abtönungspartikel „ja“ verweist auf Bekanntes, nämlich, dass Regen bei einem Ausflug normalerweise unproblematisch ist. Durch den elliptischen Ausdruck „Kein Problem“ wird aber signalisiert, dass im Laufe der beschriebenen Handlung noch etwas passiert ist. Auf diese Weise wird Spannung aufgebaut. Der mit „wenn“ eingeleitete Konditionalsatz löst diese Erwartung ein. User:in 1 beschwert sich über einen Autofahrer, der ohne Rücksicht durch eine Pfütze gefahren ist und sie/ihn dabei offensichtlich nass gespritzt hat. Die im Textverlauf versprochene Erlebnisbeschreibung steht dabei in engem Zusammenhang mit der im GIF nacherzählten Episode. Die von User:in 1 verwendeten umgangs- bzw. vulgärsprachlichen Formulierungen sowie die Schreibung in Versalien korrespondieren mit der überzogenen gestischen Reaktion des Protagonisten im Clip. Die Großbuchstaben dienen der Emphase und können in diesem Kontext als Schreien gedeutet werden (vgl. Bahlo et al. 2019: 92). Es finden sich zum einen ikonische Bezüge, da hier eine Aufnahme gezeigt wird und somit Ähnlichkeitsbezüge bestehen, zudem lässt sich die Gestik der Person auch als emblematisch einordnen. Sie drückt auf überspitzte Art und Weise den Ärger des Mannes aus. Das GIF wird in diesem Posting also dazu verwendet, das Erlebnis und die Reaktion von User:in 1 nachzuempfinden und sich mit ihr/ihm zu identifizieren. Dabei wirkt die im GIF (dar)gestellte Szene für die Rezipierenden zunächst einmal amüsant und belustigend. Dramaturgie und überspitzte Gestik greifen Slapstick-Elemente der frühen Stummfilmzeit zu Beginn des 20. Jahrhunderts auf (vgl. dazu Babiak 2021: 17 ff.). Dieser Eindruck wird durch die Tonlosigkeit des GIFs noch verstärkt (vgl. dazu Kap. 4.4). Das charakteristische Looping erinnert ebenfalls an die Anfänge des Kinos, denn auch damals wurden Filme „[z]ur Belustigung des Publikums“ (Baumgärtel 2015: 42) in Schleifen gezeigt (vgl. dazu

auch den Exkurs in Kap. 4.3). Der von User:in 1 formulierte Textverlauf kann wie ein Untertitel zu dem Clip gelesen werden.

Der hier beschriebene Funktionstyp unterscheidet sich vom ludischen maßgeblich. Der Unterhaltungsfunktion liegen entfaltende Strukturen, also eine zeitliche Erstreckung, zwingend zugrunde, wohingegen beim spielerischen Einsatz von GIFs eher Parallelen zur Verwendung von Emojis und anderer Graphics zu sehen sind, die in Form von Bildzeichen zum Einsatz kommen und sich zeitlich nicht erstrecken. Der Gestaltungsspielraum ist deutlich begrenzter und die Verwendung von Graphics zu ludischen Zwecken zielt darauf ab, auch die anderen Interagierenden dazu zu animieren, weitere Bildzeichen in die Interaktion einzubringen. Der ludische Funktionstyp erfordert im Gegensatz zur Unterhaltungsfunktion dementsprechend die Entwicklung einer Interaktion.

### 6.3.3 Kohärenzbildung mit GIFs auf TWITTER

Bereits bei der Beschreibung kommunikativer Funktionen wurde die Herstellung und Unterstützung von Kohärenzbeziehungen skizziert, ist doch das zugrunde liegende Konzept sowohl für Texte als auch für interaktionale Prozesse relevant. Dabei müssen nicht nur die versendeten Beiträge „intern kohärent“ (Storrer 2020: 114) sein, auch postingübergreifend können und müssen derartige Beziehungen nachvollzogen werden, damit Beiträge an die Vorkommunikation anschlussfähig sind und eine Interaktion gelingen kann.

#### 6.3.3.1 Multimodale Kohärenz

Zwar wurde bereits bei der Beschreibung der kommunikativen Funktionen auf multimodale Bezüge bzw. die Sinnherstellung durch die Kombination von Bildzeichen (Emojis), Bewegtbildabfolgen (GIFs) und sprachlichen Elementen (Textverlauf) verwiesen, doch soll anhand eines weiteren Beispiels noch einmal explizit die Idee der multimodalen Kohärenz aufgegriffen und erläutert werden (vgl. Kap. 5.3). Da der Einbezug von Bildern (z. B. in Form von Emojis, Memes, oder GIFs) in internetbasierter Kommunikation immer mehr Verbreitung findet, hat ihr Einsatz unmittelbar Auswirkungen auf die Betrachtung von Sinnrelationen. Bei der Beschäftigung mit GIFs ist

die Erweiterung der Kohärenzanalyse um die in Kapitel 5.3 ausführlich beschriebenen Bezüge unerlässlich.

Beispiel 9, das ein Posting des offiziellen Accounts des ZDF zeigt, soll veranschaulichen, wie multimodale Kohärenz innerhalb eines Postings mit sprachlichen und nichtsprachlichen (GIF und Emoji) Elementen erzeugt werden kann. Die Analyse des Postings, in das syntaktisch ein Hashtag eingebunden ist und das zudem als weiteres multimodales Segment ein Emoji enthält, soll dabei das GIF in den Mittelpunkt stellen.



Abbildung 51: Beispiel 9<sup>118</sup>

Das GIF zeigt ein brüllendes Löwenmännchen, das von der Sonne angestrahlt wird und sich dabei von einem blauen Hintergrund abhebt. Der Textverlauf referiert an vielen Stellen auf das GIF. Die onomatopoetische Interjektion „Raaawrrr!“ versprachlicht das Brüllen des im GIF gezeigten Löwen. Mit „Er“ wird kataphorisch auf den im GIF visualisierten Löwen verwiesen. Er kann dabei als prototypischer Vertreter seiner Gattung aufgefasst werden. Die darauffolgenden Substitutionen „der König der Tiere“ und

<sup>118</sup> Die gesamte Interaktion befindet sich im Anhang in Thread 12.

die „Raubkatze“ werden als Metapher bzw. als Hyperonym für den Löwen verwendet. Das Hashtag „#WeltLöwenTag“, das den Anlass des Postings zum Ausdruck bringt, verknüpft das Posting zugleich mit anderen Beiträgen, in denen dieses Hashtag ebenfalls verwendet wird. Zudem macht es das Posting somit über die Suchfunktion auffindbar. Zugleich steht es in Beziehung zum Zeitstempel, der den konkreten Versendezeitpunkt festhält. Am 10. August erinnert der internationale Weltlöwentag<sup>119</sup> seit dem Jahr 2013 an die gefährdete Tierart. Gleichzeitig ist der Löwe im astrologischen Kalender auch „das Sternzeichen des Monats August“. Abgerundet wird der Beitrag mit einem Emoji, das ebenfalls gut erkennbar ein Löwenmännchen zeigt. Räumlich steht es in nächster Nähe zum GIF, das neben seiner visuellen Salienz vor allem durch den Loop noch größere Aufmerksamkeit auf sich zieht. Beide Bildelemente dienen dem Ziel, „auf den Schutz der Löwen aufmerksam“ zu machen.

Das hier beschriebene Beispiel veranschaulicht, wie ein kohärentes Posting aussehen kann, bei dem verschiedene Modi so miteinander kombiniert werden, dass der Nachvollzug von Sinnbeziehungen für User:innen leicht möglich und damit plausibel ist. Das bereits im Rahmen der Appellfunktion analysierte Beispiel 7 hingegen hat gezeigt, dass es unter Umständen auch zu Kohärenzproblemen kommen kann, wenn etwa ein zu großes Vor- bzw. Weltwissen vorausgesetzt wird oder konkrete Elemente nicht ausreichend in Beziehung zueinander gesetzt werden können.

#### 6.3.3.2 Interaktionale Kohärenz

Wie bereits in den Kapiteln 5.1 und 5.3 herausgearbeitet wurde, ergeben sich für die Herstellung von Kohärenz in internetbasierter Kommunikation andere Bedingungen als in Texten oder Gesprächen. Vor allem hinsichtlich der Zeitlichkeit unterscheidet sich Kommunikation in sozialen Medien maßgeblich von mündlicher Kommunikation. Die Kohärenzbildungshilfen, die von der jeweiligen Plattform bzw. durch die Messenger-Dienste zur Verfügung gestellt werden, können unterschiedlich ausgestaltet sein. Dennoch haben sich einige gängige Operatoren und Darstellungskonventionen etabliert. Die für TWITTER spezifischen Eigenschaften wurden bereits in Kapitel 2.3 beschrieben. Anhand eines weiteren Beispiels soll nun gezeigt werden, wie Kohärenz zwischen Beiträgen in einer Interaktion hergestellt wird und welche Probleme

---

<sup>119</sup> Vgl. dazu den Annual Report 2013 des AFRICA LION & ENVIRONMENTAL RESEARCH TRUST (2014).

sich dabei vor allem durch die optische Darstellung auf TWITTER ergeben können. Zudem soll die Analyse verdeutlichen, inwiefern GIFs dabei einen Beitrag leisten können. In Kapitel 6.3.2.3 geht es schließlich um die Verflechtung multimodaler und interaktionaler Kohärenz, wenn GIFs den Kern der Interaktion bilden.

Ein Aspekt, der bei der Rekonstruktion interaktionaler Kohärenz eine maßgebliche Rolle spielt, sind die automatischen Zeitstempel, die die Postings nach ihrem Versenden jeweils erhalten. Eine Besonderheit von TWITTER ist jedoch, dass diese in der Thread-Ansicht nicht für jedes einzelne Posting auf einen Blick zu sehen sind. In Beispiel 10 ist der Zeitstempel für das Initialposting zwar an der für die Plattform üblichen Stelle einsehbar, für die auf das Posting reagierenden Beiträge sind jedoch nur ungenaue Zeitangaben abzulesen<sup>120</sup>. Diese beziehen sich immer auf den Zeitpunkt des Abrufs. Für die Sortierung scheinen dann andere Parameter (z. B. Anzahl der Likes oder Retweets) von Bedeutung zu sein, die allerdings nicht in jedem Fall nachvollziehbar sind und vermutlich durch Algorithmen bestimmt werden. Liegt der Posting-Zeitpunkt weit in der Vergangenheit (z. B. länger als ein Jahr), wird nur noch das Versendedatum, nicht aber die konkrete Uhrzeit angegeben. Auch dann kann sich die räumliche Anordnung der Postings auf dem Endgerät erneut ändern.

In Beispiel 10 ist unmittelbar unter dem Initialposting der Beitrag von User:in 7 platziert. Er wurde allerdings erst um 14:34 Uhr versendet, also sehr viel später als alle anderen Antworten innerhalb des Threads. Die räumliche Anordnung ist in diesem Fall für den Nachvollzug interaktionaler Kohärenzbeziehungen wenig hilfreich. Anhand der Adressierung mithilfe des @-Operators wird allerdings deutlich, dass sich alle Postings auf das Initialposting beziehen. Darüber hinaus greifen einige Antwortpostings nicht nur den Textverlauf von User:in 1 auf, sondern beziehen sich unmittelbar auf das verwendete GIF, das eine Espressotasse zeigt, die unter einer Siebträgermaschine steht. Die letzten Tropfen aus dem Siebträger fallen in die Tasse. Dem GIF geht der Textverlauf „Guten Morgen ... ich habe Ihnen Kaffee gemacht.“ von User:in 1 voraus. Die User:innen werden so gewissermaßen zu einem digitalen Kaffeetrinken eingeladen. Der Bezug zu der im GIF gezeigten Espressotasse ist deutlich erkennbar.

---

<sup>120</sup> In Abbildung 52 wurden die Zeitstempel nachträglich ergänzt.



Abbildung 52: Beispiel 10 in der Threadansicht

Als Erstes richtet sich User:in 2 mit zwei Emojis an User:in 1. Das Bildzeichen, das einen blonden Mann mit in die Luft gerichtetem Arm zeigt, wird iteriert und kann als Erwiderung der Begrüßung von User:in 1 gedeutet werden. Mit dem Spruch „Dröpje voor Dröpje Kwaliteit“ greift User:in 3 die in die Espressotasse perlenden Tropfen auf,

spielt aber gleichzeitig auf einen Slogan für Kondensmilch der Marke B & B aus den 1970er Jahren an. Der Frame „Kaffeegenuss“ wird somit erneut aktiviert.<sup>121</sup> User:in 4 knüpft mit den Worten „Vielen Dank und ein schönes [sic!] Wochenende, Peter!“ unmittelbar an den Textverlauf von User:in 1 an und deutet darauf hin, dass das Wochenende bevorsteht. Das darauffolgende Emoji, das eine Umarmung ausdrücken soll, vermittelt Emotionalität und suggeriert Nähe. Das Posting von User:in 5 nimmt schließlich explizit Bezug auf das verwendete GIF, indem auf das Wort „Espresso“, das auf der Tasse zu erkennen ist, rekurriert wird. Mit der italienischen Höflichkeitsformel „Grazie tante!“ drückt der/die User:in zudem aus, dass er/sie erkannt hat, dass es sich bei Espresso um ein italienisches Getränk handelt. Der elliptische Ausdruck „Heute ein millesime Espresso“ verweist zugleich auf eine Espressomarkte. Auch User:in 6 wendet sich mit „Moin“, einem Sonnenbrillen-Emoji und einem Emoji, das eine Frau mit einem nach oben gestreckten Arm zeigt, an User:in 1 und erwidert den Gruß. Sehr viel später, um 14:34 Uhr, richtet schließlich User:in 7 einen Beitrag an User:in 1 und verweist mit „Ein nie endendes sich laben. Was für ein schöner Zustand“ nicht nur auf den Textverlauf und auf den Inhalt des GIFs, sondern auch auf dessen Beschaffenheit, das charakteristische Looping.

Das Beispiel illustriert, wie ein GIF die Herstellung interaktionaler Kohärenzbeziehungen unterstützen kann. Es verdeutlicht zudem noch einmal, dass die räumliche Anordnung von TWITTER-Postings innerhalb eines Threads auf dem Endgerät nicht zwingend die chronologische Reihenfolge der Beiträge wiedergibt (vgl. dazu auch Kap. 3.1.1).

### 6.3.2.3 Die Verflechtung multimodaler und interaktionaler Kohärenz

Im folgenden Kapitel soll nun anhand eines Beispiels die Herstellung von multimodaler und interaktionaler Kohärenz durch GIFs auf makrostruktureller Ebene in den Blick genommen werden. Ähnliche Strukturen wurden bereits in der Studie von Herring/Dainas (2017) beschrieben, die an einigen Stellen der vorliegenden Arbeit ausführlich beleuchtet wurde. Der von den Autorinnen als *riffing* bezeichnete Funktionstyp wird in ihrer Untersuchung als „[a] typically humorous elaboration on, play on, or parody of a previous graphicon or text comment“ (Herring/Dainas 2017)

---

<sup>121</sup> In dem damaligen Werbespot rinnt die Kondensmilch tröpfchenweise in den Kaffee.

beschrieben (vgl. dazu auch Kap. 3.3 und 6.3.2.4). In ihrer Arbeit wird diese Funktion durch drei Beispiele illustriert: anhand eines Bildes, eines Videos und eines Stickers, mit denen im Kommunikationsverlauf auf unterschiedliche Art und Weise gespielt wird. Da im Datenset ihrer Studie lediglich zwei GIFs enthalten sind, liegt es nahe, gerade dieses Muster bei der Betrachtung von GIFs genauer zu fokussieren, steht doch eine Beschreibung hier noch aus. Dabei stellt sich die Frage, wie es möglich ist, hauptsächlich unter Zuhilfenahme von GIFs zu interagieren und Sinnzusammenhänge zu schaffen, sodass sie den Kern der Interaktion bilden. Das Besondere ist zudem, dass erst im kommunikativen Austausch durch mehrere Postings verschiedener Interaktionspartner:innen solche Strukturen erkennbar werden.

Ziel der nun folgenden Analyse ist es, die bisher definierten Begrifflichkeiten und Konzepte anzuwenden, sodass eine umfassende Beschreibung des Datenmaterials möglich wird. Das Beispiel zeigt eindrücklich, wie komplex und vielschichtig derartige kommunikative Strukturen bei TWITTER ausgestaltet sein können und dass es Bezüge auf verschiedensten Ebenen zu berücksichtigen gilt.

Sichtbar wird an Beispiel 11 die in Kapitel 2.3 beschriebene Anordnung von Postings auf TWITTER, sodass ein sequenzieller Zusammenhang erst erschlossen werden muss (vgl. Bucher 2019: 294). In der Thread-Ansicht werden die Zeitstempel der Postings ausgeblendet, sodass nicht auf den ersten Blick ersichtlich ist, wie die chronologische Abfolge der Interaktion aussieht. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit, in einem ersten Schritt zu rekonstruieren, welche Beiträge sich überhaupt aufeinander beziehen. Eine Sequenz wird erst durch Zeitangaben interpretierbar, die mithilfe eines Bildbearbeitungsprogramms in die Postings montiert wurden. Abbildung 53 zeigt somit die von TWITTER erzeugte Struktur zum Erhebungszeitpunkt mit den jeweils nachträglich erhobenen Zeitstempeln, die es erlauben, den chronologischen Verlauf nachzuvollziehen.

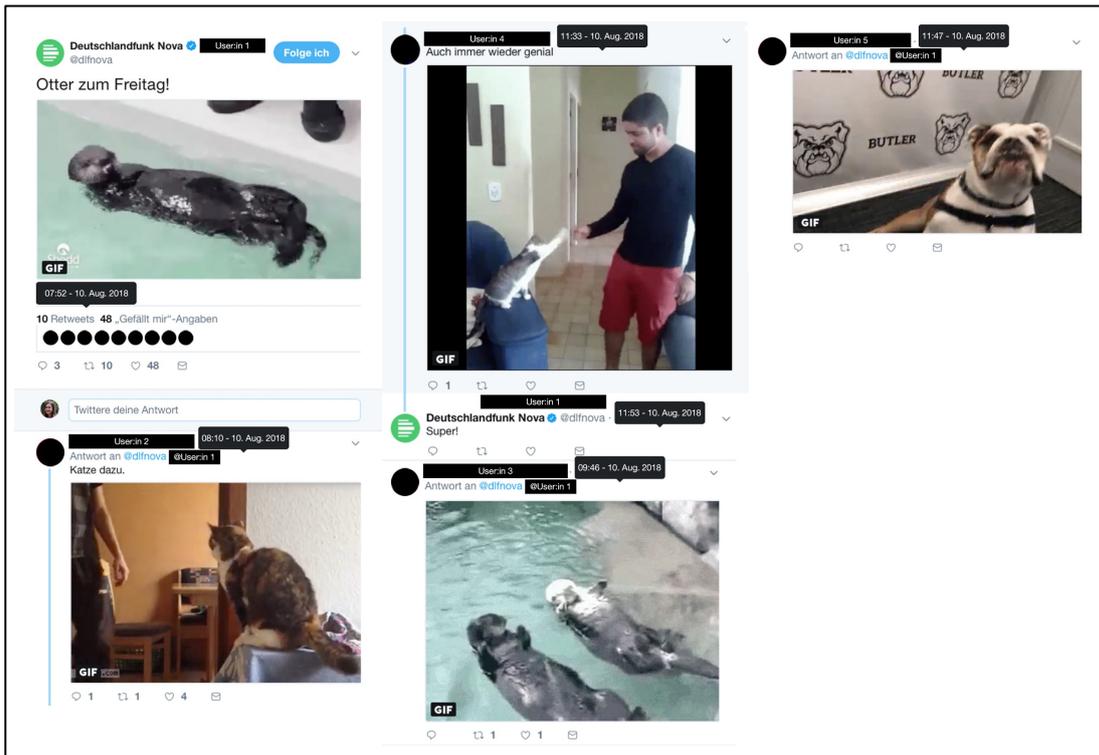


Abbildung 53: Beispiel 11: Verwendung von GIFs in der Interaktion (Anordnung bei TWITTER)

Der vorliegende Interaktionsstrang besteht aus insgesamt sechs Postings (Stand: 10. August 2018) von fünf verschiedenen Interaktionspartner:innen. In fünf der sechs Postings sind GIFs eingebettet.

Das chronologisch erste Posting wurde um 07:52 Uhr vom offiziellen und verifizierten TWITTER-Account von DEUTSCHLANDFUNK NOVA (User:in 1) abgesetzt. Das „junge Infoangebot des Deutschlandradios“ DEUTSCHLANDFUNK NOVA richtet sich an ein Zielpublikum, das sich für Berichte rund um die Themen Politik, Medien oder Geschichte interessiert. Aktuelle Fragen werden in zahlreichen Podcasts behandelt, die über die Homepage oder Streamingdienste wie SPOTIFY abgerufen werden können (vgl. Homepage DEUTSCHLANDFUNK NOVA; Über uns). Dementsprechend werden auf dem TWITTER-Account in erster Linie Postings mit Verlinkungen auf die Homepage des Senders, z. B. zu konkreten Beiträgen abgesetzt. Darüber hinaus gibt es täglich morgens ein Posting als Motivation zum Start in den Tag. Um einen derartigen Beitrag geht es im vorliegenden Beispiel, der den Ausgangspunkt für eine sich entfaltende Interaktion bildet.

Das Initialposting besteht aus einem GIF und einem kurzen Textverlauf. Das GIF zeigt einen Otter, der in einem Wasserbecken, vermutlich in einem Zoo, auf dem Rücken treibt und eine typisch menschliche Geste imitiert. Es wirkt so, als würde der

Otter der Person, die am Beckenrand steht, eine Faust geben. Durch das charakteristische Looping läuft die Bildsequenz immer wieder von vorne ab. Der elliptische Ausdruck „Otter zum Freitag“<sup>122</sup> steht in direktem Bezug zum GIF und greift das Referenzobjekt, hier den Otter, explizit sprachlich auf. Dadurch wird eine Form „intermodaler Kohärenz“ (Bucher 2010: 50) zwischen dem animierten Clip und dem Textverlauf hergestellt. Zusätzlich wird durch die Präpositionalphrase „zum Freitag“ die Beziehung zum Entstehungskontext erzeugt und der Beitrag thematisch eingeordnet. Das Posting bezieht sich darauf, dass die Woche mit Beginn des Freitags fast geschafft ist und das Wochenende bevorsteht. Die sprachliche Kontextualisierung erscheint an dieser Stelle unerlässlich und ermöglicht die interaktionale Anschließbarkeit.

Etwa 20 Minuten später, um 08:10 Uhr, adressiert User:in 2 ein Posting mithilfe der Funktion „Antwort an“ an den Account von DEUTSCHLANDFUNK NOVA. Diese Verbindung wird sichtbar durch die von TWITTER erzeugte Zeile unterhalb des Anzeigenamens „Antwort an“ und den @-Operator in Kombination mit dem accountspezifischen Handle. Auch bei diesem Beitrag handelt es sich um ein Posting, das ein gelooptes GIF enthält und von einem elliptischen Ausdruck begleitet wird. Das GIF zeigt eine Katze, die in wartender Haltung auf einem Tisch sitzt. Eine Person kommt vorbei und klatscht die Tatze des Tieres ab. Daran anschließend wendet die Katze ihren Blick auf die aus dem Bild laufende Person, bevor sie selbst über den Tisch wegläuft und am rechten Bildrand verschwindet. Mit einem weiteren elliptischen Ausdruck, „Katze dazu“, wird die Kohärenzbildung innerhalb des Postings gestützt, indem sprachlich explizit auf den Referenten, in diesem Fall die Katze, verwiesen, aber auch eine Beziehung zum Initialposting durch das Präpositionaladverb „dazu“ hergestellt wird. Die erneute Verwendung einer Ellipse knüpft zudem auf syntaktischer Ebene an das Initialposting an und erinnert darüber hinaus an Formen mündlicher Kommunikation.<sup>123</sup>

Postingübergreifend lassen sich weitere Bezüge zwischen den beiden Postings festmachen. Zum einen wird durch die Adressierung direkt auf das Posting von DEUTSCHLANDFUNK NOVA geantwortet. Zum anderen können auch kohärenzstiftende, interpiktoriale Bezüge zwischen den verwendeten GIFs identifiziert werden. Die

---

<sup>122</sup> Der Ausdruck kann auch auf ritualisierte Mahlzeiten je nach Wochentag verweisen.

<sup>123</sup> GRAMMIS: Artikel zu Interaktiven Einheiten: <https://grammis.ids-mannheim.de/terminologie/552> (21.07.2022).

Imitation einer typisch menschlichen Geste und die damit verbundene Interaktion mit einer weiteren Figur wird hier als Thema konstant gehalten. Nun lassen sich in Abgleich mit dem im Initialposting verwendeten GIF einige Variationen in den Details erkennen, die dazu führen, dass ein abgewandeltes Motiv entsteht (vgl. Abb. 23 in Kap. 5.5). Statt eines Otters agiert hier eine Katze. Aus dem Geben einer Faust wird im zweiten Posting ein Abklatschen. Auch das Setting ändert sich, so befindet sich der Otter im Wasser und die Katze in einer Wohnung. Dennoch interagieren in beiden GIFs sich vermeintlich menschlich verhaltende Tiere mit einer Person, interpidtoriale Bezüge wirken also unterstützend bei der Kohärenzbildung (vgl. Kap. 5.5). Das Aufrechterhalten dieses Themas bietet daher kohärente Anschließbarkeit bei den Rezipient:innen. Der elliptische Ausdruck „Katze dazu“ verstärkt den Effekt, indem die syntaktische Struktur aus dem vorherigen Beitrag übernommen und durch den adverbialen Ausdruck „dazu“ dem Bild des Otters im Antwortposting eine Katze gegenübergestellt wird. Die Variation des Tiermotivs wird also auch sprachlich explizit gemacht, indem „dazu“ auf das andere GIF verweist und das Thema fortführt.<sup>124</sup>

Auf das Posting von User:in 2 folgt um 11:33 Uhr ein Beitrag von User:in 4, der allerdings, betrachtet man die komplette Interaktion, chronologisch nicht als nächstes folgt. Vielmehr handelt es sich hierbei um eine Art Einschub, der nun genauer in den Blick genommen werden soll, ehe das Posting von User:in 3 betrachtet wird, das sich in der zeitlichen Reihenfolge unmittelbar an das Posting von User:in 2 anschließt.

Das von User:in 4 versendete Posting richtet sich direkt an den Beitrag von User:in 2 mit Bezug auf das Initialposting. Diese Verbindung wird durch die blaue Linie zwischen den Profilbildern deutlich. Ruft man das Posting einzeln auf, wird die Adressierung auch wieder innerhalb des Postings angezeigt, wie es auch beim Beitrag von User:in 2 der Fall ist. Gleichzeitig ist das Posting von User:in 4 aber ebenso mit dem Initialposting verbunden. Diese Verbindung bzw. Adressierung wird allerdings nur sichtbar, wenn das Posting über den Hyperlink, der jedem Posting individuell zugewiesen ist, aufgerufen wird. In Abbildung 53 ist diese Beziehung nicht direkt für die Rezipierenden erkennbar.

Auch das Posting von User:in 4 enthält ein gelooptes GIF und einen darauf Bezug nehmenden elliptischen Ausdruck. Zu sehen ist erneut eine Katze, die auf einem

---

<sup>124</sup> GRAMMIS: Artikel zu Präpositionaladverb: <https://grammis.ids-mannheim.de/systematische-grammatik/523> (21.07.2022).

Sessel sitzt und in einen Flur blickt. Ein Mann geht über den Flur auf die Katze zu und bleibt auf ihrer Höhe stehen. Der Mann klatscht mit der Katze ab und gibt ihr anschließend eine Faust. Die elliptische Konstruktion „Auch immer wieder genial“ und insbesondere das Konjunkionaladverb bzw. der Adverbkonnektor „auch“<sup>125</sup> referieren zudem sprachlich auf das GIF, greifen jedoch kein konkretes Element der Bildsequenz auf, wie die Benennung des Tieres in den vorangegangenen Postings. Sie sind vielmehr als Kommentar zum GIF zu verstehen und erzeugen Konnexion auf sprachlicher Ebene. Betrachtet man die interpiktorialen Bezüge, lässt sich feststellen, dass das Thema weiterhin konstant bleibt und dass nur einige Details geringfügig verändert werden (vgl. Kap. 5.5). Auch in diesem GIF ist eine Katze zu sehen, die sich in einem Innenraum aufhält. Erneut interagiert eine Person mit dem Tier. Vor allem in der Bewegung lässt sich aber eine Erweiterung bzw. Zuspitzung erkennen: Hier werden die Handlungen aus den beiden vorherigen Postings doch kombiniert, da sich die Beteiligten nicht nur abklatschen oder eine Faust geben, sondern beides nacheinander machen. Dieses GIF kann somit als eine Form der Steigerung, eines Übertreffens der anderen Clips, gesehen werden. Denkbar ist, dass von User:in 4 das Ziel verfolgt wird, die beiden anderen Interaktionspartner:innen gewissermaßen in ihrer Originalität noch zu übertreffen. Dadurch, dass die beiden Figuren beide Bewegungsabläufe der vorherigen GIFs ausführen, ist auch hier die Herstellung von Kohärenzbeziehungen unproblematisch. Durch die Addition zweier Details aus den anderen GIFs, die sich dadurch auszeichnen, dass sie typisch menschliche Gesten zeigen, wird ein noch höheres Maß an Skurrilität und Komik erzeugt. Mit dem Textverlauf „Auch immer wieder genial“ referiert die Person zudem durch den Adverbkonnektor „auch“ sprachlich auf die beiden vorherigen GIFs und bewertet auf diese Weise ihre Qualität. Bezeichnenderweise bedient sich User:in 4 mit dem bekräftigenden Wort „auch“ einer Ausdrucksweise, die ein charakteristisches Merkmal für mündliche Kommunikation darstellt.

Der Einschub endet schließlich mit dem einzigen Posting der Sequenz, das kein GIF enthält und auch eine andere kommunikative Funktion erfüllt. Das um 11:53 Uhr abgesetzte Posting von DEUTSCHLANDFUNK NOVA richtet sich direkt an das Posting von User:in 4, adressiert dadurch aber zugleich den Beitrag von User:in 2. User:in 2 wird also ebenfalls über den neuen Beitrag und die Adressierung benachrichtigt. Durch

---

<sup>125</sup> GRAMMIS: Artikel zu aber als Adverbkonnektor: <https://grammis.ids-mannheim.de/konnektoren/406937> (21.07.2022).

die Kommentierung „Super“ wird der vorherige Beitrag und damit die Originalität des GIFs honoriert.

Chronologisch auf den Beitrag von User:in 2 folgt eigentlich um 09:46 Uhr der Beitrag von User:in 3, der durch die @-Adressierung direkt an DEUTSCHLANDFUNK NOVA gerichtet ist. Die Tierart und die Umgebung, die im GIF zu sehen sind, bleiben konstant. Auch hier wird wie im Initialposting ein auf dem Rücken treibender Otter in einem Wasserbecken gezeigt, der allerdings mit einem anderen, neben ihm schwimmenden Otter interagiert. Variiert wird also das Gegenüber des Tieres, das nunmehr ein Artgenosse ist, wie auch die entsprechende Bewegung (vgl. Kap. 5.5). Es wirkt so, als wolle sich der eine Otter bei dem anderen unterhaken und seine Pfote fassen. Diese Imitation menschlicher Verhaltensweisen wirkt umso erstaunlicher, da nicht mehr nur ein Tier eine menschliche Geste nachahmt, sondern gleich zwei, die miteinander agieren. Der Beitrag von User:in 3 kommt ganz ohne sprachliche Elemente aus, da besonders der Rekurs auf das Initialposting, das ebenfalls einen Otter zeigt, hier sehr offensichtlich scheint, zumal auch die Farben in beiden GIFs ähnlich sind. Der Bezug und damit die Kohärenzbildung erfolgt einzig und allein durch das verwendete GIF.

Das zeitlich zuletzt versendete Posting stammt von User:in 5 und wurde um 11:47 Uhr abgesetzt. Auch dieses Posting ist direkt als Antwort an DEUTSCHLANDFUNK NOVA adressiert. Das geloopte GIF zeigt einen Hund, der mit einem Mann abklatscht. Es wird also erneut ein anderes Tier gezeigt. Auch die Umgebung weicht von der des Initialpostings ab. Unklar bleibt, welche Postings User:in 5 abgesehen vom Initialposting vor der Konzeption seines/ihrer Beitrags rezipiert hat. So ist es auch denkbar, dass er/sie nur das Posting von DEUTSCHLANDFUNK NOVA in der Timeline gesehen und alle anderen darauffolgenden Postings nicht wahrgenommen hat. Das GIF, das auch bei diesem Posting ohne sprachliche Einheiten eingebunden ist, scheint am ehesten kohärent anschließbar zum Initialposting, da das GIF mit dem Hund die zuvor gewählten Clips in ihrer Originalität nicht zu übertreffen vermag.

Insgesamt lässt sich für die beschriebene Interaktion in Bezug auf Kohärenzrelationen festhalten, was Hartung zur fantasievollen Gestaltung von ironischen Äußerungen in privater Scherzkommunikation schreibt:

Aber auch Phantasiebetätigung folgt festen Spielregeln, denn das Kohärenzprinzip muß nicht nur eingehalten werden, sondern gilt sogar verschärft: Ziel ist ein ‚Text‘ mit möglichst vielfältigen Bezügen (vergleichbar der literarischen Textproduktion). Das Gespräch wird häufig durch phantasievolle Umdeutungen schon eingeführter Elemente vorangetrieben, die neue Sinnbezüge herstellen; neue Elemente dürfen nur

eingeführt werden, wenn ein enger Zusammenhang zu eingeführten Elementen herstellbar ist. Dieser Zusammenhang unterscheidet sich allerdings erheblich von sonstiger Kommunikation: als Prinzip der Verknüpfung dürfen Assoziationen, komplexe Inferenzen, Inkongruenzen und visuelle Relationen dienen [...] Soweit es phantasievolle Ergänzungen, Umdeutungen und Ausschmückungen angeht, könnte man ihre Verbindung als *assoziative Kohärenz* [Hervorhebungen im Original] bezeichnen. (Hartung 2006: 134)

Diese „*assoziative Kohärenz* [Hervorhebungen im Original]“ (Hartung 2006: 134) wird im Beispiel in erster Linie mit GIFs hergestellt. Nur durch die Variationen von einem oder mehreren Details, die zu abgewandelten Motiven führen, können kohärente Bezüge zwischen den einzelnen Postings hergestellt werden, sodass für die beteiligten User:innen ein geteilter Sinn entsteht. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang auch, dass in den Postings teilweise vollständig auf einen Textverlauf verzichtet wird oder nur elliptische Ausdrücke Verwendung finden. Dennoch scheint die Kommunikation zwischen den Interaktionspartner:innen hier zu gelingen.

Offensichtlich werden GIFs in dem oben beschriebenen Beispiel in erster Linie zu spielerischen Zwecken eingesetzt. Medienwissenschaftliche Ansätze beschreiben als ein wesentliches Merkmal des Spiels, dass „eine Interaktion mit anderen statt[findet], eine Interaktion, die sich im Vollzug erschöpft“ (Hickethier 2010: 126).

Das Initialposting wurde bereits in Kapitel 6.3.2.4 als Beispiel für den *ludischen* Funktionstyp beschrieben. Das verwendete GIF mit dem Otter darf als Einladung an die Interagierenden verstanden werden, ein GIF mit anschlussfähigen Motiven in die Kommunikation einzubringen, ist es doch möglich, in Datenbanken mithilfe von Schlagwörtern nach Vorschlägen für konkrete GIFs zu suchen. In der Interaktion entwickelt sich sozusagen ein Bewegungsbildspiel mit mehreren Interaktionsteilnehmer:innen, die durch die Auswahl eines möglichst kreativen und originellen GIFs in einen spielerischen Wettstreit treten. Dabei kommt den Clips eine maßgebliche Rolle für die Interaktionskonstitution zu (vgl. Deppermann et al. 2016: 1).

Das hier beschriebene Beispiel hat sich ohne jegliche Anleitung innerhalb eines Threads entwickelt. In einigen Foren<sup>126</sup> findet man allerdings ähnliche spielerische Interaktionen, zu denen explizit im initialen Beitrag aufgerufen wird. Vergleichbar mit derartigen Strukturen sind auch Spiele mit GIFs, die die Idee des wechselseitigen Übertreffens aufgreifen und in ein auf Regeln basierendes Format bringen. Zu nennen

---

<sup>126</sup> Vgl. dazu etwa <https://www.filb.de/forum/index.php?thread/18392-das-gif-bild-spiel/> (21.07.2022).

wäre hier beispielsweise das Spiel GIF BATTLE<sup>127</sup>, bei dem es, wie der Titel schon andeutet, darum geht, immer abwechselnd GIFs zu posten, die sich übertreffen und im Nachgang von anderen User:innen mit einem Herz bewertet werden können. Der/Die Spieler:in mit den meisten Herzen gewinnt am Ende.

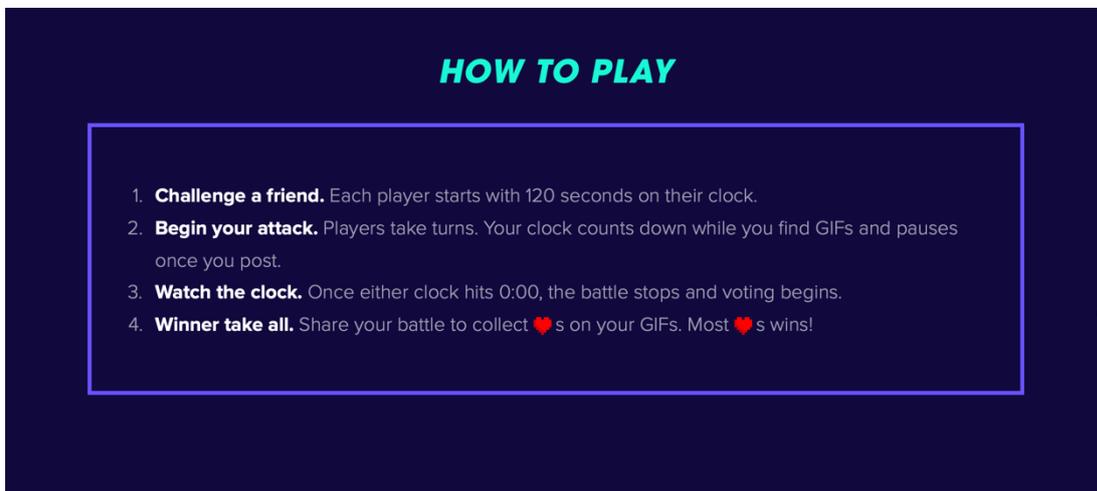


Abbildung 54: Anleitung zum Spiel GIF BATTLE

Dieses auf vorgegebenen Regeln basierende kompetitive Wechselspiel belegt, was die Analyse des obigen Beispiels gezeigt hat: Es handelt sich in diesem Fall um eine spezielle Form der Kommunikation, in der GIFs stark zur Interaktionskonstitution beitragen und den Kern des Austauschs darstellen. Sie sind aus diesem Grund auch von entscheidender Relevanz bei der Herstellung multimodaler und interaktionaler Kohärenzbeziehung. Diese bedingen sich hier gegenseitig und machen die Analyse zunehmend vielschichtiger und damit komplexer.

## 6.4 Diskussion

Der Eindruck aus dem theoretischen Teil der Arbeit, dass GIFs sehr unterschiedlich beschaffen sein können, hat sich durch die Analyse des Datenmaterials verfestigt. Die Zusammenfassung der formalen Eigenschaften (vgl. Abb. 31) veranschaulicht die Möglichkeiten, die sich für die Gestaltung von GIFs ergeben. Dabei sind verschiedenste Kombination der Charakteristika denkbar.

---

<sup>127</sup> <https://gifbattle.zone> (21.07.2022).

Die detaillierten Beispielanalysen zur Verwendung von GIFs in der TWITTER-Kommunikation haben zudem gezeigt, dass die kurzen Clips auf vielfältige Art und Weise ihre kommunikativen Potenziale entfalten können. Die Funktionen, die sie dabei übernehmen, überschneiden sich in Teilen mit jenen, die bereits für andere Graphics nachgewiesen wurden. Allerdings lässt es die Beschaffenheit und der Gestaltungsspielraum von GIFs zu, dass sie auch andere Aufgaben übernehmen können und dabei etwa einer thematischen Entfaltung dienen und informieren, appellieren oder unterhalten. Diese Möglichkeit ist eng mit der zeitlichen Erstreckung von GIFs verknüpft, einem Merkmal, das die Clips von anderen Graphics unterscheidet. Das für GIFs beschriebene Funktionsspektrum wurde daher auf Grundlage bisher publizierter Forschungsliteratur zu Graphics in internetbasierter Kommunikation erweitert und angepasst. Eine jeweils eindeutige Zuordnung zu einer konkreten Funktionskategorie erwies sich zudem als schwierig und wenig sinnvoll. Aus diesem Grund wurden Schnittmengen an den entsprechenden Stellen beschrieben (vgl. dazu z. B. Kap. 6.3.2.1).

GIFs allein als Zeichen für Nähekommunikation zu interpretieren oder sie als alberne Filmchen zu diskreditieren, greift in jedem Fall zu kurz. Vor allem das im Zuge der Appellfunktion in Kapitel 6.3.2.6.2 beschriebene Beispiel zeigt dies eindrücklich und verdeutlicht zugleich, dass GIFs gezielt für Kampagnenzwecke zum Einsatz kommen können und dabei individuell gestaltet werden. Die Beschreibung der Funktionsgruppe in Kapitel 6.3.2.6 hat auch belegt, dass GIFs nicht in allen Fällen als interaktive Einheiten aufzufassen sind. GIFs dienen nicht zwangsläufig der Gesprächsteuerung wie interaktive Einheiten in mündlicher Kommunikation (z. B. in Form von Interjektionen) oder dem Interaktionsmanagement wie Emoticons und Emojis in internetbasierter Kommunikation. Denn GIFs können auch als Mittel zur Umgehung der Zeichenbegrenzung auf TWITTER fungieren und somit über eine große Informationsdichte verfügen. In dieser Hinsicht bieten sie breite Verwendungsmöglichkeiten.

Für GIFs lassen sich darüber hinaus verschiedene Objektbezüge herausarbeiten, die in dieser Arbeit als semiotische Qualitäten erläutert wurden. GIFs können symbolische Elemente enthalten, etwa wenn sie emblematische Gesten zeigen (vgl. Kap. 6.3.2.6.3), sie können aber auch indexikalische Bezüge aufweisen, wie in dem Beispiel mit der Wetterkarte in Kapitel 6.3.2.6.1. GIFs, die Aufnahmen (z. B. von Personen oder Tieren) zeigen, haben in der Regel ikonische Eigenschaften (vgl. Kap. 6.3.2.4).

Die Analysen in Kapitel 6.3.3, deren Fokus auf den Kohärenzbeziehungen bei der Verwendung von GIFs in der Interaktion auf TWITTER liegt, haben gezeigt, wie überaus komplex diese sein können. Hervorzuheben ist dabei, dass GIFs maßgeblich zur Herstellung interaktiver Kohärenzbeziehungen, also über mehrere Postings hinaus beitragen und auf diese Weise auch den Kern einer Interaktion bilden können. Dabei spielt auch ihre starke visuelle Salienz eine Rolle, die sie von anderen Graphicons abhebt. Neben den Bezügen zwischen verschiedenen Modi (z. B. bewegtes Bild und sprachliche Einheiten) zeichnen sich viele GIFs auch durch ihre De- bzw. Rekontextualisierung aus. Sie haben zitathaften Charakter, sind etwa aus Filmen oder Serien ausgeschnitten und werden in einen neuen Kontext eingebunden, um dort neue kommunikative Aufgaben zu übernehmen. Auch in diesem Punkt unterscheiden sie sich letztlich entscheidend von anderen Graphicons in internetbasierter Kommunikation.

## 7. Zusammenfassung und Ausblick

Das Ziel der vorliegenden Arbeit liegt darin, die Verwendung von GIFs in der TWITTER-Kommunikation aus linguistischer Perspektive zu betrachten und mithilfe eines interdisziplinär ausgerichteten Begriffsinstrumentariums zu beschreiben. Da bislang noch keine entsprechenden Untersuchungen vorlagen, wurde so theoretisch, methodisch wie auch empirisch ein Beitrag zur Forschung im Bereich internetbasierter Kommunikation geleistet.

Der theoretische Teil der Arbeit hat gezeigt, welche Konzepte und Begrifflichkeiten bei der Analyse von GIFs in ihrer kommunikativen Verwendung auf TWITTER von Bedeutung sind und berücksichtigt werden müssen. Die Besonderheiten, die für die TWITTER-Kommunikation und die damit verbundenen Interaktionsstrukturen bzw. Anordnungslogiken herausgearbeitet werden konnten<sup>128</sup> (Kap. 2.3), haben sich vor allem für die Analyse interaktionaler Kohärenz (Kap. 6.3.3.2 und Kap. 6.3.2.3) als relevant erwiesen, denn die räumliche Anordnung von Postings auf TWITTER folgt nicht durchgängig einer chronologischen Logik. Sie ist auch algorithmisch bestimmt und kann sich zudem im Laufe der Zeit verändern. Daneben können optische Unterschiede durch die App- bzw. Browser-Ansicht entstehen, die sich unter Umständen auf das

---

<sup>128</sup> Wenn nicht anders angemerkt, entspricht die Beschreibung dem Stand vom Sommer 2018, als die Datenerhebung erfolgte. TWITTER passt seine Funktionalitäten und optischen Darstellungsmöglichkeiten, die sich auf die Interaktion auf der Plattform auswirken können, kontinuierlich an.

kommunikative Verhalten der User:innen auswirken. Dabei gilt es auch zu berücksichtigen, dass GIFs in der App-Ansicht erst gezielt über einen Hyperlink aufgerufen werden müssen, bevor sie auf dem Endgerät erscheinen und abgespielt werden.

Kapitel 3.1 hat verdeutlicht, dass eine präzise Beschreibungssprache unerlässlich ist und eine differenzierte Analyse erst möglich macht. Vor allem die einzelnen Bestandteile eines Postings müssen trennscharf benannt werden, um die verschiedenen Bezüge zu erläutern (vgl. dazu das Schaubild in Kap. 5.5). Dies hat sich insbesondere in den vorgestellten Datenbeispielen zu den Funktionstypen und bei der Analyse multimodaler Kohärenz im empirischen Teil der Arbeit gezeigt (vgl. Kap. 6). Die Beschreibungssprache macht die Dissertation zudem anschlussfähig für weitere Arbeiten zu multimodalen Texten in internetbasierter Kommunikation.

Aus dem historischen Abriss zu GIFs (Kap. 3.2) und der damit verbundenen Begriffsgeschichte sowie den bis dato zu Graphics vorliegenden Studien (Kap. 3.3) wurden schließlich in Kapitel 3.4 Erkenntnisse zu den Merkmalen und der Beschaffenheit von GIFs auch im Vergleich mit Emojis gewonnen (vgl. Tab. 1 in Kap. 3.4). Diese konnten wiederum auch bei der Beantwortung der Frage nach Formen und Gestaltungsmöglichkeiten von GIFs fruchtbar gemacht und am Datenmaterial veranschaulicht werden (Kap. 6.3.1). Die aus den Studien zu Graphics herausgearbeiteten Funktionstypen konnten dann in der empirischen Analyse übertragen und angepasst werden (vgl. Kap. 6.3.2).

Im 4. Kapitel wurden medien- und filmwissenschaftliche Begrifflichkeiten eingeführt, die sich sowohl für die Form- und Funktionsanalyse als auch für die Betrachtung von Kohärenzbezügen als anwendbar erwiesen. Eine für GIFs maßgebliche Eigenschaft ist die Re- bzw. Dekontextualisierung (vgl. Kap. 4.1). Damit gemeint ist die Einbindung von GIFs in einen neuen Kontext und die damit verbundene Loslösung von ihrem Ursprung. Daneben ist das charakteristische Looping (vgl. Kap. 4.2) zu nennen, das GIFs entscheidend von anderen Graphics abhebt. Der Exkurs in Kapitel 4.3 hat zudem Parallelen zwischen den Anfängen des Kinos und der heutigen Verwendung von GIFs in internetbasierter Kommunikation deutlich werden lassen. Die Faszination für bewegte Bilder in Schleifen scheint nach wie vor ungebrochen zu sein und ist nicht zuletzt in dem unterhaltenden Charakter der Clips begründet (vgl. Kap. 6.3.2.6.3). Ein Ansatz aus den Filmwissenschaften zur filmischen Textbildung (Kap. 4.4) hat sich als anschlussfähig erwiesen und konnte für die Analyse bewegter

Bilder herangezogen werden, wenn es etwa um die Beschreibung von Rekurrenzen, narrativen Strukturen oder (Film-)Schnitten (Jump Cut) ging.

Die linguistischen Grundbegriffe und Konzepte, die im empirischen Teil der Arbeit schließlich Anwendung fanden, wurden im 5. Kapitel erläutert. Als unerlässlich erwies sich dazu zunächst die Verortung internetbasierter Kommunikation neben Interaktion und Text. Kapitel 5.2 beschäftigte sich anschließend mit der Definition des frequent verwendeten Begriffs *Multimodalität*. Im Zuge dieses Kapitels ging es zugleich darum, den Terminus auf GIFs zuzuschneiden und die verschiedenen Modi der Clips zu erläutern. Mit der Einführung des aus der Textlinguistik stammenden Konzepts der *Kohärenz* beschäftigte sich Kapitel 5.3. An dieser Stelle rückten Bezüge zwischen Sprache und Bildern in den Fokus. Zuletzt wurde der *Intertextualitätsbegriff* geschärft und um Überlegungen zur *Interpiktorialität*, einem aus der Kunstwissenschaft stammenden Begriff, erweitert. In Kapitel 5.5 wurden die in den vorangegangenen Abschnitten erarbeiteten Bezüge zusammengefasst, auf TWITTER übertragen und in einem Modell visualisiert (vgl. Abb. 23).

In Kapitel 6 erfolgte schließlich die empirische Untersuchung. Anhand von qualitativen Analysen konnten die folgenden vier Forschungsfragen beantwortet werden, die an dieser Stelle noch einmal formuliert seien:

1. Welche Formen können GIFs, die auf TWITTER verwendet werden, haben?
2. Welche kommunikativen Funktionen können GIFs auf TWITTER übernehmen?
3. Welchen Beitrag leisten GIFs bei der Herstellung multimodaler Kohärenz?
4. Wie kann mit GIFs interaktional agiert werden bzw. wie werden GIFs zur Herstellung interaktionaler Kohärenz eingesetzt?

In Kapitel 6.2 wurden die Datengrundlage und das methodische Vorgehen schrittweise skizziert. Dabei wurde auch die konkrete Erhebung des Screenshot-Korpus erläutert. Für weitere Arbeiten empfiehlt es sich, alle Postings einzeln als Bildschirmfotos zu erheben und zu dokumentieren, damit alle Zeitstempel unmittelbar einsehbar sind. Denn bei der Zusammenstellung der Daten in der Thread-Ansicht werden diese Angaben bei Reaktionen auf Initialpostings ausgeblendet. Eine Rekonstruktion der Zeitangaben erwies sich als sehr umständlich (vgl. Kap. 6.2.1). Neben der Datenerhebung wurde in Kapitel 6.2 auch die Kategorienfindung der Funktionstypen beschrieben. Als Ausgangspunkt dienten die Untersuchungen von Herring/Dainas (2017) und Pappert

(2017). Die Funktionen, die in den beiden Studien dargestellt wurden, galt es am vorliegenden Datenset zu testen und durch weitere Studien zu untermauern, um zu einem endgültigen Kategorienset zu gelangen. Anschließend wurde in Kapitel 6.3 die Datenanalyse erläutert. Mithilfe detaillierter Beispielanalysen konnten auf diese Weise die oben formulierten Forschungsfragen beantwortet werden.

Da die Beschreibung formaler Eigenschaften von GIFs bislang noch ausstand, wurde in Kapitel 6.3.1 anhand des Datenmaterials eine Typologie erstellt. Mithilfe von Beispielen wurden die Charakteristika, die entweder als graduell oder dichotom zu beschreiben sind, genauer in den Blick genommen. Anhand der Typologie (vgl. Abb. 31) wird noch einmal deutlich, wie variantenreich GIFs sind und welche Gestaltungsmöglichkeiten sich für ihre Erstellung bieten. Die herausgearbeiteten Merkmale können auch in Kombination vorliegen, etwa wenn ein GIF sprachliche Elemente beinhaltet und intertextuelle Bezüge aufweist.

Der Fokus der Untersuchung lag auf der konkreten Verwendung der Clips in der TWITTER-Kommunikation. Um kommunikative Funktionen und Kohärenzbezüge zu analysieren, wurden die im ersten Teil der Dissertation erarbeiteten Begrifflichkeiten und Konzepte schließlich angewendet, wobei es galt, die für andere Graphicons bereits analysierten Funktionstypen zu übertragen. Es hat sich gezeigt, dass GIFs Funktionen übernehmen können, die für die Verwendung von Emojis bzw. Emoticons (vor allem in den Studien von Herring/Dainas (2017) und Pappert (2017)) identifiziert wurden. Andere (z. B. eine strukturierende Funktion) konnten beispielsweise aufgrund der stabilen Position des GIFs innerhalb eines Postings nicht nachgewiesen werden. Darüber hinaus wurden neue, bislang nicht in der Literatur beschriebene Funktionstypen eingeführt, die eng mit der zeitlichen Erstreckung der Clips verknüpft sind und eine Einordnung als interaktive Einheit nicht mehr zulassen. Gerade die Funktionsgruppe „thematisches Entfalten“ (Kap. 6.3.2.6) gilt es, in weiteren Untersuchungen noch konkreter in den Blick zu nehmen. Zum einen wäre es von Interesse, an einem größeren Datenset weitere GIFs mit *informierender*, *appellierender* oder *unterhaltender* Funktion einzubeziehen, um auch eine Aussage über die Häufigkeit ihrer Verwendung treffen zu können. Zum anderen liegt es nahe, diese Funktionen auch in privater Kommunikation (z. B. über WHATSAPP) zu untersuchen. In diesem Zusammenhang bietet sich auch die Möglichkeit, die Vorkommunikation zwischen zwei oder mehr User:innen zu betrachten und auf diese Weise Muster bzw. Praktiken nachzuweisen, die sich erst in längeren Interaktionssequenzen aufzeigen lassen. Hier wäre auch die

weitere Anwendung des am Ende des Kapitels 5.5 in Abbildung 23 dargestellten Schemas zu den Bezügen von GIFs denkbar. Besonders interpiktoriale Bezüge könnten an dieser Stelle Erkenntnisse in Bezug auf Kohärenzbildung bieten. Quantitative Analysen könnten zudem zeigen, ob und inwiefern konkrete Formen von GIFs eher mit der einen oder der anderen kommunikativen Funktion zusammenhängen.

Für die Herstellung und Aufrechterhaltung von Kohärenzbezügen haben sich GIFs als essenziell erwiesen. Sowohl bei der Verwendung der Clips innerhalb eines Postings als auch postingübergreifend in der Interaktion lassen sich komplexe Zusammenhänge analysieren. Wird in einer Interaktion ein Thema durch GIFs konstant gehalten, ist auch nur mit elliptischen oder sogar ohne sprachliche Zusätze der kommunikative Austausch mit GIFs möglich (vgl. dazu Kap. 6.3.2.3).

Die vorliegende Dissertation hat deutlich gemacht, dass die Linguistik bei der Analyse von (bewegten) Bildern einen wichtigen Beitrag zu leisten vermag, insofern als Bilder häufig in Kombination mit Sprache auftreten und sie daher in ihren konkreten kommunikativen Kontexten betrachtet werden müssen (vgl. die Desiderate bei Klemm/Stöckl 2011: 9). Die Arbeit liefert einen ersten Grundstein für die qualitative Analyse von GIFs in ihrer interaktiven Verwendung. Eine quantitative Untersuchung könnte zeigen, welche Funktionstypen besonders frequent sind und wie sich der Einsatz von GIFs je nach Plattform unterscheidet.

## Abkürzungsverzeichnis

ASCII	American Standard Code for Information Interchange
CMC	Computer-mediated Communication
COSMAS II	Corpus Search, Management and Analysis System II
DeReKo	Deutsches Referenzkorpus
DeRiK	Deutsches Referenzkorpus zur internetbasierten Kommunikation
GIF	Graphics Interchange Format
IBK	internetbasierte Kommunikation
IP	Internet Protocoll
KorAP	Korpusanalyseplattform
LZW	Lempel-Ziv-Welch
MEZ	Mitteleuropäische Zeit
MP4	MPEG-4 (Moving Picture Expert Group)
MUD	Multi User Dungeon
TEI	Text Encoding Initiative
URL	Uniform Resource Locator
UTC	Coordinated Universal Time
SMS	Short Message Service
XML	Extensible Markup Language
WWW	World Wide Web

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Darstellung eines TWITTER-Profiles in der Browser-Ansicht (gescrollt) .....	19
Abbildung 2: Darstellung eines TWITTER-Profiles (links) und eines einzeln aufgerufenen Postings (rechts) in der App-Ansicht (iOS) .....	19
Abbildung 3: Darstellung der TWITTER-Profilseite in der Browser-Ansicht .....	21
Abbildung 4: Suchmaske mit Filteroptionen .....	21
Abbildung 5: Schaltflächen unter einem Posting bei TWITTER.....	22
Abbildung 6: Posting mit Hashtags.....	24
Abbildung 7: Mikrostruktur auf TWITTER.....	30
Abbildung 8: Makrostrukturtyp auf TWITTER, Anordnung nach Reply-to-Relation und Vorher-Nachher-Relation.....	32
Abbildung 9: Screenshot vom 13.03.2020 mit nicht chronologisch sortierter Threadstruktur .....	34
Abbildung 10: Typologie von Interaction Signs mit Beispielen (Beißwenger 2012: 18) .....	36
Abbildung 11: Klassifikation von Graphicons nach Herring/Dainas (2017).....	42
Abbildung 12: Beispiel für die pragmatische Funktion <i>mention</i> bei Herring/Dainas (2017) .....	49
Abbildung 13: Posting des BUNDESMINISTERIUMS FÜR VERKEHR UND DIGITALE INFRASTRUKTUR mit Emojis.....	53
Abbildung 14: Suchmaske von GIPHY .....	59
Abbildung 15: GIF-Maker von GIPHY .....	60
Abbildung 16: Suchmaske (links) und Vorschläge zum Suchwort „Applaus“ (rechts) .....	61
Abbildung 17: Einzelbildfolge des GIFs „Clapping Orson Welles“.....	67
Abbildung 18: Foto eines Zoetrops um das Jahr 1900; entnommen aus Füsslin (1993: 62) .....	73
Abbildung 19: Ausschnitt aus einem Chatverlauf aus Beißwenger (2020: 300) .....	82
Abbildung 20: Schematisierung Textformen-basierte Interaktion aus Beißwenger (2020: 304).....	85
Abbildung 21: GIF zerlegt als Bildsequenz (chronologisch von links nach rechts)..	93
Abbildung 22: Beispiel aus Abel/Glaznieks (2020: 68) .....	105

Abbildung 23: Bezüge bei GIFs auf TWITTER .....	115
Abbildung 24: Quelltext eines TWITTER-Postings mit GIF-Label .....	119
Abbildung 25: Quelltext eines Postings mit Zeitangabe .....	122
Abbildung 26: Hintergrund des Kategoriensets .....	125
Abbildung 27: Erstes vorläufiges Kategorienset.....	125
Abbildung 28: GIF zerlegt als Bildsequenz ohne Jump Cut und mit sprachlichen Elementen.....	128
Abbildung 29: GIF zerlegt als Bildsequenz mit sprachlichen Elementen und relevanter Rezeptionschronologie .....	129
Abbildung 30: GIF zerlegt als Bildsequenz mit intertextuellen Bezügen und sprachlichen Elementen.....	129
Abbildung 31: Formale Eigenschaften von GIFs.....	130
Abbildung 32: Angepasstes Kategorienset mit neuen Funktionstypen.....	131
Abbildung 33: Einzelbildfolge des GIFs aus Beispiel 1 .....	134
Abbildung 34: Beispiel 1 .....	136
Abbildung 35: Einzelbildfolge des GIFs aus Beispiel 2 .....	138
Abbildung 36: Beispiel 2 .....	140
Abbildung 37: Einzelbildfolge des GIFs aus Beispiel 3 .....	142
Abbildung 38: Beispiel 3 .....	144
Abbildung 39: Einzelbildfolge des GIFs aus Beispiel 4 .....	145
Abbildung 40: Beispiel 4 .....	146
Abbildung 41: Initialposting zu Beispiel 5 .....	148
Abbildung 42: Einzelbildfolge des GIFs aus Beispiel 5 .....	149
Abbildung 43: Beispiel 5 .....	150
Abbildung 44: Beispiel für den Funktionstyp <i>narrative sequence</i> bei Herring/Dainas (2017) .....	153
Abbildung 45: Einzelbildfolge des GIFs aus Beispiel 6 .....	154
Abbildung 46: Beispiel 6 .....	155
Abbildung 47: Einzelbildfolge des GIFs aus Beispiel 7 .....	157
Abbildung 48: Beispiel 7 .....	158
Abbildung 49: Einzelbildfolge des GIFs aus Beispiel 8 .....	163
Abbildung 50: Beispiel 8 .....	164
Abbildung 51: Beispiel 9 .....	167
Abbildung 52: Beispiel 10 in der Threadansicht.....	170

Abbildung 53: Beispiel 11: Verwendung von GIFs in der Interaktion (Anordnung bei TWITTER) .....	173
Abbildung 54: Anleitung zum Spiel GIF BATTLE .....	179

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Emojis und GIFs im Vergleich .....	64
---	----

## Bibliografie

- Abel, Andrea/Glaznieks, Aivars (2020): Textqualität in Sozialen Medien. In: Marx, Konstanze/Lobin, Henning/Schmidt, Axel (Hrg.): *Deutsch in Sozialen Medien: Interaktiv – multimodal – vielfältig*. Berlin, Boston: De Gruyter. S. 53–74.
- Albert, Ruth/Marx, Nicole (2014): *Empirisches Arbeiten in Linguistik und Sprachlehrforschung: Anleitung zu quantitativen Studien von der Planungsphase bis zum Forschungsbericht. 2., überarbeitete und aktualisierte Auflage*. Tübingen: Narr. (= Narr Studienbücher).
- AntiDiskriminierungsBüro (ADB) Köln/Öffentlichkeit gegen Gewalt e.V. (Hrg.) (2013): *Sprache schafft Wirklichkeit. Glossar und Checkliste zum Leitfaden für einen rassismuskritischen Sprachgebrauch*. <https://www.uni-hamburg.de/gleichstellung/download/antirassistische-sprache.pdf> (24.7.2022).
- Auer, Peter (2000): On line-Syntax – Oder: was es bedeuten könnte, die Zeitlichkeit der mündlichen Sprache ernst zu nehmen. In: *Sprache und Literatur in Wissenschaft und Unterricht* 85, S. 43–56.
- Averintseva-Klisch, Maria (2013): *Textkohärenz*. Heidelberg: Winter. (= Kurze Einführungen in die germanistische Linguistik 4).
- Babiak, Paul Michael (2021): The Descent of Slapstick. In: Malakaj, Ervin/Lyons, Alena E. (Hrg.): *Slapstick: An Interdisciplinary Companion*. Berlin, Boston: De Gruyter. S. 15–36. <https://doi.org/10.1515/9783110571981-003>.
- Bahlo, Nils Uwe/Lotze, Netaya/Marx, Konstanze/Schwarz, Christian/Şimşek, Yazgül/Becker, Tabea/Kalkavan-Aydın, Zeynep (Hrg.) (2019): *Jugendsprache: eine Einführung*. Berlin: J.B. Metzler. (= Lehrbuch J.B. Metzler).
- Bakhshi, Saeideh/Shamma, David A./Kennedy, Lyndon/Song, Yale/de Juan, Paloma/Kaye, Joseph „Jofish“ (2016): Fast, Cheap, and Good: Why Animated GIFs Engage Us. *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. New York: Association for Computing Machinery. S. 575–586. <https://doi.org/10.1145/2858036.2858532>.
- Ballstaedt, Steffen-Peter/Mandl, Heinz/Schnotz, Wolfgang/Tergan, Sigmar-Olaf (1981): *Texte verstehen, Texte gestalten*. München, Wien, Baltimore: Urban und Schwarzenberg.
- Baumgärtel, Tilman (2015): *Schleifen: zur Geschichte und Ästhetik des Loops*. Berlin: Kulturverlag Kadmos Berlin.
- Baumgärtel, Tilman (2020): *GIFs: Digitale Bildkulturen*. Berlin: Verlag Klaus Wagenbach.
- de Beaugrande, Robert/Dressler, Wolfgang U. (1981): *Einführung in die Textlinguistik*. Tübingen: Niemeyer. (= Konzepte der Sprach- und Literaturwissenschaft 28).
- Beil, Ralf (2017): Die Quadratur der Unendlichkeit. Eine kleine Geschichte des Loop in Kunst, Film, Architektur, Musik, Literatur und Kulturgeschichte. In: Beil, Ralf (Hrg.): *Never Ending Stories. Der Loop in Kunst, Film, Architektur, Musik, Literatur und Kulturgeschichte*. Berlin: Hatje Cantz Verlag. S. 30–57.

- Beißwenger, Michael (2007): Sprachhandlungskoordination in der Chat-Kommunikation. Berlin, New York: De Gruyter. (= Linguistik – Impulse und Tendenzen 26).
- Beißwenger, Michael (2016): Praktiken in der internetbasierten Kommunikation. In: Deppermann, Arnulf/Feilke, Helmuth/Linke, Angelika (Hrg.): Sprachliche und kommunikative Praktiken. Berlin, Boston: De Gruyter. S. 279–310. (= Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache 2015)  
<https://doi.org/10.1515/9783110451542-012>.
- Beißwenger, Michael (2018): Internetbasierte Kommunikation und Korpuslinguistik: Repräsentation basaler Interaktionsformate in TEI. In: Digitale Infrastrukturen für die germanistische Forschung, Bd. 6. Berlin, Boston: De Gruyter. S. 307–349. <https://doi.org/10.1515/9783110538663-015>.
- Beißwenger, Michael (2020): Internetbasierte Kommunikation als Textformen-basierte Interaktion: ein neuer Vorschlag zu einem alten Problem. In: Marx, Konstanze/Lobin, Henning/Schmidt, Axel (Hrg.): Deutsch in Sozialen Medien: Interaktiv – multimodal – vielfältig. Berlin, Boston: De Gruyter. S. 291–318. (= Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache 2019).
- Beißwenger, Michael/Ermakova, Maria/Geyken, Alexander/Lemnitzer, Lothar/Storrer, Angelika (2012): A TEI Schema for the Representation of Computer-Mediated Communication. In: Journal of the Text Encoding Initiative 3.  
<https://doi.org/10.4000/jtei.476>.
- Beißwenger, Michael/Pappert, Steffen (2018): Internetbasierte Kommunikation. In: Liedtke, Frank/Tuchen, Astrid (Hrg.): Handbuch Pragmatik. Stuttgart: J.B. Metzler. S. 448–459. [https://doi.org/10.1007/978-3-476-04624-6\\_44](https://doi.org/10.1007/978-3-476-04624-6_44).
- Beißwenger, Michael/Pappert, Steffen (2019a): Face work mit Emojis. Was linguistische Analysen zum Verständnis sprachlichen Handelns in digitalen Lernumgebungen beitragen können. In: Beißwenger, Michael/Knopp, Matthias (Hrg.): Soziale Medien in Schule und Hochschule: Sprach- und mediendidaktische Perspektiven. Frankfurt am Main: Peter Lang. S. 101–143. (= Forum Angewandte Linguistik 63).
- Beißwenger, Michael/Pappert, Steffen (2019b): Handeln mit Emojis. Grundriss einer Linguistik kleiner Bildzeichen in der WhatsApp-Kommunikation. Duisburg: UVRR.
- Brabham, Daren C. (2013): Crowdsourcing. Cambridge: MIT Press.
- Brinker, Klaus/Cölfen, Hermann/Pappert, Steffen (2018): Linguistische Textanalyse: eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. 9., durchgesehene Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag. (= Grundlagen der Germanistik).
- Bucher, Hans-Jürgen (2007): Textdesign und Multimodalität. Zur Semantik und Pragmatik medialer Gestaltungsformen. In: Roth, Kersten Sven/Spitzmüller, Jürgen (Hrg.): Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation. Konstanz: UVK Verlag. S. 49–76.
- Bucher, Hans-Jürgen (2010): Multimodalität – eine Universalie des Medienwandels: Problemstellungen und Theorien der Multimodalitätsforschung. In: Bucher, Hans-Jürgen/Gloning, Thomas/Lehnen, Katrin (Hrg.): Neue Medien – neue

Formate: Ausdifferenzierung und Konvergenz in der Medienkommunikation. Frankfurt am Main: Campus Verlag. S. 41–79.

- Bucher, Hans-Jürgen (2011): Multimodales Verstehen oder Rezeption als Interaktion. In: Diekmannshenke, Hajo/Klemm, Michael/Stöckl, Hartmut (Hrg.): Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele. Berlin: Erich Schmidt Verlag. S. 123–156. (= Philologische Studien und Quellen 228).
- Bucher, Hans-Jürgen (2019): Politische Meinungsbildung in sozialen Medien? Interaktionsstrukturen in der Twitter-Kommunikation. In: Marx, Konstanze/Schmidt, Axel (Hrg.): Interaktion und Medien: interaktionsanalytische Zugänge zu medienvermittelter Kommunikation. Heidelberg: Universitätsverlag Winter. S. 287–317. (= OraLingua 17).
- Bülow, Lars/Johann, Michael (Hrg.) (2019): Politische Internet-Memes – theoretische Herausforderungen und empirische Befunde. Berlin: Frank & Timme, Verlag für wissenschaftliche Literatur. (= Texte und Diskurse 4).
- Bunz, Mercedes (2009): Vom Speicher zum Verteiler – die Geschichte des Internet. 2. Auflage. Berlin: Kulturverlag Kadmos Berlin.
- Bußmann, Hadumod (2008): Lexikon der Sprachwissenschaft. 4., aktualisierte und erweiterte Auflage. Stuttgart: Kröner.
- Butzer, Günter/Jacob, Joachim (Hrg.) (2021): Metzler Lexikon literarischer Symbole. 3., erweiterte und um ein Bedeutungsregister ergänzte Auflage. Berlin, Heidelberg: J.B. Metzler.
- Dang-Anh, Mark (2019): Protest twittern: Eine medienlinguistische Untersuchung von Straßenprotesten. Bielefeld: transcript Verlag.  
<https://doi.org/10.14361/9783839448366>.
- Dang-Anh, Mark/Einspänner, Jessica/Thimm, Caja (2013): Mediatisierung und Medialität in Social Media: Das Diskurssystem „Twitter“. In: Marx, Konstanze/Schwarz-Friesel, Monika (Hrg.): Sprache und Kommunikation im technischen Zeitalter. Wieviel Internet (v)erträgt unsere Gesellschaft? Berlin, Boston: De Gruyter. S. 68–92. <https://doi.org/10.1515/9783110282184.68>.
- Deppermann, Arnulf/Feilke, Helmuth/Linke, Angelika (2016): Sprachliche und kommunikative Praktiken: Eine Annäherung aus linguistischer Sicht. In: Deppermann, Arnulf/Feilke, Helmuth/Linke, Angelika (Hrg.): Sprachliche und kommunikative Praktiken. Berlin, Boston: De Gruyter. S. 1–23. (= Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache 2015).
- Dillmann, Claudia (2017): „Play It Again“. Von der Lust an der Repetition des bewegten Bildes. In: Beil, Ralf (Hrg.): Never Ending Stories. Der Loop in Kunst, Film, Architektur, Musik, Literatur und Kulturgeschichte. Berlin: Hatje Cantz Verlag. S. 212–236.
- Dresner, Eli/Herring, Susan C. (2010): Functions of the Nonverbal in CMC: Emoticons and Illocutionary Force. In: Communication Theory 20(3), S. 249–268.  
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2010.01362.x>.
- Duden (2016): Duden – Die Grammatik. Unentbehrlich für richtiges Deutsch. Hrsg. von Angelika Wöllstein und der Dudenredaktion, Bd. 4. 9., vollständig

- überarbeitete und aktualisierte Auflage. Berlin: Dudenverlag. (= Der Duden in 12 Bänden, das Standardwerk zur deutschen Sprache).
- Dürscheid, Christa/Brommer, Sarah/Wagner, Franc (2010): *Wie Jugendliche schreiben. Schreibkompetenz und neue Medien*. Berlin, New York: De Gruyter. (= Linguistik – Impulse und Tendenzen 41).
- Dürscheid, Christa/Frick, Karina (2016): *Schreiben digital: wie das Internet unsere Alltagskommunikation verändert*. Stuttgart: Alfred Kröner Verlag. (= Einsichten 3).
- Dürscheid, Christa/Siever, Christina Margrit (2017): *Jenseits des Alphabets – Kommunikation mit Emojis*. In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 45(2), S. 256–285. <https://doi.org/10.1515/zgl-2017-0013>.
- Ebersbach, Anja/Glaser, Markus/Heigl, Richard (2016): *Social Web. 3., überarbeitete Auflage*. Konstanz: UVK.
- Eco, Umberto (1987): *Streit der Interpretationen*. Konstanz: Universitätsverlag Konstanz. (= Konstanzer Bibliothek 8).
- Ehlich, Konrad (1984): *Sprache und sprachliches Handeln*. Berlin, Boston: De Gruyter. (= Band 3: Diskurs – Narration – Text – Schrift) <https://doi.org/10.1515/9783110922721.3.531>.
- Eppink, Jason (2014): *A Brief History of the GIF (so Far)*. In: *Journal of Visual Culture* 13(3), S. 298–306. <https://doi.org/10.1177/1470412914553365>.
- Fischer, Sven (2002): *Grafikformate GE-PACKT*. Bonn: mitp.
- Fölsch, Wiebke K. (2011): *Buch Film Kinetiks: zur Vor- und Frühgeschichte von Daumenkino, Mutoskop & Co = Livre film cinétique : préhistoire et histoire du flip book, mutoscope & co = Book film kinetics : on the pre- and early history of flick books, mutoscopes & similar devices*. Berlin: Freie Universität Berlin, Universitätsbibliothek. (= Ausstellungsführer/Universitätsbibliothek, Freie Universität Berlin).
- Fricke, Ellen (2010): *Phonaestheme, Kinaestheme und multimodale Grammatik: Wie Artikulationen zu Typen werden, die bedeuten können*. In: *Sprache und Literatur* 41(1), S. 69–88. <https://doi.org/10.1163/25890859-041-01-90000005>.
- Fricke, Ellen (2012): *Grammatik multimodal: Wie Wörter und Gesten zusammenwirken*. Berlin, Boston: De Gruyter.
- Fritz, Gerd (1999): *Coherence in Hypertext*. In: Bublitz, Wolfram/Lenk, Uta/Ventola, Eija (Hrg.): *Coherence in Spoken and Written Discourse*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins. S. 221–232.
- Fritz, Gerd (2016): *Beiträge zur Texttheorie und Diskursanalyse*. Gießen: Gießener Elektronische Bibliothek. (= Linguistische Untersuchungen 9). <http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2016/12024/> (24.10.2019).
- Füsslin, Georg (1993): *Optisches Spielzeug oder wie die Bilder laufen lernten*. Stuttgart: Füsslin.
- Hagman, Hampus (2012): *The Digital Gesture: Rediscovering Cinematic Movement through Gifs – Hampus Hagman*. In: *Refractory: a Journal of Entertainment*

- Media 21. <https://webarchive.nla.gov.au/awa/20131116132959/http://pandora.nla.gov.au/pan/30981/20131117-0000/refractory.unimelb.edu.au/2012/12/29/hagman/index.html> (26.6.2020).
- Halliday, Michael A. K. (1978): *Language as social semiotic: the social interpretation of language and meaning*. London: Arnold.
- Halliday, Michael A. K./Matthiessen, Christian M. I. M. (2004): *An Introduction to Functional Grammar*. 3. Auflage. London, New York: Arnold.
- Hartung, Martin (2006): Ironische Äußerungen in privater Scherzkommunikation. In: Kotthoff, Helga (Hrg.): *Scherzkommunikation: Beiträge aus der empirischen Gesprächsforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 109–143. [https://doi.org/10.1007/978-3-663-11333-1\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-663-11333-1_4).
- Herring, Susan C. (1999): Interactional Coherence in CMC. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 4(4). <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1999.tb00106.x>.
- Herring, Susan C. (2004): Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online communities. In: Barab, Sasha A./Kling, Rob/Gray, James H. (Hrg.): *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*. Cambridge, New York: Cambridge University Press. S. 338–376.
- Herring, Susan C. (2007): A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse. In: *Language@Internet* 4(1), S. 1–37.
- Herring, Susan C. (2013): Discourse in Web 2.0: Familiar, Reconfigured and Emergent. In: Tannen, Deborah/Trester, Anna Marie (Hrg.): *Discourse 2.0: Language and New Media*. Washington DC: Georgetown University Press. S. 1–25.
- Herring, Susan C. (2019): The Coevolution of Computer-Mediated Communication and Computer-Mediated Discourse Analysis. In: Bou-Franch, Patricia/Garcés-Conejos Blitvich, Pilar (Hrg.): *Analyzing Digital Discourse: New Insights and Future Directions*. Cham: Springer International Publishing. S. 25–67. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-92663-6\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-319-92663-6_2).
- Herring, Susan C./Dainas, Ashley (2017): “Nice Picture Comment!” Graphics in Facebook Comment Threads. Los Alamitos: IEEE. <https://doi.org/10.24251/HICSS.2017.264>.
- Hickethier, Knut (2010): *Einführung in die Medienwissenschaft*. Stuttgart: J.B. Metzler. [https://doi.org/10.1007/978-3-476-00514-4\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-476-00514-4_8).
- Highfield, Tim/Leaver, Tama (2016): Instagrammatics and digital methods: studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. In: *Communication Research and Practice* 2(1), S. 47–62. <https://doi.org/10.1080/22041451.2016.1155332>.
- Hillstrom, Laurie Collier (2019): *The #MeToo movement*. Santa Barbara, California: ABC-CLIO. (= 21st-century turning points).
- Hoffmann, Ludger (2004): Chat und Thema. In: Beißwenger, Michael/Hoffmann, Ludger/Storrer, Angelika (Hrg.): *Internetbasierte Kommunikation*. S. 103–122. (= Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 68).

- Holly, Werner (2009): Rhetorisch-stilistische Eigenschaften der Sprache von Hörfunk und Fernsehen, Bd. Rhetorik und Stilistik. Ein internationales Handbuch historischer und sprachsystematischer Forschung. Berlin, New York: De Gruyter Mouton. (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft/Handbooks of Linguistics and Communication Science (HSK) 31.2).
- Huemer, Birgit (2014): Semiotik der digitalen Medienkunst. Göttingen: V&R unipress. (= Kommunikation im Fokus – Arbeiten zur Angewandten Linguistik 4).
- Imo, Wolfgang (2014): Interaktionale Linguistik. In: Staffeldt, Sven/Hagemann, Jörg (Hrg.): Pragmatiktheorien: Analysen im Vergleich. Tübingen: Stauffenburg Verlag. S. 49–82. (= Stauffenburg Einführungen 27).
- Imo, Wolfgang (2015): Vom ikonischen über einen indexikalischen zu einem symbolischen Ausdruck? Eine konstruktionsgrammatische Analyse des Emoticons :-). In: Bückler, Jörg/Günthner, Susanne/Imo, Wolfgang (Hrg.): Konstruktionen im Spannungsfeld von sequenziellen Mustern, kommunikativen Gattungen und Textsorten. Tübingen: Stauffenburg. S. 133–162. (= Konstruktionsgrammatik 5).
- Imo, Wolfgang (2017): Interaktionale Linguistik und die qualitative Erforschung computervermittelter Kommunikation. In: Beißwenger, Michael (Hrg.): Empirische Erforschung internetbasierter Kommunikation. Berlin, Boston: De Gruyter. S. 81–108. <https://doi.org/10.1515/9783110567786>.
- Isekenmeier, Guido (2013): In Richtung einer Theorie der Interpiktorialität. In: Isekenmeier, Guido (Hrg.): Interpiktorialität: Theorie und Geschichte der Bild-Bild-Bezüge. Bielefeld: transcript. S. 11–86. (= Image 42).
- Janich, Nina (2019): Intertextualität und Text(sorten)vernetzung. In: Janich, Nina (Hrg.): Textlinguistik: 15 Einführungen und eine Diskussion. 2., aktualisierte und erweiterte Auflage. Tübingen: Narr Francke Attempto. S. 169–188. (= Narr Studienbücher).
- Jucker, Andreas H./Dürscheid, Christa (2012): The Linguistics of Keyboard-to-screen Communication: A New Terminological Framework. In: Linguistik Online 56(6), S. 39–64. <https://doi.org/10.13092/lo.56.255>.
- Kaplan, Andreas M./Haenlein, Michael (2010): Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. In: Business Horizons 53(1), S. 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.
- Keller, Rudi (2018): Zeichentheorie. Eine pragmatische Theorie semiotischen Wissens. 2., durchgesehene Auflage. Tübingen: Narr Francke Attempto.
- Keutzer, Oliver/Lauritz, Sebastian/Mehlinger, Claudia/Moormann, Peter (2014): Schnitt und Montage. In: Keutzer, Oliver/Lauritz, Sebastian/Mehlinger, Claudia/Moormann, Peter (Hrg.): Filmanalyse. Wiesbaden: Springer Fachmedien. S. 149–191. (= Film, Fernsehen, Neue Medien) [https://doi.org/10.1007/978-3-658-02100-9\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-658-02100-9_4).
- Klemm, Michael/Stöckl, Hartmut (2011): „Bildlinguistik“ – Standortbestimmung, Überblick, Forschungsdesiderate. In: Diekmannshenke, Hajo/Klemm, Michael/Stöckl, Hartmut (Hrg.): Bildlinguistik. Theorien – Methoden –

- Fallbeispiele. Berlin: Erich Schmidt Verlag. S. 7–18. (= Philologische Studien und Quellen 228).
- König, Katharina/Hector, Tim Moritz (2017): Zur Theatralität von WhatsApp-Sprachnachrichten. Nutzungskontexte von Audio-Postings in der mobilen Messenger-Kommunikation. In: *Networx* 79. <https://doi.org/10.15488/2970>.
- Konrad, Artie/Herring, Susan C./Choi, David (2020): Sticker and Emoji Use in Facebook Messenger: Implications for Graphicon Change. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 25(3), S. 217–235.
- Kotthoff, Helga (1998): *Spaß Verstehen: Zur Pragmatik von konversationellem Humor*. Berlin, Boston: De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110919011>.
- Lemnitzer, Lothar/Zinsmeister, Heike (2015): *Korpuslinguistik: eine Einführung*. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. Tübingen: Narr Francke Attempto. (= Narr Studienbücher).
- Lobin, Henning (2018): *Digital und vernetzt. Das neue Bild der Sprache*. Stuttgart: J.B. Metzler.
- Lohmeier, Anke-Marie (1996): *Hermeneutische Theorie des Films*. Tübingen: Niemeyer. (= Medien in Forschung und Unterricht. Serie A 42).
- Lundmark, Torbjörn (2009): *Tales of Hi and Bye: Greetings and Parting Rituals around the World*. Cambridge: University Press.
- Lüngen, Harald/Herzberg, Laura (2019): Types and annotation of reply relations in computer-mediated communication. In: *European Journal for Applied Linguistics* 7(2), S. 305–332. <https://doi.org/10.1515/eujal-2019-0006>.
- Lüngen, Harald/Kupietz, Marc (2020): IBK- und Social Media-Korpora am Leibniz-Institut für Deutsche Sprache. In: Marx, Konstanze/Lobin, Henning/Schmidt, Axel (Hrg.): *Deutsch in Sozialen Medien: Interaktiv – multimodal – vielfältig*. Berlin, Boston: De Gruyter. S. 319–342. (= Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache 2019).
- Marx, Konstanze (2017): *Diskursphänomen Cybermobbing. Ein internetlinguistischer Zugang zu [digitaler] Gewalt*. Berlin, Boston: De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110561609>.
- Marx, Konstanze/Weidacher, Georg (2014): *Internetlinguistik. Ein Lehr- und Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr. (= Narr Studienbücher).
- McCarthy, Anna (2017): Visual Pleasure and GIFs. In: Hesselberth, Pepita/Poulaki, Maria (Hrg.): *Compact Cinematics: The Moving Image in the Age of Bit-Sized Media*. New York, London: Bloomsbury Publishing Plc. S. 113–122. <https://doi.org/10.5040/9781501322297>.
- Miltner, Kate M./Highfield, Tim (2017): Never gonna GIF you up: Analyzing the cultural significance of the animated GIF. In: *Social Media + Society* 3(3), S. 1–11.
- Moskatova, Olga (2020): Überschuss, Detail, Bewegung. Zur ortsspezifischen Ästhetik und Cinematizität der GIFs. In: *Nach dem Film 18 (Ästhetik und Theorie des digitalen Films)*.

- Murthy, Dhiraj (2018): *Twitter: Social Communication in the Twitter Age*. 2. Auflage. Cambridge: Polity. (= Digital media and society series).
- Newman, Michael Z. (2016): GIFs: The Attainable Text. In: *Film Criticism* 40(1). <https://doi.org/10.3998/fc.13761232.0040.123>.
- Nöth, Winfried (2000): *Handbuch der Semiotik*. 2. Auflage. Berlin, Heidelberg: J.B. Metzler.
- Nöth, Winfried (2016): Verbal-visuelle Semiotik. In: Klug, Nina-Maria/Stöckl, Hartmut (Hrg.): *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext*. Berlin, Boston: De Gruyter. S. 190–215.
- Osterroth, Andreas (2019): How to do things with memes – Internet Memes als pragmatische Sprechakte. In: Bülow, Lars/Johann, Michael (Hrg.): *Politische Internet-Memes – theoretische Herausforderungen und empirische Befunde*. Berlin: Frank & Timme, Verlag für wissenschaftliche Literatur. S. 41–60. (= Texte und Diskurse 4).
- Page, Ruth/Barton, David/Unger, Johann Wolfgang/Zappavigna, Michele (2014): *Researching Language and Social Media: A Student Guide*. New York: Routledge.
- Pappert, Steffen (2017): Zu kommunikativen Funktionen von Emojis in der WhatsApp-Kommunikation. In: Beißwenger, Michael (Hrg.): *Empirische Erforschung internetbasierter Kommunikation*. Berlin, Boston: De Gruyter. S. 175–211. <https://doi.org/10.1515/9783110567786>.
- Pfurtscheller, Daniel (2018): Bilder zwischen Zeichen, Handlungen und Praktiken. In: Lobinger, Katharina (Hrg.): *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. S. 1–21. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-06738-0\\_2-1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-06738-0_2-1).
- Quine, W. V. (1940): *Mathematical Logic*. 9., aktualisierte Auflage. Cambridge: Harvard University Press.
- Ritter, Marie Luise (2018): *Follow me!: machen, was man liebt, und Geld damit verdienen – so wirst du Influencer*. München: Redline Verlag.
- von Rosen, Valeska (2011): Interpikturalität. In: Pfisterer, Ulrich (Hrg.): *Metzler Lexikon Kunstwissenschaft. Ideen, Methoden, Begriffe*. 2., erweiterte und aktualisierte Auflage. Stuttgart: Metzler. S. 208–211.
- Scheffler, Tatjana (2014): A German Twitter Snapshot. Proceedings of the Ninth International Conference on Language Resources and Evaluation (LREC'14). Reykjavik, Iceland: European Language Resources Association (ELRA). S. 2284–2289. [http://www.lrec-conf.org/proceedings/lrec2014/pdf/1146\\_Paper.pdf](http://www.lrec-conf.org/proceedings/lrec2014/pdf/1146_Paper.pdf) (24.1.2022).
- Scheffler, Tatjana/Kyba, Christopher (2016): Measuring Social Jetlag in Twitter Data. In: Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media 10(1), S. 675–678.
- Schlobinski, Peter/Watanabe, Manabu (2003): SMS-Kommunikation – Deutsch/Japanisch kontrastiv. Eine explorative Studie. In: *Networx* 21, S. 1–43.

- Schmitz, Ulrich (2011): Sehflächenforschung. Eine Einführung. In: Diekmannshenke, Hajo/Klemm, Michael/Stöckl, Hartmut (Hrg.): *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin: Erich Schmidt Verlag. S. 21–42. (= *Philologische Studien und Quellen* 228).
- Schneebeli, Céilia (2017): The Interplay of Emoji, Emoticons, and Verbal Modalities in CMC: A Case Study of YouTube Comments. In: *VINM 2017: Visualizing (in) the new media*, Nov 2017, University of Neuchâtel, Switzerland. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01632753> (24.7.2022).
- Schulze, Andreas (2009): „Belehrung und Unterhaltung“. Brehms Tierleben im Spannungsfeld von Empirie und Fiktion. München: Herbert Utz Verlag. (= *Münchener Beiträge zur Sprach- und Literaturwissenschaft* 4).
- Schwarz-Friesel, Monika/Consten, Manfred (2014): *Einführung in die Textlinguistik*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft. (= *Einführung Germanistik*).
- Selting, Margret (2001): Stil – in interaktionaler Perspektive. In: Jakobs, Eva-Maria/Rothkegel, Anneli (Hrg.): *Perspektiven auf Stil*. Tübingen: Niemeyer. S. 3–20.
- Siebenhaar, Beat (2018): Funktionen von Emojis und Altersabhängigkeit ihres Gebrauchs in der Whatsapp-Kommunikation. In: Ziegler, Arne (Hrg.): *Jugendsprachen/Youth Languages. Aktuelle Perspektiven internationaler Forschung/Current Perspectives of International Research*. Berlin, Boston: De Gruyter. S. 749–772. <https://doi.org/10.1515/9783110472226-034>.
- Siever, Christina Margrit (2015): *Multimodale Kommunikation im Social Web: Forschungsansätze und Analysen zu Text-Bild-Relationen*. Frankfurt am Main: Peter Lang. (= *Sprache – Medien – Innovationen* 8).
- Spina, Stefania (2019): Role of Emoticons as Structural Markers in Twitter Interactions. In: *Discourse Processes* 56(4), S. 345–362. <https://doi.org/10.1080/0163853X.2018.1510654>.
- Stefanowitsch, Anatol (2020): Der Shitstorm im Medium Twitter. Eine Fallstudie. In: Marx, Konstanze/Lobin, Henning/Schmidt, Axel (Hrg.): *Deutsch in Sozialen Medien: Interaktiv – multimodal – vielfältig*. Berlin, Boston: De Gruyter. S. 185–214. <https://doi.org/10.1515/9783110679885-010>.
- Stöckl, Hartmut (2000): Bilder – Stereotype Muster oder kreatives Chaos? Konstitutive Elemente von Bildtypen in der visuellen Kommunikation. In: Wellmann, Hans/Fix, Ulla (Hrg.): *Bild im Text – Text im Bild*. Heidelberg: Universitätsverlag Winter. S. 325–341. (= *Sprache, Literatur und Geschichte* 20).
- Stöckl, Hartmut (2004a): Die Sprache im Bild – das Bild in der Sprache: zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text: Konzepte, Theorien, Analysemethoden. Berlin: De Gruyter. (= *Linguistik – Impulse & Tendenzen* 3).
- Stöckl, Hartmut (2004b): Typographie: Gewand und Körper des Textes – Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung. In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 41, S. 5–48.
- Stöckl, Hartmut (2011): Sprache-Bild-Texte lesen. Bausteine zur Methodik einer Grundkompetenz. In: Diekmannshenke, Hajo/Klemm, Michael/Stöckl, Hartmut

- (Hrg.): *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin: Erich Schmidt Verlag. S. 43–70. (= *Philologische Studien und Quellen* 228).
- Stöckl, Hartmut (2012): *Werbekommunikation semiotisch*. In: Janich, Nina (Hrg.): *Handbuch Werbekommunikation: sprachwissenschaftliche und interdisziplinäre Zugänge*. Tübingen: Narr Francke Attempto. S. 243–262. (= *UTB* 8457).
- Stöckl, Hartmut (2016): *Multimodalität – Semiotische und textlinguistische Grundlagen*. In: Klug, Nina-Maria/Stöckl, Hartmut (Hrg.): *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext*. Berlin, Boston: De Gruyter. S. 3–35.  
<https://doi.org/10.1515/9783110296099>.
- Storrer, Angelika (1999): *Kohärenz in Text und Hypertext*. In: Lobin, Henning (Hrg.): *Text im digitalen Medium. Linguistische Aspekte von Textdesign, Texttechnologie und Hypertext Engineering*. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 33–66.
- Storrer, Angelika (2004): *Kohärenz in Hypertexten*. In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 31(2), S. 274–292.
- Storrer, Angelika (2008): *Hypertextlinguistik*. In: Janich, Nina (Hrg.): *Textlinguistik. 15 Einführungen*. Tübingen: Narr. S. 315–332. (= *Narr Studienbücher*).
- Storrer, Angelika (2013): *Sprachstil und Sprachvariation in sozialen Netzwerken*. In: Frank-Job, Barbara/Mehler, Alexander/Sutter, Tilmann (Hrg.): *Die Dynamik sozialer und sprachlicher Netzwerke. Konzepte, Methoden und empirische Untersuchungen an Beispielen des WWW*. Wiesbaden: Springer VS. S. 331–366.
- Storrer, Angelika (2014): *Sprachverfall durch internetbasierte Kommunikation? Linguistische Erklärungsansätze – empirische Befunde*. In: Plewnia, Albrecht/Witt, Andreas (Hrg.): *Sprachverfall? Dynamik – Wandel – Variation*. Berlin, Boston: De Gruyter. S. 171–196. (= *Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache* 2013)  
<https://doi.org/10.1515/9783110343007.171>.
- Storrer, Angelika (2018): *Interaktionsorientiertes Schreiben im Internet*. In: Deppermann, Arnulf/Reineke, Silke (Hrg.): *Sprache im kommunikativen, interaktiven und kulturellen Kontext*. Berlin, Boston: De Gruyter. S. 219–244. (= *Germanistische Sprachwissenschaft um 2020* 3) <https://doi.org/10.1515/9783110538601-010>.
- Storrer, Angelika (2020): *Textqualität digital: Ein Modell zur Qualitätsbewertung digitaler Texte*. In: *Deutsche Sprache* 48(2), S. 101–125.  
<https://doi.org/10.37307/j.1868-775X.2020.02.03>.
- Strauven, Wanda (2020): *Let’s Dance: GIF 1.0 versus GIF 2.0*. In: Jancovic, Marek/Volmar, Axel/Schneider, Alexandra (Hrg.): *Format Matters. Standards, Practices, and Politics in Media Cultures*. Lüneburg: meson press. S. 47–63.  
<https://doi.org/10.14619/1556>.
- Tanchis, Roberto/Walder, Leonie (2021): *Animojis. Eine Analyse aus linguistischer Perspektive*. In: Brommer, Sarah/Dürscheid, Christa (Hrg.): *Mensch. Maschine. Kommunikation. Beiträge zur Medienlinguistik*. Tübingen: Narr Francke Attempto. S. 71–84.

- Tang, Ying/Hew, Khe Foon (2019): Emoticon, Emoji, and Sticker Use in Computer-Mediated Communication: A Review of Theories and Research Findings. In: *International Journal of Communication* 13, S. 2457–2483.
- Tang, Ying/Hew, Khe Foon/Herring, Susan C./Chen, Qian (2021): (Mis)Communication through Stickers in Online Group Discussions: A Multiple-Case Study. In: *Discourse & Communication* 15(5), S. 582–606. <https://doi.org/10.1177/17504813211017707>.
- Teege, Jennifer/Sellmair, Nikola (2013): *Amon: mein Großvater hätte mich erschossen*. 5. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Thompson, Kristin (1986): The Concept of Cinematic Excess. In: Rosen, Philip (Hrg.): *Narrative, Apparatus, Ideology: A Film Theory Reader*. New York: Columbia University Press. S. 130–142.
- Thompson, Kristin/Bordwell, David (2009): *Film history: an introduction*. 3. Auflage. New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Tolins, Jackson/Samermit, Patrawat (2016): GIFs as Embodied Enactments in Text-Mediated Conversation. In: *Research on Language and Social Interaction* 49(2), S. 75–91. <https://doi.org/10.1080/08351813.2016.1164391>.
- Wagener, Albin (2021): The Postdigital Emergence of Memes and GIFs: Meaning, Discourse, and Hypernarrative Creativity. In: *Postdigital Science and Education* 3(3), S. 831–850.
- Wentz, Daniela (2020): Das GIF. Geschichte und Geltung eines Formats aus dem Geist des Tanzes. In: *Zeitschrift für Medienwissenschaft* 12(22), S. 42–52.
- Wyss, Eva/Hug, Barbara (2016): WhatsApp-Chats. Neue Formen der Turnkoordination bei räumlich-visueller Begrenzung. In: Spiegel, Carmen/Gysin, Daniel (Hrg.): *Jugendsprache in Schule, Medien und Alltag*. Frankfurt am Main: Peter Lang. S. 259–274.
- Zappavigna, Michele (2012): *Discourse of Twitter and Social Media: How we use language to create affiliation on the web*. London: Bloomsbury Academic. (= Bloomsbury discourse series).
- Zappavigna, Michele (2017): Twitter. In: Hoffmann, Christian R./Bublitz, Wolfram (Hrg.): *Pragmatics of Social Media*, Bd. 11. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton. S. 201–224. <https://doi.org/10.1515/9783110431070-008>.
- Zappavigna, Michele (2018): *Searchable Talk: Hashtags and Social Media Metadiscourse*. London: Bloomsbury Academic.
- Ziegler, Arne (2004): Textstrukturen internetbasierter Kommunikation. In: Beißwenger, Michael/Hoffmann, Ludger/Storrer, Angelika (Hrg.): *Internetbasierte Kommunikation*. S. 159–173. (= Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 68).

## Quellenverzeichnis

### Nachschlagewerke

Duden-Online: Duden Online-Wörterbuch. Bibliographisches Institut Berlin.  
<https://www.duden.de/woerterbuch>.

grammis: Grammatisches Informationssystem. Leibniz-Institut für Deutsche Sprache  
Mannheim. <https://grammis.ids-mannheim.de>.

Merriam-Webster: Dictionary by Merriam-Webster. Springfield, Massachusetts.  
<https://www.merriam-webster.com>.

### Korpora

DEREKO: Das deutsche Referenzkorpus. Leibniz-Institut für Deutsche Sprache  
Mannheim. <https://www.ids-mannheim.de/digspra/kl/projekte/korpora/>.

What's up, Switzerland?: Korpus. Universität Zürich. <https://www.whatsup-switzerland.ch/index.php/de/>.

### Weitere Quellen

Africa Lion & Environmental Research Trust (2014): Africa needs Lions. A responsible development approach to lion conservation. Annual Report 2013.  
<https://www.yumpu.com/en/document/read/45658542/africa-needs-lions-african-lion-environmental-research-trust> (24.7.2022).

Apple. Newsroom: Apple brings more than 70 new emoji to iPhone with iOS 12.1.  
<https://www.apple.com/de/newsroom/2018/10/apple-brings-more-than-70-new-emoji-to-iphone-with-ios-12-1/> (03.10.2018).

Bloggif: Zerlegen eines animierten GIFs. <https://de.bloggif.com/gif-extract>.

Change.org. Die weltweit größte Petitionsplattform für gesellschaftliche Veränderung. <https://www.change.org>.

CRMBLOG. Zorn, Nico (2017): Gif-Animationen im E-Mail Marketing: 5 kreative Beispiele. <https://emailmarketingblog.de/email-design/gif-animationen-email-marketing-beispiele/> (13.01.2017).

Deutschlandfunk Nova. <https://www.deutschlandfunknova.de>.

Ein Cent gegen Nazis. Der unfreiwillige Spendenlauf für Menschenrechte.  
<https://www.ein-cent-gegen-nazis.de>.

Extractgif. Bilder aus GIF extrahieren. <https://extractgif.imageonline.co/index-de.php>.

Filb.de. Pokémon-News und -Informationen. Forenbeitrag: Kiku.  
<https://www.filb.de/forum/index.php?thread/18392-das-gif-bild-spiel/>  
(16.05.2016).

Frankenpost. Einflussreiche, deutsche Punkband. <https://www.frankenpost.de/inhalt.erlangen-einflussreiche-deutsche-punkband.daa69edd-78cf-4889-ad47-37d10acb795d.html> (06.10.2019).

Future BIZ. Firsching, Jan (2021): Twitter Statistiken 2021: Aktuelle Nutzerzahlen, Nutzerwachstum & Umsatz. <https://www.futurebiz.de/artikel/twitter-statistiken-nutzerzahlen/> (27.10.2021).

Getvid. <https://www.getvid.com/de/twitter>.

GIF Battle. <https://gifbattle.zone>.

Grumpy Cat. About Grumpy Cat. <https://www.grumpycats.com/about>.

it-blogger.net. Valdet (2016): <https://it-blogger.net/whatsapp-messenger-fuer-iphone-version-2-16-15-ist-da/> (06.11.2016).

Lialina, Olia (1996): My boyfriend came back from war. Kunstinallation. <http://www.teleportacia.org/war/>.

Oxford Languages. Word of the Year. <https://languages.oup.com/word-of-the-year/>.

Reuters. Paul, Katie/Culliford, Elizabeth (2016): Facebook buys GIF website Giphy to integrate with Instagram. <https://www.reuters.com/article/us-facebook-giphy/facebook-buys-gif-website-giphy-to-integrate-with-instagram-idUSKBN22R2OY> (15.05.2020).

SaveTwetVid. <https://www.savetweetvid.com/de/downloader>.

Sea-Watch e.V. <https://sea-watch.org>.

Seebrücke. Über uns. <https://seebruecke.org/wir/>.

Spiegel Online. Reißmann, Ole (2016): Die neue Twitter-Funktion wird man entweder lieben oder hassen. <https://www.spiegel.de/panorama/auf-twitter-lassen-sich-jetzt-einfach-gifs-finden-und-posten-a-00000000-0003-0001-0000-000000349546> (17.02.2016).

Statista: Gewinn bzw. Verlust von Meta weltweit vom 1. Quartal 2010 bis zum 1. Quartal 2022. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/237450/umfrage/gewinn-von-facebook-weltweit-quartalszahlen/>.

Statista: Statistiken zum Thema Soziale Netzwerke. [https://de.statista.com/themen/1842/soziale-netzwerke/#topicHeader\\_\\_wrapper](https://de.statista.com/themen/1842/soziale-netzwerke/#topicHeader__wrapper).

Süddeutsche Zeitung. Nimz, Ulrike/Rietzschel, Antonie (2018): „Wir sind mehr“. <https://www.sueddeutsche.de/politik/chemnitz-wir-sind-mehr-1.4116025> (03.09.2018).

Tagesschau. Meta muss Giphy wieder verkaufen. <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/unternehmen/facebook-giphy-wettbewerbsaufsicht-cma-101.html> (30.11.2021).

Tagesschau. Von wann ist der Tweet? [https://www.tagesschau.de/faktenfinder/tutorials/tutorial-101~\\_origin-a768765a-3249-4d07-81c0-41dd8f89110d.html](https://www.tagesschau.de/faktenfinder/tutorials/tutorial-101~_origin-a768765a-3249-4d07-81c0-41dd8f89110d.html) (15.08.2018).

The Verge. Statt, Nick (2018): You can now send GIFs within Instagram Direct. <https://www.theverge.com/2018/9/20/17882910/instagram-direct-gif-support-private-messaging-giphy> (20.09.2018).

Twitter. Hilfe-Center. Über die Timeline „Mitteilungen“. <https://help.twitter.com/de/using-twitter/how-to-use-tweetdeck>.

Twitter. Hilfe-Center. Verifizierte Accounts. <https://help.twitter.com/de/managing-your-account/about-twitter-verified-accounts>.

Twitter. Hilfe-Center. Verwendung von TweetDeck. <https://help.twitter.com/de/managing-your-account/understanding-the-notifications-timeline>.

Twitter. Q4 and Fiscal Year 2019. Letter to Shareholders. February 6, 2020 @TwitterIR. [https://s22.q4cdn.com/826641620/files/doc\\_financials/2019/q4/Q4-2019-Shareholder-Letter.pdf](https://s22.q4cdn.com/826641620/files/doc_financials/2019/q4/Q4-2019-Shareholder-Letter.pdf).

Unicode. Unicode Emoji. Guidelines for Submitting Unicode® Emoji Proposals. <https://www.unicode.org/emoji/proposals.html>.

World Wide Web Consortium (W3C). Extensible Markup Language (XML). <https://www.w3.org/XML/>.

Zeit Online. Viele Gegendemonstranten bei Aufmarsch von Neonazis. <https://www.zeit.de/politik/deutschland/2018-08/rudolf-hess-neonazi-aufmarsch-spandau-buendnis-gegen-rechts> (18.08.2018).

# Anhang

## Korpus<sup>129</sup>

### 1. Thread

 **Deutschlandfunk Nova**   [Folge ich](#) 

@dlfnova

Otter zum Freitag!



07:52 - 10. Aug. 2018

10 Retweets 48 „Gefällt mir“-Angaben



 3  10  48 

---



   **Userin 2**  08:10 - 10. Aug. 2018

Antwort an @dlfnova @Userin 1

Katze dazu.



 1  1  4 

<sup>129</sup> Um die Persönlichkeitsrechte der jeweiligen User:innen zu wahren, wurden ihre Namen geschwärzt. Bei verifizierten Accounts gemeinnütziger Organisationen oder öffentlich-rechtlicher Sender wurde dagegen auf eine Anonymisierung verzichtet. Die User:innen wurden trotzdem nummeriert. Die Zählung folgt einer chronologischen Logik und richtet sich nach dem Zeitstempel des jeweiligen Postings.

User:in 4 11:33 - 10. Aug. 2018  
Auch immer wieder genial



GIF

1

User:in 1  
Deutschlandfunk Nova @difnova 11:53 - 10. Aug. 2018  
Super!

User:in 3 09:46 - 10. Aug. 2018  
Antwort an @difnova @User:in 1



GIF

1 1

User:in 5 11:47 - 10. Aug. 2018  
Antwort an @difnova @User:in 1



GIF

## 2. Thread

 **Ein Cent gegen Nazis** User:in 1 Folgen ▼  
@1CentgegenNazis

Wie kommt eigentlich die finale Spendensumme für @seawatchcrew zustande, wenn ihr 1cent oder mehr pro Nazi zusagt? Hier wirds erklärt:

#eincentgegennazis #b1808 #seawatch



18:00 - 8. Aug. 2018

35 Retweets 38 „Gefällt mir“-Angaben



3 35 38

Twitter deine Antwort

User:in 2 Uhrzeit konnte nicht nacherhoben werden - 8. Aug. 2018 ▼  
Antwort an @1CentgegenNazis @User:in 3 @seawatchcrew  
Wie kann man sich denn in irgendeiner Art und Weise darüber freuen, dass 1000 oder x-Nazis durch die Stadt laufen können, nur weil dann eine Summe Y daraus gespendet wird? Das juckt die Faschos doch überhaupt nicht.

User:in 3 08:27 - 9. Aug. 2018 ▼  
Die Nazis kommen so oder so. Egal was die Gegen-Mobilisierung macht. Bei der Aktion geht es vor allem darum ihnen die mediale Aufmerksamkeit zu nehmen.

User:in 5 06:50 - 10. Aug. 2018 ▼  
Antwort an @1CentgegenNazis @seawatchcrew  
1 Cent pro Nazi in Deutschland..? Bin ich Krösus?!

Weitere Antworten

User:in 4 17:33 - 9. Aug. 2018 ▼  
Antwort an @1CentgegenNazis @seawatchcrew  
Sie meinen wohl 2 Cent für Adolf,?! Den Alten immer schön am Leben halten, dann hat Ihre Clique auch eine Existenzberechtigung!

### 3. Thread

 Userin 1 Folgen 

Habt Dank für Eure Hilfe, Champions! Gebt die Hoffnung niemals auf. Ihr seid in Sturmwind immer willkommen.

Das Licht wird den Sieg bringen. Wir werden diesen Krieg gewinnen.

[#FürdieAllianz](#)  [#BattleforAzeroth](#) !



13:03 - 9. Aug. 2018

25 Retweets 208 „Gefällt mir“-Angaben



 29  25  208 



Twitterte deine Antwort

Userin 16 · 14:07 - 9. Aug. 2018  
 @Userin 1  
 Langsam wird's eklig bei euch. #FürDieHorde 🙄



GIF imoPlay

5

---

Userin 5 · 13:07 - 9. Aug. 2018  
 @Userin 1



GIF

6

Datum u. Uhrzeit konnten nicht nacherhoben werden

---

Userin 30 · 13:22 - 9. Aug. 2018  
 @Userin 1  
 Warum sieht Anduin eigentlich aus wie der junge Brad Pitt?

4

---

Userin 8 · 13:22 - 9. Aug. 2018  
 @Userin 1



GIF

3

---

Userin 3 · 13:05 - 9. Aug. 2018  
 @Userin 1  
 #FürdieAllianz 🙄  
 Die Schlacht um Teldrassil mögen wir verloren haben, aber den Krieg werden WIR gewinnen  
 FÜR DIE ALLIANZ

3

Uhrzeit konnte nicht nacherhoben werden - 9. Aug. 2018

---

Userin 31 · 9. Aug. 2018  
 @Userin 1  
 Oh, Manni lädt uns nach Sturmwind ein? 🙄 Dann such Dir schonmal einen sicheren Keller, Bübchen! 🙄  
 #ForTheHorde 🙄



GIF

2

- User:in 19 15:21 - 9. Aug. 2018  
@User:in 1  
Die Horde wird triumphierend auf den Trümmern und der Asche der Allianz stehen. #FürDieHorde 🇵🇸  
#SylvanasMyWarchief
- 
- User:in 11 13:31 - 9. Aug. 2018  
@User:in 1  
Es endet doch eh in alte Götter und wir einigen uns mit der anderen Fraktion... Wuhuu... Schmeißt die Fraktionen endlich weg!
- User:in 29 22:10 - 9. Aug. 2018  
@User:in 1  
Seit 8.0 stirbt jeder Hordler, egal ob Level 1 oder 110 😂😂
- User:in 26 21:02 - 9. Aug. 2018  
@User:in 1  
Für den König!!!  
Und wehe ihr fasst ihn an, ihr Hordenpack!!! 🇵🇸
- User:in 24 20:13 - 9. Aug. 2018  
@User:in 1  
Wer findet noch, dass Anduin aussieht wie ein junger Brad Pitt?!

- User:in 22 17:30 - 9. Aug. 2018  
@User:in 1  
Für die Allianz 😊
- User:in 21 17:04 - 9. Aug. 2018  
@User:in 1
- 
- User:in 18 15:20 - 9. Aug. 2018  
@User:in 1  
Brad Pitt.
- User:in 13 13:35 - 9. Aug. 2018  
@User:in 1  
Niemaals werden die fraktionen zusammenkommen es wird immer zwietracht zwischen horde und allianz geben.  
Ich für meinen teil Hasse ja die Allianz .  
[#Fürdieverlassenen](#)
- User:in 12 13:31 - 9. Aug. 2018  
@User:in 1  
Irgendwann ist Sylvanas weg. Dann sind wir wieder frei.  
[#ForTheHorde](#) [#ForAzeroth](#)
- 
- User:in 10 13:25 - 9. Aug. 2018  
@User:in 1  
geht weg mit dem Peppo und zeigt mir Sylvanas!

User:in 32  
 @User:in 1  
 Ruhm gehört zu Sturmwind!  
 #FürdieAllianz

User:in 33  
 @User:in 1  
 Keine Hoffnung. Nur Schmerz. Schmerz!

User:in 7  
 @User:in 1  
 Bei einem Krieg kann keiner gewinnen, es gibt dabei nur Verlierer. Auch wenn ich für meinen König und die Allianz kämpfe, so bin ich bestrebt für ein friedliches Zusammenleben zwischen Horde und Allianz. Nur so können wir zukünftig Gefahren bezwingen, und das Gemeinsam!

User:in 14  
 Solange Genn lebt wird es keinen Frieden geben.

User:in 27  
 Solang \*Sylvanas lebt wird es keinen Frieden geben. Genn hört wenigstens auf sein König und das Folk der Allianz.

User:in 14  
 Genn hört auf seinen König? Anduin ist Genns Marionette...

User:in 15  
 @User:in 1  
 Darf ich auch meine Kumpels mitbringen? Sind auch nicht viele :D



User:in 17  
 Die Hooorde rennt, sie macht alles nieder...

User:in 6 13:10 - 9. Aug. 2018  
@User:in 1  
#FürDieHorde



1 3

1 weitere Antwort

User:in 9 13:22 - 9. Aug. 2018  
@User:in 6 und User:in 1  
Auf nach Sturmwind.  
1:22 nachm. · 9. Aug. 2018 · Twitter for iPhone

User:in 20 16:37 - 9. Aug. 2018  
@User:in 1  
Für die Horde



1 3

User:in 2 13:04 - 9. Aug. 2018  
@User:in 1  
#FürdieHorde Die Allianz wird Fallen. Die Horde wird überleben

4

User:in 4 13:05 - 9. Aug. 2018  
@User:in 1  
Für die Horde

1

User:in 25 20:42 - 9. Aug. 2018  
@User:in 1  
Ich wusste schon zu MoP dass dieses Rotzgör nur Ärger machen würde und wir es besser im Fluss versenken sollten. Aber es wollte ja keiner hören



🗨️ 🔄 ❤️ ✉️

User:in 23 20:03 - 9. Aug. 2018  
@User:in 1  
Die Allianz hat in Unterstadt versagt. Wie kommt man auf so einen Müll? Diese Fraktion fühlt sich so elendig falsch und wie ein Loser an.

🗨️ 🔄 ❤️ ✉️

User:in 28 21:33 - 9. Aug. 2018  
@User:in 1  
Ooooh die allianz isssooooo tolllll...



🗨️ 🔄 ❤️ ✉️

#### 4. Thread

 User:in 1 Folgen 

Champions, bald werdet Ihr Zeugen der Geburt einer neuen Ära. Die Zukunft der Horde wiegt auf unseren Schultern.

Macht Euch, wie ich, auf den Weg zurück nach Orgrimmar. Ruht Euch aus! Wappnet Euch für die kommenden Schlachten. Ich brauche Euch [#FürdieHorde](#) 



12:45 - 10. Aug. 2018

27 Retweets 137 „Gefällt mir“-Angaben



 16  27  137 



Twitterte deine Antwort

- User.in 4 12:49 - 10. Aug. 2018  
@User.in 1  
Irgendwie sieht sie traurig aus nicht der Allianz anzugehören xD  
#FürDieAllianz
- User.in 3 12:52 - 10. Aug. 2018  
Sie ist nur traurig weil nicht noch mehr Elfen in Teldrassil ihr Leben gelassen haben 🥺 #FürdieHorde
- User.in 12 13:07 - 10. Aug. 2018  
@User.in 1  
Bin bereit die Allianz zu vernichten #FürDieHorde  
#Sylvanas
- 
- User.in 11 13:05 - 10. Aug. 2018  
@User.in 1  
Wir sind bereit mit unserem Kriegshäuptling in die Schlacht zu ziehen und der Allianz zu zeigen wozu wir fähig sind. Teldrassil war nur der Anfang, und schon bald werden sie mehr zu beweinen haben. #FürdieHorde und für #Sylvanas Windläufer!
- User.in 10 13:03 - 10. Aug. 2018  
@User.in 1  
Zu Diensten, meine Fürstin! Gemeinsam werden wir den Bengel und seinen Köter in die Schranken weisen!  
#FürdieHorde
- User.in 6 12:53 - 10. Aug. 2018  
@User.in 1  
Die neue Ära wird die Geburt von lauter Untoten sein. Ob Allianz oder Horde, Sylvanas wird alle zu "Verlassenen" machen. Das Ihre Rasse überlebt steht über alles! Die Position als "Kriegshäuptling" und die Horde sind nur ein Mittel zum Zweck.

User:in 3 12:48 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1  
 Ich bin bereit! #FürDieHorde 🏹



User:in 8 12:59 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1  
 Javelin ist auch bereit für Krieg, zu jedem Anlass das passende Outfit, von der Verteidigung Orgrimmars bis zur Wacht in Silbermond 😊



User:in 5 12:50 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1  
 Moment! Das sieht nicht so aus als wäre das aus der Cinematic. Kommt da noch was unangekündigtes auf uns zu? #FürDieHorde 🏹

User:in 17 14:56 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1  
 Die Dunkle Fürstin schütze uns! #FürDieHorde 🏹

User:in 16 14:07 - 10. Aug. 2018  
 Antwort an @Warcraft\_DE  
 #FürDieHorde 🏹 🙌

User:in 15 13:52 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1  
 Dann könne wir ja froh sein, dass Gnome sich der Allianz angeschlossen haben. Auf deren Schultern würde wohl nicht viel Zukunft draufpassen. :D

User:in 7 12:54 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1  
 Nutzt Sylvanas Lipgloss? 🏹

User:in 2 12:47 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1 und User:in 18  
 #FürDieHorde 🏹

User:in 14 13:30 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1  
 #FürDieAllianz 🏹

User:in 9 13:01 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1  
 Ich kann erst ab Mittwoch Abend, dafür bin ich dann bis Sonntag durchgehend online

User:in 13 13:26 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1 und User:in 18  
 #FürDieHorde 🏹  
 Auf in die Schlacht

## 5. Thread

 **User:in 1** Folgen ▼

Noch einmal kurzer Blick ins [#Moseleck](#) heute morgen:

[#Rebic2022](#)



**GIF**  
12:41 - 10. Aug. 2018

6 Retweets 36 „Gefällt mir“-Angaben



 1  6  36 

---



 **User:in 2** 15:01 - 10. Aug. 2018 ▼

@User:in 1  
Fragt sich nur, wie hoch die Ausstiegsklausel ist...



## 6. Thread

User:in 1 Folgen ▾

Es ist ja ok,wenn es beim Stadtausflug regnet. Kein Problem.  
Wenn aber SO EIN VERFICKTER ARSCH DURCH EINE GROBE PFÜTZE NEBEN EINEM BRETTERT UND EINEN BIS ZUR UNTERWÄSCHE DURCHNÄSST IST DAS SCHEISSE!!!!



GIF

12:46 - 10. Aug. 2018

3 Retweets 7 „Gefällt mir“-Angaben

2 3 7

Twitter deine Antwort

---

User:in 1 12:49 - 10. Aug. 2018 ▾

Sind jetzt zurück ins Hotel. Alle Klamotten aufgehängt und erst mal trocknen lassen 😊  
De hat nicht mal abgebremst!  
DER BLITZ SOLL IHN BEIM SCHEIßEN TREFFEN!!!

2

---

User:in 2 12:57 - 10. Aug. 2018 ▾

@User:in 1

Weiß sicher wieviel ihn das kostet. FEIGLINGE

1 1

---

User:in 1 13:12 - 10. Aug. 2018 ▾

Ist das strafbar? Wusste ich noch nicht. War sogar die Busspur 🙌 Sah fast nach Absicht aus.

1 1

---

User:in 2 14:26 - 10. Aug. 2018 ▾

Und ob. Gleich.dreimal glaube ich.  
Rücksichtsloses Fahren  
Reinigung der Kleidung  
Und Busspur

1 1

Twitter

## 7. Thread

 **User:in 1** Folgen ✓

Es wäre wirklich super schön wenn ihr später den neuen Comeback Trailer "Epiphany" von @BTS\_twt spielen würdet. ❤️

#tweetclips



11:58 - 10. Aug. 2018

5 Retweets 13 „Gefällt mir“-Angaben

🗨️ 1 🔄 5 ❤️ 13 ✉️

---



 **User:in 2** Uhrzeit konnte nicht nacherhoben werden. Tweet wurde gelöscht. - 10. Aug. 2018

@User:in 1 und User:in 4

Geht das so schnell? Brauchen die erst nicht die Rechte oder so? :/

🗨️ 1 🔄 🇸🇰 📧

 **User:in 3** 13:08 - 10. Aug. 2018

Kenn mich damit nicht aus. Aber versuchen kann man es trotzdem 😅

🗨️ 🔄 ❤️ 1 ✉️



## 8. Thread

 **User:in 1** Folgen

#FF gern gelesen Erstmal Mädels  
@User:in 9 @User:in 4 @User:in 13  
@User:in 5 @User:in 14 @User:in 8  
@User:in 7 @User:in 12  
und Kerle  
@User:in 10 @User:in 6  
@User:in 15 @User:in 16  
@User:in 2 @User:in 17  
@User:in 11 @User:in 18 @User:in 19  
@User:in 20



11:01 - 10. Aug. 2018

4 Retweets 14 „Gefällt mir“-Angaben

10 4 14

---



 **User:in 2** 11:48 - 10. Aug. 2018  
@User:in 1 @User:in 9 und 16 weitere  
Was'n hier los? Merci vielmals! 😊😊

1 5

 **User:in 1** 11:50 - 10. Aug. 2018  
Aufwachen..

1 5

 **User:in 2** 11:52 - 10. Aug. 2018  
Wieso hab ich den Ruf, dass jeder denkt ich lieg noch im Bett? (Liege wirklich noch im Bett) 😊 @User:in 3  
TURLOOOOOOOK ist das dein Verdienst?! 😂😂

2 8

User:in 1 11:54 - 10. Aug. 2018  
 🤔🤔🤔 War geraten und du bist Student.. :P  
 1 8

User:in 2 11:54 - 10. Aug. 2018  
 VORURTEILE also... Soso.. Warum denkst sowas niemand bei @User:in 13? Die studiert auch. 🤔  
 1 6

User:in 1 12:16 - 10. Aug. 2018  
 🤔🤔 erschwerend hinzu kommt, dass du ein Mann bist.. ;-)  
 1 4

User:in 2 13:12 - 10. Aug. 2018  
 Puh.. Des petz ich! 🤔🤔  
 1 4

User:in 3 14:09 - 10. Aug. 2018  
 Wo sie recht hat hat sie recht, und die @User:in 13 antwortet halt schon auch immer viel schneller als du vor allem Vormittags. Dafür hängt die aber auch viel lieber mitm Curry ab als mit uns, das gibt auch Minuspunkte 🤔🤔🤔  
 2

---

User:in 4 12:21 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1 und @User:in 9 und 16 weitere  
 Vielen Dank für die liebe Erwähnung 🤔🤔 Habt alle einen schönen Freitag 🤔  
  
 1 7

User:in 1 13:15 - 10. Aug. 2018  
 No Problemo.. Thx, du auch.. 🤔  
 Tweet übersetzen  
 4

---

User:in 5 11:16 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1 und @User:in 9 und 16 weitere  
 So eine tolle Aufmunterung! Hallo!!  
  
 2 7

User:in 1 11:32 - 10. Aug. 2018  
 Hallo.. Muss ja mal gesagt geschrieben werden..  
 7

User:in 6 11:17 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1 @User:in 9 und 16 weitere  
 Danke schön! 🤔  
 1 6

User:in 1 11:32 - 10. Aug. 2018  
 Bütte... 🤔  
 Tweet übersetzen  
 6

User:in 7 13:27 - 10. Aug. 2018  
@User:in 1 und @User:in 9 und 16 weitere  
Ui vielen Dank, fürs erwähnen was ist hier los 😊



1 4

User:in 1 14:02 - 10. Aug. 2018  
😊😊😊

4

User:in 8 11:12 - 10. Aug. 2018  
@User:in 1 und @User:in 9 und 16 weitere

7

User:in 9 11:51 - 10. Aug. 2018  
@User:in 1 und @User:in 4 und 16 weitere  
Danke schön 🙏

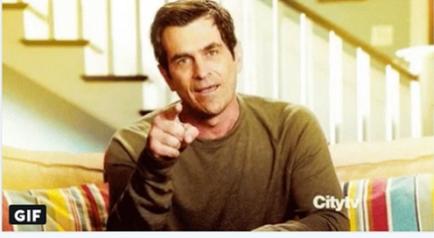
5

User:in 10 14:11 - 10. Aug. 2018  
@User:in 1 und @User:in 9 und 16 weitere  
Danke dir 😊 Habt ein schönes Wochenende 😊

4

---

User:in 11 12:47 - 10. Aug. 2018  
@User:in 1 und @User:in 9 und 16 weitere  
Vielen lieben dank. 🙏💕👉



3

User:in 12 11:38 - 10. Aug. 2018  
@User:in 1 und @User:in 9 und 16 weitere  
Danke schön 🙏

3

## 9. Thread

**Userin 1** Folgen ▾

Livebilder aus Frankfurt. #rebic



10:46 - 10. Aug. 2018

11 Retweets 84 „Gefällt mir“-Angaben

4 11 84

---

Twittere deine Antwort

**Userin 3** 10:58 - 10. Aug. 2018 ▾  
@Userin 1  
😂 So schauts aus!

2

**Userin 4** 10:58 - 10. Aug. 2018 ▾  
@Userin 1  
Trinke gerade den ersten (und bestimmt nicht letzten) Apfelwein des Tages :)

2

**Userin 5** 11:06 - 10. Aug. 2018 ▾  
@Userin 1  
Ich glaube den Basti muss man grad mit dem Lasso einfangen, damit er nicht durchgeht

1

**Userin 2** 10:54 - 10. Aug. 2018 ▾  
@Userin 1  
Im Winter dann, Rebic für AK 7,5 Mio zum FCB und 59% nach Italien. hrrhr

## 10. Thread<sup>130</sup>

User:in 1 Folgen

#ff zum Freitag @User:in 2

@User:in 14 @User:in 10 @User:in 11

@User:in 4

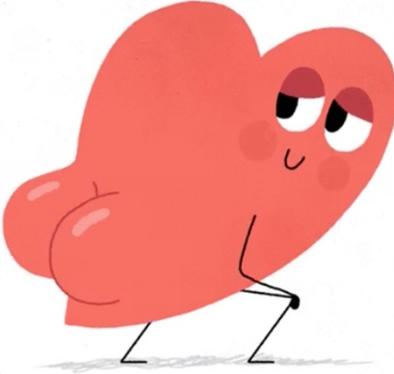
@User:in 13 @User:in 8

@User:in 6 @User:in 5

@User:in 9 @User:in 7

@User:in 12 @User:in 3

YOU MAKE MY HEART TWERK



GIF

09:43 - 10. Aug. 2018

6 Retweets 17 „Gefällt mir“-Angaben

12 6 17

Twitter deine Antwort

<sup>130</sup> Da die Postings von User:in 12 und 13 nicht nacherhoben werden konnten, wurden auch die GIFs nicht in das Datenset inkludiert.

User.in 11 14:34 - 10. Aug. 2018  
@User.in 1 und @User.in 2 und  
15 weitere  
❤️❤️❤️❤️❤️🥰



🗨️ 🔄 ❤️ 4 📧

User.in 10 13:44 - 10. Aug. 2018  
@User.in 1 und @User.in 2 und  
15 weitere  
naaaaaaaaaaaaaaw <3 danke

🗨️ 🔄 ❤️ 6 📧

User.in 9 13:11 - 10. Aug. 2018  
@User.in 1 und @User.in 2 und  
15 weitere  
Danke dir 🍀

🗨️ 🔄 ❤️ 5 📧

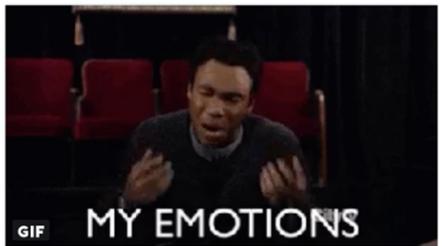
User.in 8 12:55 - 10. Aug. 2018  
@User.in 1 und @User.in 2 und  
15 weitere  
Ach du, Jens .. 🥰 Habt ein tolles Wochenende!



🗨️ 🔄 ❤️ 7 📧

User:in 12  
@User:in 1 und @User:in 2 und  
15 weitere  
du feiner, feiner Mensch!

Uhrzeit konnte nicht  
nacherhoben werden - 10. Aug. 2018



6  
5

User:in 7  
@User:in 1 und @User:in 2 und  
15 weitere  
❤️ ❤️

10:42 - 10. Aug. 2018

5

User:in 6  
@User:in 1 und @User:in 2 und  
15 weitere  
😊😊😊

10:08 - 10. Aug. 2018



6

User:in 5 09:57 - 10. Aug. 2018  
@User:in 1 und @User:in 2 und  
15 weitere  
Du toller boi ❤️  
🌐 Tweet übersetzen



GIF

🗨️ 🔄 ❤️ 5 📧

User:in 3 09:46 - 10. Aug. 2018  
@User:in 1 und @User:in 2 und  
15 weitere  
Firma dankt! ❤️  
🌐 Tweet übersetzen



GIF

🗨️ 🔄 ❤️ 6 📧

User:in 2 09:44 - 10. Aug. 2018  
@User:in 1 und @User:in 14 und 15 weitere  
❤️ ❤️ ❤️  
🗨️ 🔄 ❤️ 6 📧

User:in 13 Uhrzeit konnte nicht nacherhoben werden - 10. Aug. 2018  
@User:in 1 und @User:in 2 und  
15 weitere

Danke Jens und fettes #ff für Dich



🗨️ 🔄 ❤️ 4 📧

User:in 4 09:55 - 10. Aug. 2018  
@User:in 1

Herz! Lassensedes. 😊

Danke!



🗨️ 🔄 ❤️ 2 📧



## 11. Thread

 **WWF Deutschland**  **User.in 1** [Folgen](#)

Wusstet ihr schon, dass Löwen-Weibchen Männchen mit dunkler und voller Mähne bevorzugen? 🐾👉 #Weltlöwentag



GIF

09:05 - 10. Aug. 2018

10 Retweets 80 „Gefällt mir“-Angaben

4 10 80

---

Twittere deine Antwort

**User.in 4** 11:14 - 10. Aug. 2018  
Antwort an [@WWF\\_Deutschland](#) [@User.in 1](#)  
Hmmm...bin ich dann jetzt ein Löwen-Weibchen? Ich dachte mir schon länger sowas...

**User.in 3** 11:04 - 10. Aug. 2018  
Antwort an [@WWF\\_Deutschland](#) [@User.in 1](#)  
Gerade diese Woche wieder im Seminar "Thermoregulation beim Menschen" erzählt. Die Natur ist einfach faszinierend!

**User.in 2** 09:19 - 10. Aug. 2018  
Antwort an [@WWF\\_Deutschland](#) [@User.in 1](#)  
JA ! 🐾

**User.in 5** Uhrzeit konnte nicht nacherhoben werden - 10. Aug. 2018  
Ein Herzerl für ja.

---

**Weitere Antworten**

**User.in 5** Uhrzeit konnte nicht nacherhoben werden - 10. Aug. 2018  
Antwort an [@WWF\\_Deutschland](#) [@User.in 1](#)  
Da hilft nur Poly - Color. War das jetzt etwa Schleichwerbung ?

## 12. Thread

 **ZDF**  **Userin 1**  

Raaawrrr! Er ist der König der Tiere und das Sternzeichen des Monats August! Und dennoch ist die wunderschöne Raubkatze mittlerweile eine gefährdete Tierart. Am heutigen [#WeltLöwenTag](#) soll auf den Schutz der Löwen aufmerksam gemacht werden. 🦁



**GIF**

09:03 - 10. Aug. 2018

17 Retweets 55 „Gefällt mir“-Angaben



 2  17  55 



 **Userin 2**  Uhrzeit konnte nicht nacherhoben werden - 10. Aug. 2018

 Antwort an [@ZDF](#) [@Userin 1](#)  
Mittlerweile?



### 13. Thread

User:in 1 Folgen ▾

Kein Bock, hier heute groß was zu schreiben... [#Faulpelztag](#)



08:50 - 9. Aug. 2018

7 Retweets 18 „Gefällt mir“-Angaben

2 7 18

Twitter deine Antwort

User:in 1 08:58 - 9. Aug. 2018 ▾

@User:in 3 @User:in 4 @User:in 5 @User:in 6  
@User:in 7 @User:in 8 @User:in 2  
@User:in 9 @User:in 10 @User:in 11  
@User:in 12 @User:in 13 Und Ihr so? ;)

[#Faulpelztag](#)

3 6

User:in 2 09:44 - 9. Aug. 2018 ▾

@User:in 1

[#Faulpelztag](#)? „Juckt uns nicht!“ [#FleißigerFreitag](#) [#Endspurt](#) [#Wochenende](#)



1 4

## 14. Thread

 **User:in 1** Folgen

Guten Morgen ihr lieben Zwitschis!  
Das war eine herrliche Nacht und es ist so  
erholsam frisch.  
DAS ist meine Luft!  
Ich wünsche euch einen herrlichen Tag 🌻  
🌻  
Das Wochenende startet ja bald...  
Käffchen, Tee, Kakao und O-Saft, stehen  
wie immer frisch zubereitet, für euch da!



**GIF**  
08:47 - 10. Aug. 2018

3 Retweets 19 „Gefällt mir“-Angaben

👍 2 🔄 3 ❤️ 19 📧

---



 **User:in 3** 09:48 - 10. Aug. 2018

@User:in 1  
Schönen guten Morgen Christian, einen angenehmen Tag  
wünsche ich dir 🍀 🌻 🍰

👍 1 🔄 1 ❤️ 1 📧

 **User:in 1** 09:48 - 10. Aug. 2018

Den wünsche ich dir auch liebe Red 🌻 🍰 🌻

👍 1 🔄 1 ❤️ 1 📧

---

 **User:in 2** 09:06 - 10. Aug. 2018

@User:in 1  
Einen wunderschönen guten Morgen lieber Christian Herr  
Nachbar! Eine Wohltat diese Abkühlung 🌻 🌻 🍰 🍰 🌻 🍰

👍 1 🔄 1 ❤️ 1 📧

 **User:in 1** 09:13 - 10. Aug. 2018

Aber sowas von liebe Marlies 🌻 🍰 🌻 🍰

👍 1 🔄 1 ❤️ 1 📧



## 15. Thread

 **User:in 1** Folgen ▾

Guten Morgen ihr Lieben 🥰 noch ein paar Stündchen arbeiten und dann ist Wochenende 🎉 🎊 🎈 🎁



**GIF**

07:36 - 10. Aug. 2018

4 Retweets 47 „Gefällt mir“-Angaben

👤 2 🔄 4 ❤️ 47 ✉️

---



 **User:in 2** 07:40 - 10. Aug. 2018 ▾

@User:in 1  
Guten Morgen meine Maus und hab nen wunderbaren Freitag 🥰❤️🥰

👤 2 🔄 4 ❤️ 4 ✉️

 **User:in 1** 07:44 - 10. Aug. 2018 ▾

Guten Morgen ❤️ Dankeschön, wünsche ich Dir auch 🥰

👤 2 🔄 2 ✉️

---

 **User:in 1** 09:10 - 10. Aug. 2018 ▾

@User:in 3  
Ups ....sorry, meine Mitteilungen hängen heute etwas....guten Morgen mein lieber 🥰

👤 1 🔄 1 ✉️

## 16. Thread

 **Userin 1** Folgen 

Gebrochene Versprechen hinterlassen  
vernarbte Erde  
auf den Feldern deines Herzens, aber eines  
Tages  
wirst du heilen  
und neue bepflanzen.

RJ Avenira

Guten Morgen



07:06 - 10. Aug. 2018

14 Retweets 96 „Gefällt mir“-Angaben



 5  14  96 



Twitterte deine Antwort



## 17. Thread

 **Userin 1** Folgen ▼

Guten Morgen ... ich habe Ihnen Kaffee gemacht.



07:01 - 10. Aug. 2018

9 Retweets 153 „Gefällt mir“-Angaben



 6  9  153 

---



 **Userin 7** 14:34 - 10. Aug. 2018 ▼

@Userin 1  
Ein nie endendes sich laben.  
Was für ein schöner Zustand.

   4 

 **Userin 5** 08:28 - 10. Aug. 2018 ▼

@Userin 1  
Heute ein millesime Espresso! Grazie tante!

   2 

 **Userin 3** 07:49 - 10. Aug. 2018 ▼

@Userin 1  
Dröpje voor Dröpje Kwaliteit 🍷  
[Tweet übersetzen](#)

   2 

---

 **Userin 6** 08:34 - 10. Aug. 2018 ▼

@Userin 1  
Moin 🤗👋

   1 

 **Userin 4** 08:17 - 10. Aug. 2018 ▼

@Userin 1 @Userin 8  
Vielen Dank und ein schönes Woheneude, Peter! 🍷

   1 

 **Userin 2** 07:10 - 10. Aug. 2018 ▼

@Userin 1  
🍷🍷

   1 



## 18. Thread

User:in 1 Folgen ✓

Ich lache mich jedesmal kaputt wenn Oppa wie ein Rodeoreiter auf dem Hund durch die Wohnung reitet...unter dem Wozitisch lässt er sich dezent zur Seite gleiten und taucht danach wieder auf....😂



06:53 - 10. Aug. 2018

6 Retweets 60 „Gefällt mir“-Angaben



2 6 60

Twitter deine Antwort

User:in 3 08:54 - 10. Aug. 2018  
@User:in 1

😂😂😂  
Aaaaaber ist der Hund nicht eher ein Pony? ;)

1

User:in 2 08:11 - 10. Aug. 2018  
@User:in 1

Das ist ja wohl etwas vom coolsten, was ich seit langem gesehen hab 😂😂😂

1



User:in 7 09:59 - 10. Aug. 2018  
@User:in 1  
Moin 🍩🍩

User:in 1 11:14 - 10. Aug. 2018  
Moin 😊

User:in 6 09:52 - 10. Aug. 2018  
@User:in 1  
Guten Morgen Anja

User:in 1 11:14 - 10. Aug. 2018  
Guten Morgen G. 😊

User:in 5 09:42 - 10. Aug. 2018  
@User:in 1  
Guten Morgen Anja. 🍩🍩🍩🍩🍩

User:in 1 11:15 - 10. Aug. 2018  
Guten Morgen D. 😊

User:in 8 Uhrzeit konnte nicht nacherhoben werden - 10. Aug. 2018  
@User:in 1  
Guten Morgen ,liebe Anja 🍷 Ich wünsche dir einen schönen Freitag 🍷

User:in 1 11:15 - 10. Aug. 2018  
Guten Morgen Dankeschön. 😊

User:in 4 07:03 - 10. Aug. 2018  
@User:in 1  
Moin, wünsch ich auch 🍩🍩

User:in 1 11:16 - 10. Aug. 2018  
Moin Dankeschön. 😊

User:in 2 06:48 - 10. Aug. 2018  
@User:in 1  
Danke

User:in 1 11:16 - 10. Aug. 2018  
Gern geschehen 😊

## 20. Thread<sup>131</sup>

**RT Deutsch** ✓ User:in 1 Folgen ▼  
@RT\_Deutsch

EIL +++ Nach Währungsabsturz: [#Erdoğan](#) ruft Bürger zum Verkauf von US-[#Dollar](#) auf [deutsch.rt.com/der-nahe-osten...](#)

**GIF**

15:05 - 10. Aug. 2018

5 Retweets 5 „Gefällt mir“-Angaben

5 5 5 5

Twittere deine Antwort

User:in 6 15:19 (rekonstruiert) - 10. Aug. 2018 ▼  
Antwort an [@RT\\_Deutsch](#) [@User:in 1](#)  
Erdoğan schlechter ver-Lira 😏

1

<sup>131</sup> Da das Posting von User:in 4 nicht nacherhoben werden konnte, wurde auch das GIF nicht in das Datenset inkludiert.

Userin 4 · 15:15 - 10. Aug. 2018  
Antwort an @RT\_Deutsch @Userin 1



🗨️ 🔄 ❤️ ✉️

Userin 2 · 15:08 - 10. Aug. 2018  
Antwort an @RT\_Deutsch @Userin 1



🗨️ 🔄 ❤️ ✉️

Weitere Antworten

Userin 5 · 15:15 - 10. Aug. 2018  
Antwort an @RT\_Deutsch @Userin 1

Soll doch Erdowan seine Milliarden von Dollar in Lira Umtausch das macht er mit Sicherheit nicht

🗨️ 🔄 ❤️ ✉️

Userin 3 · 15:09 (rekonstruiert) - 10. Aug. 2018  
Antwort an @RT\_Deutsch @Userin 1

Jeder wie er es verdient. Dieser Erdolf stürzt sein Land in den Ruin, also ihr "Deutsch"-Türken" nimmt Euer Geld und wandert aus. Erdolf braucht Kohlen.

🗨️ 🔄 ❤️ ✉️

## 21. Thread

 User:in 1 Folgen ▾

Nächster Vorschlag der [#DeutschenBahn](#): Jeder Wagen bestimmt einen Fahrgast, der aussteigen muss. Die 12 Tribute erhalten einen Reisegutschein über 30 € und können live übertragen um einen Platz im Anschlusszug kämpfen.



13:49 - 10. Aug. 2018 aus [Randersacker, Deutschland](#)

3 Retweets 12 „Gefällt mir“-Angaben

1 3 12

Twittere deine Antwort

 User:in 2 14:03 - 10. Aug. 2018 ▾

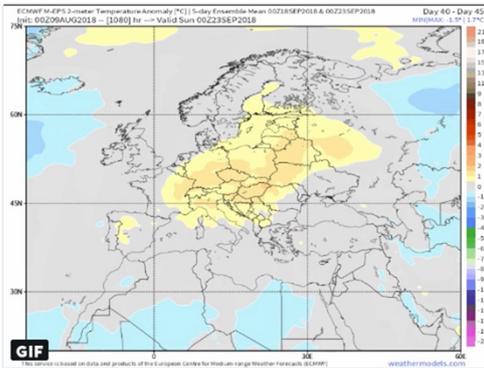
[@User:in 1](#) [@User:in 3](#)  
da kann den ganzen Tag am Bahnhof stehen glatt ein Geschäftsmodel werden. 🤔

2

## 22. Thread

User:in 1 Folgen

2. Die Abweichung der Temperatur vom Durchschnitt. Die grössten positiven Abweichungen durchweg im östlichen Mitteleuropa, Durchschnittswerte für die Jahreszeit nach dem Modell erst nach Mitte September wahrscheinlich #lasttweet #wetter



12:49 - 10. Aug. 2018

14 Retweets 19 „Gefällt mir“-Angaben



2 14 19

Twitter deine Antwort

User:in 2 12:51 - 10. Aug. 2018

@User:in 1

Spannend, geht daraus wirklich hervor, dass es, während es bei "uns" durchschnittlich wärmer wird, es in Nordafrika, dem nahen Osten und Iran durchschnittlich kühler wird? Gibt es da eine Erklärung für?

1 1 1 1

User:in 1 12:59 - 10. Aug. 2018

Es ist das Wetter. Und nochmal: Es ist die Abweichung vom Durchschnitt.

1 1 2 1

User:in 2 13:03 - 10. Aug. 2018

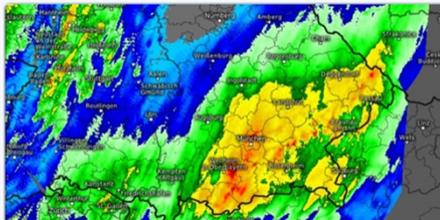
2. habe ich verstanden...siehe oben. ; ) 1. ist ein wenig unbefriedigend als Antwort...aber so ist das eben manchmal.

1 1 1 1

User:in 3 13:41 - 10. Aug. 2018

@User:in 1

Der Süden Bayerns hat's aber wirklich gut, die 9 Liter werden bei mir auch nicht ausreichend sein, das bei München würde da schon mehr helfen.



Live-Summe Niederschlag (24std) vom 10.08.2018, ...

@kachelmannwetter

kachelmannwetter.com

1 1 1 1

## 23. Thread

User:in 1 Folgen

Achja.. wie sehr ich das vermisst habe...NICHT  
Die neue Voltron Staffel ist seid wenigen minuten draußen  
"Boom" Spoiler überall!!!

Man wird damit quasi erschlagen

(Eig wollte ich ein anderes Gif nehmen xD Aber es ist Rick der ne Schaufel ins Face bekommt!! 😂😂 das ist funny)



**GIF**  
10:05 - 10. Aug. 2018

4 Retweets 15 „Gefällt mir“-Angaben

4 4 15

Twittere deine Antwort

User:in 1 10:09 - 10. Aug. 2018

Die Staffel ist seid 10 minuten draußen...

SEID F\*\*\*ING 10MINUTEN!!!!

SO SCHLIMM IST DAS NOCH NICHTMAL BEI BNHA

Der Film ist seid ner Woche draußen und ich hab noch kein einzigen Spoiler davon gesehen!!!

1 2 5

User:in 2 10:18 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1  
 DAS IST SO FURCHTBAR!  
 Ich finde das richtig ätzend... die Leute können auch einfach keine Rücksicht nehmen uü

User:in 1 10:20 - 10. Aug. 2018  
 Ich hasse sowas einfach  
 Besonders sagen die meisten dann noch "Jaaa bitte keine Spoiler blaa" und gefühlt Paar Minuten dann bäm spoilern die alles zu -.-  
 Besonders wie schaffen die es 10minuten nach release so viel zu spoilern?!

User:in 2 10:25 - 10. Aug. 2018  
 Ja! Da könnt Ich mich ega drüber aufregen. Wenn man keine Spoiler will, dann soll man selbst auch nicht spoilern! Punkt!!  
 und DAS ist mir auch absolut unerklärlich!

User:in 1 12:09 - 10. Aug. 2018  
 Ganz genau!  
 Uch verstehe das auch einfach nicht 🏠

User:in 3 12:33 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1  
 Know that feel. Hab hier alles stummgeschaltet, das IRGENDWIE spoilern könnte. Und halte mich von den S7 Clips auf Yt fern.  
 Sonntag oder Montag kann ich erst gucken. D:  
 (Das GIF ist MEGA! :D)

User:in 1 12:49 - 10. Aug. 2018  
 Es ist einfach schlimm  
 Ich kenn kein anderes Fandom das so schlimm mit Spoiler ist wie dieses  
 Ich kann es auch erst mit viel glück am Sonntag schauen  
 Ich versuche jedem spoiler auszuweichen xD  
 (Es war einfach so passend xD)

User:in 3 12:57 - 10. Aug. 2018  
 Danke! Dann sind wir schon 21 :3  
 Und ja. In diesem Fandom sind Shippings und die Spoiler das Problem. XD  
 Mach das. Ich habe schon einige Dinge mitbekommen. Will aber nicht mehr wissen.  
 Der ewige Kampf mit der Neugier. :D  
 (Oh damn yeah! XD)

## 24. Thread

User:in 1 Folgen ✓

Leute führen Jennifer Teege als Beispiel von PoC mit Nazigroßeltern an, weil sie sich auf die Füße getreten fühlen, können aber nichtmal ihren Namen in den Tweet packen und wissen nichts über ihr Buch, dass sich exakt mit dieser Aufarbeitung befasst.



09:28 - 10. Aug. 2018

8 Retweets 32 „Gefällt mir“-Angaben

3 8 32

Twitttere deine Antwort

User:in 1 09:47 - 10. Aug. 2018 ✓

Ehrlich, wenn der erste Reflex "du auch" oder das zentrieren weißer Befindlichkeit ist, dann sollte man die geforderte Differenzierung vielleicht mal an der Stelle ansetzen, um klar zu bekommen, warum man so reagiert.

1 4 18

User:in 1 09:48 - 10. Aug. 2018 ✓

Besonders in replies an PoC, die seit Jahren Reflexions- und kostenlose Bildungsarbeit für white people machen.

1 3 14

User:in 1 09:49 - 10. Aug. 2018 ✓

Ihr belegt in der 34251 Wiederholung, wie man Teil des Problems sein kann :)

1 1 12

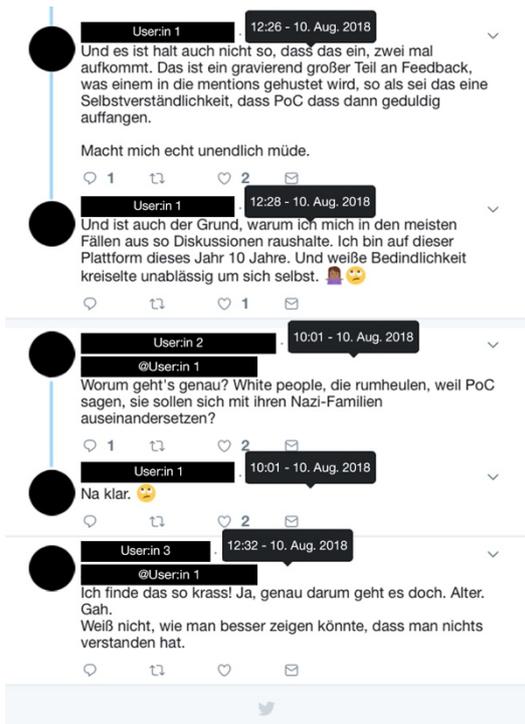
Userin 1 12:26 - 10. Aug. 2018  
Und es ist halt auch nicht so, dass das ein, zwei mal aufkommt. Das ist ein gravierend großer Teil an Feedback, was einem in die mentions gehustet wird, so als sei das eine Selbstverständlichkeit, dass PoC dass dann geduldig auffangen.  
Macht mich echt unendlich müde.

Userin 1 12:28 - 10. Aug. 2018  
Und ist auch der Grund, warum ich mich in den meisten Fällen aus so Diskussionen raushalte. Ich bin auf dieser Plattform dieses Jahr 10 Jahre. Und weiÙe Bedindlichkeit kreiselte unablässig um sich selbst. 🙄😞

Userin 2 10:01 - 10. Aug. 2018  
@Userin 1  
Worum geht's genau? White people, die rumheulen, weil PoC sagen, sie sollen sich mit ihren Nazi-Familien auseinandersetzen?

Userin 1 10:01 - 10. Aug. 2018  
Na klar. 🙄

Userin 3 12:32 - 10. Aug. 2018  
@Userin 1  
Ich finde das so krass! Ja, genau darum geht es doch. Alter. Gah.  
WeiÙ nicht, wie man besser zeigen könnte, dass man nichts verstanden hat.



## 25. Thread

 User:in 1 Folgen ▾

Moin Leute! Willkommen im Freitag.  
Ein weiteres Wochenende mit unbegrenzten Möglichkeiten liegt vor uns! Werdet Ihr Monster jagen, Dämonen austreiben, die Welt erobern oder Euer Floss vergrößern? Ihr könnt auch rennen Fahren und Bälle in Tore feuern. Danke Games Industrie! :)



08:04 - 9. Aug. 2018; Post wurde gelöscht

3 Retweets 11 „Gefällt mir“-Angaben

1 3 11

 Twitterte deine Antwort

 User:in 2 Uhrzeit konnte nicht nacherhoben werden - 10. Aug. 2018 ▾

@User:in 1

nun, ich werde mich in die tiefsten Tiefen Terrarias vorwagen und meinen Fuss zum ersten Mal auf die Weiten Morrowinds setzen. 😊

1



## 26. Thread

 User:in 1 Folgen ▾

Guten Moooooorgen alle zusammen 🤗🤗  
🤗🤗  
Schönen Freitag euch allen gewünscht 😊  
😊😊  
Wochenende naht ❤️❤️  
Lasst euch nicht stressen 😊😊  
Und vor allem gesund bleiben 🙏🙏🙏



07:17 - 10. Aug. 2018 aus 

4 Retweets 52 „Gefällt mir“-Angaben

●●●●●●●●●●

🗨 3 🔄 4 ❤️ 52 📧

 Twittiere deine Antwort

 User:in 2 07:19 - 10. Aug. 2018 ▾

@User:in 1

Guten Morgen 🤗🍀🍀 Danke gleichfalls 🙏

🗨 🔄 ❤️ 1 📧

 User:in 4 14:32 - 10. Aug. 2018 ▾

@User:in 1

Schönen Nachmittag wünsche ich dir 😊

🗨 🔄 ❤️ 📧

 User:in 3 09:18 - 10. Aug. 2018 ▾

@User:in 1

Guten Morgen, ich wünsche dir ebenfalls einen schöne Freitag und ein entspanntes Wochenende.

🗨 🔄 ❤️ 📧



## 27. Thread



Guten Morgen, Twitter  
und Rest vonne Welt.

Ich könnte euch erzählen,  
dass heute Faulpelz-Tag ist.

Aber ihr seid ja alle rasiert.

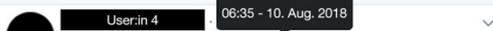
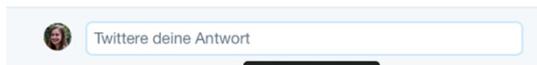


06:16 - 10. Aug. 2018

11 Retweets 142 „Gefällt mir“-Angaben



11 11 142



@User:in 1  
Gude Lieblingsfrieda ❤️👉  
Gäääähnaaaa!



1 2

User:in 1 06:47 - 10. Aug. 2018

Gemorsche, mein Lieblingsed 🍷👉



1

2

User:in 4 06:49 - 10. Aug. 2018

Gemorsche 🍷👉  
Ich liebe Zeitlupe!



1

2

User:in 1 07:03 - 10. Aug. 2018

Dou is des Uffbasse nedd sou oustrengend, gell?

[Tweet übersetzen](#)



1

1

4

User:in 4 07:07 - 10. Aug. 2018  
Gaaaaaaa\*holt Luft, schnaaaaauuuuffff\*aaaaarrrr neeeet.



1 2

User:in 1 07:17 - 10. Aug. 2018  
Hoppla!



1 1

User:in 4 07:42 - 10. Aug. 2018  
🤔 🍰 🙌 🙌 🙌

1 1

User:in 1 07:57 - 10. Aug. 2018  
😂 🤔

1

- User:in 5 06:37 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1  
 Guten Morgen liebe Frieda! Das erklärt das Blei in meinem Hintern.
- 
- 1 3
- User:in 1 06:48 - 10. Aug. 2018  
 Guten Morgen, liebste Tilda. Ich hab' das Blei heute im Kopf /o\  
 1
- User:in 7 06:45 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1  
 Guten Morgen 🍊  
 1 1
- User:in 1 06:49 - 10. Aug. 2018  
 Moin, Queenie :)  
 1
- User:in 6 06:40 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1  
 Moin Tante Frieda!  
 1 1
- User:in 1 06:48 - 10. Aug. 2018  
 Moin, Wonnie :)  
 1
- User:in 10 09:59 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1  
 Moin 🍷, woher weißt du 🤔?  
 1 1
- User:in 1 10:18 - 10. Aug. 2018  
 Ich weiß alles, höhöhö!  
 1 1
- User:in 10 10:52 - 10. Aug. 2018  
 Daher kommt der Begriff "Blank ziehen"  
 1
- User:in 9 08:03 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1  
 Moinmoin Frieda 🍷  
 1
- User:in 8 07:54 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1  
 Guten Morgen, Frieda 🍰  
 1
- User:in 3 06:21 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1  
 Guten Morgen Frieda 🍀🍀🍀  
 1
- User:in 2 06:18 - 10. Aug. 2018  
 @User:in 1  
 Guten Morgen 🍷❤️👄  
 1