



SŁAWOMIR KOWALEWSKI | ORCID: 0000-0002-1470-3984

LAURA KOWALSKA

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, Wydział Językoznawstwa

EMOTIONEN IN MEDIALEN DISKURSEN AM BEISPIEL VON MEMES*

Abstract

Der Beitrag hat zum Ziel zu zeigen, mit welchen Mitteln und Strategien Emotionen als kommunikative Phänomene in Memes manifestiert bzw. erzeugt werden können. Das Forschungskorpus umfasst polnische Memes zu den deutsch-polnischen Beziehungen. Die Untersuchungen haben einen interdisziplinären Charakter – sie beruhen in erster Linie auf einem medien- und diskurslinguistischen Ansatz, verbinden damit aber auch Elemente der Emotionsforschung. Der Artikel gliedert sich in einen theoretischen Teil, in dem die für die Analyse grundlegenden Begriffe definiert werden, und einen empirischen Teil. Die Analyse stützt sich dabei auf eine qualitative (interpretative) Herangehensweise. Die ausgewählten Memes werden mit besonderem Fokus auf die Sprache-Bild-Relationen analysiert, die einen wesentlichen Einfluss auf die Manifestation, Thematisierung und Evokation von Emotionen in dieser (multimodalen) Kommunikationsform haben.

SCHLÜSSELWÖRTER

Meme, Emotion, Diskurs, Multimodalität

* Dieser Artikel entstand im Rahmen des Projekts „Emotionale Nachbarschaft. Affekte in deutsch-polnischen medialen Diskursen seit dem EU-Beitritt Polens“, welches mit Mitteln der Deutsch-Polnischen Wissenschaftsstiftung gefördert wird.

EMOTIONS IN MEDIA DISCOURSES ON THE EXAMPLE OF MEMES

Abstract

The aim of this article is to show which means and strategies can be used to manifest or generate emotions as communicative phenomena in memes. The research corpus includes Polish memes on German-Polish relations. The research has an interdisciplinary character – it is primarily based on a media and discourse linguistic approach, but also combines elements of emotion research with it. The article is divided into a theoretical part, in which the most important terms are defined, and an empirical part. The analysis is based on a qualitative approach. The selected memes are analysed with a special focus on the language-image relations, which have a significant influence on the manifestation, thematisation and evocation of emotions in this (multimodal) form of communication.

KEYWORDS

meme, emotion, discourse, multimodality

EMOCJE W DYSKURSACH MEDIALNYCH NA PRZYKŁADZIE MEMÓW

Abstrakt

Celem artykułu jest pokazanie, jakie środki i strategie mogą być wykorzystane do manifestowania lub generowania emocji jako zjawisk komunikacyjnych w memach. Korpus badawczy obejmuje polskie memy dotyczące relacji polsko-niemieckich. Badania mają charakter interdyscyplinarny – opierają się przede wszystkim na podejściu medioznawczym i lingwistyce dyskursu, ale łączą z nimi także elementy badań nad emocjami. Artykuł podzielony jest na część teoretyczną, w której zdefiniowane zostały najważniejsze pojęcia, oraz część empiryczną. Analiza oparta jest na podejściu jakościowym. Wybrane memy analizowane są ze szczególnym uwzględnieniem relacji język-obraz, które mają istotny wpływ na manifestację, tematyzację i wywoływanie emocji w tej (multimodalnej) formie komunikacji.

SŁOWA KLUCZOWE

mem, emocje, dyskurs, multimodalność

EINFÜHRUNG

„Emotion ist ein seltsames Wort. Fast jeder Mensch glaubt, er versteht, was es bedeutet, bis er versucht, es zu definieren. Danach behauptet eigentlich niemand mehr, dass er es versteht.“¹ Dass Emotionen eine wichtige, geradezu konstitutiv für das menschliche Leben und Erleben sind, ist mittlerweile eine Binsenweisheit: „Emotionen spielen eine zentrale Rolle in unserem Leben und sind für alle von Interesse. Gleichwohl gehören die Natur, die Ursachen und die Folgen von Emotionen zu den am wenigsten verstandenen Aspekten menschlicher Erfahrung.“² Seit Jahrhunderten haben sich Dichter, Philosophen und Denker mit dem Thema Emotionalität befasst. Emotionen wurden jedoch vorwiegend als etwas primär Instinktives, oft nicht Berechenbares und Negatives bzw. Destruktives betrachtet und deswegen in Opposition zu dem Rationalen – der Kognition – gestellt. Die Sprache als ‚Logos‘ wurde zum reinen Instrument der Erkenntnis und zugleich zu einem Spiegel der Kognition³, Emotionen hingegen als das ‚Triebhafte‘, ‚Animalische‘ und ‚Sündige‘ wurden an die weiteste Peripherie des wissenschaftlichen Interesses verdrängt.⁴

Aus heutiger Sicht werden Kognition und Emotion nicht mehr als Gegenpole aufgefasst, sondern als zwei miteinander eng verbundene Phänomene⁵. In der Forschung herrscht weitgehend Konsens darüber, dass Kognition und Emotion bei der Wahrnehmung (und oft Verarbeitung) aller Kommunikate unentbehrlich sind.

Aus den obigen Ausführungen lässt sich schließen, dass die Emotionsforschung die ganze Vielfalt von Betrachtungsweisen dieses komplexen Phänomens umfasst. Einerseits werden Emotionen mit Körperreaktionen und triebhaftem Verhalten, andererseits aber mit Wahrnehmungs- und Bewertungsprozessen (also aus der kognitiven Perspektive) assoziiert.⁶

1 Marion Wenger, F. Nowell Jones, Margaret H. Jones, „Emotional behavior“, in: *Emotion. Bodily change*, hrsg. v. Douglas K. Candland (Princeton: Van Nostrand, 1962), 3; zit. nach: Monika Schwarz-Friesel, *Sprache und Emotion*, 2. Aufl. (Tübingen: A. Francke, 2013), 45.

2 Aaron Ben Ze'ev, *Die Logik der Gefühle. Kritik der emotionalen Intelligenz* (Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2009), 9.

3 Unter dem Begriff ‚Kognition‘ werden mit Schwarz-Friesel alle Prozesse verstanden, die mit der mentalen Aufnahme, Verarbeitung und Speicherung von Informationen zu tun haben. Vgl. Schwarz-Friesel, *Sprache und Emotion*, 94.

4 Vgl. Ulrike M. Lüdtke, „Henne oder Ei? Die Beziehung von Sprache, Kognition und Emotion“, *tv diskurs* 45 (2008): 22.

5 Für Joseph LeDoux, einen amerikanischen Neurowissenschaftler, ist ein Geist ohne Emotionen eigentlich kein Geist. Und umgekehrt – ohne Geist, also ohne kognitive Prozesse, gibt es auch keine affektiven Zustände. Vgl. Joseph LeDoux, *Das Netz der Gefühle. Wie Emotionen entstehen* (München: dtv, 2003), 28.

6 Vgl. z. B. Jacek Szczepaniak, *Sprachspiel Emotion. Zum medialen und semiotischen Status von Emotionen* (Bydgoszcz: Wydawnictwo UKW, 2015), 65.

Die konzeptionelle Heterogenität ist folglich auch in zahlreichen Definitionsversuchen sichtbar: Schwarz-Friesel unterscheidet beispielsweise elf verschiedene Zuordnungen und Perspektiven hinsichtlich der Klassifikation des Phänomens ‚Emotion‘.⁷ In diesem Zusammenhang ist auf die Tatsache hinzuweisen, dass Emotionen schwer zu erforschen sind, weil sie sich einem direkten Zugriff entziehen: Alles, was im menschlichen Kopf vorgeht, ist für Beobachtende nicht direkt zugänglich – es kann nur interpretiert werden. Wahrnehmbar und erkennbar sind verschiedene kommunikative Erscheinungen, von denen man annimmt, dass sie ein expliziter bzw. impliziter Ausdruck von Emotionen sind. Beim Definieren und Analysieren von Emotionen finden diese Komponenten je nach Forschungsinteresse unterschiedliche Beachtung.

Will man Emotionen als wichtige Aspekte zwischenmenschlicher Kommunikation erfassen und analysieren, so ist es plausibel, sie als semiotische Größen aufzufassen, die immer eine spezifische Materialität (Medialität bzw. Modalität) aufweisen.⁸ Daher ist der vorliegende Beitrag medien- und diskurslinguistisch ausgerichtet. In der linguistischen Emotionsforschung ist dieser Ansatz relativ neu.⁹ Im Rahmen der Analyse werden nur multimodale (sprachliche und bildliche) Aspekte des Komplexes ‚Emotion‘ fokussiert, die für das (massen)mediale Kommunizieren relevant sind.

Ziel des vorliegenden Beitrags ist es zu zeigen, wie – d. h. mit welchen Mitteln und Strategien – Emotionen als kommunikative Phänomene in bestimmten multimodalen Kommunikationsformen – in Memes – konstruiert werden. Der Analyse liegt eine qualitative (interpretative) Herangehensweise zugrunde. Die ausgewählten Memes zu den deutsch-polnischen Beziehungen werden mit besonderem Augenmerk auf die Sprache-Bild-Beziehungen analysiert, die bei dieser Form der Kommunikation einen wesentlichen Einfluss auf die Manifestation und Evokation von Emotionen haben können. Der Beitrag besteht aus einem theoretischen und einem praktischen Teil. Im ersten Schritt wird der Begriff ‚Emotion‘ in linguistischer Hinsicht expliziert. Diesem Abschnitt folgt eine überblicksartige Darstellung anderer, für die Analyse zentraler Termini: ‚Diskurs‘, ‚Multimodalität‘ und ‚Meme‘. Der empirische Teil stellt eine Untersuchung ausgewählter Memes dar, die mit einem kurzen Fazit abgeschlossen wird.

⁷ Vgl. Schwarz-Friesel, *Sprache und Emotion*, 47–48.

⁸ Vgl. Jacek Szczepaniak, „Emotionen als diskursive Phänomene“, *Stylistyka* 30 (2021): 14.

⁹ Vgl. Andreas Rothenhöfer, „Diskurslinguistik und Emotionskodierung“, in: *Handbuch Diskurs*, Bd. 6, hrsg. v. Ingo H. Warnke (Berlin, Boston: de Gruyter, 2018); Stefan Hauser, Martin Luginbühl, Susanne Tienken, *Mediale Emotionskulturen* (Lausanne: Peter Lang, 2019); Gesine Lenore Schiewer et al., „Discourse linguistics and emotions in media“, in: *Language and Emotion. An International Handbook*, Vol. 3, hrsg. v. Gesine Lenore Schiewer, Jeanette Altarriba, Bee Chin Ng (Berlin, Boston: de Gruyter, 2023).

1 ZUM BEGRIFF DER EMOTION AUS LINGUISTISCHER SICHT

Die vielseitigen Relationen zwischen Sprache und Emotion werden seit Jahrhunderten wissenschaftlich reflektiert: Bereits in der antiken Rhetorik und Poetik wurde den Fragen der Emotionalisierung im Hinblick auf die Effizienz sprachlicher Kommunikation nachgegangen.¹⁰ Abgesehen von ihrer Unzugänglichkeit, die beiden Phänomenen gemeinsam ist, brauchen Sprache und Emotionen auch ein (akustisches oder visuelles) Medium, um wahrnehmbar, kommunizierbar und erkennbar zu werden.

Aus linguistischer Perspektive ist es von Bedeutung, dass vor allem diverse Möglichkeiten der Kodierung und Manifestierung nicht sichtbarer Seelenzustände in den Blick rücken, d. h. bestimmte verbale, para- bzw. nonverbale Formen des Emotionsausdrucks. Diese stehen nämlich zunehmend „im Interessenhorizont einer Linguistik, die in Ergänzung reduktionistischer Sprachauffassungen Text und Gespräch aus einer Perspektive des ‚Ganzen Menschen‘ analysiert“¹¹. Betrachtet man Texte, in denen mittels Sprache und anderer semiotischer Zeichen Inhalte kodiert und Bedeutungen (und Wirkungen) generiert werden, als Basiseinheit der Kommunikation, so lässt sich im Rahmen einer emotionsbezogenen Linguistik behaupten, dass ihr eigentlicher Untersuchungsgegenstand Emotionen sind, die als kommunikative Größen, d. h. als in verbalen (und ikonischen) Manifestationen greifbare Konstrukte begriffen werden, und nicht als physiologische Prozesse oder mentale Repräsentationen innerer Zustände: „Emotionen sind in der Kommunikation Symbole, semiotisch codiert, arbiträr“¹² und sie werden erst in ihrer Symbolisierung in Texten, d. h. durch ihre Kodierung im Text, empirisch erfassbar. Eine derartige Perspektive auf Emotionen eröffnet neue Möglichkeiten ihrer Erforschung, vor allem der Kodierung und Evokation von Emotionen in Texten sowie der Emotionalisierung als diskursiver Strategie. Denn die Verständigung darüber, was Emotionen sind, wie sich emotionale Zustände, Prozesse bzw. Dynamiken adäquat fassen und theoretisch abstecken lassen, ist mit den Fragen nach den jeweiligen Zugangsweisen untrennbar verbunden. So verstandene Emotionen stellen „ein von menschlicher Praxis reguliertes Geschehen unseres gesellschaftlichen Lebens“¹³ dar: Sie können von individuellen

¹⁰ Unter anderem wurden Versuche unternommen, die Eigenschaften eines idealen Redners zu bestimmten (vgl. z. B. „Rhetorik“ von Aristoteles). Mit seiner Rede sollte er imstande sein, die Empfänger so stark zu beeinflussen, dass sie selbst die manifestierten Emotionen empfinden könnten. Auch heutzutage sind rhetorische Kompetenzen wichtig – nicht nur auf der Bühne, sondern auch in der Politik oder in der Werbung.

¹¹ Gesine Lenore Schiewer, „Sprache und Emotion in der literarischen Kommunikation. Ein integratives Forschungsfeld der Textanalyse“, *Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes* 54 (2007) 3: 346.

¹² Heike Ortner, *Text und Emotion. Theorie, Methode und Anwendungsbeispiele emotionslinguistischer Textanalyse* (Tübingen: Narr, 2014), 46.

¹³ Gunter Gebauer et al., *Von der Emotion zur Sprache: Wie wir lernen, über unsere Gefühle zu sprechen* (Weilerswist: Velbrück Wissenschaft, 2017), 9.

oder kollektiven Akteur*innen, die über ein gemeinsames, diskursiv generiertes Emotionswissen verfügen, konstruiert, wahrgenommen, beobachtet, interpretiert oder thematisiert werden: „Wir mögen Gefühle vorsprachlich erleben. Aber unser Wissen über sie ist immer nur eine versprachlichte Repräsentation von bereits Versprachlichtem.“¹⁴ Diese Auffassung, die Emotionen in ihrer jeweiligen medialen Gestalt als situierte, soziokulturell geprägte, zeichenhafte Repräsentanten einer unvermittelt präsenten Wirklichkeit zu analysieren ermöglicht und dadurch ihre kommunikative Relevanz sichtbar macht, könnte zu den lexikalisch-semanticen und pragmatischen kommunikativen Ansätzen als komplementär angesehen werden.¹⁵

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass Emotionen aus medien- und diskurslinguistischer Sicht als interindividuelle dynamische Konstrukte, als „Bestandteile von routinisierten, kulturell standardisierten Praktikenkomplexen“¹⁶, d.h. als diskursive Praktiken aufgefasst werden. Aufgrund emotionaler Muster, denen lebensweltlich und massenmedial angeeignete Erfahrungen zugrunde liegen, sind die meisten Akteur*innen massenmedialer Diskurse im Stande, bestimmten Kommunikaten emotionale Qualität(en) zuzuschreiben sowie intendierte Bewertungen bzw. Einstellungen zu inferieren.¹⁷

2 DISKURS – MULTIMODALITÄT – MEME

Wie bereits oben angedeutet, liegt der vorliegenden Analyse von Memes mit Emotionspotenzial ein medien- und diskurslinguistischer Ansatz zugrunde. Memes werden hier als medial spezifische digitale sowie multimodale Kommunikationsformen und zugleich als thematisch zusammenhängende Diskursausschnitte betrachtet. Aus diskurslinguistischer Sicht weisen Memes alle Merkmale auf, die Texten als Bestandteilen von Diskursen zugeschrieben werden:

- sie beziehen sich in einem bestimmten Zeitraum auf einen (gesellschaftsrelevanten) Themen- oder Wissenskomplex, der als Forschungsgegenstand gewählt wurde,
- sie weisen semantische Beziehungen untereinander auf und stehen in einem Kommunikations-, Funktions- oder Zweckzusammenhang,

¹⁴ Wolfgang Teubert, „Die Wirklichkeit des Diskurses“, in: *Linguistische Diskursanalyse: neue Perspektiven. Interdisziplinäre Diskursforschung*, hrsg. v. Dietrich Busse, Wolfgang Teubert (Wiesbaden: Springer VS, 2013), 65.

¹⁵ Vgl. Schwarz-Friesel, *Sprache und Emotion*, 13.

¹⁶ Andreas Reckwitz, „Praktiken und ihre Affekte“, in: *Praxistheorie: Ein soziologisches Forschungsprogramm*, hrsg. v. Hilmar Schäfer (Bielefeld: transcript, 2016), 173.

¹⁷ Vgl. Schiewer et al., „Discourse linguistics and emotions in media“.

– sie verweisen explizit oder implizit¹⁸ aufeinander, wodurch sie einen inter- bzw. transtextuellen Zusammenhang bilden.¹⁹

Abgesehen von der themengebundenen Netzhaftigkeit von Memes, die aus verschiedenen Teildiskursen und Diskursbereichen stammen können, sind auch andere Merkmale relevant, die einen Diskurs konstituieren²⁰, und zwar:

1. Massenmedialität und Öffentlichkeit, weil Akteur*innen in kommunikativen Handlungsräumen öffentlich agieren,
2. Dialogizität und Intertextualität, weil Texte (Memes) durch Bezug auf andere, bereits existierende Texte konstituiert werden (Diskursivität durch Intertextualität),
3. die Serialität von Ereignissen, die den thematischen Kern von Diskursen bildet,
4. Prozessualität und Sukzessivität – gemeint sind ein Nach- und Nebeneinander von Texten sowie
5. Gesellschaftlichkeit und soziale Praxis, weil Diskurse in soziale, sprachliche und außersprachliche Praktiken eingebettet sind.

Es ist davon auszugehen, dass diese Merkmale nicht alle auf einmal vorkommen müssen, um von einem Diskurs sprechen zu können. Zudem ist es möglich, dass ein einzelner Text zu vielen verschiedenen Diskursen gleichzeitig gehört.

Im vorliegenden Beitrag werden Emotionen in Memes als Konstituenten massenmedialer Diskurse zum Gegenstand der Untersuchung, deshalb ist der analytische Fokus stärker auf die Fragen der Medialität gerichtet. In diesem Zusammenhang ist auf die Kategorie *Multimodalität* – wenn auch nur skizzenhaft – einzugehen.

Multimodalität kann als eine besondere Form von Multimedialität definiert werden. Nach Fricke ist von Multimodalität dann zu sprechen, wenn sich verschiedene Zeichenressourcen, z. B. Sprachliches und Bildliches, zu einem semiotischen Gesamtverfahren integrieren.²¹ Bei der Multimodalität²² hängen die semiotischen Medien so stark zusammen,

¹⁸ Die Vielfalt der möglichen Beziehungen führt dazu, dass sich viele Aussagen und/oder Texte miteinander auch unbewusst überschneiden können.

¹⁹ Vgl. Dietrich Busse, Wolfgang Teubert, „Ist Diskurs ein sprachwissenschaftliches Objekt? Zur Methodenfrage der Historischen Semantik“, in: *Begriffsgeschichte und Diskursgeschichte. Methodenfragen und Forschungsergebnisse der historischen Semantik*, hrsg. v. Wolfgang Teubert, Dietrich Busse, Fritz Hermanns (Opladen: Westdeutscher Verlag, 1994), 14.

²⁰ Vgl. Constanze Spieß, *Diskurshandlungen. Theorie und Methode linguistischer Diskursanalyse am Beispiel der Bioethikdebatte* (Berlin, Boston: de Gruyter, 2011), 111–112.

²¹ Vgl. Ellen Fricke, *Grammatik multimodal. Wie Wörter und Gesten zusammenwirken* (Berlin, Boston: de Gruyter, 2012), 75.

²² Im Vorliegenden wird auf die Differenzierung zwischen Multimodalität und Multikodalität nicht eingegangen. Vgl. dazu z. B. Werner Holly, „Rhetorisch-stilistische Eigenschaften der Sprache von Hörfunk und Fernsehen“,

dass sie einen *Gesamtcode* bilden.²³ Im zu analysierenden Fall treten Bilder mit schriftsprachlichen Inhalten im Verbund auf und stellen gemeinsam situations- bzw. kontextspezifische Bedeutungen her. Das Ganze, also das Kommunikationsangebot, ist dabei mehr als die Summe seiner Teile. Dementsprechend ist „der Gesamtsinn nicht additiv, sondern [...] ‚multiplikatorisch‘ als intersemiotischer Prozess zu erklären“²⁴. In diesem Sinne sind Memes nicht (nur) deshalb multimodal emotionsgeladen, weil sie Zeichen unterschiedlichen Typs kombinieren, sondern weil die kommunikativen Handlungen des Informierens oder vor allem des Emotionalisierens – des Kodierens und/oder Evozierens von Emotionen – mit unterschiedlichen modalen Ressourcen vollzogen werden. Emotionale Bedeutungen können aber auf der Seite der Rezipierenden dann entstehen, wenn bestimmten Zeichen oder Bildern emotionale Wirkpotenziale produzentenseitig zugewiesen werden.²⁵

Eine semiotische Perspektive auf diskursive Praktiken und ihre Produkte „schafft [...] Sensibilität für die kommunikativen Signifikationsvollzüge, die durch bestimmte Gestaltung der Zeichenausdrucksebene und der Sinnkonstruktion auf der Zeicheninhaltsebene der Diskursfragmente realisiert sind“²⁶. Multimodal ausgerichtete Diskursanalyse kann somit als eine Forschungsperspektive angesehen werden, die Emotionen als kommunikative Phänomene über multimodale Zeichenkomplexe und Praktiken ihrer Konstruktion zu erschließen versucht.²⁷ Vor diesem Hintergrund wird auf die dritte Komponente der Begriffstriade „Diskurs – Multimodalität – Meme“ zurückgegriffen. In diesem Fall haben wir mit einer multimodalen Kommunikationsform zu tun, die für das Medium Internet charakteristisch ist. Memes lassen sich als „(rekontextualisierte) Kombinationen von Bildern und schriftsprachlichen Elementen

in: *Rhetorik und Stilistik. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung*, hrsg. v. Ulla Fix, Andreas Gardt, Joachim Knape (Berlin, New York: de Gruyter, 2010), 2203.. Unter dem Begriff der (semiotischen) Multimedialität werden hier Kommunikate verstanden, die mehrere Codes nutzen.

²³ Vgl. Jan Georg Schneider, „Medien als Verfahren der Zeichenprozessierung: Grundsätzliche Überlegungen zum Medienbegriff und ihre Relevanz für die Gesprächsforschung“, *Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion* 18 (2017): 44.

²⁴ Hans-Jürgen Bucher, „Multimedialität – ein universelles Merkmal der Medienkommunikation: Zum Verhältnis von Medienangebot und Medienrezeption“, in: *Interaktionale Rezeptionsforschung. Theorie und Methode der Blickaufzeichnung in der Medienforschung*, hrsg. v. Hans-Jürgen Bucher, Peter Schumacher (Wiesbaden: Springer, 2012), 58.

²⁵ Ausführlicher dazu z. B. Katrin Döveling, „Bilder von Emotionen – Emotionen durch Bilder. Eine interdisziplinäre Perspektive“, in: *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung*, hrsg. v. Katharina Lobinger (Wiesbaden: Springer VS, 2019).

²⁶ Stefan Meier, „Multimedialität im Diskurs: Konzept und Methode einer multimodalen Diskursanalyse“, in: *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Bd. I: Theorien und Methoden*, 3., erweit. Aufl., hrsg. v. Reiner Keller, Andreas Hirsland, Werner Schneider, Willy Viehöver (Wiesbaden: Springer VS, 2011), 504.

²⁷ Vgl. ebd., 512.

aus dem Alltag, der Politik oder der (Pop-)Kultur“²⁸ definieren, die ständig in einen bestimmten historischen, sozialen und vor allem kulturellen Kontext eingebunden werden sollten. Hartmann zählt Memes zu kulturellen Replikatoren.²⁹ Nach Oswald sollen unter Memes kulturelle Einheiten jeder Form oder Medialität verstanden werden – von statischen Bildern über Videos bis hin zu Liedern, Textzeilen, einzelnen Wörtern oder abstrakten Konzepten.³⁰ In diesem Sinne argumentiert auch Breitenbach:

Ein Meme ist ein kulturelles Element – eine kulturelle Information – von der man annimmt, dass sie sich – ähnlich wie in der Genetik – durch Weitergabe von Mensch zu Mensch repliziert, insbesondere durch den Vorgang der Imitation.³¹

Einer der wichtigsten Aspekte der Memestruktur ist, dass Memes zumeist aus einem standardisierten Bild und zwei variierenden Textzeilen am oberen und unteren Rand des Bildes bestehen, die miteinander kontrastieren.³² Demnach werden Memes als Sprache-Bild-Gefüge bzw. multimodale Texte von Sprachbenutzer*innen immer nach bestimmten Regeln bzw. Mustern konstruiert.

Der Entstehung dieser Phänomene der Alltagskommunikation liegt immer ein Ereignis, eine Person, eine Situation, d. h. eine kulturelle Information zugrunde, die später von Betrachtenden wahrgenommen und interpretiert wird. Dann wird diesem Ereignis ein neuer Kontext gegeben und es wird in einem neuen Medium realisiert. Tatsache ist, dass ein Meme immer wieder weiter rekonstruiert und bearbeitet werden kann. Es ist noch festzustellen, dass Memes vor allem durch ihren humoristischen, oft bewertenden oder emotionalen Charakter, ihre Leserlichkeit, Einfachheit und Schematizität gekennzeichnet sind.³³

²⁸ Fabia Morger, *Meme gegen Rechts. Eine medienlinguistische Analyse von Memes im politischen Diskurs der Durchsetzungsinitiative* (Stockholm, 2017), 5, Zugriff 28.04.2023, su.diva-portal.org/smash/get/diva2:1164103/FULLTEXT01.pdf.

²⁹ Vgl. Flora Hartmann, *Meme: Die Kunst des Remix. Bildsprache politischer Netzkultur*, hrsg. v. Antonio Amadeu Stiftung (Berlin: Amadeu-Antonio-Stiftung, 2017), 6.

³⁰ Vgl. Sascha Oswald, „Try not to cry‘ – Memes, Männlichkeit und Emotionen: zur Entstehung von Affektstrukturen in digitalen Bildpraktiken“, *kommunikation@gesellschaft* 19 (2018): 4, Zugriff 28.04.2023, DOI: 10.15460/kommges.2018.19.2.596.

³¹ Patrick Breitenbach, „Memes: Das Web als kultureller Nährboden“, in: *New Media Culture. Mediale Phänomene der Netzkultur*, hrsg. v. Christian Stiegler, Patrick Breitenbach, Thomas Zorbach (Karlsruhe: transcript, 2015), 34.

³² Vgl. Oswald, „Try not to cry‘ – Memes, Männlichkeit und Emotionen“, 3.

³³ Vgl. Karolina Brylska, Tomasz Gackowski, „Krytyka polityczna w memach internetowych – od dekonstrukcji po rekonfigurację“, in: *Memy czyli życie społeczne w czasach kultury obrazu*, hrsg. v. Karolina Brylska, Tomasz Gackowski, Mateusz Patera (Warszawa: ASPRA-JR, 2017), 27.

Eine Eigenschaft, die Memes von vielen anderen Texten unterscheidet, ist auch die sog. Ausdrucksökonomie: Memes bestehen in der Regel aus knappen Textzeilen und einem Bild, wodurch sie schneller als lange Kommentare wahrgenommen werden können. In der folgenden Analyse werden Memes berücksichtigt, die auf Standbildern basieren.

3 ANALYSE

In der Forschung werden Memes vor allem im Hinblick auf ihre Texthaftigkeit, d. h. auf ihre immanente Verknüpfungsstruktur bzw. Grammatik hin untersucht.³⁴ In der vorliegenden Untersuchung geht es jedoch hauptsächlich um die semiotischen Mittel und Strategien, mit denen in Memes als multimodalen Texten Emotionen kodiert bzw. evoziert werden können. In diesem Zusammenhang wird auch nach ihrer Funktion gefragt. Es ist außerdem der Tatsache Rechnung zu tragen, dass die Verbindung von Text und Bild viele Interpretationsmöglichkeiten zur Verfügung stellt. Wichtig ist dabei, den Kontext (also z. B. durch Memes kommentierte Ereignisse, oder kritisierte Politiker*innen) zu erkennen sowie die eingesetzten Strategien, z. B. die Ironie, zu verstehen, weil die Bilder selbst keinen eindeutigen Sinn übermitteln. Es wird davon ausgegangen, dass Memes kommunikative Werkzeuge sind, und erst vor diesem Hintergrund sich ihre Bedeutungen, darunter auch emotionale Bedeutungen, verstehen lassen.

Beispiel 1



Abb. 1. Dt.: ‚Der preußische Erbe‘ (Quelle: <https://kwejk.pl/obrazek/3538395/herr-tusk-und-die-fraumerkel.html>, Stand: 11.05.2021).

³⁴ Vgl. Oswald, „Try not to cry‘ – Memes, Männlichkeit und Emotionen“, 4.

Das obige Meme ist ein Beispiel der zweisprachigen digitalen Kommunikationsform, auf der zwei Figuren der politischen Welt (Angela Merkel und Donald Tusk) dargestellt wurden. Hinsichtlich der Form der Darstellung ist es eine Fotomontage: Eingesetzt wurden nur die Gesichter der genannten Personen. Der Text unter dem Bild wurde in dem für die alten deutschen Texte charakteristischen Stil – Schwabacher Schrift – geschrieben. Die rote Aufschrift darunter nimmt auf historische Fakten Bezug: Es geht um die deutsche territoriale Expansion nach Osten im 19. und 20. Jahrhundert, die als „Drang nach Osten“ bezeichnet wurde. Mittlerweile wurde dieser „Drang nach Osten“ zu einem eindeutig negativ konnotierten und emotional aufgeladenen Topos bzw. Stereotyp: Preußen ruft bei vielen Polen und Polinnen nach wie vor unheilvolle Assoziationen hervor. Eine derartige Vorstellung des Nachbarn in den deutsch-polnischen Beziehungen hat eine lange Geschichte, die sich durch Jahre hindurch gefestigt hat. Der nun untergegangene Staat erinnert an die Teilungen, den Verlust der Unabhängigkeit und Identität und starke Germanisierung Polens. Diese historischen Ereignisse sind im kollektiven Gedächtnis vieler Polen archiviert, deshalb kann die Darstellung von Tusk als den sog. preußischen Erben in deutscher Uniform Befürchtungen wecken, dass er nicht wirklich vorhat, polnische Interessen zu vertreten. Zudem steht daneben Angela Merkel als Sinnbild für das (über)mächtige Deutschland. „Drang nach Osten 2.0“ suggeriert wiederum, dass es zu einer zweiten Expansion kommen kann. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass der/die (an sich unbekannte) Produzent/Produzentin den potenziellen Adressat*innen veranschaulichen will, dass Polen – nicht zuletzt wegen der Haltungen bestimmter Politiker*innen – bedroht ist. Es werden bestimmte negative Assoziationen hervorgerufen, die mit widrigen Ereignissen aus der Geschichte Polens zusammenhängen und an das polnische Leid erinnern. Sie deuten darüber hinaus an, dass sich dieses Übel wiederholen kann. Die transtextuelle Ebene der Analyse im Sinne von Spitzmüller und Warnke verweist auf einen Diskurszusammenhang, in dem bestimmte Emotionen – im vorliegenden Fall die Emotion ‚Angst‘ – evoziert werden können.³⁵ Diese richtet sich somit auf die oben genannten Topoi, Schemata oder historische Fakten.

Wie auf dem analysierten Sprache-Bild-Gefüge zu beobachten ist, hat man hier mit einem hinsichtlich der Form für die Internetseite Demotywatory.pl (ein Bild im schwarzen Rahmen und der Text darunter) relativ typischen Meme zu tun. Es stellt die ehemalige deutsche Kanzlerin Angela Merkel und die ehemalige polnische Ministerpräsidentin – eine Vertreterin der Bürgerplattform (PO) – Ewa Kopacz dar. Im rechten Lager der polnischen Politik wird oft behauptet, dass die PO-Politiker*innen allzu enge Beziehungen zu der deutschen

³⁵ Vgl. Jürgen Spitzmüller, Ingo H. Warnke, *Diskurslinguistik: Eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse* (Berlin, New York: de Gruyter, 2011), 201.

Regierung hätten. Das Bild der bekannten Politikerinnen wird durch den begleitenden Text rekontextualisiert und erhält somit eine neue Bedeutung. In dem obigen Beispiel wird eine starke Abhängigkeit Ewa Kopacz von Angela Merkel suggeriert. Sichtbar ist hier eine hierarchische Relation: Vorgesetzte und Unterstellte (Praktikantin). Die Aussage ist in der Imperativform – in der 2. Person Singular – formuliert. Es gibt keine Höflichkeitsformel. Zudem sieht man die Gestik der Ex-Kanzlerin, die mit dem Finger auf etwas zeigt, was nicht sichtbar ist. Es kann als eine Art Verstärkung des Befehls interpretiert werden. Im folgenden Fall haben wir mit keiner expliziten Emotionsmanifestation zu tun. Es wird eher auf eine beinahe stereotype Vorstellung – die Angst vor der deutschen Dominanz – zurückgegriffen, die hier für innenpolitische Zwecke in Polen (die Kritik an der Bürgerplattform) eingesetzt wird. Die Emotion ‚Angst‘, deren Semantik sich aus den Komponenten ‚etwas Negatives, Unerwünschtes, Bedrohliches‘ zusammensetzt³⁶ wird hier instrumentalisiert und als ein Element der medial realisierten Kritik an der führenden Oppositionspartei in Polen auf der transtextuellen Ebene des Diskurses verwendet. Mit der Angst vor der deutschen Dominanz wird relativ oft in medialen Diskursen, auch in multimodalen Diskursen im Internet, gespielt. Zugleich werden nicht selten auch andere Emotionen wie Ärger oder Empörung generiert.

Beispiel 2



Abb. 2. Dt.: ‚Kopiere es zweimal und bringe mir bei der Gelegenheit auch noch einen Kaffee!‘ (Quelle: <https://demotywatory.pl/4564124/>, Stand: 22.03.2021).

³⁶ Vgl. Szczepaniak, *Sprachspiel Emotion*, 234.

Beispiel 3



Abb. 3. Dt.: ‚Mein ganzer geschickter Plan ist im Eimer.‘ (Bedeutung der Unterschrift ohne Berücksichtigung der schwer zu übersetzenden Ad-hoc-Bildung; Quelle: <https://m.demotywatory.pl/4568128/I-caly-moj-misterny-plan-w-PiSdu>, Stand: 10.05.2021).

Auf dem zu analysierenden Meme kann man wieder die deutsche Ex-Bundeskanzlerin Merkel erkennen, was als ein Beispiel diskursbildender Serialität gelten kann. Im Gesicht der Politikerin (z. B. ihre zusammengepressten Lippen) zeigt sich Unzufriedenheit oder Enttäuschung. Die Formulierung „w PiSdu“ bezieht sich auf die polnische umgangssprachliche bzw. sogar vulgäre Wendung ‚w pizdu‘, die einerseits als interjektionale Phrase zum Ausdruck von Ärger oder Enttäuschung und andererseits als ein Idiom mit der Bedeutung ‚im Eimer sein‘ fungiert. Im vorliegenden Meme werden eigentlich beide Bedeutungen aktiviert. Darüber hinaus sieht man ein Wortspiel oder eine spielerische Ad-hoc-Bildung graphematischer Art – *w PiSdu* wurde hier absichtlich verwendet und so geschrieben, um zu veranschaulichen, dass der vermeintliche Plan von Merkel durch die polnische rechtskonservative Partei Prawo i Sprawiedliwość (Abk. PiS, dt. ‚Recht und Gerechtigkeit‘), deren Kandidat die Präsidentschaftswahlen im Jahre 2020 gewonnen hat, durchkreuzt wurde. Ihre Unzufriedenheit könnte (nach Meinungen des sog. rechten Lagers) daraus resultieren, dass Angela Merkel zu Politiker*innen der Bürgerplattform bessere Beziehungen habe, weil sie angeblich leichter zu manipulieren seien. Das obige Bild-Makro soll demnach die Niederlage des Kandidaten der polnischen Oppositionspartei bei den Wahlen und zugleich die von Angela Merkel angestrebte Vorherrschaft in Polen veranschaulichen und verspotten.

Die Emotion, die mit diesem Meme auf ironische Weise manifestiert wird, ist die Zufriedenheit oder Freude eines (unbekannten) Diskursakteurs bzw. einer Diskursakteurin, dass die von der PiS gewonnenen Wahlen die deutsche Ex-Kanzlerin nicht glücklich gemacht haben. Es kann angenommen werden, dass wir hier mit der sog. Schadenfreude zu tun haben –

einer spezifischen Emotion, die in den deutsch-polnischen Beziehungen (eher auf der polnischen Seite) vorkommt. Das semantische Profil der Emotion ‚Freude‘³⁷ macht deutlich, dass man mit diesem emotionalen Zustand zu tun hat, wenn eine bestimmte Situation (erwartete oder unerwartete) als angenehm und erwünscht angesehen wird.

Beispiel 4



Abb. 4 dt. ‚Wie sind sie dahin gekommen?‘ (Quelle: <https://kwejk.pl/obrazek/3276545/jak.html>, Stand: 10.12.2020)

Das obige Meme enthält drei Bilder von Tieren an seltsamen Orten und ein Foto der deutschen Bundeskanzlerin Angela Merkel. Oben sieht man eine knappe Überschrift in Form einer rhetorischen Frage: „Jak oni się tam dostali?“ (dt. ‚Wie sind sie dahin gekommen?‘). Die Entscheidungen, die von der Ex-Bundeskanzlerin 2015 (die Aufnahme von Geflüchteten) getroffen wurden, wurden von der polnischen Regierungspartei oft stark kritisiert. Das analysierte Meme spottet über Merkels (Un)Fähigkeit, eine so hohe Regierungsfunktion innezuhaben. Diese Kritik wird durch eine vergleichende Zusammenstellung mit Tieren, die sich in ungewöhnlichen oder unpassenden Lagen befinden und die als nicht besonders intelligent gelten, verstärkt. Auf diese Weise wird eine eindeutig negative, auch affektive Einstellung des jeweiligen Diskursakteurs bzw. der Diskursakteurin gegenüber Angela Merkel und ihrer Politik unmissverständlich zum Ausdruck gebracht. Es kann angenommen werden, dass wir im vorliegenden Fall mit der Emotion ‚Abscheu‘ bzw. ‚Verachtung‘ zu tun haben.

³⁷ Vgl. ebd., 255.

Die genannten Emotionen haben in der Regel die Funktion, Menschen vor ungünstigen Objekten, Aktivitäten usw. zu schützen oder zu warnen. Im vorliegenden Fall wird davor gewarnt, Personen wie Merkel in hohe Ämter zu wählen. Wie andere bereits analysierte Beispiele zeigen, wird die ehemalige Bundeskanzlerin immer wieder als Feindesfigur dargestellt.

Beispiel 5



Abb. 5. Dt.: ‚Nehmt ihr nicht zu viele Flüchtlinge auf?‘ (Quelle: <https://memy.pl/mem/18918/Niemcy>, Stand: 20.09.2021).

Der obige multimodale Kommunikat hat die Form eines Internetcomics, in dem die Länder als Kugel (Countryballs) gezeigt werden. Nach Wikipedia beziehen sich die Comics auf satirische Weise auf nationale Klischees, internationale Beziehungen und politische sowie historische Ereignisse.³⁸ Hier hat man mit den sog. Polandball und Germanyball zu tun, was in stark verallgemeinerter Weise die gegenseitigen Relationen zwischen diesen beiden Ländern veranschaulichen soll. Solche Memes sind oft zwei- oder mehrsprachig. In einem Dialog stellte der Polandball die Frage, ob der Germanyball nicht zu viele Flüchtlinge aufnehmen. Die Antwort Deutschlands ist klar, eindeutig und selbstbewusst: „NICHT!“ Die Aussage wird mithilfe großer Buchstaben und eines Ausrufezeichens zusätzlich verstärkt. Im nächsten Schritt kommt es zu einer visuellen Modifizierung der deutschen Figur – sie wird noch mit Halbmond und Stern – wie in der türkischen Fahne – sowie mit der Überschrift „2050“ versehen, was wahrscheinlich das Jahr 2050 bezeichnet. Die dargestellte Situation bezieht

³⁸ Vgl. Wikipedia, „Polandball“, Zugriff 10.01.2022, <https://de.wikipedia.org/wiki/Polandball>.

sich auf die Aufnahme von vielen Flüchtlingen in Deutschland im Jahr 2015, was laute Kritik und relativ heftige Proteste in Polen auslöste. Das Thema wurde oft in Print- und Online-medien kommentiert.

Dieses Meme soll wahrscheinlich als eine Art Prophezeiung gelesen werden, die besagt, dass das Land durch die Aufnahme vieler Flüchtlinge sein religiöses Fundament – das Christentum – verliert, das durch den Islam ersetzt wird. Symbolisch stehen dafür der Halbmond und der Stern. Sichtbar ist hier die emotional gefärbte Kritik an der deutschen Regierung und gleichzeitig die (Schaden)Freude Polens, die mit Furcht und Abscheu einhergeht.

FAZIT

Die analysierten Memes sind bewertend und in unterschiedlichem Maße emotional aufgeladen. In diesem Zusammenhang lässt sich behaupten, dass diese Form der Kommunikation als politisches Kommunikationsinstrument wahrgenommen werden kann, da sie Ereignisse in der Politik auf emotionale Weise kommentiert. Memes können daher als Formen der politischen Persuasion oder der emotional gefärbten Bewertung betrachtet werden. Die Emotionen, die am häufigsten in den untersuchten multimodalen Texten vorkommen bzw. evoziert werden sollten, sind: Ärger, Empörung, Abscheu und Angst. Diese Emotionen treten oft als Emotionskomplexe zusammen. In einigen Fällen geht es auch um Schadenfreude, die als eine Art Derivat der Zufriedenheit gilt (Beispiele 3 und 4). Jede der genannten Emotionen ist negativ, was in gewisser Weise darauf hindeuten könnte, dass die deutsch-polnischen Beziehungen immer noch nicht neutral sind. Die Rezeption der emotionalen Kommunikate ist darüber hinaus erst durch die Berücksichtigung der Sprach-Bild-Beziehungen möglich und nur dann, wenn Rezipierende über ein entsprechendes historisches, kulturelles oder soziales Vorwissen verfügen. Der multimodale Charakter dieser Kommunikationsform ermöglicht den Einsatz verschiedener Strategien der Thematisierung, Manifestation oder Evokation von Emotionen. Sie werden am häufigsten durch Ironie und Metaphern ausgedrückt, d. h. auf implizite Weise. Ein sehr effizientes Verfahren auf der textuellen Ebene des Diskurses ist z. B. die Bezugnahme auf negativ konnotierte Ereignisse oder Bezeichnungen bzw. Eigennamen aus der Geschichte beider Länder. Dies manifestiert sich einerseits durch nonverbale visuelle Darstellungen, z. B. durch fotomontierte Repräsentationen von Szenen des Zweiten Weltkriegs und die Verwendung einer assoziativen Schriftart (Beispiel 1) oder durch den Gebrauch bekannter Symbole (Beispiel 5), andererseits aber auch durch die verbale Erwähnung bestimmter historischer Begriffe (Beispiel 1). Zur Emotionalisierung der Kommunikation im Diskurs auf der intra- oder transtextuellen Ebene werden auch Wortspiele eingesetzt (Beispiel 3). Eine relevante und äußerst häufig verwendete Strategie ist die Nutzung bestimmter Diskursakteur*innen

zum Zwecke der Emotionalisierung. Im polnischsprachigen Diskurs ist Angela Merkel eine stark memetische Person, die in fast allen analysierten Memes auftaucht (Beispiele 1–4). Personenmemes können als ein impliziter Ausdruck von Empörung gelten und dabei der Bloßstellung bzw. Herabwürdigung der jeweiligen Diskursakteur*innen dienen.

LITERATUR

- Ben Ze'ev, Aaron. *Die Logik der Gefühle. Kritik der emotionalen Intelligenz*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2009.
- Breitenbach, Patrick. „Memes: Das Web als kultureller Nährboden“. In: *New Media Culture. Mediale Phänomene der Netzkultur*, hrsg. v. Christian Stiegler, Patrick Breitenbach, Thomas Zorbach, 29–50. Karlsruhe: transcript, 2015.
- Brylska, Karolina, Tomasz Gackowski. „Krytyka polityczna w memach internetowych – od dekonstrukcji po rekonfigurację“. In: *Memy czyli życie społeczne w czasach kultury obrazu*, hrsg. v. Karolina Brylska, Tomasz Gackowski, Mateusz Patera, 25–50. Warszawa: ASPRA-JR, 2017.
- Bucher, Hans-Jürgen. „Multimodalität – ein universelles Merkmal der Medienkommunikation: Zum Verhältnis von Medienangebot und Medienrezeption“. In: *Interaktionale Rezeptionsforschung. Theorie und Methode der Blickaufzeichnung in der Medienforschung*, hrsg. v. Hans-Jürgen Bucher, Peter Schumacher, 51–82. Wiesbaden: Springer, 2012.
- Busse, Dietrich, Wolfgang Teubert. „Ist Diskurs ein sprachwissenschaftliches Objekt? Zur Methodenfrage der Historischen Semantik“. In: *Begriffsgeschichte und Diskursgeschichte. Methodenfragen und Forschungsergebnisse der historischen Semantik*, hrsg. v. Wolfgang Teubert, Dietrich Busse, Fritz Hermanns, 10–28. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1994.
- Döveling, Katrin. „Bilder von Emotionen – Emotionen durch Bilder. Eine interdisziplinäre Perspektive“. In: *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung*, hrsg. v. Katharina Lobinger, 63–82. Wiesbaden: Springer VS, 2019.
- Fricke, Ellen. *Grammatik multimodal. Wie Wörter und Gesten zusammenwirken*. Berlin, Boston: de Gruyter, 2012.
- Gebauer, Gunter, Manfred Holodynski, Stefan Koelsch, Christian von Scheve. *Von der Emotion zur Sprache: Wie wir lernen, über unsere Gefühle zu sprechen*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft, 2017.
- Hartmann, Flora. *Meme: Die Kunst des Remix. Bildsprache politischer Netzkultur*, hrsg. v. Antonio Amadeu Stiftung. Berlin: Amadeu-Antonio-Stiftung, 2017.
- Hauser, Stefan, Martin Luginbühl, Susanne Tienken. *Mediale Emotionskulturen*. Lausanne: Peter Lang Verlag, 2019.
- Holly, Werner. „Rhetorisch-stilistische Eigenschaften der Sprache von Hörfunk und Fernsehen“. In: *Rhetorik und Stilistik. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung*, hrsg. v. Ulla Fix, Andreas Gardt, Joachim Knape, 2197–2210. Berlin, New York: de Gruyter, 2010.
- LeDoux, Joseph. *Das Netz der Gefühle. Wie Emotionen entstehen*. München: dtv, 2003.

- Lüdtke, Ulrike M. „Henne oder Ei? Die Beziehung von Sprache, Kognition und Emotion“. *tv diskurs* 45 (2008): 22–30.
- Meier, Stefan. „Multimodalität im Diskurs: Konzept und Methode einer multimodalen Diskursanalyse“. In: *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Bd. 1: Theorien und Methoden*, 3., erweit. Aufl., hrsg. v. Reiner Keller, Andreas Hirsland, Werner Schneider, Willy Viehöver, 499–532. Wiesbaden: Springer VS, 2011.
- Morger, Fabia. *Meme gegen Rechts. Eine medienlinguistische Analyse von Memes im politischen Diskurs der Durchsetzungsinitiative*. Stockholm, 2017. Zugriff 28.04.2023. su.diva-portal.org/smash/get/diva2:1164103/FULLTEXT01.pdf.
- Ortner, Heike. *Text und Emotion. Theorie, Methode und Anwendungsbeispiele emotionslinguistischer Textanalyse*. Tübingen: Narr, 2014.
- Oswald, Sascha. „Try not to cry‘ – Memes, Männlichkeit und Emotionen: zur Entstehung von Affektstrukturen in digitalen Bildpraktiken“. *kommunikation@gesellschaft* 19 (2018): 1–29. Zugriff 28.04.2023. DOI: 10.15460/kommges.2018.19.2.596.
- Reckwitz, Andreas. „Praktiken und ihre Affekte“. In: *Praxistheorie: Ein soziologisches Forschungsprogramm*, hrsg. v. Hilmar Schäfer, 163–180. Bielefeld: transcript, 2016.
- Rothenhöfer, Andreas. „Diskurslinguistik und Emotionskodierung“. In: *Handbuch Diskurs. Bd. 6*, hrsg. v. Ingo H. Warnke, 488–520. Berlin, Boston: de Gruyter, 2018.
- Schiewer, Gesine Lenore. „Bausteine zu einer Emotionssemiotik“. *Kodikas/Code. Ars Semeiotica* 30 (2007) 3–4: 235–257.
- Schiewer, Gesine Lenore. „Sprache und Emotion in der literarischen Kommunikation. Ein integratives Forschungsfeld der Textanalyse“. *Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes* 54 (2007) 3: 346–361.
- Schiewer, Gesine Lenore, Jacek Szczepaniak, Janusz Pociask, Jarosław Bogacki, Sławomir Kowalewski. „Discourse linguistics and emotions in media“. In: *Language and Emotion. An International Handbook, Volume 3*, hrsg. v. Gesine Lenore Schiewer, Jeanette Altarriba, Bee Chin Ng, 1609–1631. Berlin, Boston: de Gruyter, 2023.
- Schneider, Jan Georg. „Medien als Verfahren der Zeichenprozessierung: Grundsätzliche Überlegungen zum Medienbegriff und ihre Relevanz für die Gesprächsforschung“. *Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion* 18 (2017): 34–55.
- Schwarz-Friesel, Monika. *Sprache und Emotion*, 2. Aufl. Tübingen: A. Francke, 2013.
- Spieß, Constanze. *Diskurshandlungen. Theorie und Methode linguistischer Diskursanalyse am Beispiel der Bioethikdebatte*. Berlin, Boston: de Gruyter, 2011.
- Spitzmüller, Jürgen, Ingo H. Warnke. *Diskurslinguistik: Eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse*. Berlin, New York: de Gruyter, 2011.
- Stöckl, Hartmut. „Sprache-Bild-Texte lesen. Bausteine zur Methodik einer Grundkompetenz“. In: *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*, hrsg. v. Hajo Diekmannshenke, Michael Klemm, Hartmut Stöckl, 43–70. Berlin: ESV, 2011.
- Szczepaniak, Jacek. *Sprachspiel Emotion. Zum medialen und semiotischen Status von Emotionen*. Bydgoszcz: Wydawnictwo UKW, 2015.

- Szczepaniak, Jacek. „Emotionen als diskursive Phänomene“. *Stylistyka* 30 (2021): 11–24.
- Teubert, Wolfgang. „Die Wirklichkeit des Diskurses“. In: *Linguistische Diskursanalyse: neue Perspektiven. Interdisziplinäre Diskursforschung*, hrsg. v. Dietrich Busse, Wolfgang Teubert, 55–146. Wiesbaden: Springer VS, 2013.
- Wenger, Marion, F. Nowell Jones, Margaret H. Jones. „Emotional behavior“. In: *Emotion. Bodily change*, hrsg. v. Douglas K. Candland, 3–10. Princeton: Van Nostrand, 1962.

Ślawomir KOWALEWSKI, M.A., seit 2017 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Sprachliche Kommunikation der Kazimierz-Wielki-Universität in Bydgoszcz. Seine Forschungsbereiche sind Medienlinguistik, Emotionslinguistik und Ludolinguistik. Seit 2019 ist er am Projekt „Emotionale Nachbarschaft. Affekte in deutsch-polnischen medialen Diskursen seit dem EU-Beitritt Polens“ beteiligt, welches mit Mitteln der Deutsch-Polnischen Wissenschaftsstiftung gefördert wird.

Kontakt: slawek.kowalewski[at]ukw.edu.pl

Laura KOWALSKA, M.A., Absolventin des Masterstudiengangs Germanistik an der Kazimierz-Wielki-Universität in Bydgoszcz (2021). Autorin der Diplomarbeit mit dem Titel: „Emotionen in deutsch-polnischen medialen Diskursen am Beispiel von multimodalen Kommunikaten“.

Kontakt: laura.kowalska[at]student.ukw.edu.pl

ZITIERNACHWEIS:

Kowalewski, Ślawomir, Laura Kowalska. „Emotionen in medialen Diskursen am Beispiel von Memes“. *Colloquia Germanica Stetinensia* 32 (2023): 201–219. DOI: <https://doi.org/10.18276/cgs.2023.32-10>.