

**Call for Papers:**  
**Mehrdeutigkeit(en) in kleinen Texten des Social Web**  
**Deutscher Germanistentag 2022**

Texte in digitalen Umgebungen des Social Web, z.B. in Facebook, Instagram oder Twitter, sind oft „kleine Texte“ (vgl. dazu Pappert/Roth 2021; Berdychowska/Liedtke 2020). Diese teilen sich mit Hausendorf (2009: 6) bestimmte *Familienähnlichkeiten*, zu denen neben einer unmittelbaren Funktionalität eine Kleinräumigkeit bzw. eine Überschaubarkeit ebenso gezählt werden kann wie eine strukturelle wie inhaltliche Einfachheit, die nicht zuletzt mit ihrer Multimodalität, dem verstehenserleichternden Zusammenspiel von Sprache und anderen Zeichenmodalitäten begründet wird (vgl. u.a. Klug/Pappert 2021; Škerlavaj 2021). In die Praxis einer Rezeption, in deren Rahmen einzelnen Texten im Verständnis zweckorientierter kommunikativer Einheiten potenziell verschiedener semiotischer Art kaum mehr als ein knapper Augenblick der Aufmerksamkeit geschenkt wird (vgl. Schmitz 2004; Antos/Lewandowska 2021), fügen sich Texte mit Eigenschaften wie den vorbenannten also ideal ein.

Gleichzeitig fordert eine "Welt des Überangebots von Informationen" (Fix 2001: 39; Klemm 2017: 7) Verfasser\*innen von Texten im Social Web jedoch dazu heraus, „die Aufmerksamkeit der Kommunikationsteilnehmer durch Unerwartetes gerade auf ihren Text zu lenken“ (Fix/Bračič 2017: 5). Der eigene Text muss daher nicht nur schnell und einfach erfassbar, sondern auch auffällig sein. Er muss aus der Menge anderer Texte im Feed potenzieller Rezipierender hervorstechen. Schließlich soll er auch tatsächlich gelesen werden, seine kommunikative(n) Funktion(en) erfüllen und im Idealfall sogar mit einer Vielzahl von Likes und positiv evaluierenden Kommentaren honoriert werden. Die Verfasser\*innen solcher Texte gehen daher oft über das Gewohnte hinaus und greifen zu Verfahren, „deren Wesen in der Abweichung, im Bruch kultureller Konventionen besteht“ (Fix 2001: 39). Hier kommt immer wieder auch das gezielte Spiel mit Mehrdeutigkeit zum Einsatz, das für viele Posts bzw. Tweets oder z.B. Storys in den verschiedenen Communitys des Social Web (vgl. Siever 2015) ebenso charakteristisch erscheint wie für (darin verwendete) Emojis, Memes, GIFs usw.

Im Mittelpunkt des Panels stehen deshalb unter anderem folgende Fragen:

- Durch welche Arten von Mehrdeutigkeit sind kleine Texte in Social-Web-Communitys geprägt (z.B. intendierte vs. nicht intendierte Mehrdeutigkeit, phonologische, lexikalische und syntaktische Mehrdeutigkeit, spielerische oder strategische Mehrdeutigkeit, Mehrdeutigkeit in Sprache und Bild usw.)?

- Wie und zu welchen kommunikativen Zwecken trägt z.B. der Einsatz rhetorischer Figuren, intertextueller Bezüge, Textmuster-mischungen, die Verbindung von Sprache (geschrieben/gesprochen) mit para-sprachlichen und nicht-sprachlicher semiotischen Ressourcen wie etwa Typographie oder Prosodie, Bild (statisch oder bewegt) und Ton (Musik oder Geräusch) zur Konstitution (oder Auflösung) von Mehrdeutigkeit von kleinen Texten im Social Web bei?
- Welchen Einfluss haben das Internet allgemein, individuelle Social-Web-Communitys mit ihren Kommunikationsformen im Speziellen auf die Produktion, Rezeption und Reduktion sprachlich-kommunikativer Mehrdeutigkeiten in kleinen digitalen Texten?
- Wie trägt der diskursive, situative und gesellschaftliche Kontext zur Erzeugung von Mehrdeutigkeit bzw. zu ihrer Disambiguierung in solchen kleinen Texten bei?
- Wie lässt sich das Verhältnis von Einfachheit und Mehrdeutigkeit in kleinen Texten des Social Web bestimmen? Schließen sich Einfachheit und Mehrdeutigkeit grundsätzlich aus?
- Geht mit dem gezielten oder unbewussten Einsatz von mehrdeutigen Zeichen notwendigerweise auch eine größere kognitive Herausforderung für Rezipierende einher?
- Gibt es Aspekte in kleinen Texten des Social Web, die für bestimmte Rezipierende(n) mehrdeutig, für andere jedoch völlig eindeutig sind?
- Inwiefern kann Mehrdeutigkeit im Text als bewusst eingesetztes oder unbewusst verursachtes Ausschlusskriterium für bestimmte Rezipierende(n) beschrieben werden?
- Wann können mehrdeutige kleine Texte im Social Web als „gelingen“ (Janich 2012, Škerlavaj 2017) betrachtet werden – und wann nicht?
- Welche Kriterien bzw. Methoden liegen der Bestimmung zu Grunde?
- Und inwiefern und zur Förderung welcher Kompetenzen lassen sich kleine Texte des Social Web trotz oder gerade wegen ihres mehrdeutigen Charakters sinnvoll in Lehr- und Lernkontexte des erst-, zweit- oder fremdsprachlichen Deutschunterrichts einbinden?

Erwünscht sind Beiträge, die sich einer oder mehrerer dieser Fragen aus gebrauchorientierter, z.B. semantischer, text(sorten)linguistischer, diskurslinguistischer, interaktionsanalytischer, medienlinguistischer, sprachdidaktischer Perspektive bzw. aus der spezifischen Perspektive der linguistischen Multimodalitätsforschung nähern.

Interessierte sind eingeladen, **ein Abstract** im Umfang von ca. 500 Wörtern per Mail bis **15.07.2021** an die Organisatorinnen zu schicken.

Literatur:

- Berdychowska, Zofia/Liedtke, Frank (Hrsg.) (2021): Aspekte multimodaler Kurzformen: Kurztexte und multimodale Kurzformen im öffentlichen Raum. Berlin.
- Fix, Ulla (2001): Die Ästhetisierung des Alltags – am Beispiel seiner Texte. In: Zeitschrift für Germanistik. Neue Folge 11 (1). S. 36-53.
- Fix, Ulla/Bračič, Stojan (2017): Geleitwort. In: Škerlavaj, Tanja: Stilistische Funktionen von Mehrdeutigkeit in deutschen Werbetexten. Frankfurt am Main, 5-6.
- Hausendorf, Heiko (2009): Kleine Texte – über Randerscheinungen von Textualität. Germanistik in der Schweiz. Onlinezeitschrift der Schweizerischen Akademischen Gesellschaft für Germanistik 6, 5-19.
- Janich, Nina (2007): (Sprach-)Ökonomie als Prinzip der Werbung? Perspektiven, Formen, Gegentendenzen. In: Bär, Jochen A./Roelcke, Thorsten/Steinhauer, Anja (Hrsg.): Sprachliche Kürze. Konzeptuelle, strukturelle und pragmatische Aspekte. Berlin, 434-458.
- Janich, Nina (2012): Werbekommunikation pragmatisch. In: Janich, Nina (Hrsg.): Handbuch Werbekommunikation. Sprachwissenschaftliche und interdisziplinäre Zugänge. Tübingen: Francke.
- Klemm, Michael (2017): „Bloggen, Twittern, Posten und Co.“ Rhetorik, Heft 36, Nr. 1, 5-30.
- Klug, Nina-Maria (2021): Kleine Texte des Alltags. Was uns z.B. Zigarettenschachteln alles sagen und zeigen können. In: Steffen Pappert/Kersten Sven Roth (Hrsg.): Kleine Texte. Berlin, 191-226.
- Klug, Nina Maria/ Pappert, Steffen (2020): „Wenn Rasen tötet und Prägnanz fordert. Merkmale multimodaler Texte an der Autobahn“. In: Berdychowska, Zofia/Liedtke, Frank (Hrsg.): Aspekte multimodaler Kurzformen: Kurztexte und multimodale Kurzformen im öffentlichen Raum. Berlin, S. 147–160.
- Pappert, Steffen/ Roth Kersten Sven (Hrsg.) (2021): Kleine Texte. Berlin.
- Siever, Christina Margrit (2015): Multimodale Kommunikation im Social Web. Forschungsansätze und Analysen zu Text-Bild-Relationen. Frankfurt am Main u.a.
- Škerlavaj, Tanja (2017): Stilistische Funktionen von Mehrdeutigkeit in deutschen Werbetexten. Frankfurt am Main.
- Škerlavaj, Tanja (2021): Funktionale, grammatische und multimodale Aspekte von Texten im öffentlichen Raum. Ein Überblick und didaktische Überlegungen. In: Deutsch als Fremdsprache [im Druck].

#### **Ansprechpersonen und Kontakt:**

PD Dr. Nina Maria Klug  
Universität Vechta  
Fakultät für Geistes- und Kulturwissenschaften  
(Fakultät III)  
Germanistische Sprachwissenschaft  
[Nina-Maria.Klug@uni-vechta.de](mailto:Nina-Maria.Klug@uni-vechta.de)

Doz. Dr. Tanja Škerlavaj  
Universität Ljubljana  
Philosophische Fakultät  
Abteilung für Germanistik mit Niederlandistik und  
Skandinavistik  
[Tanja.Skerlavaj@ff.uni-lj.si](mailto:Tanja.Skerlavaj@ff.uni-lj.si)